

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра «Финансовые технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И. о. заведующего кафедрой, д.э.н., проф.  
\_\_\_\_\_ И.А. Соловьева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Разработка бизнес-плана ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ – 38.03.01.2021.(301/1124).ВКР

Руководитель работы, ст. преподаватель  
\_\_\_\_\_ П.Я. Тишин  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Автор  
студент группы ВШЭУ – 565  
\_\_\_\_\_ Е.К. Даренская  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Нормоконтролёр, ст. преподаватель  
\_\_\_\_\_ Е.Ю. Куркина  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Челябинск 2021

## АННОТАЦИЯ

Даренская Е.К. Разработка бизнес-плана открытия салона красоты.  
Челябинск: ЮУрГУ, ЗЭУ-565,92 с.,  
1 ил., 21 табл., библиограф. список -  
22 наим., 4 прил.

В выпускной квалификационной работе разработан бизнес-план открытия салона красоты.

В ходе его написания были сформированы необходимые аналитические таблицы, использованы графики, иллюстрирующие содержание работы. Приведены пояснения по расчету всех показателей.

Рассчитаны и проанализированы показатели экономической эффективности проекта, произведена оценка рисков, сделаны выводы и целесообразности его реализации.

## ABSTRACT

Darenskaya E.K. Development of the business plan of opening a beauty salon.

Chelyabinsk: SUSU, ZEU-565, 92 pages.,1 drawing.,21 tables., bibliography-22 names.,4 applications

In the final qualifying work of a business plan of opening a beauty salon.

In the course of his writing was formed by necessary analytical tables, used graphics to illustrate the content of the work. Given clarification on the calculation of all indicators.

Calculated and analyzed the indicators of economic efficiency of the project produced a risk assessment, the findings and the feasibility of its implementation.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИЙ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ	
1.1 Сущность, цели, задачи и функции бизнес-планирования .....	9
1.2 Структура бизнес-плана и содержание основных его разделов .....	15
1.3 Оценка экономической эффективности проекта .....	27
1.4 Сравнение отечественных и зарубежных подходов к оценке эффективности инвестиций .....	36
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОЕКТА	
2.1 Резюме проекта.....	45
2.2 Организационный план .....	46
2.2.1 Подробное описание сути проекта.....	46
2.2.2 Планирование проекта.....	47
2.2.3 Определение источника и условий финансирования проекта .....	49
2.3 План производства .....	52
2.3.1 Описание технологии производства продуктов .....	51
2.3.2 Обоснование потребности в основных средствах .....	54
2.3.3 Обоснование потребности в оборотных средствах .....	55
2.3.4 План операционных затрат .....	57
2.4 План маркетинга.....	60
2.4.1 Обоснование цены продукта проекта .....	60
2.4.2 Анализ конкурентов.....	62
2.4.3 Анализ покупателей.....	64
2.5 Финансовый план .....	68
2.5.1 Отчет о финансовом результате проекта.....	68
2.5.2 Формирование отчёта о движении денежных средств .....	70
2.5.3 Обоснование экономической эффективности проекта .....	72
2.6 Анализ рисков проекта .....	76
2.6.1 Оценка безубыточности проекта.....	76
2.6.2 Оценка чувствительности проекта .....	77
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	81
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	83
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Краткая история развития парикмахерского искусства .....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Потребность в основных и оборотных средствах .....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Нормы времени на услуги парикмахерских .....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Расчёт финансовых показателей .....	91

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования обусловлена потребностью инициатора проекта в оценке экономической эффективности проекта с целью принятия решения о целесообразности его реализации.

Целью работы является разработка бизнес-плана открытия салона красоты ИП «BEAUTY REMEMBER»

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи.

- 1) Разработать бизнес-идею проекта.
- 2) Разработать организационно-производственный план.
- 3) Рассчитать потребность в инвестициях и финансировании проекта.
- 4) Произвести оценку экономической эффективности и финансовой реализуемости проекта.
- 5) Провести анализ рисков.
- 6) Сделать вывод о целесообразности осуществления инвестиционного проекта.

Парикмахерские услуги относятся к сфере бытовых услуг и принадлежат к числу наиболее востребованных в повседневном быту людей, и поэтому являются самыми массовыми в России. Рынок индустрии красоты динамичен и изменяется за короткий промежуток времени..

Объект исследования – бизнес-план создания парикмахерских услуг нового салона красоты ИП «BEAUTY REMEMBER»

Предмет исследования – процесс разработки бизнес-плана по созданию собственной бизнес – идеи.

В первой главе рассмотрены теоретические основы инвестиций и бизнес планирования.

Во второй главе произведены все расчеты, отражающие целесообразность разработки проекта и его прибыльность, так же рассмотрены возможные риски.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИЙ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

## 1.1 Сущность, цели, задачи и функции бизнес-планирования

В настоящее время экономическая сфера жизни характеризуется постоянной изменчивостью, скорость которой постоянно растёт ввиду широкой информационной открытости общества и глобализации экономики. В связи с этим руководители организаций должны быстро и своевременно реагировать на перемены внешней среды и учитывать их при планировании своей деятельности.

Руководителю любого предприятия нужно в первую очередь точно осознавать свои потребности в материальных, интеллектуальных, трудовых и финансовых ресурсах и чтобы быть эффективным в данных условиях рыночных отношений, владелец бизнеса должен опираться на анализ своих возможностей, активность своих конкурентов и развитие целевых рынков, на основании которых будет составлена грамотная стратегия развития бизнеса и управления им. Систематическим методом разработки соответствующих стратегий и действий является бизнес-планирование.

Успешное развитие бизнеса осуществляется на основе планирования, которое включает в себя все процедуры, от поиска бизнес-идеи и её непосредственной реализации до осуществления управленческих решений и их анализа.

Бизнес-план могут разрабатывать как новые, только создающиеся организации, так и уже действующие предприятия, например при осуществлении расширения своей деятельности путём ввода новой продукции, техники или оборудования. Следовательно, целесообразно осуществление бизнес-планов на разных этапах существования компании: зарождение, рост, зрелость и даже упадок, когда предприятию необходим толчок в сторону укрепления и сохранения положения на рынке, а в некоторых случаях и в сторону выхода из предбанкротного состояния.

Бизнес-план характеризует основные показатели деятельности предприятия, демонстрирует полную и объективную информацию о состоянии дел

организации, обнаруживает и анализирует возможные проблемы и подбирает наиболее действенные пути решения. Но вместе с тем он разрабатывается с целью поиска проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. Иными словами, в первом случае бизнес-план осуществляется систематически и регулярно, во втором же носит характер единовременного планирования для решения конкретной стратегической задачи.

Понятие бизнес плана может быть сформулировано следующим образом: Бизнес план – это письменный документ, который является подробным, структурированным и четко обоснованным планом создания или дальнейшего развития бизнеса. Он демонстрирует текущее состояние организации, её цели, пути и сроки их достижения и ожидаемые результаты реализации данного плана компании.

Бизнес-план предоставляет возможность предприятию взглянуть на свою деятельность с другой стороны и является основой управления коммерческого проекта и предприятием в целом. Он необходим для создания или обновления предоставляемого продуктового ассортимента и услуг, для возможности реализации нового инвестиционного проекта, а также при реконструкции деятельности фирмы.

Объектами бизнес-планирования являются организации в целом, так и её отдельные бизнес-процессы. Предметом является технология создания бизнес-плана, представляющая собой описание целей данного проекта, его условий и способов реализации.

Разработка и эффективная реализация бизнес-плана играет первостепенную роль в успешном видении бизнеса организацией. Развёрнутый план может быть подготовлен руководителем, менеджером, консалтинговой организацией или экспертами и представлять собой планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший год. Наиболее крупные компании составляют план на срок до 5 лет, реже на период более пяти лет. Процесс составления бизнес-плана

длится около одного месяца, в этот период происходит ознакомление и изучение предоставляемой документации и производятся соответствующие расчёты.

При подготовке бизнес-плана должны быть учтены интересы и мнения всех заинтересованных сторон :

- заказчика или инвестора, осуществляющего капитальные вложения в проект;
- муниципальных органов, определяющих желания и предпочтения согласно общей концепции развития, утверждающих задания для проектов, рассматривающих заявки и составляющих необходимую документацию, осуществляющих сбор налогов в бюджет, исполняющих функцию контроля и надзора;
- подрядных фирм, уточняющих детали бизнес-идеи, осуществляющих проектирование, составление сметы, авторский надзор;
- потребителя, использующего товары и услуги.

Едиственного всеобъемлющего бизнес-плана, который бы подошёл для любого типа организации и для любой ситуации, не существует, нужно точно осознавать для какой аудитории создаётся бизнес-план и какие цели при этом он преследует, потому что от этого будет зависеть его направленность. В общем порядке можно выделить две основные цели бизнес – планирования: внешнюю и внутреннюю.

Внешняя цель заключается в привлечении денежных средств инвестора (кредитора) для реализации предприятием поставленных задач.

Внутренней целью является создание основы для управления, развития и функционирования компании при помощи разработанного и периодически обновляемого бизнес-плана.

Помимо основных целей существуют и другие сопутствующие цели бизнес-плана :

- социальные цели – избежание дефицита товаров и услуг, расширение деловых контактов, международных связей, борьба с экологическими



проблемами, создание духовных и культурных ценностей, развитие творческого и научно-технического потенциала людей;

- повышение статуса компании – развитие экономического потенциала предприятия и как следствие отличная репутация и известность, доверие покупателей к качеству производимых товаров и услуг;
- иные цели – налаживание деловых контактов, в том числе и с зарубежными предпринимателями, вхождение в различные ассоциации и др.

Содержание, объем, и структура бизнес-плана зависит от его типа, размера и поставленных целей. Первостепенно в бизнес-планировании нуждаются малые и средние предприятия, у которых объём имеющихся ресурсов на осуществление деятельности ограничен по сравнению с наиболее крупными компаниями, поэтому им нужно с большим вниманием подходить к эффективности их использования, но при этом их бизнес-план будет меньшего размера и облегчён по составу в отличие от наиболее значительных представителей рынка.

Исходя из выше представленных целей, можно сформулировать основные задачи бизнес-плана:

- проанализировать рынок сбыта, определить перспективы его развития и место фирмы на нём;
- оценить результаты деятельности предприятия, а в частности затраты на изготовление и сбыт продукции, определить потенциальную прибыльность проекта, выявить отклонения от запланированного уровня и осуществить мероприятия по оптимизации;
- выявить соответствие рабочих кадров установленным нормам по ожидаемым от них результатам и выполнению важных для бизнеса целей, а также определить условия для мотивации сотрудников;
- проанализировать уровень соответствия материального и финансового положения предприятия поставленным целям;

- определить финансовые аспекты бизнеса, критерии и показатели, по которым можно будет регулярно определять эффективность и экономическую целесообразность проекта;
- выяснить конкурентоспособность реализуемой продукции;
- оценить уровень взаимоотношений с партнёрами, инвесторами, кредиторами, государственными и налоговыми органами;
- выявить возможные риски и подготовить мероприятия по их минимизации.

Грамотно поставленные цели и задачи разработки бизнес-плана являются залогом успешного управления бизнесом. Но важно отметить, что главенствующую роль играет не только содержание, но и оформление бизнес-плана. Безупречный, безошибочно напечатанный документ вызывает доверие у читающего, а также отражает профессионализм и опыт автора, составляющего план.

Бизнес-план может создаваться как новым, только появляющимся на рынке предприятием, так и уже существующей и крепко стоящей на ногах компанией. Большинство только создающихся организаций производят товары, оказывают работы и услуги, которые уже представлены в ассортименте фирм-конкурентов. Поэтому, при разработке бизнес-плана действующие предприниматели обладают некими привилегиями и преимуществами в осуществлении своей деятельности, так как, покупатели отдадут предпочтение уже знакомой им продукции, расчёты и результаты деятельности таких компаний являются основой для формирования собственной отчётности новых представителей рынка, также планирование будущей деятельности стабильных предприятий основывается на уже полученном опыте прошлых лет.

Но если продукт или услуга предприятия, только выходящего на рынок, является исключительной и уникальной и может принести потенциальную прибыль своему производителю, тогда необходимо держать свои разработки и изобретения в максимальной тайне от конкурентов и убедить покупателей

приобретать данную продукцию, используя свои конкурентные преимущества и желания клиентов, и в случае успеха может создаваться даже новый рынок.

На практике можно выделить следующие 5 функций бизнес-планирования :

- актуальность бизнес-плана. Функция играет основополагающую роль при создании нового предприятия, разработке его стратегии и новых направлений деятельности.
- функция планирования. Даёт возможность оценить перспективы развития нового бизнеса и осуществлять контроль за внутрифирменными процессами.
- функция привлечения денежных средств. В сложившихся современных реалиях воплотить важный и крупный проект без заёмных средств фактически нереально, а получить кредит не простая задача. Недоверие кредиторов к предприятиям связано с высокой степенью невозвратности предоставленных средств, поэтому кредитные организации прибегают к ужесточению требований по предоставлению кредитов. Организация для получения кредита должна предоставить банку гарантии, залог и конечно же качественно разработанный бизнес-план.
- привлечение инвесторов и партнёров. Данная функции заключается в привлечении ресурсов, капитала, технологий инвесторов и своё производство, а для этого предприниматель обязан предоставить бизнес-план, отражающий возможные перспективы развития его бизнеса на определенный период времени.
- вовлечение всех сотрудников в разработку бизнес-плана, что позволит поднять уровень их информированности о составляющемся проекте, выбрать возможные пути их мотивации и согласовать усилия.

Таким образом, бизнес-планирование отражает реальность для открытия или расширения бизнеса, демонстрирует пути достижения поставленных целей при существующем потенциале, а также возможности привлечения финансирования.

## 1.2 Структура бизнес-плана и содержание основных его разделов

Состав и структура и детали бизнес-плана любой коммерческой организации зависят, прежде всего, от функциональной специфики предприятия, особенностей его деятельности и перспективами роста. Не существует стандарта на составление бизнес-плана, в связи с чем структура бизнес-плана носит рекомендательных характер и может варьироваться в соответствии с определёнными нуждами предприятия, которые в свою очередь зависят от условий, в которых функционирует или планирует функционировать фирма.

Выделяют различные методики разработки бизнес-планов среди них: TACIS, Европейского Банка Реконструкции и Развития, UNIDO, постановления Правительства РФ от 22.11.97 №1470, Российского фонда технологического развития, Федерального Фонда поддержки малого предпринимательства.

Выбор конкретной методики бизнес-плана не имеет принципиального значения, важно лишь чтобы конечный, разработанный план содержал разделы с достоверной, обоснованной и понятной заинтересованному кругу лиц информацией, которая подкрепляется базовыми источниками и документами, а также включал анализ необходимых для составления бизнес-плана сведений и расчётов.

Однако самой популярной и востребованной формой бизнес-плана является UNIDO. Методика была признана мировыми специалистами в области планирования, а также всевозможными структурами, функционирующими в условиях рынка, от банков и фондов до министерств. Она послужила базой для разработки планов в компаниях по всему миру. Несмотря на то, что данная методика зародилась и широко используется за рубежом, её охотно пользуют отечественные предприниматели для осуществления бизнес-планирования [4].

В основе UNIDO лежит две стадии разработки бизнес-проекта. Первая из стадий заключается в изложении основной идеи, сути проекта. Вторая стадия заключается в технико-экономическом обосновании, в рамках которого

обосновывается целесообразность реализации бизнес-идеи, оценивается её экономическая эффективность.

Общая структура бизнес-плана имеет следующий вид:

- титульный лист;
- аннотация;
- оглавление;
- резюме;
- описание предприятия и отрасли;
- описание продукции (услуги);
- план маркетинга;
- производственный план;
- организационный план;
- финансовый план;
- анализ и оценка рисков;
- приложения.

1.Титульный лист. Любой бизнес-план начинается с титульного листа, который должен содержать лишь краткую и самую необходимую информацию. Как правило в нём отражается наименование и специфика бизнес-плана, название компании, её адрес, авторы проекта, их контактные данные, имена, телефоны и адреса учредителей и т.д. Также в определенных случаях титульный лист может содержать документ (меморандум), который предполагает рассмотрение бизнес-идеи на условиях конфиденциальности и подразумевает неразглашение сведений содержащихся в плане. Бывают ситуации, при которых на титульный лист помещается требование о возврате автору бизнес-плана. Это может произойти, если в реализацию представленного бизнес-плана не возникло желание инвестировать.

2.Аннотация. Это раздел, в котором содержится краткое описание сути и основных положений бизнес-плана. Примерный объём аннотации составляет 0,5 – 2 страницы.

3.Оглавление. Оглавление должно ясно отражать состав и структуру всех разделов с указанием страниц. Оглавление помогает пользователю ориентироваться в бизнес-плане и понять, где искать необходимую информацию.

4.Резюме. Несмотря на то, что резюме находится в начале бизнес-плана, составляется оно в тот момент, когда уже завершена стадия написания всех разделов бизнес-плана и содержит самые основные моменты этих разделов. Резюме может представлено как в табличной, так и в текстовой форме. Данный раздел служит для сжатого изложения бизнес-идеи, отражает намерения инициатора проекта. Ключевая роль резюме заключается в информировании инвестора о концепции бизнес-идеи и привлечении его внимания. Разработка резюме является очень важным пунктом в представлении проекта инвесторам, ведь именно его кредиторы и рассматривают в первую очередь и если оно не произведёт положительное впечатление, то дальше бизнес-план не будут смотреть. Начать данный раздел можно с изложения миссии компании, она представляет собой стратегическое направление фирмы, её главная цель деятельности и визитная карточка. Главная особенность резюме – краткость, информация должна быть изложена понятно, просто и легко читаемо объёмом не более 2 -4 страниц.

В большинстве случаев раздел содержит следующие аспекты:

- основная суть и цели бизнес-идеи;
- краткое изложение некоторых сведений о компании;
- название проекта;
- особенности и преимущества предлагаемых товаров и услуг;
- планируемая себестоимость продукции и выручки от её реализации;
- объем требуемых инвестиций;
- основополагающие экономические результаты, эффективность проекта.

5.Общее описание предприятия. Основная часть бизнес-плана начинается с данного раздела. Он отражает специфику деятельности фирмы. В рамках раздела:

-определяются цели и задачи компании, а также проблемы, которые существуют на сегодняшний день;

- даётся оценка положения компании в отрасли;
- обозначается стратегия развития;
- характеризуется тип бизнеса;
- приводится перечень видов деятельности компании;
- факторы, влияющие на функционирование бизнеса и др.

Данный раздел призван обстоятельно отразить образ предприятия. Описание компании должен укладываться в объеме нескольких страниц. Если организация не является новой, только выходящей на рынок, тогда она должна иметь определенную историю. В таком случае, данный раздел должен содержать историю возникновения компании, трудности и достижения, которые могли возникнуть в процессе функционирования, а также какие изменения, например в структуре, происходили в фирме.

6. Анализ бизнес-среды организации. Данный раздел посвящён изучению отрасли и обследованию рынка, на котором ведется или планируется вестись бизнес, а именно определяются её возможности с точки зрения прибыльности, уровень конкуренции, потенциальных потребителей продукции и услуг. Также в данном разделе следует провести сегментацию рынка, определить его размеры и ёмкость, охарактеризовать ряд условий (экономических, политических, социальных), определить ключевые факторы, влияющие на положение дел в отрасли. Описание отрасли требует сбор большого количества реальной информации без искажения в положительную или же отрицательную сторону и последующий её анализ. Для российских организаций справиться с поиском правдивых сведений об исследовании рынка крайне сложная задача. В то время, как для зарубежных участников рынка необходимый данные можно найти при помощи своих отраслевых и торговых ассоциациях. Для работы с полученной информацией может возникнуть потребность в привлечении специалистов, а это является дополнительными затратами для фирмы.

7.Характеристика продукции (услуги). Данный раздел подразумевает описание той продукции (услуги), которую планирует производить (предоставлять) компания. Также раздел призван дать чёткое понимание потребительских свойств и конкурентных особенностей продукции или услуги. Внимание здесь стоит обратить на возможность предприятия удовлетворить потенциальный спрос на товар. Для удобства данные часто представляются в виде сводной таблицы, в рамках которой указываются следующие позиции:

- наименование продукции (услуги);
- её основополагающие характеристики и отличительные особенности;
- показатели качества;
- цена;
- конкурентные преимущества продукции (услуги);
- потенциальные потребители;
- потребительские свойства;
- ассортиментный ряд;
- характеристика послепродажного сервиса и т.д.

Следует отметить, что характеристика продукции должна отличаться краткостью и лаконичностью, она должна быть понятна непрофессиональному пользователю, отражать область её применения и положительные качества, такие как: надёжность, простота и безопасность использования и др. Крайне часто внимание уделяется не общей характеристике продукции, а её техническому описанию.

Это не совсем верно, потому что инвестору, как правило, технические особенности продукции не так интересны и не способствуют принятию решения. Обстоятельное техническое описание может найти место в приложении. Также имеет место приведение фотографии или рисунка продукции, что создаст наиболее полную картину о внешнем виде товара.

8.План маркетинга. Одна из наиболее важных частей бизнес-планирования. Маркетинговая часть призвана согласовать потенциальные возможности



предприятия с потребностями рынка и удовлетворить потребности потребителей в тех или иных товарах, или услугах в целях получения прибыли компании.

Процесс составления плана маркетинга заключается в обеспечении адаптации производства к условиям и запросам рынка, а также во влиянии различными инструментами на потенциальных потребителей. Подготовленный план маркетинга должен характеризовать бизнес, как весьма выгодную перспективу для инвестирования.

В рамках плана маркетинга обстоятельно прорабатывается множество вопросов, связанных с особенностями функционирования рынка и методами воздействия рыночную среду. основополагающие цели маркетинговой политики компании излагаются, исходя из поставленных ранее целей.

В общем виде план маркетинга состоит из двух частей:

- план продаж;
- стратегия маркетинга.

В рамках плана маркетинга план продаж разрабатывается прежде всего. Он отражает ежегодные (для первого года - ежемесячные) прогнозируемые продажи как в натуральном, так и в денежном выражении (выручку). Следует отметить, что прогнозирование объёма продаж выступает пассивным предсказанием будущих результатов, которое формирует представление об экономических перспективах проекта. План продаж отличается от прогноза тем, что он составляется на небольшой период времени.

Обычно для прогнозирования продаж используется три метода: статистический прогноз, метод экспертных оценок и прогнозирование по методу безубыточности.

Целью подраздела «стратегия маркетинга» является отражение выбранной стратегии проникновения на рынок, стратегии ценообразования, политики сбыта и т.д. Также в данном разделе, как правило, представлен ряд последовательных шагов, позволяющих достичь запланированных целей, касающихся взаимоотношения с клиентами, величины прибыли, объёма продаж.

Стратегия маркетинга призвана свести воедино следующие аспекты:

- основополагающие установки маркетинга;
- комплекс маркетинга;
- величина маркетингового бюджета;
- маркетинговая программа.

Комплекс маркетинга в свою очередь включает в себя следующие составные части:

- ценовая политика и политика ценообразования;
- товарная политика;
- сбытовая политика;
- рекламная политика и политика продвижения продукции.

9.Производственный план. Производственный план касается непосредственно процесса производства продукции. Для непромышленных предприятий прогнозирование затрат и необходимость внеоборотных и оборотных активов отражается в финансовом плане, который будет рассмотрен чуть позже. Его цель заключается в демонстрации сформированной стратегии производства, а также в отражении возможности предприятия в производстве определенной продукции надлежащего качества в установленные сроки.

План предоставляет краткое описание технологии производства товаров и оказания услуг, составляется полагаясь на план сбыта и стратегию вывода предприятия на плановую производственную мощность. Поскольку бизнес-план понимает под операционной деятельностью основной инструмент достижения поставленных целей, производственный план имеет большую значимость, так как даёт возможность понять правдоподобность бизнес-идеи.

Задачей плана производства является определение:

- структуры производства;
- номенклатура материалов, деталей, а также прочих комплектующих;
- потенциальных поставщиков сырья и материалов;

- оборудования, которое будет задействовано в рамках производственного процесса, его стоимость;
- производственных площадей;
- особенностей производственного цикла;
- производственных затрат;
- транспортные затраты;
- потребляемый объём воздуха, газа, пара.

10. Организационный план. Организационный план призван дать представление о системе управления компании, кадровой политике, а также охарактеризовать структуру и состав управленческого персонала. Данный план должен ввести инвестора в курс дела по поводу того, кто конкретно будет руководить предприятием и на кого какие обязанности возложены.

Также в рамках организационного плана следует описать производственно-технологические процессы, функции и полномочия основных структурных подразделений, структуру дочерних компаний, особенности взаимодействия всех служб на предприятии и т.д.

Помимо всего прочего ещё одной задачей данного плана заключается в планировании, а также обосновании управленческих расходов, так как они оказывают большое влияние на финансовую реализуемость бизнес-проекта. Выбранная в качестве основополагающей организационная структура управления позволяет описать и обосновать управленческие расходы.

Как правило, структура организационного плана содержит следующие подразделы:

- организационная структура управления и структура компании;
- основной управленческий персонал;
- персонал компании и кадровая политика;
- календарный план;
- услуги профессиональных советников, а также прочие услуги.

Управленческий коллектив во многом определяет успешное функционирование компании. Поэтому в контексте организационного плана необходимо обратить внимание инвестора на квалифицированность, профессионализм, а также уникальные способности управленческого персонала. Следует учесть тот факт, что наиболее опытные инвесторы вкладывают свои средства, прежде всего в человеческий капитал, тем самым доверяя людям, способным умело и грамотно организовать бизнес. Для формирования объективной картины в организационном плане должны быть отражены как достоинства, так и недостатки сотрудников управления. Также указываются такие характеристики персонала, стаж работы, возраст, уровень образования, обязанности, и др. По каждой категории сотрудников следует указать величину заработной платы.

Услуги профессиональных советников привлекаются в случае невозможности реализации ряда функций силами собственных сотрудников управления. В данном контексте, как правило, отражается информация по консультационным услугам в разрезе страхования, рекламе, аудиту и пр. такие организации помимо своих профессиональных функций содействуют в установлении стабильных деловых связей и в получении необходимого финансирования.

Кадровая политика предприятия должна отражать систему принятия сотрудников на работу, она подразумевает различные собеседования, тестирования, прохождение подготовки и т.д. Также указывается способ анализа качества работы персонала и их продвижения по карьерной лестнице.

Календарный план разрабатывается как для уже существующих, так и для новых предприятий. Он отражает взаимосвязь основных этапов реализации проекта, а также их временные рамки. Формирование такого делового расписания даёт контроль над всеми этапами проекта, позволяет корректировать план их выполнения и предотвращать сбои в работе.

Возможно присутствие в данном разделе плана социального развития коллектива, который является совокупностью аргументированных и материально

обеспеченный мер по разностороннему и согласованному развитию всех представителей коллектива путём последовательных преобразований структуры рабочей среды и условий труда, а также при помощи удовлетворения не только материальных, но и духовных потребностей персонала.

11. Финансовый план. Финансовый план является одним из важнейших разделов бизнес-плана. Он обобщает, сводит воедино все предыдущие разделы, отражая информацию в денежной форме. Данный план призван отразить финансовые результаты: будет проект прибыльным или принесет убытки в результате его реализации. Целью финансового плана является формирование объективной картины планируемых денежных поступлений и оттоков. Как правило, он содержит в себе следующие данные:

- план доходов и расходов;
- план денежных потоков;
- балансовый план;
- источники и использование средств.

Следует отметить, что на основании представленных пунктов производится расчёт показателей финансового состояния и доходности инвестиций. Процесс разработки финансового плана начинается с прогноза продаж, в качестве базы которого выступает план маркетинга. Отчёт доходов и расходов отражает прибыль от продажи товаров предприятием (если таковая получена). На основе этого документа можно понять приносит ли данный вид продукции доход своему производителю или какой товар наиболее прибылен, после чего можно спланировать дальнейшее производство.

Следующим планом является отчёт движения денежных средств, который представляет собой систему денежных средств поступивших и израсходованных в процессе функционирования предприятия. Балансовый отчёт сводит воедино результаты экономической и финансовой деятельности предприятия за отчётный период. На основании отчётов проводится анализ финансово-экономического состояния организации, который учитывает сложившийся уровень инфляции.

Обстоятельный и содержательный финансовый план способен ответить на ряд ключевых вопросов, как потенциальных инвесторов, так и внутреннего руководства компании, поэтому необходимо ответственно подходить к его разработке и регулярно его корректировать. Пользователям бизнес-плана он показывает:

- соотношение ожидаемых доходов и расходов;
- какую прибыль сгенерирует проект;
- время и источники денежных притоков и оттоков;
- необходимый объём инвестиций для реализации проекта;
- соотношение потребности в денежных средствах и наличностью;
- финансовое положение компании на конец каждого периода и т.д.

Часто инвесторы отказываются рассматривать бизнеса-проекты, финансовые планы которых составлены менее чем на три года (с разбивкой первого года по месяцам).

12. Анализ рисков. Бизнес существует в обстановке постоянной изменчивости окружающей его среды, поэтому нельзя быть полностью уверенным в положительном исходе действий. Опасность наступления неблагоприятной ситуации является риском.

Предназначением данного раздела является выявление и оценка всевозможных рисков бизнес-проекта, а также предложение альтернатив по его снижению или предотвращению в целях минимизации вероятных потерь.

Процесс бизнес-планирования должен быть сопряжён с анализом рисков, непосредственно связанных с проектом, потому что деятельность компании в условиях рынка трудно представить без риска.

Следует заметить, что раздел, посвященный анализу рисков, является одним из сложнейших разделов. Поскольку для инвесторов вопрос рисков проекта – вопрос первостепенной важности, то данный раздел должен отражать всю необходимую информацию о рисках для принятия решения о вложении средств в проект. Крайне важно добросовестно подойти к анализу и отразить правдивое

положение дел относительно рисков проекта, потому что их анализ важен как для внешних инвесторов, так и для внутреннего руководства.

В рамках разработки бизнес-плана больших проектов предполагается детальный, обстоятельный расчёт с помощью специализированного математического программного обеспечения. В контексте анализа рисков небольших предприятий в большинстве случаев обходятся только экспертными методами.

В большинстве случаев раздел анализа рисков имеет 4 подраздела:

- анализ рисков;
- потери, связанные с риском проекта;
- меры по снижению и предотвращению рисков;
- политика страхования рисков.

Оценка рисков подразумевает качественный (выявление основных причин и факторов риска, определение рисков, присущих конкретному проекту) и количественный (оценка величины выявленных рисков) анализ рисков.

В рамках раздела выявляются вероятные потери от риска. Потери могут быть материальными, финансовыми, трудовыми и т.д. После анализа потерь деятельности предприятия даётся характеристика, описывающая вид области риска (область минимального, повышенного, недопустимого риска). Следующим шагом является разработка методов минимизации или полной нейтрализации риска.

Инструментом снижения рисков может выступать страхование этих рисков. В таком случае в рамках бизнес-плана разрабатывается политика страхования как внутренних, так и внешних рисков компании.

1 Приложение. Приложение к бизнес-плану служит для подкрепления к нему различных подтверждающих документов (оригиналов или копий). Как правило, к бизнес-плану прилагается следующее:

- результаты исследования рынка;
- различные договора (договор найма, договор аренды);

- лицензионные соглашения;
- заключение аудитора;
- биографии или резюме руководителей проекта для подтверждения квалификации и стажа работы;
- гарантийные письма;
- контракты с контрагентами;
- заключения государственных служб и др.

### 1.3 Оценка экономической эффективности проекта

Эффективность инвестиционного проекта – это категория, отражающая соответствие результатов инвестиционного проекта целям и интересам его участников.

Эффективность проекта определяется, прежде всего, для того, чтобы определить потенциальную привлекательность для его возможных участников, а также с целью поиска спонсоров.

Далее выделим основные цели оценки эффективности:

- анализ ситуации;
- анализ капиталовложений и производительности;
- выбор наиболее эффективного проекта;
- финансирование роста.

Эффективность проекта характеризуется рядом показателей, отражающих соотношение затрат и результатов. Различают следующие виды показателей:

- показатели финансовой эффективности, учитывающие финансовые последствия;
- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия реализации бизнес-плана для федерального, регионального и местного бюджета;



-показатели экономической эффективности, которые учитывают затраты и результаты, связанные с реализацией проекта.

Эффективность инвестиционного проекта оценивается в течение всего жизненного цикла (расчетного периода), то есть временной интервал от начала проекта до его завершения, который называется горизонтом расчета.

В основу эффективности инвестиционных проектов заложены следующие принципы:

1. Моделирование денежных потоков. Такие денежные поступления и расходы, которые связаны с осуществлением проекта.
2. Сопоставимость и сравнение различных вариантов проекта.
3. Принцип положительности и максимума проекта. С точки зрения инвестора проект должен развиваться, приносить максимальную прибыль, а не быть убыточным.
4. Необходимость учета фактора времени. При оценке эффективности проекта должны учитываться различные аспекты фактора времени, а именно разрывы во времени между производством продукции или поступлением материалов на склад и их оплатой; неравноценности разновременных затрат и (или) результатов и т.п.
5. Учет влияния инфляции. Учет изменения цен на различные виды продукции в период реализации проекта.

Принятие решений об эффективности проекта определяется в зависимости от целей разработчика инвестиционного проекта. Полученные показатели распределяются по их значимости.

Практика обоснования инвестиционных проектов выделяет 2 группы показателей, позволяющих подготовить решение о целесообразности вложения средств.

Простые методы оценки инвестиций относятся к числу наиболее старых и широко использовались еще до того, как концепция дисконтирования денежных потоков приобрела всеобщее признание в качестве способа получения самой

точной оценки приемлемости инвестиций. Однако и в настоящее время эти методы используются разработчиками и аналитиками инвестиционных проектов, поскольку дают своего рода дополнительную информацию о проекте, что в совокупности позволяет снижать риск неудачного вложения денежных средств.

### 1. Простой срок окупаемости инвестиций

Простым сроком окупаемости инвестиций называется продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости. Начальным моментом обычно является начало первого шага или начало операционной деятельности. Моментом окупаемости называется тот наиболее ранний момент времени в расчетном периоде, после которого текущие чистые денежные поступления  $NV$  становятся и в дальнейшем остаются неотрицательными.

Формула расчета срока окупаемости рассчитывается по формуле 1:

$$PP = K_0 / CF_{cr} \quad (1)$$

где  $PP$  – срок окупаемости инвестиций (лет);

$K_0$  – первоначальные инвестиции;

$CF_{cr}$  – среднегодовая стоимость денежных поступлений от реализации инвестиционного проекта.

Простой срок окупаемости является широко используемым показателем для оценки того, возместятся ли первоначальные инвестиции в течение срока их экономического жизненного цикла инвестиционного проекта.

С одной стороны, простой срок окупаемости инвестиций рассчитать достаточно просто, что, вероятно, и является причиной популярности этого показателя, но с другой стороны, при его применении возникает ряд проблем.

Показатель предусматривает возмещение первоначальных инвестиций на так называемой «взносовой» основе, т.е. в данном случае подразумевается вопрос:

«Сколько времени пройдет, пока мы не получим свои деньги обратно?».

Просто возместить капитал будет недостаточно, потому что с экономической точки зрения инвестор дополнительно надеется получить прибыль на вложенный в дело капитал.

Модификацией показателя простой окупаемости является показатель, использующий в знаменателе величину средней чистой прибыли (т.е. после уплаты налогов) вместо общей суммы поступлений денежных средств после уплаты налогов, рассчитывается по формуле 2:

$$PP = K_0 / ПЧ_{ср} \quad (2)$$

где  $ПЧ_{с.г.}$  – среднегодовая чистая прибыль.

Преимущество этого показателя заключается в том, что приращение прибыли на вложенные инвестиции не учитывает ежегодных амортизационных отчислений. Этот показатель показывает, за сколько лет будет получена чистая прибыль, которая по сумме будет равна величине первоначально авансированного капитала.

Показатель простой окупаемости инвестиций завоевал широкое признание благодаря своей простоте и легкости расчета даже теми специалистами, которые не обладают финансовой подготовкой.

Пользуясь показателем простой окупаемости, надо всегда помнить, что он хорошо работает только при справедливости следующих допущений:

1. Все сопоставляемые с его помощью инвестиционные проекты имеют одинаковый экономический срок жизни.
2. Все проекты предполагают разовое вложение первоначальных инвестиций.
3. После завершения вложения средств инвестор начинает получать примерно одинаковые ежегодные денежные поступления на протяжении всего периода экономической жизни инвестиционных проектов.

Использование в России показателя простой окупаемости как одного из критериев оценки инвестиций имеет еще одно серьезное основание наряду с

простотой расчета и ясностью для понимания. Этот показатель довольно точно «говорит» о степени рискованности проекта.

Таким образом, наряду с указанными достоинствами метод расчета простого срока окупаемости обладает очень серьезными недостатками, так как игнорирует три важных обстоятельства:

1. Различие ценности денег во времени.
2. Существование денежных поступлений и после окончания срока окупаемости.
3. Разные по величине денежные поступления от хозяйственной деятельности по годам реализации инвестиционного проекта.

Именно по этим причинам расчет срока окупаемости не рекомендуется использовать как основной метод оценки приемлемости инвестиций. К нему целесообразно обращаться только ради получения дополнительной информации, расширяющей представление о различных аспектах оцениваемого инвестиционного проекта.

2. Показатель расчетной нормы прибыли является обратным по содержанию сроку окупаемости капитальных вложений.

Расчетная норма прибыли отражает эффективность инвестиций в виде процентного отношения денежных поступлений к сумме первоначальных инвестиций. Формула 3 имеет следующий вид:

$$ARR = CF_{cr} / K_0 \quad (3)$$

где  $ARR$  – расчетная норма прибыли инвестиций,

$CF_{с.г.}$  – среднегодовые денежные поступления от хозяйственной деятельности,

$K_0$  – стоимость первоначальных инвестиций.

Этому показателю присущи все недостатки, свойственные показателю срока окупаемости. Он принимает в расчет только два критических аспекта, инвестиции и денежные поступления от текущей хозяйственной деятельности и игнорирует продолжительность экономического срока жизни инвестиций.

Применение показателей расчетной рентабельности основано на сопоставлении его расчетного уровня со стандартными для фирмы уровнями рентабельности.

Использование данного вида показателя и по сей день во многих фирмах и странах мира объясняется рядом достоинств этого показателя.

Во-первых, он прост и очевиден при расчете, а также не требует использования таких изощренных приемов, как дисконтирование денежных потоков.

Во-вторых, показатель ARR удобен для встраивания его в систему стимулирования руководящего персонала фирм. Именно поэтому те фирмы, которые увязывают системы поощрения управляющих своих филиалов и подразделений с результативностью их инвестиций, обращаются к ARR.

Слабости же показателя расчетной рентабельности инвестиций являются обратной стороной его достоинств.

Во-первых, так же, как показатель периода окупаемости, ARR не учитывает разноценности денежных средств во времени.

Во-вторых, этот метод игнорирует различия в продолжительности эксплуатации активов, созданных благодаря инвестированию.

В-третьих, расчеты на основе ARR носят более «витринный» характер, чем расчеты на основе показателей, использующих данные о денежных потоках. Последние показывают реальное изменение ценности фирмы в результате инвестиций, тогда как ARR ориентирована преимущественно на получение оценки проектов, адекватной ожиданиям и требованиям акционеров и других лиц и фирм «со стороны»

### 3. Чистые денежные поступления

Чистыми денежными поступлениями (чистый доход, чистый денежный поток) называется накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период. Формула 4 имеет следующий вид:

$$\text{ЧДП} = \sum m (\text{П}_m - \text{О}_m) \quad (4)$$

где  $\text{П}_m$  – приток денежных средств на  $m$ -м шаге;

$\text{О}_m$  – отток денежных средств на  $m$ -м шаге.

Суммирование распространяется на все шаги расчетного периода.

#### 4. Индекс доходности инвестиций

Отношение суммы элементов денежного потока от операционной деятельности к абсолютной величине суммы элементов денежного потока от инвестиционной деятельности. Он равен увеличенному на единицу отношению ЧДП к накопленному объему инвестиций.

Формулу 5 выглядит следующим образом:

$$\text{ЧДП} = \sum m (\text{П}_m - \text{О}_m' - m) - \sum m \text{К}_m \quad (5)$$

где  $\text{О}_m'$  – величина оттока денежных средств на  $m$ -м шаге без капиталовложений (инвестиций) на том же шаге.

При расчете индекса доходности могут учитываться либо все капиталовложения за расчетный период, включая вложения в замещение выбывающих основных фондов, либо только первоначальные капиталовложения, осуществляемые до ввода предприятия в эксплуатацию.

Индекс доходности инвестиций превышает 1, если, и только если, для этого потока чистые денежные поступления имеют положительные значения.

Дисконтированные показатели оценки эффективности

Группа этих показателей иногда дополняется показателями, характеризующими денежные потоки в процессе инвестирования.

1. NPV (чистый дисконтированный доход). Разница между приведенными к настоящей стоимости суммой чистого денежного потока за период эксплуатации инвестиционного проекта и суммой инвестиционных затрат на его реализацию. Формула 6 имеет следующий вид:

$$NPV = \sum_{t=1}^n CF_t / (1+r)^t - \sum_{t=0}^n I_t / (1+r)^t \quad (6)$$

где  $CF_t$  – чистый годовой поток денежных средств от реализации инвестиционного проекта;

$I_t$  – сумма инвестиционных затрат по отдельным шагам горизонта расчета;  $r$  – дисконтная ставка;

$n$  – сумма числа периодов (горизонт расчета);

$t$  – шаг расчета.

2. Индекс доходности инвестиций.

Отношение предстоящего денежного потока по проекту к объему инвестиционных затрат. Формула 7 имеет следующий вид:

$$I = \sum_{t=1}^n CF_t / (1+r)^t / \sum_{j=0}^T I_j / (1+r)^j \quad (7)$$

где  $I$  – индекс доходности инвестиций.

3. Дисконтированный срок окупаемости.

Период времени от начала финансирования проекта до момента, когда разность между накопленной суммой дисконтированных доходов и дисконтированными затратами по проекту принимает положительное значение. Формула 8 имеет следующий вид:

$$DPP = \sum_{t=1}^n CF_t / (1+r)^t \geq \sum_{t=1}^n I_t / (1+r)^t \quad (8)$$

где DPP – дисконтированный период окупаемости

#### 4. Внутренняя норма доходности инвестиционного проекта.

Ставка дисконтирования, при которой проект становится безубыточным, т.е. чистый дисконтированный доход обращается в ноль. IRR определяется как решение следующего уравнения. Формула 9 имеет следующий вид:

$$\sum_{t=1}^n CF_t / (1+IRR)^t = \sum_{t=1}^n I_t / (1+IRR)^t \quad (9)$$

где IRR – внутренняя норма доходности.

То есть, при равенстве доходов и инвестиций полученная норма представляет собой нижнюю границу ставки доходности, при которой инвестирование не целесообразно. Если полученный показатель IRR будет ниже средневзвешенной доходности капитала инвестируемого объекта, от проекта надо отказываться. Кроме этого, полученная внутренняя норма доходности может служить нормой дисконтирования денежных потоков при расчетах показателей оценки инвестиционных проектов.

При сравнении нескольких инвестиционных вариантов IRR служит критерием отбора более эффективного варианта. Показатель IRR выражается в процентах, поэтому как относительный показатель, он используется для сравнения даже разномасштабных проектов и с различными жизненными циклами.

Расчет показателя ведется методом последовательного приближения. Функция NPV имеет нелинейный характер, поскольку знаменатель в вышеприведенном уравнении имеет степенную функцию. Поэтому определяются  $r$ , близкие к показателю  $NPV = 0$ , и в этом диапазоне осуществляется подбор  $r$ , при котором выполняется уравнение  $NPV = 0$ .



## 1.4 Сравнение отечественных и зарубежных подходов к оценке эффективности инвестиций

На сегодняшний момент мировая практика насчитывает множество методик по экономической оценке эффективности инвестиций, далеко не все из них совершенны и не содержат недостатков.

Зачастую, рекомендации не охватывают аспектов, интересующих инвестора, или затрагивают лишь некоторые моменты актуальных проблем. В связи с этим возникает вопрос: Соответствует ли применение российских методик сложившейся в стране экономической ситуации?

Отвечая на него, проведем сравнительный анализ. Начнем с того, что содержание той или иной методики обусловлено природой ее происхождения, поэтому целесообразным было бы рассмотреть предпосылки становления зарубежного и отечественного опыта бизнес-планирования.

Первым и наиболее существенным отличием является экономическое положение стран в период инвестиционного развития. Если методы проектного анализа за рубежом основывались на рыночных отношениях, возникновение отечественных подходов сдерживалось централизованной системой.

Полное подчинение государственной власти искореняло мотивы населения инвестировать. Однако даже с падением железного занавеса последствия тоталитаризма сдерживали процесс выработки новых методик и рекомендаций по оценке эффективности капиталовложений.

Во-вторых, в то время, как дух предпринимательства почти полностью охватил западные страны, способствуя развитию бизнеса и заставляя инвесторов ориентироваться на проекты все большего масштаба, отечественные инвесторы с опаской подходили к данному вопросу, финансируя менее серьезные проекты.

Третьим отличием выступает то, что степень использования компьютерных технологий и понимания необходимости их применения в России и за рубежом не являлась и до сих пор не является одинаковой.

Использование техники в расчетах, а также создание специализированных программ уже давно позволяет западным специалистам минимизировать затраты и использовать материальный и временной ресурсы максимально эффективно.

Продолжая отвечать на вопрос о состоятельности отечественных подходов к оценке инвестиций, проанализируем и определим степень разработанности их методологической базы. Однако, чтобы получить наиболее полное представления о реальной ситуации, необходимо помимо истории развития отечественного опыта в области бизнес-планирования рассмотреть и опыт западных стран.

Одним из первых российских документов, посвященных вопросу оценке эффективности капиталовложений, стала «Типовая методика определения эффективности капитальных вложений» 1969 г. В связи с тем, что до 1991 г. бюджетное финансирование капитальных вложений было доминирующим, способы оценки эффективности инвестиций, прописанные в положении, были общепринятыми и едиными для всех экономических субъектов.

По мере изменения социально-экономической и политической ситуаций в России, в 1988 г. разрабатывается другой документ: «Методические рекомендации по комплексной оценке эффективности мероприятий, направленные на ускорение научно-технического прогресса». В нем учтена необходимость создания новых критериев оценки эффективности инвестиций, требуемая рынком.

При этом стоит отметить, что основным обобщающим показателем указанного документа был показатель экономического эффекта от реализации проекта: производительность труда и фондоотдача, материалоемкость и энергоемкость производства, показатели технического уровня производства и качества продукции.

Сильной стороной перечисленных выше положений выступали технический и экономический аспекты проектного анализа, однако отсутствовали финансовая и маркетинговая составляющие.

Наряду с набирающей популярность западной литературой, освещающей опыт иностранных инвесторов в области проектного анализа, в российской практике использовались все новые и новые критерии оценки эффективности инвестиций.

В 1994 г. вышли «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», утвержденные совместным постановлением Госстроя России, Минэкономики РФ, Минфина РФ и Госкомпромом России от 31.03.94 г. № 7–12/47. Одной из отличительных особенностей данного положения стал пункт «Особенности оценки эффективности проектов с учетом факторов риска и неопределенности», до этого не принимавшийся во внимание.

Кроме этого, помимо экономической и коммерческой эффективности, предлагалось оценить бюджетную, обосновывающую целесообразность реализации проекта с точки зрения поступлений в бюджет. Все с той же целью создания некоего универсального языка, позволяющего специалистам в области финансового анализа, инвестиционного проектирования и менеджерам компаний общаться между собой, в 1999 данные рекомендации были дополнены. В частности, большое внимание уделено расчету общественной эффективности, а также добавлен раздел, посвященный инвестициям в финансовые проекты. Маркетинговая же составляющая оценки проекта в новой редакции документа по-прежнему остается не осязаемой. Как было сказано выше, данные методические рекомендации основаны на глубоком переосмыслении зарубежных изданий, поэтому стоит рассмотреть и их.

Подход к оценке эффективности инвестиционных проектов ЮНИДО, созданный в рамках международной организации ООН в 1978 г., стал одним из распространенных в мире, чем и обуславливается его значимость при составлении отечественных документов подобного характера. В 1991 г. было подготовлено издание данной методики на русском языке, что звучало как «Руководство по подготовке промышленных технико–экономических исследований».

Данный подход к написанию бизнес-плана позволял специалисту, разрабатывающему этот документ, не упустить важных моментов в описании текущей и планируемой деятельности организации и изложить результаты в виде, наиболее удобном для восприятия и понятном иностранному инвестору. Организация Объединенных Наций по промышленному развитию сегодня сама решает вопросы не только относительно совершенствования и всемирного использования своей методики, но и уделяет внимание ее реализации в виде компьютерных программ. Плодом подобной деятельности явилось программное обеспечение КОМФАР (COMFAR), которое в настоящее время распространяется ЮНИДО на коммерческой основе. Разумеется, данный подход не является единственно эффективным.

Крупные международные организации, специализирующиеся на различных сегментах финансового рынка, также разрабатывали свои собственные методики анализа эффективности инвестиций, согласно их специфическим целям и задачам. Однако, по большому счету, в основе всех этих подходов лежат общие черты.

Данные методики:

- строятся на описании структуры бизнес-плана;
- содержат пояснения относительно написания каждого из разделов;
- содержат примеры бизнес-планов;
- указывают на обязательность схемы затрат и нормативных актов в приложении.

Кроме того, все они ориентированы на руководителей, которые должны изучить этот материал и целый ряд соответствующих публикаций, собрать необходимую информацию и, опираясь на рекомендации, разработать бизнес-план. Отличаются же методики проведением финансовой оценки, где фигурируют разнообразные коэффициенты и показатели, а также тем, что значимость написания того или иного раздела бизнес-плана в каждом подходе разная.

Помимо ЮНИДО, распространение получили методики таких зарубежных организаций, как Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР), Мировой банк реконструкции и развития (МБРР) и Международная финансовая корпорация (МФК). Последние две из них относятся к группе Всемирного Банка, целью которого является содействие долговременному экономическому развитию посредством предоставления кредитов и займов для осуществления инвестиций.

В связи с этим, данные подходы основаны на проведении глубоко анализа с применением множества гибких инструментов, а также на четком выявлении преимущественных сторон и недостатков проекта. Если сравнивать данные методики относительно приоритетных направлений в составлении бизнес-плана, то подходы ЮНИДО, ЕБРР и МФК ставят на первый план финансовую составляющую проекта, придают значимость обоснованию его экономической эффективности, в то время как МБРР концентрирует внимание на анализе рынка и экономической конъюнктуре, в которой действует предприятие.

Так как основная часть данных рекомендаций по составлению бизнес-плана носит одинаковый характер, стоит остановиться на основных аспектах финансового анализа. Внутренняя норма доходности, показывающая прибыльность проекта, является важным показателем при его разработке, однако учитывается не всеми из представленных методик. Так, МБРР в своем подходе не обращается к данному коэффициенту, однако требует полного представления балансового отчета и расчета денежных потоков, которые не рассматриваются ЕБРР и которым не уделяется достаточного внимания со стороны МФК. Что же касается методики ЮНИДО, то в ней прописаны все из вышеуказанных элементов анализа, включая анализ чувствительности проекта.

Вероятно, популярность последней обусловлена именно требованиями к содержательности и всесторонней разработанности бизнес-плана.

Таким образом, проведенный анализ позволяет нам говорить о том, что развитие российских методик по оценке экономической эффективности инвестиционного проекта полностью строится на заимствовании опыта западных стран.

Схожесть или однородность понятий в данном случае выражается в:

- использовании принципа альтернативности;
- учете неопределенности и рисков, связанных с проектом;
- использовании общемировых показателей эффективности;
- представлении потоков продукции и ресурсов в денежной форме;
- оценке проекта по коммерческим, институциональным, финансовым, макроэкономическим и техническим критериям и параметрам.

Однако, несмотря на аналогичность содержания методик, в ходе рассмотрения российского и западного опыта выявлены существенные элементы несостоятельности отечественных рекомендаций. Одним из крупных и серьезных недостатков является отсутствие раздела, связанного с маркетинговой концепцией. Как известно, исследование рынка значительно снижает степень неопределенности при принятии важных решений, что, в свою очередь, позволяет инвестору эффективно распоряжаться собственными ресурсами.

В связи с тем, что на сегодняшний день одной из важных проблем развития рынка является создание на нем конкуренции, изучение внешней и внутренней среды и ее мониторинг становятся необходимыми условиями анализа эффективности инвестиций.

Отсутствие же подобных операций влечет за собой формирование неполноценного и недостоверного представления о результатах воплощения идей. Кроме того, иностранные методики предлагают оценивать эффективность реализации намеченного проекта вплоть до рекламных мероприятий на каждом из этапов его осуществления. Такие тонкости в разработке бизнес-плана позволяют получить более точные выводы о целесообразности вложения средств.

Другим существенным отличием между отечественными и западными методиками является то, что действующие «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов» являются универсальными и не учитывают специфику различных сфер экономики. Зарубежный же опыт богат подходами, позволяющими сконцентрировать внимание на отдельных, наиболее серьезных аспектах бизнес-проекта, что делает вопрос привлечения инвесторов более отлаженным и легким.

Стоит также упомянуть, что оценка эффективности проекта согласно иностранным методикам является более комплексной и всесторонней, нежели согласно российским рекомендациям. Она включает в себя различные нюансы, заставляя разработчика бизнес-плана расписывать все производственные процессы от начала и до конца.

Важным является и то, что западные методики принимают во внимание социальный и экологический факторы, имеющие сегодня, как критерии развитости общества, довольно высокую значимость.

Так как наша страна является развивающейся, вполне естественно, что инвестиции оказывают прямое воздействие на объем национального дохода и занятости, развитие сфер хозяйства и отраслей производства и, в конечном счете, на рост экономики в целом. На территории Российской Федерации нереализованной остается значительная часть возможностей, связанная, прежде всего с особенностями малого и среднего бизнеса.

Проекты, успешно воплощенные в жизнь на западе, остаются без внимания отечественных инвесторов по ряду причин: неразвитость системы маркетинговых исследований, затратность осуществления проекта, наличие инфляционных ожиданий, обремененность документальной отчетностью и т. д. Опираясь на этот факт, нельзя недооценивать поток иностранных инвестиций в страну, благодаря чему возникают новые сегменты рынка и появляются рабочие места.

Кроме того, иностранные методики предлагают оценивать эффективность реализации намеченного проекта вплоть до рекламных мероприятий на каждом из этапов его осуществления. Такие тонкости в разработке бизнес-плана позволяют получить более точные выводы о целесообразности вложения средств.

Зарубежный же опыт богат подходами, позволяющими сконцентрировать внимание на отдельных, наиболее серьезных аспектах бизнес-проекта, что делает вопрос привлечения инвесторов более отлаженным и легким. Стоит также упомянуть, что оценка эффективности проекта согласно иностранным методикам является более комплексной и всесторонней, нежели согласно российским рекомендациям.

Она включает в себя различные нюансы, заставляя разработчика бизнес-плана расписывать все производственные процессы от начала и до конца. Важным является и то, что западные методики принимают во внимание социальный и экологический факторы, имеющие сегодня, как критерии развитости общества, довольно высокую значимость.

Стало быть, правильно составленный, прописанный согласно международным стандартам бизнес-план поможет привлечь не только отечественных, но и зарубежных инвесторов, что, в свою очередь, создаст условия для развития предпринимательства и улучшит экономические показатели России.



## Вывод по разделу один

Для написания успешного бизнес-плана необходимы знания о таких предметах, как инвестиции и инвестиционный анализ, финансовый менеджмент, и, конечно же, бизнес-планирование.

В первом разделе данной главы мною были рассмотрены понятие бизнес-плана, не только конечная цель его создания, но и внешние цели бизнес-планирования. Сущность планирования проявляется в четком развитии предприятия, а различные методы планирования позволяют достичь предприятию желаемого результата.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором содержатся не только начинания предпринимателя, но также и список проблем, с которыми, возможно, столкнется предприятие. Также бизнес-план необходим для того, чтобы привлечь вероятного инвестора, убедить его с помощью расчетов и подробных сведений о проекте в целесообразности вложения денежных средств.

Также необходимо учесть способы экономической оценки инвестиционных проектов, которые осуществляются благодаря простым и дисконтированным показателям. Эти показатели рассчитываются, прежде всего, для того, чтобы определить потенциальную привлекательность для его возможных участников, а также с целью поиска инвесторов.

В заключительном разделе был проведен анализ отечественных и зарубежных подходов к оценке эффективности инвестиций. В данном анализе были выявлены сходства и отличия различных методик, а также выбор определенной методики по разработке бизнес-плана, вариантность решений и др.

Бизнес-план оценивает перспективную ситуацию как внутри предприятия, так и вне его. Он используется для обоснования мероприятий по совершенствованию и развитию организационно-производственной структуры предприятия.

## 2. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОЕКТА

### 2.1 Резюме проекта

Открытие собственного бизнеса является идеальным вариантом для всех, кто стремится к финансовой независимости. Многие индивидуальные предприниматели работают самостоятельно, не нанимая работников. Бизнес - план представляет собой проект создания ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER», который сможет успешно конкурировать на рынке предоставления парикмахерских услуг жителям Челябинска, приносить стабильный доход его владельцу(таблица 1)

Горизонт расчёта: 3 года. Потребность в финансировании: 252 800 рублей.

Источник финансирования: кредит Альфа Банка на 1 год в сумме 196 800 рублей и собственные средства 56 000 рублей.

Таблица 1 - Интегральные показатели экономической эффективности проекта:

Наименование показателя	Величина	Критерий
Чистый приведенный доход (NPV), в тыс. руб.	361	> 0
Индекс доходности (PI)	1,22	> 1
Внутренняя норма рентабельности (IRR), в %	21,8%	> r
Срок окупаемости (PP), в годах	0,9	-
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), в годах	0,9	-

Вывод: таким образом NPV положительный и указывает на превышение продисконтированных денежных притоков над продисконтированными инвестициями на 361 тыс. руб; PI больше единицы характеризует получение 1 руб.22 коп. дисконтированного дохода на 1 руб. дисконтированных вложений в проект; IRR превышает ставку дисконтирования и указывает высокий запас прочности стоимости вложенного капитала; срок окупаемости пределах 1-го календарного года. Соответствие показателей критериальным соотношениям

говорят о целесообразности вложения средств в проект: запуск и реализацию.

## 2.2 Организационный план

Цель данного раздела бизнес-плана представить подробную характеристику проекта: его суть, планирование, расчёт потребности в финансировании и определение условий финансирования.

### 2.2.1 Подробное описание сути проекта

Бизнес любых масштабов подразумевает его отношение к той или иной бизнес – структуре. Индивидуальный (личный) бизнес – это такая система организации, при которой учредитель берёт на себя всю ответственность в финансовом и юридическом плане, вынужден сам решать все текущие вопросы, но при этом не нужно, ни с кем делить доход и отчитываться перед кем-то о проведенной работе.

Парикмахерская будет находиться в «спальном» районе города Челябинска, обладающем достаточным объёмом потенциальных потребителей парикмахерских услуг.

Персонал парикмахерской будет состоять из одного специалиста – мастера профессионалов широкого профиля, работающих как с взрослой аудиторией (мужчинами и женщинами), так и с детьми.

График работы ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER»  
6-и дневная рабочая неделя (выходной - воскресенье).

12-ти часовой рабочий день: со вторника по воскресенье (с 08.00 до 20.00).

Оказание парикмахерских услуг будет происходить в арендованном помещении площадью в 50 кв.м., в котором будет присутствовать:

- парикмахерский зал на два кресла (рабочее место) – 35 м<sup>2</sup>
- зона ожидания – 5 м<sup>2</sup>
- вспомогательные помещения (санузлы, кладовые) – 10 м<sup>2</sup>.

Оказание парикмахерских услуг регламентируются следующими основными нормативно-правовыми актами:

- Гражданский кодекс РФ (часть 2) глава 39 Возмездное оказание услуг ;
- Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» ;
- Правила бытового обслуживания населения РФ, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 № 1025 ;
- ГОСТ Р 51142-98 «Услуги бытовые. Услуги парикмахерских. Общие технические условия» [9];
- СанПиН 2.1.2.2631-10 «Санитарно - эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметологические услуги» ;
- СП 1.1.1058-01 « Организация и проведение производственного контроля над соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно – противоэпидемиологических (профилактических) мероприятий».

Сейчас регистрация физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей через Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг происходит быстро без взимания госпошлины в течение 7 дней (Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»)

## 2.2.2 Планирование проекта

Цель календарного планирования проекта - получить точное и полное расписание проекта с учётом работ, их длительностей, необходимых ресурсов, который служит основой для исполнения проекта.

Календарное планирование проекта представляет собой планирование работ по двум этапам (таблица 2):

1) подготовительный этап (пред инвестиционной этап и инвестиционный этап);

2) этап реализации проекта – предполагающий запуск проекта и получение дохода от его реализации (эксплуатационный этап).

Таблица 2 – Календарный график проекта

Этапы	Планируемые мероприятия	Дата		Длительность (дни)
		Начало этапа	Окончание этапа	
Подготовительный этап	1. Подготовка и оформление пакета документов, необходимых для открытия салона красоты	01.07.2021	29.08.2021	59
	2. Маркетинговые исследования для организации бизнес- идеи создание нового предприятия ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER»	01.09.2021	30.09.2021	29
	3. Аренда и косметический ремонт помещения	01.10.2021	20.10.2021	19
	4. Переговоры с поставщиками оборудования, материалов и инструментария	21.10.2021	28.10.2021	7
	5. Покупка оборудования, материалов и инструментария	28.10.2021	08.11.2021	12
	6. Расстановка оборудования и подготовка к открытию парикмахерской (дизайн)	10.11.2021	20.11.2021	10
Этап реализации и	7. Открытие ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER». Первый день приёма клиентов	01.12.2021	-	-
	Итого длительность подготовительного этапа			136

Таким образом, длительность подготовительного этапа составит 136 дней с 1 июля по 20 ноября 2021 года.

Этап реализации проекта – предполагающий запуск проекта и получение дохода от его реализации. Открытие салона красоты запланировано на 1 декабря.

Финансовое планирование: определение потребности в финансировании на каждом из этапов проекта, к ним относятся:

1. Первоначальные единовременные затраты (капитальные вложения – инвестиции в основные фонды);
2. Предварительные операционные затраты подготовительного периода (затраты на приращение оборотного капитала)

Расчёт стоимости приобретений основных средств, представлен в таблице Б.1 приложения Б, а стоимость оборотных месячных расходных материалов и комплектующих в таблице Б.2.

Потребность в финансировании составляет 252 800 тысяч рублей. Полученные расчёты занесём в таблицу 3.

Таблица 3 – Потребность в финансировании проекта

Наименование	Сумма,руб.	Поставщик
Единовременные затраты		
Потребность в основных средствах (таблица Б.1)	226 800 руб.	Косметик`PRO
Итого единовременные затраты	226 800 руб.	
Затраты на приращение оборотного капитала		
Расходные материалы на месяц (таблица Б.2)	26 000 руб.	
Итого затрат на приращение оборотного капитала	252 800 руб.	
Итого потребность в финансировании проекта	252 800 руб.	

### 2.2.3 Определение источника и условий финансирования проекта

Так как в городе много банков, чтобы взять кредит, я выбрала банк с максимально низкой процентной ставкой-7,7 % «АльфаБанк»

Основные источники финансирования (таблица 4):

Таблица 4 – Структура финансового проекта

Источник	Сумма, руб.	Доля, в %	Условия
1. Собственные средства ИП	56 000 тыс.руб	22,2	
2. Заемные средства - банковский кредит	196,8 тыс.р руб	77,8	Кредит Альфа Банк под 7,7% годовых.
Итого	252,8 тыс. руб	100,0	

Общий объём инвестиций составит 252 800 тыс. рублей, из которых кредит банка 196 800 тыс. рублей. В общей структуре кредит банка составил 77,8%, а собственные средства 22,2%.

Проведём расчёт суммы, которую мы должны будем выплатить Альфа Банку, по истечении срока кредитования: основной долг и проценты по кредиту, используя следующую формулу(1):

$$F = P \cdot (1 + n \cdot r), \quad (1)$$

где F - основной долг и проценты по нему;

P - первоначальная стоимость кредита;

r – процентная ставка;

n – срок кредита

$$F = 196\,800 \cdot (1 + 1 \cdot 0,077) = 196\,800 \cdot 1,077 = 211\,953,6 \text{ руб.}$$

1. Доход Альфа Банка (I) будет равен:  $I = F - P = 211\,953,6 - 196\,800 = 15\,153,6$  руб.

Погашение основного долга и процентов по кредиту осуществляется

ежемесячно равными долями.

2. Ежемесячные расходы на погашение кредита составят:  $211\,953,6:12=17\,662,8$  руб.

В том числе погашение основного долга в сумме 16 400 рублей ( $196\,800:12$ ), и проценты по кредиту в сумме 1262,8 рублей ( $15\,153,6:12$ ).

Календарный график погашения кредита представлен в таблице 5

Таблица 5– График погашения кредита

Значения по шагам (продолжительность инвестиционного цикла 12 месяцев)	Остаток по кредиту,руб.	Погашение долга,руб.	Проценты	Ежемесячный платёж,руб.
ноябрь 2021 г.	196 800 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
декабрь 2021 г.	180 400 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
январь 2022 г.	164 000 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
февраль 2022 г.	147 600 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
март 2022 г.	131 200 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
апрель 2022 г.	114 800 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
май 2022 г.	98 400 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
июнь 2022 г.	82 000 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
июль 2022 г.	65 600 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
август 2022 г.	49 200 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
сентябрь 2022 г.	32 800 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
октябрь 2022 г.	16 400 руб	16 400 руб	1 262,8 руб	17 662,8 руб
итого 2022 г.	0	196 800 руб	15 153,6 руб	211 953,6 руб

Кредитные обязательства (=196 800рублей) будут погашены в течение 1 года.

## 2.3 План производства

### 2.3.1 Описание технологии производства продуктов

Суть салонов красоты заключается в уходе за волосами. Волосы это естественное украшение человека. Современный парикмахер должен хорошо



знать структуру волос, чтобы успешно с ними работать. Правилами бытового обслуживания населения РФ дано понятие парикмахерских услуг :

- услуги парикмахерских - результат непосредственного взаимодействия организации и клиента, а также собственной деятельности организации по удовлетворению эстетических и гигиенических потребностей клиента.

- потребитель услуг - гражданин (клиент), получающий, заказывающий или имеющий намерение получить или заказать услуги для личных нужд.

В настоящее время наиболее распространенными являются универсальные парикмахерские, которые позволяют охватить наибольший целевой круг аудитории. В таких предприятиях возможны отдельные изолированные залы: мужской и женский залы, но может быть и один общий зал.

Уход за волосами - это всевозможные стрижки, окрашивание волос, укладка или их наращивание, создание причёсок. Наряду с этим в парикмахерских традиционно производят коррекцию линии бровей, окраску бровей и ресниц, маникюр, педикюр и т.д. Все виды парикмахерских услуг подчеркивают свежесть, ухоженность и красоту клиента.

Стрижка – самая популярная и самая сложная парикмахерская услуга. Любая причёска зависит от качества выполненной стрижки. Чтобы выполнить её квалифицированно, парикмахеру необходимы воображение художника, профессиональные знания и практические навыки техники стрижки, а также точность и постоянный контроль, за своими действиями.

В парикмахерской практике определились базовые стрижки. Базовые стрижки помогают овладеть основными видами срезов, приёмами стрижки, разным парикмахерским инструментом.

Технологии их выполнения положены в основу многих других стрижек, которые служат созданию разнообразных модификаций. Навыки базовой технологии позволяют импровизацию в исполнении стрижки. При комбинировании разных техник и подходов создаются модельные стрижки, которые являются показателем мастерства парикмахера.

Окрашивание – вторая по популярности услуга. При помощи окрашивания можно эффективно подчеркнуть стиль или сменить имидж клиента. Особенно популярны технологии окрашивания волос: мелирование и колорирование.

-Мелирование представляет собой окрашивание волос в два цвета – тёмный и светлый, или высвечивание отдельных прядей на натуральных волосах.

-Колорирование – окрашивание волос в несколько цветов. Отдельные пряди окрашиваются в близкие по тону цвета. Профессионалы могут применять до двадцати различных оттенков.

Любая, даже самая стильная, стрижка не будет смотреться законченной без укладки волос.

Укладка, в зависимости от желаемого результата, может быть простой (повседневной) и сложной (вечерняя, свадебной).

Плетения – это отдельный вид причёсок особенно актуальны в летнее время. Разные виды кос: африканские с добавлением нитей или дреды; французские косы.

Основные виды парикмахерских услуг, направленные на восстановление волос, подразумевают устранение последствий агрессивного воздействия. Наиболее популярны процедуры: экранирования волос (восстановление) и с использованием травяных ванн, которые позволяют укрепить волосы. Лечебный эффект распространяется и на кожу головы, устраняя имеющиеся проблемы.

Качество парикмахерских услуг – очень деликатный вопрос, поскольку сразу отражается на внешности потребителя и даже порой на его здоровье.

В парикмахерском обслуживании немаловажную роль играет нормирование. Нормирование - способ организационного воздействия на сотрудника. Нормы обслуживания клиентов – это установленный на одного работника объём нормы времени обслуживания, который определяется в соответствии с определённым видом оказываемых услуг (стрижка, окрашивание, укладка и т.п.) на основании Приказа Росбытсоюза от 24.03.98 № 25 «Об утверждении нормативной документации по услугам парикмахерских» (приложение В).

Правила оказания бытовых услуг и требования ГОСТа Р51142-98 (п.5.5)

установлено, что работник, оказывающий услуги парикмахерских, должен иметь специальное профессиональное образование и должен быть аттестован в соответствии с квалификацией

Таким образом, ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER», оказывая разносторонний спектр парикмахерских услуг в Челябинске, может не только порадовать клиентов, но и привлечь большую аудиторию. За счёт предоставления дополнительных недорогих и качественных услуг, доброжелательного отношения к клиентам (чай, кофе, вода, печенье, конфеты), повлечёт за собой увеличение прибыли фирмы.

### 2.3.2 Обоснование потребности в основных средствах

Мебель, оборудование, расходные материал и инструменты закупаем для профессионального использования. Оборудование для парикмахерских должно быть качественным. Использовать надо только профессиональное оборудование, специально предназначенное для парикмахерских. Основные поставщики:

-Косметик`PRO парикмахерское оборудование, мебель, инструментарий.  
<https://kosmetikpro.ru>

-Интернет –магазин профессиональной косметики Кароус  
<https://www.karous.ru>

-Мебель IKEA : // <https://www.ikea.com/ru>

-Интернет – магазин «Хитэк-Урал» - парикмахерские инструменты // [http://ural.hitekgroup.ru/catalog/parikmaherskie\\_instrumenty/](http://ural.hitekgroup.ru/catalog/parikmaherskie_instrumenty/)

При открытии парикмахерской при выборе оборудования нужно исходить из оптимального соотношения цена-качество. Экономить на удобстве клиентов нельзя, лучше выбирать удобные кресла и парикмахерскую мойку, надежное электрическое оборудование.

При приобретении мебели нужно обратить внимание на удобство места парикмахера, от этого будет зависеть эффективность его работы.

К основным фондам предприятия мы относим производственные материальные вещественные ценности, которые действуют в течении длительного периода времени, сохраняя при этом натурально – вещественную форму и перенося свою стоимость на готовую продукцию по частям в виде амортизационных отчислений.

Планируемое приобретение основных средств представлено в таблице Б.1 приложения Б.

Основные средства будут использоваться в производстве, а также для управленческих нужд. Они будут использоваться в течении длительного периода времени и будут приносить доход в будущее.

Таким образом, первоначальные минимальные инвестиции в основные фонды ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» составили 226 800 рублей.

Амортизация рассчитана по следующей формуле(2):

$$A = \text{Норма (A)} \cdot \Phi / 100\%, \quad (2)$$

где  $\Phi$  – первоначальная стоимость основных фондов.

Норма (A) – норма амортизации;

Норма амортизации вычисляется по следующей формуле(3):

$$\text{Норма (A)} = 1 / n \cdot 100 \%, \quad (3)$$

где n - срок службы.

Сумма амортизационных отчислений за год составит 32 795 рублей.

### 2.3.3 Обоснование потребности в оборотных средствах

Парикмахерские как направление бизнеса продолжают оставаться в горизонте наблюдения начинающих предпринимателей и инвесторов. Большая часть

вложений учредителей ожидается на стадии открытия бизнеса, тогда как текущие расходы на обслуживание граждан остаются минимальными.

Наряду с основным капиталом для нормального функционирования ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» необходим оборотный капитал (оборотные средства) – это денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения.

В оборотные средства парикмахерской включим:

- производственные запасы с учётом среднесуточной посещаемости в месячном объёме (лаки, краски для волос, гели, пенки, салфетки и т.д., согласно выбранному перечню оказываемых услуг);

- запасы наборов для мастеров;

- денежные средства – расходы будущих периодов (затраты на освоение новых видов продукции и услуг, плата вносимая авансом за коммунальные услуги);

- расходы на ремонт помещений и текущий ремонт оборудования;

Норматив оборотных средств производственных запасов определяем следующим образом(4):

$$N_{об.} = C_{потр.} \cdot N_{зап.}, \quad (4)$$

где  $C_{потр.}$  - среднедневное потребление материалов, руб.

$N_{зап.}$  - норматив запаса в днях.

В результате расчётов (таблица В.2 приложения В) мы получаем оборотные средства на первый месяц в размере 26 000 рублей. В год оборотные средства определены в размере 312 000 рублей.

Рассчитаем потребность в оборотных средствах на единицу продукции.

Полученный месячный норматив оборотных средств (в месяц) в размере 26 000 рублей, предусматривает в среднем производство 208 стрижек или 125 рублей на стрижку (26 000: 208):

- на мужскую стрижку - 32% или 40 рублей;
- на женскую стрижку - 65% или 81 рублей;
- на детскую стрижку – 3% или 4 рублей.

#### 2.3.4 План операционных затрат

В данном разделе необходимо учесть все затраты, возникающие на этапе реализации проекта.

Существуют различные классификации текущих затрат, связанных с операционной деятельностью предприятия.

В данном разделе примем за основу классификацию операционных затрат в зависимости от степени влияния на них объема производства, выделим условно-постоянные и условно-переменные затраты.

##### 2.3.4.1 Условно-постоянные расходы проекта

К условно-постоянным расходам проекта относятся все статьи затрат, которые не зависят от объёма выпуска и реализации продукции (услуг, работ):

- коммунальные платежи;
- арендная плата;
- заработная плата (в том случае, если на предприятии принята окладная система оплаты труда, относим к постоянным затратам; если сдельная – к переменным затратам);
- амортизация; затраты на рекламу;
- проценты по кредиту; прочие.

Следует отметить, что по данному бизнес - проекту основной социальной задачей является самозанятость физического лица, т.е. индивидуальный предприниматель единолично будет исполнять все функции: парикмахера, администратора, бухгалтера и т.п. Поэтому индивидуальный предприниматель

не вправе начислять и выплачивать зарплату самому себе. Это общее правило, которое действует в 2020 году, т.к. заключать договор ИП сам с собой не может в этом случае нет одной из сторон сделки (ст.56 ТК РФ) .

Поэтому назначать и выплачивать самому себе зарплату нельзя, но это не означает, что предприниматель останется без дохода. Он вправе взять деньги напрямую из бизнеса. При этом платить страховые взносы и налоги с таких выплат не надо. Ведь предприниматель платит налоги с текущей деятельности .

Выбор оптимальной системы налогообложения позволяет сократить издержки на налоговые отчисления в бюджет, экономя личные ресурсы. Патентная система налогообложения (ПСН) может, применяться исключительно для ИП, перечень которых определён Налоговым кодексом РФ (п.2 ст.346.43). В этом перечне обозначены парикмахерские и косметические услуги .

Данную систему может применять ИП с доходами ниже 60 млн. руб./год и численность наёмных работников – не больше 15 человек.

Патентная система налогообложения выгодна, в случае если у ИП нет сотрудников. ИП перешедшие на ПСН освобождаются от уплаты НДС, НДФЛ, налога на имущество. Стоимость патента рассчитывается, исходя из потенциального возможного годового дохода ИП.

Общая ставка налога при данной системе равна 6 % (в отдельных случаях она может быть снижена до 0). Декларация не представляется.

В каждом регионе страны стоимость Патента разная. В Челябинской области размер потенциально возможного к получению ИП дохода на 2021 год для парикмахерских и салонов составляет 150 000 рублей.

Таким образом, стоимость годового патента парикмахерских услуг ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» будет равна 9 000 рублей (150 000\*6%).

В 2021 году размер отчислений на страховые взносы изменился. Налоги ИП за себя. Их нужно платить независимо от того, есть у ИП работники или нет, и какую систему налогообложения он применяет. Статья 430 НК предусматривает размер страховых взносов, уплачиваемых плательщиками, не производящими

выплат и иных вознаграждений физическим лицам в 2020 году в следующих размерах :

-на обязательное пенсионное страхование (за себя) 32 448 руб.

-на обязательное медицинское страхование (за себя) 8 426 руб.

На пенсионное страхование в ПФР с доходов, превышающих 300 000 рублей, за 2020 год установлено, дополнительно 1 % от суммы доходов.

Лучшая реклама для парикмахерской – это рекомендации знакомых. Если открыли хорошую парикмахерскую, со временем качество предоставляемых услуг будут известны всему микрорайону, особенно среди женской аудитории. Такая реклама самая дешёвая, но требует времени и большой работы.

Для достижения более быстрого результата можно использовать несколько вариантов, распространение листовок по почтовым ящикам близлежащих домов и рекламу в социальных сетях.

Общие условно-постоянные затраты представим таблицей 6.

Таблица 6 – Общие условно - постоянные затраты проекта

Статья затрат	Сумма в месяц,руб.	Сумма в год,руб.
1.Аренда помещения	20 000 руб.	240 000 руб.
2.Коммунальные платежи (отопление)	1 500 руб.	18 000 руб.
2.Амортизация	2 733 руб.	32 795 руб.
3.Проценты по кредиту	1 262,8 руб.	15 153,6 руб.
4. Затраты на рекламу	200 руб.	2 400 руб.
5.Налоги	3 406 руб.	40 874 руб.
6. Прочие (вывоз мусора, услуги связи и т.п.)	400 руб.	4 800 руб.
Итого	23 750 руб.	354 022,5 руб.



#### 2.3.4.2 Условно-переменные расходы проекта

Условно-переменные расходы проекта напрямую зависят от объёма оказанных услуг парикмахером. К этим расходам, прежде всего, относим (таблица 7):

- затраты на материалы и комплектующие (таблица Б.2 приложения Б);
- коммунальные услуги, т.к. в зависимости от количества оказываемых услуг будут изменяться коммунальные платежи, согласно счётчикам приборов учёта.

Таблица 7 – Общие условно - переменные расходы проекта

Статья затрат	Сумма в месяц (руб.)	Сумма в год (руб.)
1 Материалы и комплектующие	26 000 руб.	312 000 руб.
2. Коммунальные услуги (электроэнергия, водоснабжение, горячее водоснабжение)	4 000 руб.	36 000 руб.
Итого	30 000 руб.	360 000 руб.
Всего стоимость услуг	53 700 руб.	645 000 руб.

Всего текущие затраты, связанные с операционной деятельностью за месяц составят 53 750 рублей, а годовые затраты 645 000 рублей.

### 2.4 План маркетинга

#### 2.4.1 Обоснование цены продукта проекта

Успех предприятия, в том числе и в конкурентной борьбе зависит и от грамотной маркетинговой политики заведения, сформированного имиджа, и от организационного подхода. Основные проблемы начинающих парикмахерских – это необоснованное завышение цен, отсутствие чёткого портрета своего клиента, и разделения категорий клиентов.

Цена - это денежное выражение стоимости товара (услуг), т.е. та сумма денег, которую покупатель уплачивает за товар. В условиях рынка цена выступает

связующим звеном между производителем и потребителем, обеспечивая равновесие между спросом и предложением, получение предприятием необходимого уровня доходов. Процесс ценообразования с учётом рыночных факторов происходит в сфере реализации продукции

. Именно здесь сталкиваются такие категории, как спрос на продукцию и услуги, предложение, полезность предлагаемого товара или услуги, целесообразность его приобретения, качество и конкурентоспособность. Цены на товары и услуги проходят непосредственную проверку рынка, где и формируются окончательно.

Для расчёта себестоимости используем величину доли услуг в общем объёме продаж. Расчет данной переменной представлен в таблице 8

Таблица 8 - Расчёт доли в общем объёме продажи

1) Стрижка мужская	2) Стрижка женская	3) Стрижка детская
1. Валовая выручка = 897 000 руб. (=100%)		
2. Среднерыночная цена товара = 275 руб.	2. Среднерыночная цена товара = 525 руб.	2. Среднерыночная цена товара = 200 руб.
3. Объём продаж = 1248 ед.	3. Объём продаж = 936 ед.	3. Объём продаж = 312 ед.
4. Выручка по услугам (стр.2 x 3) = 343 000 руб.	4. Выручка по услугам = 491 400 руб.	4. Выручка по услугам = 62 400 руб.
5. Доля в общем объёме (стр.4 /1 *100%) = 38,2%	5. Доля в общем объёме = 54,8%	5. Доля в общем объёме = 7,0%

На основании расчёта видим, что наибольший удельный вес в выручке составляют оказание парикмахерских услуг клиентам – женщинам, доля которых равна 54,8%, на втором месте услуги мужчинам- 38,2%, доля детей не велика -7%.

Расчёт себестоимости единицы услуг (метод полных затрат) дан в таблице 9

Таблица 9 – Расчёт себестоимости единицы услуг (метод полных затрат)

Наименование	Стоимость (руб)	Наименование	Стоимость (руб)	Наименование	Стоимость (руб)
1) Стрижка мужская		2) Стрижка женская		3) Стрижка детская	
1. Удельные переменные (VC)	40,0	1. Удельные переменные (VC)	81,0	1. Удельные переменные (VC)	4,0
2. Общие постоянные затраты (TFC) = 354 022,6 (100%)					
3. Количество товара в натурал.ед.	= 1248 ед.	3. Количество товара в натурал.ед.	= 936 ед.	3. Количество товара в натурал.ед.	= 312 ед.
4. Доля общем объеме продаж, ед	38,2%	4. Доля общем объеме продаж, ед	54,8%	4. Доля общем объеме продаж, ед	7,0%
5.. Общие постоянные затраты	354 022,6 x 0,382 = 489 259	5.. Общие постоянные затраты	354 022,6 x 0,548 = 194 004	5.. Общие постоянные затраты	354 022,6 x 0,07 = 24781
6. Удельные постоянные (FC)	489 259/1248 = 392	6. Удельные постоянные (FC)	194 004/936 = 207	6. Удельные постоянные (FC)	24781/312 = 79
Итого себестоимость	432 руб.	Итого себестоимость	288 руб.	Итого себестоимость	83 руб.

Рациональная цена продукции лежит в диапазоне между себестоимостью её производства и рыночной ценой подобных услуг. Сопоставляя расчётную величину себестоимости и максимально возможную рыночную цену, предприниматель самостоятельно определяет конечную цену продажи.

#### 2.4.2 Анализ конкурентов

Конкуренция – это соперничество на рынке, экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров и услуг за привлечение клиентов и получение благодаря этому максимальной выгоды. Конкуренция стимулирует совершенствование производства и оказания услуг и понижение цен на услуги. Конкуренция заставляет парикмахерские наиболее полно воспринимать научно-технические достижения, применять эффективное оборудование, современные технологии, новые методы организации производства и труда.

Что касается конкурентов, то в микрорайоне города, где планируется расположить ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER», в радиусе 800 метров нет ни одной парикмахерской. За пределами этого радиуса есть одна парикмахерская «Диана» и один салон - красоты «BOGEMA». Между парикмахерскими, как и в любом другом бизнесе, существует жёсткая конкуренция. В общем виде сравнительная характеристика услуг представлена в таблице 10.

Таблица 10 –Анализ конкурентов

Критерии	Объект исследования («BEAUTY REMEMBER»),	Главные конкуренты	
		Парикмахерская «Диана»	Салон красоты «BOGEMA»
<b>1. Характеристика процесса оказания парикмахерских услуг</b>			
1.1 Качество услуг	4 (хорошее)	4 (хорошее)	5 (высокое)
1.2 Цена	4 (средняя)	4 (средняя)	2 (высокая)
1.3 Репутация (престиж, качество обслуживания)	4 (хорошее)	4 (хорошее)	4 (хорошее)
1.4 Контингент обслуживания	5 (максимальный)	4 (средний)	2 (узкий)
1.5 Перечень предлагаемых услуг (ассортимент)	3 (узкий)	4 (средний)	5 (широкий)
Итого по оказанию услуг	20	20	18
<b>2. Месторасположение предприятий</b>			
2.1 Месторасположение	5 (удачное)	3 (среднее) рядом «Богиня»	3 (среднее) рядом «Семейная»
Итого по месторасположению	5	3	3
<b>3. Продвижение парикмахерских услуг</b>			
3.1 Реклама	2	2	2
3.2 Сайт	2	2	5
3.3 Ценовая политика	5	5	4
Итого продвижение услуг	9	9	11
Всего	34	32	32

Каждый фактор в таблице получает оценку от 0 (наиболее слабые позиции) до 5 (доминирующие позиции).

Таким образом, конкурентные преимущества основных конкурентов объекта исследования (ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER»)

- для парикмахерской «Диана» - это цена и ценовая политика фирмы;

- для салона красоты «BOGEMA»- качество и ассортимент оказываемых услуг.

Слабой стороной этих предприятий является то, что они находятся рядом. Но конкурируя в разных «весовых категориях», они остаются конкурентоспособны между собой. Конкурентоспособность ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER») находится на более высоком уровне в сравнении с конкурентами на 6,3%.

Конкурентоспособность услуги определяется, прежде всего, её качеством и ценой. Более конкурентоспособной является та услуга, которая обладает более высоким качеством по сравнению с другими аналогичными услугами при меньшей цене. Такое сочетание наиболее привлекательно для клиентов.

Цена – это денежное выражение стоимости услуги. На основе проведённого анализа конкурентов предполагаем, использовать метод ориентации на текущие цены конкурента Парикмахерская «Диана», т.к. это заведение наиболее близкое по масштабам и перечню услуг к создаваемому ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER») (приложение Г).

#### 2.4.3 Анализ покупателей

Основная задача парикмахерского бизнеса – удовлетворение потребностей клиентов. Правильный выбор клиента является одним из наиболее важных аспектов маркетинга. Задача салона красоты – максимально увеличить потребительскую ценность услуги.

Чтобы добиться этой цели необходимо следующее.

-Как можно лучше знать своих клиентов, используя опыт и интуицию, собирая информацию о них, а также анализируя и прогнозируя мотивы их поведения. К каждому обслуживаемому клиенту надо подходить как к постоянному источнику прибыли, а не как к разовому посетителю.

-Устанавливать индивидуальный подход к клиентам. В данном контексте подразумевается ведение базы данных по клиентам (индивидуализированный

маркетинг). Персональный маркетинговый подход к клиентам даёт реальную возможность личностного воздействия на них.

Рынок услуг позволяет ориентироваться на клиентов любого уровня достатка, т.к. их количество удовлетворяет всех конкурентов на рынке услуг.

Всё технологическое оборудование позволяет оказать весь спектр услуг, планируемых к реализации. В зависимости от характера оказываемых услуг их продолжительность может колебаться в значительных пределах: от 10-и минут (стрижка мужчины под «ноль») до 70-90 минут (мелирование пышной прически у женщин). Нормативы отражены в приложении В.

Принимаем стандартное среднее время мужской стрижки 40 минут, женская стрижка и укладка 60 минут.

На основе этих данных необходимо выявить, сколько один мастер может обслужить клиентов в смену при полной загрузке. Правда, стоит учитывать, что идеально варианта с постоянной загрузкой не будет, лучше рассчитывать загрузку в 60-70%.

Итак, за смену работы (технологически чистое рабочее время принимаем 9 часов) парикмахер в состоянии обслужить:

-в час  $60/40 = 1,5$  клиента мужчин или  $60/60 = 1,0$  клиента женщин;

-в смену 9 час  $\cdot 1,5 \approx 13$  клиентов мужчин или 9 час  $\cdot 1 = 9$  клиентов женщин.

С учётом того, что заполняемость будет постепенно нарастать, принимаем первоначально, что максимально возможный объём потребителей составит 65%. Производим расчёт, планируемого потока посетителей, а также средний уровень выручки. Таким образом, средняя дневная посещаемость составит:

$0,65 \cdot 13 \approx 9$  клиентов-мужчин или  $0,65 \cdot 9 \approx 6$  клиента-женщины.

Таким образом, за рабочий день мастер может обслужить 9 клиентов мужчин или 6 клиентов женщин. Несмотря на любые возможные варианты развития бизнеса, мы будем пока ориентироваться на обслуживание в 9-и часовую смену 8 человек-клиентов: три женщины, четыре мужчины и один ребёнок.

Что значительно ниже потенциально возможного объёма оказываемых услуг.

Именно поэтому вряд ли стоит сомневаться в заполняемости парикмахерской. Возможно, в выходные и праздничные дни этот показатель будет увеличиваться, и приближаться к 80-90%. Кроме того, остается потенциальный запас, обеспечивающий возможности роста.

Для того чтобы оценить потенциальные доходы создаваемого предприятия запланируем выручку от реализации, которую можно рассчитать по формуле(5):

$$РП = \sum Ц_i \cdot K_i \quad (5)$$

где  $C_i$  – цена  $i$ -го вида товара;

$K_i$  – количество реализованного товара  $i$  –го вида

В целях формирования цен на оказываемые услуги будем ориентироваться на стоимость аналогичных услуг в парикмахерской «Диана», так как это заведение наиболее близкое по масштабам и перечню услуг к создаваемой фирме (приложение Г).

Именно по аналогичным ценам следует предлагать услуги, тогда они будут конкурентоспособными. Также этот уровень цен позволит совершить быстрый выход на постоянно эффективный объём продаж, что позволит удержаться на рынке и спустя непродолжительный период повысить уровень продаж.

Анализ экономической статистики парикмахерской «Диана» показал, что средняя цена заказа клиента-мужчины составляет около 275 рублей, в то время как средний чек клиента-женщины 525 рублей (стрижка + укладка), детская стрижка -200 рублей.

Итак, торговый оборот ИП составит:

1. Суточный оборот –  $3 \cdot 525 + 4 \cdot 275 + 1 \cdot 200 = 1575 + 1100 + 200 = 2\,875$  рублей.
2. Месячный оборот –  $(30-4) \cdot 2875 = 74\,750$  рублей.
3. Годовой оборот  $12 \cdot 74\,750 = 897\,000$  рублей.

План продаж с учётом потенциального спроса представлен таблицей 11

Таблица 11 – Объём реализации в единицах

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого
Стрижка муж.ед.	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	1248
Стрижка жен.ед	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	936
Стрижка дет.ед	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	312
Итого	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	2496

Расчёт валовой выручки по проекту (с учётом рыночного спроса, покупательной способности потребителей и окончательной цены) в таблице 12

Таблица 12– Расчёт валовой выручки среднерыночной цены

Наименование	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
1.Стрижка мужская							
- объём продаж	104	104	104	104	104	104	104
-цена за ед. (руб.)	275	275	275	275	275	275	275
- выручка от продаж(руб.)	28 600	28 600	28 600	28 600	28 600	28 600	28 600
2.Стрижка женская							
- объём продаж	78	78	78	78	78	78	78
-цена за ед.(руб.)	525	525	525	525	525	525	525
- выручка от продаж(руб.)	40 950	40 950	40 950	40 950	40 950	40 950	40 950
Стрижка детская							
- объём продаж	26	26	26	26	26	26	312
-цена за ед. (руб.)	200	200	200	200	200	200	200
- выручка от продаж(руб.)	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200
Всего: выручка от продаж(руб.)	74 750	74 750	74 750	74 750	74 750	74 750	74 750
Наименование	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	Итого за год	
1.Стрижка мужская							
- объём продаж	104	104	104	104	104	1248	
-цена за ед. (руб.)	275	275	275	275	275	275	
- выручка от продаж(руб.)	28 600	28 600	28 600	28 600	28 600	343 200	



## Окончание таблицы 12

2.Стрижка женская						
-объём продаж	78	78	78	78	78	936
-цена за ед. (руб.)	525	525	525	525	525	525
выручка от продаж(руб.)	40 950	40 950	40 950	40 950	40 950	491 400
3.Стрижка детская						
-объём продаж	26	26	26	26	26	312
-цена за ед. (руб.)	200	200	200	200	200	200
выручка от продаж(руб.)	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200	62 400
Всего выручка от продаж:	74 750	74 750	74 750	74 750	74 750	897 000

Таким образом, объём реализации с учётом потенциального спроса за год составит 2 496 единиц парикмахерских услуг, которые, с учётом среднерыночной цены, предполагают валовую выручку в сумме 897 тыс. рублей.

В деятельности парикмахерской есть один важный принцип: уместно будет уже на старте придерживаться свои потенциальные возможности в пользу будущего развития.

### 2.5 Финансовый план

#### 2.5.1 Отчет о финансовом результате проекта

Ключевой раздел бизнес-плана. Цель – дать ясное представление полной картины ожидаемых финансовых результатов деятельности предприятия по реализации проекта.

Таблица 13 – Расчёт показателей ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» во второй и третий год

Наименование	2-ой год	3-ой год
1. Стрижка мужская		
- объём продаж	$1248 \cdot 1,05 = 1310$	$1310 \cdot 1,05 = 1375$
- цена за ед. (руб.)	275	275
- выручка от продаж (руб.)	360 250	378 125
2. Стрижка женская		
- объём продаж	$936 \cdot 1,05 = 983$	$983 \cdot 1,05 = 1032$
- цена за ед. (руб.)	525	525
- выручка от продаж (руб.)	516 075	541 800
3. Стрижка детская		
- объём продаж	$312 \cdot 1,05 = 327$	$327 \cdot 1,05 = 343$
- цена за ед. (руб.)	200	200
- выручка от продаж (руб.)	65 400	68 600
Итого объём продаж (руб.)	$2496 \cdot 1,05 = 2620$	$2620 \cdot 1,05 = 2750$
Итого выручка от продаж (руб.)	941 725	988 525
Итого расходы, в т.ч.	681 000	740 400
- условно – переменные расходы (руб.)	$360\,000 \cdot 1,10 = 396\,000$	$396\,000 \cdot 1,15 = 455\,400$
- условно – постоянные расходы (руб.)	285 000	285 000
в т.ч. амортизация (руб.)	28 000	28 000
Прибыль от продажи продукции (руб.)	260 725	248 125

Расширяя сервисный набор поэтапно, легче будет анализировать величину спроса и востребованность направлений среди клиентуры. В дальнейшем, по истечении первого года работы, планируется привлечение дополнительной аудитории в парикмахерской за счёт накопления определенной популярности у местных жителей.

Планируется увеличение заполняемости с 65%, до 70% во второй год, и до 75% в третий год (таблица 13).

Используя расчётные данные, полученные в плане маркетинга, формируется форма № 2 (отчёт о финансовом результате по проекту) (таблица 14).

Таблица 14 - Отчёт о финансовом результате по проекту

Статья	2022 год	2023 год	2024 год
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов) (ВВ) (руб.)	897 000	941 725	988 525
Производственная себестоимость проданных продукции, товаров, (руб.)	645 000	681 000	740 400
Валовая прибыль(руб.)	252 000	260 725	248 125
Управленческие расходы(руб.)	-	-	-
Прибыль (убыток) от продаж (Ппр) (руб.)	232 000	205 725	184 825
Прочие доходы и расходы(руб.)	-	-	-
Прибыль (убыток) до налогообложения(руб.)	232 000	205 725	184 825
Текущий налог на прибыль(руб.)	9 000	9 000	9 000
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода(руб.)	223 000	196 725	175 825
Рентабельность продаж (оборота) (Ппр.: ВВ·100)	25,87%	21,85%	18,63%

Вывод. При стабильных ценах, ожидаемое увеличение объёма производства, позволит увеличить прибыль от продаж. Стоит отметить, что в приоритете: по количеству стрижек останется «клиент – мужчина», а по предлагаемой цене «клиент – женщина». В целом, текущие расходы проектируемой парикмахерской составят ( с учётом коммерческих расходов): в первом году – 665 тыс. рублей, во втором – 736 тыс.рублей, в третий-803,3 тыс.рублей.

Чистая прибыль на первом году работы составит 223 000 рублей, во второй 196725 рублей, в третий 175825 рублей.

Рентабельность продаж характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с 1 рубля продаж: в первый год = 25 руб.87 коп., второй год = 21руб.85 коп.; в третий год=18руб.63 коп. Связано это с увеличением коммерческих расходов .

#### 2.5.2 Формирование отчёта о движении денежных средств

Денежные потоки, из которых состоит проект, а также источники получения информации для заполнения, представлены в таблице 15

Таблица 15- Отчет о движении денежных средств (Cash-flow)

Показатели	Подготовительный период	Этап реализации		
		2022	2023	2024
	0			
Сальдо на начало периода(руб.)	56 000	0	86 000	310 725
<b>Операционный поток</b>				
Выручка по проекту(руб.)	0	897 000	941 725	988 525
Себестоимость без амортизации (руб.)	0	(637 000)	(708 000)	(757 700)
Налоговые выплаты(руб.)	0	(9 000)	(9 000)	(9 000)
Итого условный операционный денежный поток(руб.)		251 000	224 725	203 825
<b>Инвестиционный поток</b>				
Поступления от реализации активов	0	0	0	0
Затраты на приобретение активов (руб.)	(226 800)	0	0	0
Приращение чистого оборотного капитала (руб.)	(26 000)	0	0	0
Другие затраты подготовительного периода(руб.)	0	0	0	0
Показатели	Подготовительный период	Этап реализации		
		2022	2023	2024
Итого и инвестиционный денежный поток(руб.)	(252 800)	0	0	0
Итого сальдо денежных потоков проекта(руб.)	(252 800)	0	0	0
<b>Финансовый поток</b>				
Поступление денежных средств на проект(руб.)	196 800		0	0
Выплаты процентов(руб.)		(15 153,6)	0	0
Выплаты основного долга(руб.)		(196 800)	0	0
Итого денежный поток от финансовой деятельности(руб.)	196 800	(211 953,6)	0	
Сальдо денежных потоков на конец периода(руб.)	0	86 000	310 725	514 550

Таким образом, инвестиционный проект будет считаться эффективным, т.к. прирост реальных денег имеет положительный результат.

Сальдо на конец периода имеет положительное значение. Отсутствие отрицательного значения свидетельствует, что нет кассового разрыва, следовательно, планирование денежных потоков было проведено, верно.

Отсутствие кассовых разрывов на всем периоде проекта является необходимым условием его реализации.

Движение денежных средств спланировано правильно, т.к. в каждом расчётном периоде проекта сальдо на конец периода является положительным.

### 2.5.3 Обоснование экономической эффективности проекта

#### 2.5.3.1 Расчет ставки дисконтирования

Ставку дисконтирования определим по ставке по кредиту (6)

$$r = r_{кр}. \quad (6)$$

#### 2.5.3.2 Расчет интегральных показателей эк.эффективности проекта

##### 1. Расчёт чистой приведенной стоимости

Чистая приведенная стоимость – это стоимость, полученная путём дисконтирования отдельно на каждый временной период разности всех оттоков и притоков, доходов и расходов, накапливающихся за весь период функционирования объекта инвестирования при заранее определенной ставке дисконтирования.

Если инвестиции по проекту носят разовый характер, то для расчёта чистой приведенной стоимости используется формула(7):

$$NPV = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{S_t}{(1+r)^t}. \quad (7)$$

где  $I_0$  – первоначальные инвестиции;

$S_t$  – сальдо денежных потоков от операционной деятельности.

Таблица 16- Определение чистого дисконтированного потока от операционной деятельности

Бюджетный период (год)	Денежный поток от операционной деятельности $\Phi_0(t)$	Коэффициент дисконтирования при $r = 10\%$	Дисконтированный поток NPV
1	251 000 руб.	0,90909	228 182 руб.
2	224 725 руб.	0,82645	185 724 руб.
3	203 825 руб.	0,75131	153 135 руб.
	679 550 руб.		567 041 руб.

Расчёт чистой приведенной стоимости при разовом характере инвестиций:

$$NPV = - 252\,800 + (251\,000 / 1,10) = -252\,800 + 228\,182 = + 22182 \text{ руб.}$$

Накопленный чистый приведенный доход (NPV) за три года составит:

$$NPV = 361041 (22182 + 185\,724 + 153\,135) \approx 361 \text{ тыс. рублей}$$

Правила принятия решений по критерию NPV.

- если  $NPV > 0$ , то проект эффективен;
- если  $NPV < 0$ , то проект неэффективен и его следует отвергнуть;
- если  $NPV = 0$ , то для принятия решений необходимы дополнительные исследования, выходящие за рамки критерия.

Поскольку по нашим расчётам NPV равен 361 тыс. руб. ( $NPV > 0$ ), значит, проект является эффективным и его следует принять.

2. Индекс доходности (PI) – показывает эффективность проекта, отражая величину сальдо (остатка) денежных потоков от операционной деятельности, приходящегося на единицу продисконтированных инвестиций(8):

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^n S_t \left(\frac{1}{1+r}\right)^t}{\sum_{t=0}^n I_t \left(\frac{1}{1+r}\right)^t} \quad (8)$$

$$PI_{1\text{-й год проекта}} = 228182 : [- (206\,000) \cdot (1 : (1+0,10))] = 228182 : 187275 = 1,22;$$

$$PI_{3\text{-й года проекта}} = 567041 [- (206\,000) \cdot (1 : (1+0,10))] = 567041 : 187275 = 3,1.$$

Индекс доходности затрат составил в первый год эксплуатации 1,22. Это говорит о том, что на рубль инвестиций по проекту приходится 1,22 рубля дохода. По истечении трех лет он достигнет показателя доходности 3,1.

3. Внутренняя норма доходности (ВНД) или внутренняя норма рентабельности (IRR) – это такая норма дисконта, при которой интегральный NPV равен нулю(9):

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I = 0 \quad (9)$$

Критерий внутренней нормы рентабельности показывает, какую предельную цену капитала может выдержать проект, оставаясь безубыточным.

Выбираются две ставки дисконтирования:  $r = 20\%$  и  $r = 25\%$ , эти ставки больше первоначальной, взятой по проекту ( $=10\%$ ).

Отмечая, что сумма инвестиций равна 206 000 рублей.

При ставке дисконтирования  $r = 25\%$ ,  $NPV < 0$

При ставке дисконтирования  $r = 20\%$  если  $NPV > 0$ .

Методом подбора, ищем приближенное значение внутренней нормы доходности при которой  $IRR = 0$ . В нашем случае, этот показатель равен  $r = 21,8\%$

Таблица 17 – Расчёт внутренней нормы рентабельности

Денежный поток от операционной деятельности $\Phi_0(t)$	Коэффициент дисконтирования	Значение	Дисконтированный поток NPV
251 000 руб.	при $r = 10\%$	0,90909	228 182 руб.
251 000 руб.	при $r = 20\%$	0,83333	209 167 руб.
251 000 руб.	при $r = 25\%$	0,80000	200 800 руб.
251 000 руб.	при $r = 21,8\%$	0,82100	206 000 руб.

По правилу внутренней нормы рентабельности проект может быть принят, если ставка дисконта меньше или равна IRR. Это свидетельствует о целесообразности реализации рассматриваемого проекта.

4. Срок окупаемости инвестиционного проекта – срок со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между

накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.

4.1 Простой срок окупаемости (Payback Period – PP) – период, за который притоки от проекта покроют инвестиции(10):

$$PP = \frac{\sum_{t=0}^n I}{NP}, \quad (10)$$

где NP - среднегодовой объём сальдо денежных поступлений от операционной деятельности по проекту.

$$PP = 206\ 000 : 251\ 000 = 0,820$$

4.2 Дисконтированный срок окупаемости (Discounted Payback Period – DPP) – период, за который дисконтированные притоки от проекта покроют дисконтированные инвестиции (таблица 18).

Таблица 18 – Расчёт внутренней нормы рентабельности

Денежный поток от операционной деятельности $\Phi_0(t)$	Коэффициент дисконтирования при $r = 10\%$	Дисконтированные потоки ЧДД и $I_0$
251 000 руб.	0,90909	228 182 руб.
Инвестиции $I_0(t) = 206\ 000$ руб.	0,90909	187 273 руб.

$$DPP = 187\ 273 / 228\ 182 = 0,821 \approx 0,9$$

Таким образом, срок окупаемости инвестиций – это период времени, за который вложенные в проект средства возвращаются инвестору в виде прибыли.

Расчётные неграционные показатели экономической эффективности проекта при  $r = 10\%$  отразим в таблице 19



Таблица 19 – Интеграционные показатели эк.эффективности проекта при  $r = 10\%$

Наименование показателя	Величина	Критерий
Чистый приведенный доход (NPV), в тыс. руб.	361	$> 0$
Индекс доходности (PI)	1,22	$> 1$
Внутренняя норма рентабельности (IRR), в %	21,8%	$> r$
Срок окупаемости (PP), в годах	0,8	
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), в годах	0,9	

Вывод. Соответствие показателей критериальным соотношениям говорят о целесообразности вложения средств (при заданных условиях финансирования) в проект и запуска проекта в реализацию. При этом, следует понимать, что доказательно нормируются лишь показатели эффекта и эффективности, а сроки окупаемости экономически доказанных нормативов не имеют

Таким образом: NPV положительный и указывает на превышение продисконтированных денежных притоков над продисконтированными инвестициями на 361 тыс. рублей; PI больше единицы характеризует получение 1 руб.22 коп. дисконтированного дохода на 1 руб. дисконтированных вложений в проект; IRR превышает ставку дисконтирования и указывает высокий запас прочности стоимости вложенного капитала; срок окупаемости, как простой, так и дисконтированный в пределах 1-го календарного года.

## 2.6 Анализ рисков проекта

### 2.6.1 Оценка безубыточности проекта

Точка безубыточности показывает такое значение выручки, при котором предприятие не несёт убытков, но и не имеет прибыли. Расчёт точки безубыточности производится по каждому отдельному продукту либо по объёму продаж в целом (таблица 20)

Таблица 20 – Расчёт безубыточности проекта от объёма валовой продукции

Параметр	Величина
1. Валовая выручка (ВВ), тыс. руб.	897
2. Совокупные переменные затраты (ТВС) тыс. руб.	360
3. Совокупные постоянные затраты (ТFC) тыс. руб.	285
4. Маржинальная прибыль (ВВ- ТВС) (стр.1-2) тыс. руб.	537
4.1 Доля маржи покрытия в выручке (Дмп) (стр.4:стр.1)	0,599
5. Точка безубыточности (ВЕР), в стоимостном выражении (ТFC/Дмп) (стр.3:4,1)	476
6. Запас финансовой прочности (ЗФП), в стоимостном выражении (ВВ-ВЕР) (стр.1-стр.5)	421
- Запас финансовой прочности (ЗФП), в % (ВВ-ВЕР)/ВВ·100% (стр.6:стр.1·100%)	46,9%

Итак, безубыточная величина выручки от продаж составила 476 тыс. рублей. Это значит, что в случае реализации услуг на эту сумму у предприятия прибыль будет нулевой, т.е. это та выручка, которая покрывает только затраты.

Согласно расчётам 59,9 % выручки в плановом периоде времени потребовалось направить на возмещение постоянных затрат.

Разность между планируемым объёмом продаж и безубыточным объёмом продаж услуг – это запас финансовой прочности (зона безопасности) в стоимостном выражении. Чем эта зона безопасности больше, тем прочнее финансовое состояние фирмы.

Запас финансовой прочности в рублях составил 421 тыс. рублей. Это 46,9% выручки. В целом можно утверждать, что уровень предпринимательского риска (риска получения убытков) крайне низок.

## 2.6.2 Оценка чувствительности проекта

Определим чувствительность чистого приведенного дохода (NPV) проекта к изменениям в оценке составляющих показателей со значениями плюс и минус 20%. В качестве факторов будут использованы: валовая выручка постоянные затраты; ставка по кредиту (рисунок 1)

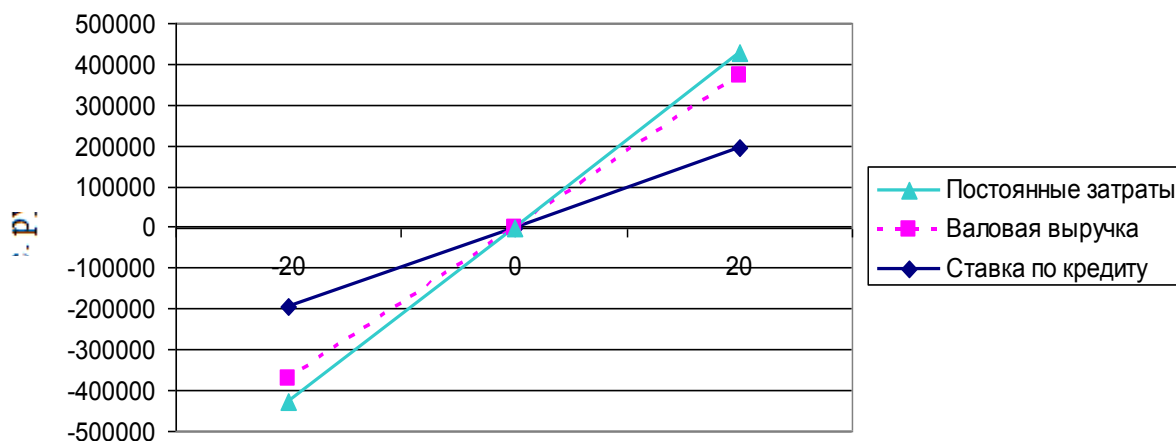


Рисунок 1 - Графический анализ чувствительности

Чем больше угол наклона прямой, тем чувствительнее значение NPV к изменению параметра и больше риск. Пересечение прямой реагирования с осью абсцисс показывает, при каком изменении (рост – со знаком плюс, снижение – со знаком минус) параметра в процентном выражении проект станет неэффективным.

В нашем случае критичной переменной является изменение постоянных затрат, так как график для этой переменной имеет большой наклон. Это позволяет более внимательно отнестись к формированию постоянных затрат на услуги и избежать высокого риска. При сравнении нескольких проектов при прочих равных условиях необходимо принять тот проект, для которого наклоны графиков имеют меньшее значение. В меньшей степени проект чувствителен к изменению ставки по кредиту.

## Выводы по разделу два

Таким образом, бизнес-план разработан для ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER», находящегося в городе Челябинск

Для реализации проекта необходимы инвестиции в размере 252 800 рублей, которые планируется привлекать как из собственных средств – 56 000 рублей, так и из заемных в банке – 196 800 тысяч рублей (кредит на один год под 7,7 годовых).

Планируемая парикмахерская будет находиться в «спальном» микрорайоне города Челябинска, обладающим достаточным объёмом потенциальных потребителей парикмахерских услуг.

В целом, валовая выручка фирмы в первом году своего функционирования должна составить порядка 897 тысяч рублей, что позволит погасить кредитные обязательства и получить чистую прибыль в сумме 223 тысячи, а на 2-3 году существования планируется рост объёмов оказываемых услуг на 10% и 15% соответственно.

Чистая прибыль за второй составит 196 725 рублей, на третьем – 175 825 рублей. Рентабельность оказываемых парикмахерских услуг в первый год составит 25,87 рубля, во второй год 21,85 рубля и в третий год -18,6 3 рубля.

Снижение показателя связано с ростом постоянных затрат, что подтверждается анализом чувствительности проекта.

Согласно расчётам 59,9 % выручки в плановом периоде времени потребовалось направить на возмещение постоянных затрат.

Основной статьёй в постоянных расходах является арендная плата.

Чистый дисконтированный доход по проекту положительный, что говорит о целесообразности вкладывания денежных средств в данное мероприятие.

На 1 руб. вложенных средств (кредита) можно получить 1,22 руб. дохода. Внутренняя норма доходности превышает ставку дисконтирования.

Точка безубыточности в стоимостном выражении составила 476 тыс. рублей. Запас финансовой прочности в рублях составил 421 тыс. рублей. Это 46,9% выручки.

В целом можно утверждать, что уровень предпринимательского риска (риска получения убытков) крайне низок.

Выполнение данной работы позволило применить уже имеющиеся знания бизнес-планирования, экономического анализа, а также инвестиционного анализа. Работа представляет собой комплекс взаимосвязанных задач, построенных в концепции бизнес-плана.

Таким образом, цель выпускной квалификационной работы достигнута, задачи выполнены, а также получены новые навыки по составлению бизнес-плана.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-план – это программа действий предпринимателя, обязательный рабочий инструмент проектно-инвестиционных решений и внутрифирменного планирования.

Для этого необходимо разработать бизнес-план проекта ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER», который определит ключевые параметры экономической эффективности открываемого предприятия и его конкурентоспособности.

В первой главе исследования представлено подробное описание отрасли, где планируется реализация проекта. Определены основные данные бизнес-проекта:

1) Организационно - правовая форма. Учредитель фирмы - физическое лицо, индивидуальный предприниматель (ИП).

2) Полное официальное наименование: ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» .

3) Форма – собственности: частная.

4) Месторасположение офиса и производства : Челябинская область, г. Челябинск, ул. Агалакова д.64, лучшее место для открытия парикмахерской - это «спальный» микрорайон города, в шаговой доступности для клиентов (рядом остановка, детский сад, детская больница, торговый дом, магазины различных направлений). Удачное местоположение, которое позволит повысить конкурентоспособность бизнеса.

5) Статус помещения: арендованное помещение

6) Основные виды парикмахерской деятельности обусловлены ОКВЭД 2.

7) Портрет целевой аудитории ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER»: основные клиенты - мужчины, женщины и их дети. Это люди с низким и средним уровнем доходов, ценящие своё время и деньги.

Во второй главе исследования представлен разработанный бизнес- ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» по следующим основным разделам: резюме

проекта, организационный план; план производства; план маркетинга; финансовый план; анализ рисков проекта. Для реализации проекта необходимы инвестиции в размере 252 800 тыс. рублей, которые планируется привлечь как из собственных средств – 56 тыс. рублей, так и из заемных в АБ РФ 196 800 тыс. рублей (кредит на один год под 7,7% годовых). Валовая выручка фирмы в первом году своего функционирования должна составить порядка 897 тыс. рублей, при планируемых расходах 665 тыс. рублей (вместе с коммерческими расходами), в результате будет получена чистая прибыль 223 тыс. рублей (таблица 21).

Таблица 21 - Интегральные показатели

Наименование показателя	Величина	Критерий
Чистый приведенный доход (NPV), в тыс. руб.	361	> 0
Индекс доходности (PI)	1,22	> 1
Внутренняя норма рентабельности (IRR), в %	21,8%	> r
Срок окупаемости (PP), в годах	0,9	
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), в годах	0,9	

Соответствие показателей критериальным соотношениям говорят о целесообразности вложения средств в проект и запуска проекта в реализацию. Потребительский рынок непрерывно меняется и диктует новые условия. Чтобы сохранить своё влияние, важно предлагать клиентам именно те услуги, которые они хотят купить. Парикмахерские вовлечены в постоянный процесс совершенствования своих предложений в зависимости от изменений на потребительском рынке.

Таким образом, все поставленные задачи решены и поставленная цель по созданию бизнес-плана проекта ИП Салон красоты «BEAUTY REMEMBER» достигнута.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Бекетова, О.Н. Бизнес-план: теория и практика: учеб. пособие / О.Н. Бекетова, В.И. Найденков. – М.: АЛЬФА-ПРЕСС, 2015. – 271 с.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (с изм. от 03.07.2019).
- 3 Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Пер. с англ. Бугаев М. и др. 2 изд-е. - СПб: Питер, 2002.
- 4 Мазур, И.И., Реструктуризация предприятий и компаний: Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Экономика, 2001. – 456 с.
- 5 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 01.04.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.04.2020).
- 6 Основные показатели социально-экономического развития Челябинской области за 2019 год.- 24 с.
- 7 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 01.04.2019).
- 8 «О защите прав потребителей». Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1.
- 9 «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2)». Приказ Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст (ред. от 14.11.2019) -1064 с.
- 10 « Об утверждении нормативной документации по услугам парикмахерских». Приказ Росбытсоюза от 24.03.98 № 25 .
- 11 «О внесении изменений в Закон «О применении индивидуальными предпринимателями патентной системы налогообложения на Территории Челябинской области». Постановление Заседания Законодательного Собрания Челябинской области от 26.11.2019 г. №2113. Закон Челябинской области.
- 12 Правила бытового обслуживания населения Российской Федерации. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 № 1025.
- 13 СанПиН 2.1.2.2631-10. «Санитарно - эпидемиологические требования к



размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметологические услуги». Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 18 мая 2010 г. № 59.

14 Среднедушевые доходы населения по РФ. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/level/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/)

15 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2019).

16 Челябинская область в цифрах.2019: Краткий статистический сборник/Росстат- Челябинск, 2019 - 217 с.

17 Исследование российского рынка образования и образовательных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edumarket.digital>

18 Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017-2021 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/assets/media-outlook-2017-rus.pdf>

19 Свой бизнес: открытие собственного фитнес-клуба [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/html/dop3/fitness2.htm>

20 Бизнес-план предприятия: краткое руководство [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/biznes-plan-proizvodstvotovar-usluga-predprinimatel-planirovanie-investicii/>

21 Мой бизнес-план [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/biznes-s-nulja.html>

22 Теоретические основы разработки бизнес-плана [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://diplomba.ru/work/73382>

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Краткая история развития парикмахерского искусства

Таблица А.1 - Краткая история развития парикмахерского искусства

	Краткая характеристика
Египет (начало)	Начало развитию парикмахерского искусства положили древние египтяне. Они умели красить волосы хной и обесцвечивать их, применяли завивку волос на железном стержне «каламис». Мужчины верхних сословий брили головы на лысо, а женщины коротко стриглись. Делали они это в целях гигиены (условия окружающей среды – жара, насекомые). В Египте появились первые парики. Египтяне были виртуозными мастерами в этом искусстве, создавая прически необыкновенной красоты. Они красили волосы целиком и отдельными прядями, накручивали и сплетали в соответствии с модами. Для украшения использовали серебряные и золотые налобные обручи, диадемы, ленты, цветы.
Греция	Греки явили миру пример простоты, доведенной до совершенства - ритмичность волн, упругость пучка на затылке, изысканность украшений. В Древней Греции прически из длинных завитых волос укладывали в конусообразные пучки, волосы надо лбом располагали волнами или мелкими локонами.
Рим	Лаконичному стилю греков Рим противопоставил пышность и безумную роскошь, дав волю фантазии мастеров-парикмахеров того времени. Именно римляне стали применять дополнения из волос в виде локонов, шиньонов.
XVI - XVII столетия (расцвет)	Характерные для этой эпохи художественные стили барокко и рококо нашли свое отражение и в прическах. Последние стали отличаться чрезвычайным разнообразием и замысловатостью форм. При их создании использовали дополнения не только из волос, но и из лент, цветов, перьев, вуалей и т.д.
XIX-XX вв.	Подлинным переворотом, ознаменовавшим новую эру в истории парикмахерского искусства, явились два изобретения. В 1882 году француз Марсель предложил щипцы для горячей завивки. А в 1904 году немцем Нестле была изобретена завивка, сохранявшаяся в течение полугода и получившая название «пергамент», которое полное признание получило лишь в 20-30-е годы. Шестимесячная завивка прекрасно смотрелась на только что появляющейся женской стрижке, удобство и практичность которой со временем оценили все женщины.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 - Потребность в основных и оборотных средствах

Наименование	Цена (руб.)	Количество (руб.)	Сумма (руб.)	Срок амортизации (лет)	Норма амортизации (%)	Итого амортизация (в год)(руб) гр.4·6:100
1	2	3	4	5	6	7
1. Кресло парикмахерское МД-77 гидравлика	13 000	2	26 000	10	10	2 600
2. Детское парикмахерское кресло МД-2139	5 000	2	10 000	10	10	1 000
3. Парикмахерское зеркало ОМЕГА	15 000	2	30 000	5	20	6 000
4. Парикмахерская мойка с креслом	14 500	2	29 000	6	16,67	4 834
5. Тележка парикмахерская Глорис-02 Декор для инструментов	6 000	2	12 000	8	12,5	1 500
6. Тауо Orange прямые ножницы (облегченные)	1 500	4	6 000	10	10	600
7. Ножницы Olivia Garden PowerCut филировочные	2 250	4	9 000	10	10	900
8. Щетка для волос Karous	2 350	2	4 700	3	33	1 551
9. ГАМА фен для волос	5 100	2	10 200	3	10	1 020
10. Диван для ожидания ИКЕА	15 300	1	15 300	5	10	1 530
11. Журнальный столик ИКЕА	6 200	2	12 400	10	10	1 240
12. Вешалка для одежды ИКЕА	3 000	2	6 000	10	10	600
13. Набор для стрижки Ermila Bellina(машинкатриммер)	10 000	2	20 000	5	20	4 000
14. Ноутбук SONY	18 000	1	18 000	5	20	3 600
15. Щипцы – гофре для прикорнев. объема BaByliss	4 600	2	9 200	5	10	920
16. Плойка BaByliss (терморегулятор)	4 500	2	9 000	5	10	900
<b>Итого</b>			<b>226 800</b>			<b>32 795</b>

Таблица Б.2 - Потребность в оборотных средствах

Наименование оборотных средств (материалы, комплектующие)	Цена за ед. (руб.)	Среднедневное потребление (руб.)	Норма запаса (дни)	Норматив оборотных средств (в месяц) гр.3 · гр.4
Средства для окрашивания волос (краски – различные)	30 000	375	30	11 250
Воротник-лоток для окрашивания Dewal (пластик.с резин прокладк.)	359	6	30	180
Бальзам для интенсивного увлажнения волос 1000 мл	840	125	30	3 750
Пенки для волос	300	125	30	3 750
Ватные диски Cottoline-175шт	88	15	30	450
Ватные палочки	50	15	30	450
Набор для окрашивания Dewal T-121 (9 предметов)	540	18	30	540
Sibel одноразовая шапочка для химии (серебро)	139	20	30	600
Фольга текстурир. Sibel (14 мкр, 27x12 см, 300 шт/уп)	621	4	30	120
Бумага для химии Dewal (80x55мм, белая, 1000 шт)	115	2	30	60
Миска парикмахер Чистовье	82	3	30	90
Кисть-сметка для волос Dewal	297	2	30	60
Перчатки виниловые неопудренные SunViV GV400 (прозрачные, М, 100 шт/упк)	312	3	30	90
Коклюшки для химической завивки Sibel (9мм, короткие, желто-красные, 12шт)	121	10	30	300
Хомут на коклюшки Sibel (силиконовый, усиленный, 50шт)	442	10	30	300
Бигуди	100	10	30	300
Лак для укладки волос 500 мл	425	7	30	210
Шампунь для ежедневного применения / Curex 1000 мл	500	6	30	180
Средства для мытья волос (укрепляющие)	1 500	70	30	2 100
Одноразовые полотенца	30	10	30	300
Расческа-хвостик комбиниров. для окраски, укладки, распрямления и разделения волос	392	5	30	150
Невидимки Harizma (40мм, 24шт)	52	20	30	600
Воротнички спанлейс черные Dewal Barber Style (50 шт)	118	6	30	170
<b>Итого</b>		<b>867</b>		<b>26 000</b>

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Нормы времени на услуги парикмахерских

Таблица В.1 - Услуги парикмахерские

№ п/п	Наименование услуг	Время, мин.	№ п/п	Наименование услуг	Время, мин.
1. Услуги парикмахерские для мужчин (мужской зал)					
1.	Стрижка волос машинкой (наголо)	8,0	23.	Завивка волос с применением химических составов с мытьем головы без стрижки	40,0
2.	Стрижка простая мужская	12,0			
	детская	9,8	24.	То же, частичная завивка	25,0
3.	Стрижка волос модельная с филировкой ножницами или бритвой	17,0	25.	Мелирование волос с мытьем головы с подкрашиванием красящими шампунями	31,5
	То же, детская	16,6	26.	Обесцвечивание волос у корней (до 5 см)	14,0
5.	Стрижка волос модельная по методу «Сассон»	23,0	27.	То же, длиной свыше 5 см	16,0
6.	Стрижка волос типа «ёжик»	25,0	28.	Окраска волос у корней (длиной до 5 см) растительными красителями (хна и басма) с мытьем головы	25,0
7.	Стрижка бороды	13,0	29.	То же, длиной свыше 5 см	28,0
8.	Стрижка усов и бакенбардов	3,6	30.	Окраска волос у корней (до 5 см) химическими красителями с мытьем головы (без обесцвечивания)	24,2
9.	Бритье лица	7,8			
10.	Бритье головы	11,8			
11.	Поправка усов, или бровей, или стрижка на шее и висках	3,0	31.	То же, длиной свыше 5 см	27,3
			32.	Окраска бороды растительными красителями	12,0
12.	Массаж лица с применением крема после бритья	5,7	33.	То же, усов	6,5
			34.	Окраска бороды химическими красителями	13,0
13.	Компресс лица (холодный или горячий)	2,1	35.	То же, усов	5,2
14.	Мытье волос жидким мылом или шампунем	4,0	36.	Подкрашивание (тонирование) волос красящими шампунями	14,0
15.	Мытье волос с хной с массажем головы	17,7			
16.	Укладка волос феном	13,0	37.	Применение оттеночных бальзамов	20,0
17.	Укладка волос с бриолином и др. препарат.	2,5	38.	Фиксирование прически лаком	1,2
			39.	Освежение лица одеколоном	0,8
18.	Прическа волос горячим способом (щипцами)	19,0	40.	Освежение головы одеколоном	1,1

Продолжение таблицы В.1

№ п/п	Наименование услуг	Время, мин.	№ п/п	Наименование услуг	Время, мин.
18.	Прическа волос горячим способом (щипцами)	19,0	40.	Освежение головы одеколоном	1,1
			41.	Сушка волос под сушуаром	3,2
19.	Прическа волос холодным способом без применения бигуди с сушкой волос	9,5	42.	Укрепление волос с применением кремообразных препаратов типа «Лондавитал»	9,0
20.	Прическа волос простая холодным способом с применением бигуди и сушкой волос	16,5	43.	Укрепление волос с применением препаратов по уходу за волосами типа «Субрина», «Колестраль».	7,9
21.	Завивка волос (перманент) с мытьем головы (без стрижки и прически)	36,3	44.	Укрепление волос патентованными препаратами	17,0
22.	То же, частичная завивка	27,0	45.	Ополаскивание волос	4,0
2. Услуги парикмахерские для женщин (женский зал)					
1.	Стрижка волос простая	13,7	26.	Вертикальная завивка волос длиной свыше 40 см	120,0
2.	То же, детская	9,8			
3.	Стрижка волос модельная с филировкой ножницами или бритвой	20,0	27.	Мелирование волос длиной до 25 см с мытьем головы, с подкрашиванием красящими шампунями	35,0
4.	То же, детская	16,6			
5.	Стрижка волос модельная по методу «Сассон»	23,0	28.	Мелирование волос длиной до 25 см (без подкрашивания красящими шампунями)	27,0
6.	Мытье волос жидким мылом или шампунем	5,0	29.	То же, длиной свыше 25 см	40,0
7.	Мытье волос длиной до 25 см с хной или патентованными препаратами с массажем головы	17,8	30.	Обесцвечивание одной пряди волос (независимо от длины) без окраски с мытьем головы	10,4
8.	Укладка волос феном	14,3	31.	Обесцвечивание волос у корней (до 5 см) без окраски с мытьем головы	16,0
9.	Прическа волос горячим способом (щипцами)	20,8			
10.	Прическа волос холодным способом без применения бигуди с сушкой волос	10,4	32.	То же, длиной свыше 5 см	22,0
			33.	То же, длиной свыше 25 см	25,0
			34.	То же, длиной свыше 40 см	30,0
11.	Прическа простая волос длиной до 25 см холодным способом с применением бигуди и сушкой	22,0	35.	Окраска волос у корней (до 5 см) растительными красителями (хна, хна и басма) с мытьем головы	26,0
13.	То же, длиной свыше 40 см	28,0	37.	То же, длиной свыше 25 см	33,2
12.	То же, длиной свыше 25 см	25,0	36.	То же, длиной свыше 5 см	29,5
14.	Частичная прическа коротких		38.	То же, длиной свыше 40 см	35,2

Окончание таблицы В.1

№ п/п	Наименование услуг	Время, мин.	№ п/п	Наименование услуг	Время, мин.
14.	теменной и височной частей головы с применением бигуди и сушкой волос	20,0	38.	То же, длиной свыше 40 см	35,2
			39.	Окраска одной пряди волос (независимо от длины) химическими красителями с мытьем головы (без обесцвечивания)	18,0
15.	Прическа модельная длиной до 25 см с применением бигуди, лака, с сушкой волос	25,0	40.	Окраска волос у корней (до 5 см) химическими красителями с мытьем головы (без обесцвечивания)	24,0
16.	То же, длиной свыше 25 см	29,0	41.	То же, длиной свыше 5 см	28,0
17.	То же, длиной свыше 40 см	32,8	42.	То же, длиной свыше 25 см	31,8
18.	Прическа волос с применением накладной косы или декоративных косичек, жгутов, плетений с укладкой волос на бигуди и сушкой волос	25,0	43.	То же, длиной свыше 40 см	35,0
			44.	Подкрашивание (тонирование) волос длиной до 25 см красящими шампунями	15,8
19.	Прическа волос с применением шиньона с укладкой волос и шиньона на бигуди и сушкой волос, с применением лака	30,0	45.	То же, длиной свыше 25 см	17,8
			46.	Применение оттеночных бальзамов	15,0
20.	Прикрепление фаты и украшений	30,0	47.	Укрепление волос с применением препарата «Лондавитал»	10,6
21.	Завивка волос (перманент) с мытьем головы (без стрижки и прически)	40,0	48.	Укрепление волос с применением препаратов типа «Субрина», «Колестраль» и т.п.	8,4
22.	То же, частичная завивка	27,0			
23.	Завивка волос длиной до 25 см с применением химических составов с мытьем головы (со стрижкой и прической)	60,0	49.	Укрепление волос патентованными препаратами	12,6
			50.	Укрепление волос с применением препаратов типа «Лондестраль Эмульсия» и т.п.	18,1
24.	То же, длиной свыше 25 см	80,0			
25.	То же, частичная завивка	38,0			

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Расчёт финансовых показателей

Таблица Г.1-Планируемые цены на услуги

Наименование услуги		Стоимость услуги,руб.	Средняя стоимость услуги,руб.
<b>Женщины</b>			
1	Стрижка		
1.1	- длинные волосы	400	350
1.2	- средняя длина волос	350	
1.3	- короткая длина волос	300	
1.4	Чёлка	100	
2	Окрашивание		
2.1	- длинные волосы	2 500	1735
2.2	- средняя длина волос	1 800	
2.3	- короткая длина волос	900	
2.4	Мелирование		
2.4.1	- длинные волосы	1 500	1000
2.4.2	- средняя длина волос	1 000	
2.4.3	- короткая длина волос	500	
3	Укладка		
3.1	- длинные волосы	900	700
3.2	- средняя длина волос	700	
3.3	- короткая длина волос	500	
4	Кератиновое выпрямление		
4.1	- длинные волосы	2 000	4500
4.2	- средняя длина волос	1 500	
4.3	- короткая длина волос	1 000	
5	Полировка волос		
5.1	- длинные волосы	1 000	850
5.2	- средняя длина волос	700	
6	Химическая завивка		
6.1	- длинные волосы	3 200	2470
6.2	- средняя длина волос	2 700	
6.3	- короткая длина волос	1 500	
<b>Мужчины</b>			
7	Стрижка		
7.1	- стрижка аппаратом	250	275
7.2	- индивидуальная стрижка	300	



Окончание таблицы Г.1

Наименование услуги		Стоимость услуги,руб.	Средняя стоимость услуги,руб.
	Дети		
8	Стрижка (мальчики)		
8.1	- стрижка под машинку	150	275
8.2	- оформление челки	100	
9	Стрижка (девочки)		
9.1	- детская стрижка простая	200	
9.2	-детская стрижка модельная (волосы до 30 см)	350	500
9.3	Прическа с фигурными косами. Цена в зависимости от сложности стрижки	350-650	