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 «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____И.А. Баев
«___»_____ 2018 г.

Разработка бизнес-планапо открытию барбершопа

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.02.2018.064.ВКР

Руководитель работы,
ст. преподаватель кафедры
_____И.Р. Уразбахтин
«___»_____ 2018 г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ-488
_____Д.А.Островский
«___»_____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____И.А. Мостовщикова
«___»_____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Островский Д.А. разработка бизнес-плана по открытию барбер-шопа. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-488, 2018. – 74с., 14 табл., библиогр. список – 19 наим.

В выпускной квалификационной работе представлен бизнес-план по открытию барбершопа (мужской парикмахерской). 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.

Целью работы является разработка бизнес-плана открытия барбершопа.

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

Объектом исследования являются предприятие, планируемое к открытию.

Предметом исследования – инвестиционная деятельность предприятия.

В первой главе рассмотренатеоретические основы бизнес-планирования и экономической оценки инвестиций.

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

ANNOTATION

Ostrovsky D.A. Development of business plan for the opening of a barber shop. –Chelyabinsk: SUSU, HSEM-488, 2018. –74p., 14 table, refs list –19 naim.

In this final qualification work the business plan on opening of barbershop is submitted. During his writing necessary analytical tables have been created, the schedules illustrating the content of work are used. Explanations by calculation of all indicators are provided.

Indicators of economic efficiency of the project are calculated and analyzed, the assessment of risks is made, conclusions and expediency of his realization are drawn.

The purpose of work is development of the business plan of opening of barbershop.

Relevance of research is caused by requirement of the enterprise for an assessment of economic efficiency of the project with the purpose of making decision on expediency of his realization.

In chapter 1 the main theory and concepts business – the project plan is considered.

In chapter 2 all calculations reflecting expediency of development of the project and its profitability are made, possible risks are also considered.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……. 8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИЙ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ
1.1 Понятие инвестиций и бизнес-планирования…….. 9
1.2 Сущность инвестиционного проекта……..……..…….. 14
1.3 Оценкаинвестиционных проектов……. 25
1.4 Особенности бизнес-планирования в России и за рубежом…… 29
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮБАРБЕРШОПА
2.1 Резюме……..……. 35
2.2 Бизнес-идея…….…….. 37
2.3 План маркетинга……... 39
2.4 Организационно-производственный план……. 49
2.5 Инвестиционный план……. 54
2.6 Финансовый план…… 56
2.7 Оценка экономической эффективности проекта……... 62
2.8 Оценка рисков проекта…… 66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ…….. 72
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК……... 75

ВВЕДЕНИЕ

Цельюработы являетсяразработка бизнес-планаоткрытиябарбершопа.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи.

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

Объектом исследования являются предприятие, планируемое к открытию.

Предметом исследования – инвестиционная деятельность предприятия.

В первой главе рассмотрены теоретические основы инвестиций и бизнес-планирования, приведены современные методики оценки инвестиционных проектов.

Во второй главе проведено маркетинговое исследование, анализ отрасли, раскрыта актуальность выбранной темы, проеден SWOT-анализ, описан рекламный продукт и суть инвестиционного проекта. Представлена расчетная часть реализации проекта, требующих различных инвестиционных вложений, оценке эффективности инвестиционного проекта, его финансовой реализуемости и анализ рисков.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИЙ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Понятие инвестиций и бизнес-планирования

Одной из важнейших сфер деятельности любого предприятия является инвестиционная, то есть операции, связанные с вложением денежных средств в реализацию проектов, которые будут обеспечивать получение предприятием выгод в течение определенного периода времени [6].

В современной литературе многообразие определений инвестиций часто трактуют эту категорию недостаточно четко или чрезмерно узко, акцентируя внимание лишь на отдельных её сущностных сторонах [2].

Инвестиционная деятельность является одной из ключевых форм экономической деятельности человека.

Возможности развития экономики и достижение экономического роста во многом определяются инвестиционными процессами в стране. Инвестиционный процесс реализуется и управляется через инвестиционную политику государства. Инвестиционная политика направлена на использование и формирование инвестиционного потенциала, который в свою очередь является результатом инвестиционных процессов и основан на инвестициях.

Основоположником теории инвестиций считается известный английский экономист Дж. Кейнскоторый рассматривает инвестиции как часть общественного продукта, совокупного спроса, инструмента макроэкономической политики. Дж. Кейнс придавал большое значение инвестициям как такой независимой переменной величине, которая влияет на зависимые от нее переменные величины – занятость, доход нации, потребительский спрос населения [1].

В теории Дж. Кейнса инвестиции определялись как часть дохода, которая не была использована на потребление в текущем периоде. Инвестиции выступают здесь в качестве обратной стороны процесса сбережений. Как известно, Дж.

Кейнс в своей макроэкономической теории исследовал механизм инвестиционного проекта, обращая особое внимание на взаимосвязь инвестиций и сбережений [3].

Американские экономисты Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р., рассматривают инвестиции как затраты насоздание новых мощностей по производству машин, финансирования жилищного, промышленного и сельскохозяйственного строительства, товарных запасов.

П.Кругман и М.Обстфельд определяют инвестиции, как «долю продукции, используемую частными фирмами для будущего производства», причем поясняют, что «хотя часто слово инвестиции используются для описания приобретения владельцами акций, облигаций или недвижимости, не следует путать это обыденное значение данного слова с экономическим определением инвестиций».

В узком смысле, как отмечают Макконел К., Брю С. и др.: «инвестиции означают затраты на производство и накопление средств производства и увеличения материальных запасов».

«Предпринимательский» (рисковый) подход к сущности инвестиций отражает их роль в бизнесе. В этом направлении наиболее полное определение «инвестиции» приводят У.Шарп, Г.Александер и Дж. Бэйли: «Инвестиция – это отказ от определенной ценности в настоящий момент за некоторую(возможно, неопределенную) ценность в будущем».

Эту же мысль развивают Дж. Доунс и Г.Дж. Эллиот. Они определяют инвестиции как «использование капитала с целью получения дополнительных средств либо путем вложений в доходные предприятия, либо с помощью участия в рискованном проекте, направленном на получение прибыли.

Таким образом, инвестиции представляют собой вложение временно свободных средств (накопленных и неиспользованных для потребления дохода) в предпринимательскую деятельность с целью получения прибыли и достижения социального и экологического эффекта в перспективе.

«Комплексный» подход к исследованию сущности инвестиций подразумевает любое развитие капитала, дающее эффект.

А.Мертенс считает, что невозможно дать какое – либо исчерпывающее определение инвестициям, т.к. полагает, что понятие «инвестиции» является слишком широким.

Л.П.Кураков считает инвестициями «все виды активов, включаемых в хозяйственную деятельность в целях получения доходов».

Рассматривая В.И.Филиппова и А.А.Аюшиева, которая заключается в отнесении к инвестициям «всех видов материально – имущественных и иных ценностей, вкладываемых в предпринимательскую и другие деятельности с целью получения прибыли» видно, что под инвестициями понимаются вложения не только в хозяйственную деятельность, но и во все другие виды деятельности, хотя результат авторы тоже связывают лишь с прибылью.

И.А.Бланк определяет инвестиции как «любые вложения капитала с целью последующего его увеличения» [1].

В качестве экономической категории инвестиции определяют как экономические отношения, которые возникают в процессе расширенного воспроизводства по поводу использования накапливаемой части созданного продукта в целях увеличения количества и улучшения качества производственного и финансового капиталов.

В соответствии с Федеральным законом от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ (в ред. от 02.01.2000 г.) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (статья 1) инвестиции определяются как «денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [4].

Понятие «инвестирование» не столь часто используется в различных изданиях, как понятие «инвестиции», причем имеют место различные его

трактовки. Иногда понятие «инвестирование» заменяется понятием «инвестиционная деятельность».

1. Инвестиционная деятельность – вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

2. Инвестиционная деятельность – процессы вложения инвестиций, а также совокупность практических действий по реализации инвестиций. Процесс вложения инвестиций в данном случае подводится под понятие «инвестирование».

3. Инвестиционная деятельность – деятельность организации, связанная с капитальными вложениями организации в связи с приобретением земельных участков, зданий и иной недвижимости, оборудования, нематериальных активов и других внеоборотных активов, а также их продажей; с осуществлением долгосрочных финансовых вложений в другие организации, выпуском облигаций и других ценных бумаг долгосрочного характера [3].

Статья 1 Федерального закона «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» определяет инвестиционную деятельность как «вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта».

Обобщая это определение, можно говорить о том, что инвестиционная деятельность – это деятельность юридических, физических лиц и государства, направленная на привлечение и увеличение средств для реализации инвестиционного процесса с целью получения экономического и социального эффекта [5].

Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» определяет организацию экономических отношений в процессе осуществления капитальных вложений между различными участниками этого процесса, которые называются

субъектами инвестиционной деятельности. В соответствии с этим законом (ст. 4) в инвестиционной деятельности принимают участие следующие субъекты:

1) Инвесторы – лица, вкладывающие средства и обеспечивающие их целевое использование. Могут выступать в роли вкладчиков, заказчиков, кредиторов и подрядчиков;

2) Заказчики – инвесторы или другие лица, уполномоченные осуществлять реализацию инвестиций без вмешательства в предпринимательскую или иную деятельность других участников инвестиционного проекта, если иное не предусмотрено в договоре;

3) Пользователи – инвесторы, государственные органы управления, международные организации и другие, физические и юридические лица, для которых создается инвестиционная деятельность;

4) Подрядчики – это лица, выполняющие работы по договору наряда и/или государственному контракту, заключенному с заказчиком;

5) Исполнители работ – поставщики, страховые фирмы, посреднические организации, банки;

6) Другие физические и юридические лица [5].

В последнее время стала распространенной практика составления бизнес-плана проекта. Это стандартный документ, в котором содержится концепция реального проекта и приводятся его основные параметры [4].

Бизнес-план – многоплановый управленческий инструмент. Он предусматривает решение как стратегических, так и тактических задач, независимо от его функциональной ориентации, в том числе организационно-управленческую и финансово-экономическую оценку состояния предприятия; выявление потенциальных возможностей бизнеса, анализ сильных и слабых его сторон; формирование инвестиционных целей на планируемый период.

Бизнес-план нужен, во-первых, тем, у кого предприниматель собирается просить деньги на реализацию своего проекта, — банкирам и инвесторам; во-вторых, сотрудникам фирмы, осуществляющей проект, желающим понять свои

перспективы и задачи; а главное — самому предпринимателю, для которого бизнес-план — это возможность с профессиональной точки зрения понять перспективность будущего бизнеса и оценить объем инвестиций [1].

1.2 Сущность инвестиционного проекта

Капитальные вложения обычно реализуются путем осуществления инвестиционного проекта. Инвестиционный проект можно определить как план вложения капитала в целях получения прибыли или иного положительного эффекта. В экономической литературе понятие «инвестиционный проект» применяется в двух значениях [9]:

1) как деятельность, мероприятия, которые предполагают осуществление комплекса действий, обеспечивающих достижение определенных целей (получение определенных результатов);

2) как комплекс, набор организационно-правовых, расчетно-финансовых, конструкторско-технологических документов, необходимых для осуществления определенных действий и описывающих такие действия [12].

В Федеральном законе «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (статья 1) инвестиционный проект определяется как «обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в т. ч. необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством РФ и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план)» [13].

Инвестиционный проект всегда порождается некоторым проектом (в смысле второго определения), обоснование целесообразности и характеристики которого он содержит. В связи с этим, под теми или иными свойствами, характеристиками, параметрами инвестиционного проекта (продолжительность, реализация,

денежные потоки и т.п.) в «Методических рекомендациях...» понимаются соответствующие свойства, характеристики, параметры порождающего его проекта [11].

Инвестиционные проекты различаются по многим параметрам. Эти параметры определяют специфику последовательности действий инвесторов и иных участников проекта, источников финансирования, участие государства, масштабность действий. Основные признаки, по которым обычно осуществляют классификацию инвестиционных проектов:

1) масштабы проекта;
2) тип отношений между проектами;
3) тип денежного потока в процессе реализации проекта;
4) уровень инвестиционного риска [13].

По масштабам проекта принято выделять:

1) малые;
2) средние;
3) крупные;
4) мегапроекты;
5) глобальные;

Различие между такими проектами заключается не только в требуемом объеме инвестиций, но также в последствиях их реализации [13].

В зависимости от типа отношений между проектами выделяют:

1) независимые проекты – решение о принятии одного проекта не влияет на решение о принятии другого проекта;
2) альтернативные проекты – проекты не могут быть реализованы одновременно, или принятие одного проекта означает, что другой проект должен быть отклонен;
3) комплементарные проекты – принятие нового проекта способствует росту доходов по другим проектам;

4) замещаемые проекты – принятие нового проекта приводит к снижению доходов по действующим проектам.

По типу денежного потока различают:

1) инвестиционные проекты с ординарным денежным потоком, т.е. проекты, состоящие из единовременных вложений (оттоков денежных средств) и последующих денежных поступлений (притоков денежных средств);
2) инвестиционные проекты с неординарным денежным потоком, т.е. оттоки и притоки денежных средств чередуются в какой-либо последовательности [13].

По уровню риска инвестиционные проекты принято делить на низкорисковые, среднерисковые и высокорисковые. В качестве среднего уровня принимают уровень риска, присущий инвестиционному рынку в целом.

Также имеет значение классификация инвестиционных проектов с точки зрения предназначения инвестиций. Здесь можно выделить:

1) инвестиции в повышение эффективности производства;
2) инвестиции в расширение действующего производства;
3) инвестиции в создание производственных мощностей при освоении новых сфер бизнеса;
4) инвестиции, связанные с выходом на новые рынки сбыта;
5) инвестиции в исследование и разработку новых технологий (инновации);
6) инвестиции социального назначения;
7) инвестиции, осуществляемые в соответствии с требованиями закона (или инвестиции вынужденного характера) [10].

Для принятия любого решения о реальных инвестициях необходимо располагать определенной информацией. Так, важно сформулировать цель проекта, знать экономическое окружение проекта. В качестве «внутренней информации» инвестор должен сформировать такие информационные блоки: маркетинговая информация, материальные затраты, проектно-строительная информация, проектно-конструкторская информация, организация и управление

производством, кадровое обеспечение проекта, объемы финансирования, необходимые для осуществления проекта. Завершающим блоком является оценка эффективности проекта, определяющая в конечном итоге интерес проекта для инвестора [13].

Важным фактором, влияющим на эффективность реализации проекта, является разработка графика реализации каждого из этапов проекта. Инвестиционный проект может охватывать как полный научно-технический и производственный цикл, так и отдельные элементы (стадии): научные исследования, проектно-конструкторские работы, расширение, реконструкцию или техническое перевооружение действующего производства, организацию нового производства или выпуск новой продукции и т. п. [13].

Период времени, за который реализуются цели проекта, называется жизненным циклом инвестиционного проекта. Зачастую жизненный цикл определяют по денежному потоку – от первых инвестиций до последних поступлений денежных средств. Понятно, что начальный этап характеризуется отрицательной величиной денежного потока, в последующем, с появлением доходов по проекту, величина денежного потока становится положительной. Любой инвестиционный проект проходит несколько стадий жизненного цикла. Достаточно распространено деление на стадии, которое определяют как функциональное. Его можно представить следующим образом:

1) прединвестиционная фаза;

2) инвестиционная фаза;

3) эксплуатационная фаза.

Прединвестиционная фаза включает в себя ряд стадий проекта:

1) формирование цели проекта и определение его обоснованности;

2) разработка технико-экономического обоснования (ТЭО) проекта;

3) составление бизнес-плана проекта;

4) проведение тендера на проектировочные работы, выбор проектной организации и заключение договора с ней;

5) разработка проектно-сметной документации (ПСД) и ее утверждение;

6) отвод земельного участка под строительство;

7) получение разрешения на строительство;

8) проведение тендера на строительные работы и заключение договора подряда [13].

Особо важными документами на этой стадии являются ТЭО проекта и ПСД. На основании утвержденного в установленном порядке ТЭО подготавливается остальная документация, в том числе для проведения тендера по проектным и строительным работам, заключение соответствующих договоров, для начала финансирования. Основные разделы ТЭО инвестиционного проекта определяются инвестором. В случае участия государственных органов в осуществлении проекта структура ТЭО определяется полномочными государственными органами на основе документов, разработанных уполномоченным органом. В последнее время стала распространенной практика составления бизнес-плана проекта. Это стандартный документ, в котором содержится концепция реального проекта, приводятся его основные параметры. Бизнес-план предназначен для доведения деловой информации до всех заинтересованных сторон: инвесторов, кредиторов, экспертов, местных администраций, других заинтересованных сторон [13].

Новая модель инвестиционного планирования на основе разработки бюджетов предполагаемых инвестиций пришла на смену традиционной для советской практики системы составления технико-экономических обоснований. В отличие от последней, бизнес-план предполагает разработку стратегии предпринимательства, тщательное изучение всех деталей проекта на основе анализа денежных потоков, внешних и внутренних факторов, предопределяющих будущие результаты и затраты инвестора, учет определенности и риска [8].

Бизнес-план представляет собой документ, в котором комплексно, системно и детально обосновывается инвестиционное предложение и определяются основные характеристики инвестиционного проекта. Бизнес-проект должен убедительно доказать эффективность принятия инвестиционного решения для его

потенциальных участников, заинтересованных лиц и организаций, местной администрации, экспертов и т.д. [8].

Состав бизнес-плана и степень его детализации зависят от ряда факторов: масштабности проекта, его характера и целевой направленности, степени риска и др. Типовые методики составления бизнес-плана разработаны ЮНИДО (Организация ООН по проблемам промышленного развития), МБРР, ЕБРР. С учетом основных принципов, лежащих в основе разработки бизнес-планов в мировой практике, подготовлен ряд отечественных методик. Среди них методика

Комитета Российской Федерации по машиностроению, РИНКЭЦЭ и АО «Информприбор», Московского комитета архитектуры, Московского Комитета по науке и технологиям, методики с использованием специальных компьютерных программ (PROJECT EXPERT, «Альт-Инвест» и др.) [8].

Одним из ключевых разделов двух названных документов является финансовая часть реализации инвестиционного проекта [13].

Инвестиционная фаза заключается в принятии стратегических плановых решений, которые должны позволить инвесторам определить объемы и сроки инвестирования, а также составить наиболее оптимальный план финансирования проекта. В рамках этой фазы осуществляется заключение контрактов и договоров подряда, проводятся капитальные вложения, строительство объектов, пуско-наладочные работы и др. [11].

Инвестиционная фаза жизненного цикла инвестиционного проекта включает в свой состав:

1) планирование строительных работ, строительство объектов и сдачу объекта заказчику;

2) производство монтажа оборудования;

3) заключение договоров с поставщиками;

4) подбор персонала, его обучение;

5) пусконаладочные работы;

6) производство опытных образцов;

7) определение способов текущего финансирования;

8) выход на проектную мощность;

9) заключение договоров о поставке продукции [13, 79 с.].

Завершающая стадия жизненного цикла инвестиционного проекта – эксплуатационная, означающая время собственно производственной деятельности [13].

Операционная (производственная) фаза инвестиционного проекта заключается в текущей деятельности по проекту: закупка сырья, производство и сбыт продукции, проведение маркетинговых мероприятий и т.п. На этой стадии проводятся непосредственно производственные операции, связанные с взаиморасчетами с контрагентами (поставщиками, покупателями, посредниками), формирующие денежные потоки, анализ которых позволяет оценивать экономическую эффективность данного инвестиционного проекта [11].

Эта фаза в значительной степени влияет на эффективность вложенных средств:

1) формирование планировавшихся результатов;

2) оценка полученных результатов;

3) обеспечение ритмичности производства;

4) обеспечение сбыта продукции;

5) при необходимости осуществление изменений в технологическом процессе, вложение дополнительных инвестиций.

Заканчивается эксплуатационная фаза ликвидацией проекта, которая предполагает, например, ликвидацию возможных негативных последствий проекта (закончившегося или прекращаемого) [13].

Ликвидационная фаза связана с этапом окончания инвестиционного проекта, когда он выполнил поставленные цели либо исчерпал заложенные в нем возможности. На данной стадии инвесторы и пользователи объектов капитальных вложений определяют остаточную стоимость основных средств с учетом амортизации, оценивают их возможную рыночную стоимость, реализуют или

консервируют выбывающее оборудование, устраняют в необходимых случая последствия осуществления инвестиционного проекта [11].

Ликвидационная фаза может возникнуть и в случае преждевременного закрытия проекта независимо от степени достижения поставленных целей. Подобное решение может быть вызвано изменением планов инвестора, недостатком средств на осуществление проекта, ошибками в расчетах, появлением альтернативных проектов и др. Если имеется потенциальная вероятность возобновления проекта, процесс закрытия должен предусматривать подготовку к будущему восстановлению организационной структуры проекта и возможность возобновления работ [11].

Когда проект пришел к нормальному или преждевременному завершению, проблему закрытия проекта следует рассматривать как особый проект, одноразовую уникальную задачу со специфическими ограничениями ресурсов [11].

В зависимости от особенностей хозяйствующих субъектов различается и их инвестиционная деятельность:

1) по масштабам реализуемых инвестиций – полный цикл, от научных исследований и проектно-конструкторских разработок до выпуска новой продукции или организации нового производства, либо реализуется только часть цикла;

2) по направленности инвестиций – коммерческая направленность, соблюдение государственных интересов, социальная или экологическая направленность;

3) по срокам;

4) по эффективности использования вложенных средств [13].

На принятие инвестиционных решений влияют внешние и внутренние факторы. В качестве внешних факторов можно назвать социально-политическую стабильность в стране, где намечается вложение инвестиций, состояние правовой базы, регулирующей инвестиционную деятельность, величину банковского

процента, уровень инфляции и др. В качестве внутренних факторов – величина требуемых инвестиционных ресурсов, уровень доходности по проекту, наличие и уровень инвестиционных рисков, уровень ликвидности проекта и др. При принятии инвестиционного решения необходимо понимать, что у участников инвестиционной деятельности, как любой социально-экономической деятельности, есть разные интересы, поэтому представляется важным согласование этих интересов. Кроме согласования разных интересов наиболее общими условиями успешного инвестирования являются:

1) сбор и анализ необходимой информации;

2) прогнозирование перспектив рыночной конъюнктуры по интересующим инвестора объектам;

3) выбор стратегии поведения на рынке инвестиционных товаров;

4) гибкая текущая корректировка инвестиционной тактики [13].

Важным фактором являются правильные расчеты по определению эффективности реализуемого инвестиционного проекта [13].

Планирование инвестиционной деятельности любого коммерческого предприятия направлено на решение вопроса о том, стоит ли вкладывать деньги в данный проект, и принесет ли он ожидаемый доход, окупающий затраты [7].

Для того, чтобы определить конечные результаты начинаемого дела, любому предпринимателю, инвестору, банкиру, руководителю предприятия необходимо иметь грамотно составленный бизнес-план. Без этого нельзя браться за коммерческий или производственный бизнес [7].

Бизнес-план представляет собой документ, включающий все основные аспекты создаваемого коммерческого предприятия. В нем должны быть отражены вопросы изучения емкости и перспективы будущего рынка сбыта; оценены все затраты, которые соизмерены с доходами от планируемой продажи продукции с целью определения потенциальной прибыльности начинаемого дела [7].

Бизнес-план – документ, разрабатываемый на перспективу с разбивкой по годам, причем первый год разбивается по кварталам и месяцам. Представленное в

бизнес-плане решение производственных, коммерческих и социальных проблем исключает возможность ошибочных действий в процессе реализации задуманного дела. Составляемый бизнес-план должен быть не только убедительным для инвестора, банкира, предпринимателя, но и достаточно привлекательным, чтобы получить финансовую поддержку [7].

Хорошо аргументированный, составленный на достоверной информации, с глубоко продуманной перспективой, бизнес-план – залог успеха предпринимателя, начинающего дело и готового идти на разумный риск [7].

Представляя подготовленный бизнес-план будущим инвесторам или кредиторам, в том числе акционерам, нужно учитывать и их интересы, получаемый доход при успешной реализации проекта или риск потери вложенных средств [7].

Бизнес-план представляет собой стандартный для большинства стран с развитой рыночной экономикой документ, в котором детально обосновывается концепция предназначенного для реализации реального инвестиционного проекта и приводятся основные его характеристики [7].

Современная практика предпринимательства свидетельствует о том, что предприниматель для осуществления реального инвестирования в форме капитальных вложений должен иметь четкие представления о предполагаемом бизнесе, его масштабах и формах; важнейших показателях маркетинга, производственной и финансовой деятельности; сырьевом, техническом и кадровом обеспечении проекта; объеме необходимых инвестиций и сроках их возврата; рисках, связанных с реализацией проекта, и других его характеристиках. Даже в нашей стране солидные инвесторы или партнеры не начнут переговоры с предпринимателем, пока детально не ознакомятся с бизнес-планом его инвестиционного проекта [7].

Подходы к разработке и изложению бизнес-плана дифференцируются в зависимости от характера инвестиционного проекта. Для крупных инвестиционных проектов, требующих значительных капитальных затрат, а также

для проектов, связанных с производством и внедрением на рынок новых, не имеющих аналогов видов продукции, товаров или услуг, разрабатывается полный вариант бизнес-плана, содержащий 40-50 страниц [7].

Необходимость такого подробного обоснования диктуется повышенным уровнем рисков для инвестора и привлечением к анализу бизнес-плана экспертов соответствующего профиля. Для небольших инвестиционных проектов допускается разработка краткого варианта бизнес-плана объемом 10-15 страниц, который в дальнейшем по требованию инвестора или кредитора может быть уточнен и дополнен. В дальнейшем изложении мы остановимся на требованиях к разработке полного варианта бизнес-плана инвестиционных проектов [7].

Разработка и изложение бизнес-плана подчинены определенной логической структуре, которая носит унифицированный характер в большинстве стран с развитой рыночной экономикой. Эта структура представлена на рисунке 1 [7].

Рисунок 1 – Рекомендуемая структура разработки и представления бизнес-плана инвестиционного проекта

1. Краткая характеристика инвестиционного проекта или его резюме хотя и открывает представляемый бизнес-план, но составляется после разработки всех других его разделов, когда концепция проекта, ее обоснование и формы

реализации уже четко определены. Это сделано для того, чтобы инвестор на основе только этого раздела мог сделать вывод о том, соответствует ли проект направленности его инвестиционной деятельности и его инвестиционной стратегии; соответствует ли он потенциалу его инвестиционных ресурсов; устраивает ли его проект по периоду реализации и срокам возврата вложенного капитала и т.п. Если инвестор по результатам рассмотрения данного раздела делает вывод о нецелесообразности участия в реализации инвестиционного проекта или если раздел не содержит достаточной и ясной информации для определенных выводов, с дальнейшими разделами бизнес-плана он знакомиться не будет. Это предопределяет главное требование к подготовке данного раздела – лаконичность, информативность и простоту изложения [7].

1.3 Оценка инвестиционных проектов

Выделяют два направления финансово-экономического анализа (рисунок 1):

1. Оценка жизнеспособности проекта – достаточности средств для его финансирования. Критерий – положительное сальдо денежных средств в каждый расчетный период;
2. Оценка эффективности – способности обеспечить доход, достаточный для компенсации инвестору вложенных ресурсов и взятого на себя риска.

Ставка дисконтирования – это требуемая инвестором норма прибыли, которая должна отражать альтернативные издержки вложения капитала в тот или иной проект. Обычно при ее расчете учитывается три компонента: минимальная доходность (безрисковый доход), уровень риска (премия за риск) и ожидаемый уровень инфляции.

Различают номинальную (учитывающую инфляционные ожидания инвестора) и реальную ставку дисконтирования. Данные представлены на рисунке 2.

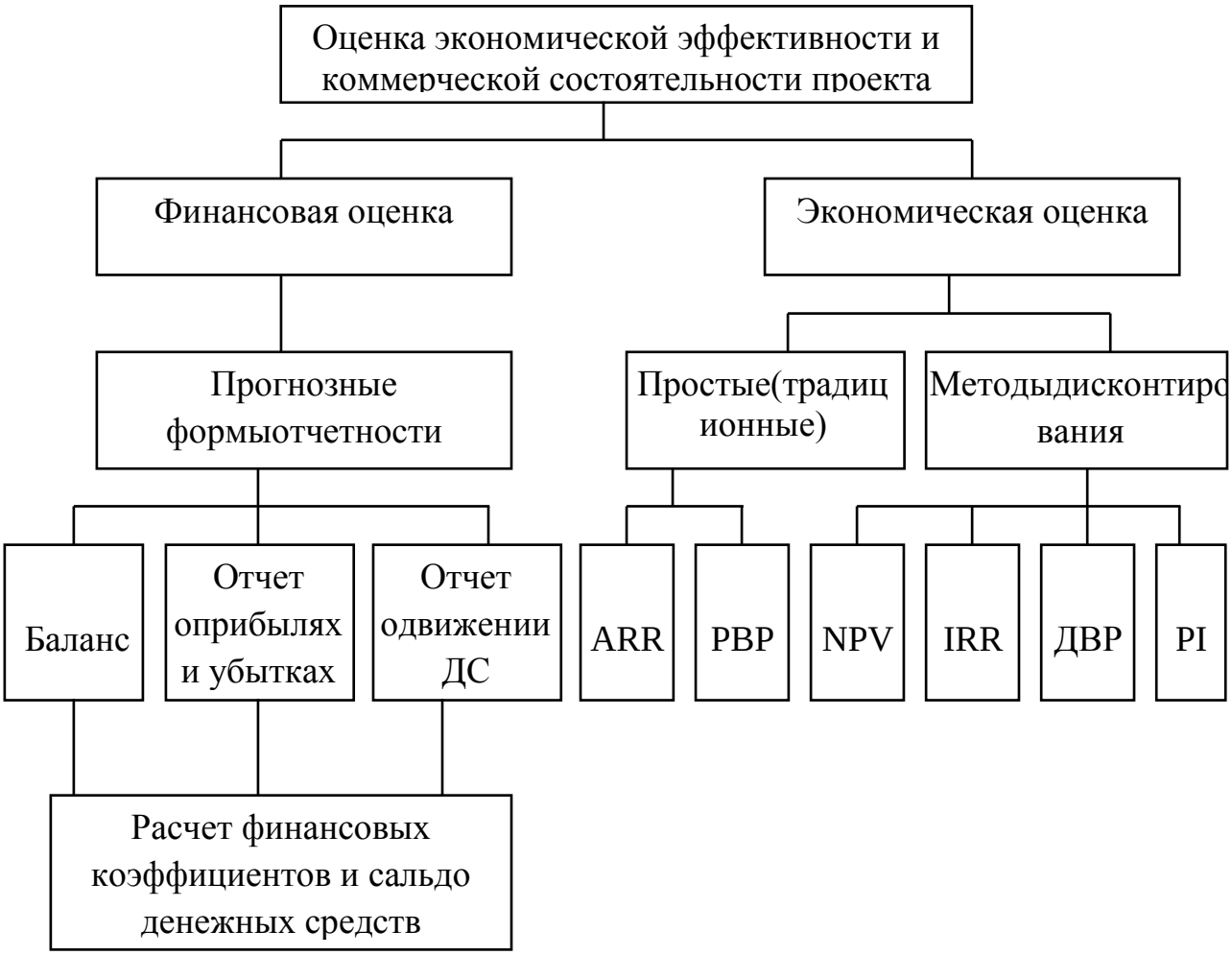


Рисунок 2 – Оценка инвестиционных проектов

На базе дисконтированных оценок рассчитываются следующие показатели:

1. Чистый дисконтированный доход (NPV) – определяется путем сопоставления величины исходных инвестиций с общей суммой дисконтированных денежных поступлений, порождаемых ими в течение расчетного периода. По своей сути NPV отражает прогнозную оценку прироста экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта.

$$NPV = \sum_{t=0}^{T} CF(t) \times \alpha_t - invest, \quad (1)$$

где CF (t) – денежный поток за t – й период;

invest – суммарные приведенные инвестиционные затраты;
T – расчетный период.

$$d_t = \frac{1}{(1+r)^t}, \qquad (2)$$

где d_t– фактор дисконтирования.

2. Внутренняя норма доходности (IRR) – это ставка дисконтирования, при которой проект становится безубыточным, т. е. NPV = 0.

По экономической сути (IRR) – это та максимальная норма прибыли, на которую могут рассчитывать инвесторы (рисунок 3).

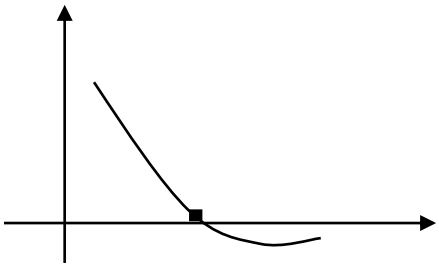


Рисунок 3 – Сущность показателя IRR

3. Дисконтированный срок окупаемости (ДВР) – период, по окончанию которого первоначальные инвестиции покрываются дисконтированными доходами от осуществления проекта.

ДВР = n,

$$\sum_{t=0}^{n} CF(t) \times \alpha_t > invest. \qquad (3)$$

4. Индекс доходности (PI) – характеризует доход на единицу инвестиционных затрат и рассчитывается как отношение дисконтированных доходов по проекту к дисконтированной стоимости инвестиций.

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^{T} CF(t) \times \alpha_t}{invest}. \qquad (4)$$

Осуществление проекта является экономически целесообразным при выполнении следующих условий:

NPV> 0; IRR>CC; ДВР < T; PI> 1; где CC – стоимость капитала.

Для получения правильного результата важно верно оценить денежные потоки. Следует учесть только те потоки, которые будут изменяться в зависимости от принятия/ отклонения проекта.

Не учитываются при расчете невозвратные издержки и издержки финансирования, учитываются – изменения выручки и расходов, инвестиционные затраты, включая необходимый прирост оборотного капитала.

Упрощенная схема расчета денежного потока:

1) Прирост выручки;

2) Прирост/ сокращение операционных расходов (без амортизации);

3) Амортизация;

4) Доходы до налогообложения (п. 1 – п. 2 – п. 3);

5) Налог на прибыль;

6) Чистый доход от инвестиций (п.4 – п. 5);

7) Амортизация;

8) Прирост/ сокращение оборотных активов;

9) Прирост/ сокращение текущих обязательств;

10) Чистый денежный поток от инвестиций (п.6 + п.7 – п.8 + п.9)[1].

Выводы по первому разделу

Таким образом, бизнес-планирование - это объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в то же время - необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией хозяйствования. Основу бизнес-плана любого предприятия составляют 7 разделов. В них входит краткое описание бизнеса, анализ рыночной ситуации, маркетинговый план, план продаж, производственный план, организационный план и финансовый план. Основой оценки инвестиционного проекта является ряд показателей, которые

рассчитываются на основе имеющихся первичных данных и помогают охарактеризовать степень реализуемости и целесообразности данного проекта.

1.4 Особенности бизнес-планирования в России и за рубежом

Россия, долгое время находившаяся в условиях централизованной командно-административной системы управления социалистической экономикой, на первый взгляд, имеет необходимую почву для планирования бизнеса. Плановая работа не является чем-то абсолютно новым инезнакомым для большинства работников. Однако сама природа планирования в условиях плановой социалистической экономики была совершенно иной.

В условиях рынка центр тяжести в планировании переместился насамо предприятие. Главную ценность для предприятий представляетуже не только план как таковой, а сам процесс планирования. А потомуособенно актуально звучит высказывание экспрезидента США, генерала Д. Эйзенхауэра: «План - ничто, планирование - все».

В этой связи развитие и укоренение новых организационных форми методов планирования бизнеса на российских предприятиях становится жизненно необходимым [1].

Бизнес–планирование в России в большей степени основана на зарубежном опыте. Это объяснялось тем, что к началу 90-х годов XX века в России возникла необходимость в разработке бизнес-плана для получения финансирования, а практической деятельности в этой сфере не существовало. Актуальность бизнес-плана в деятельности российских предпринимателей определяется следующими основными обстоятельствами.

Нынешнее поколение предпринимателей в большинстве своем прежде не занималось бизнесом, а многие не знакомы даже с принципами организации и планирования производства. Для них это основа планомерной организованной работы.

Такжеизменяющиеся условия рыночной среды требуют учета различных вариантов предпринимательского поведения и подготовки запасных мер для новых хозяйственных ситуаций.

Кроме того процесс разработки бизнес-плана, включая этап обдумывания его составных элементов, позволяет глубже вникнуть во все особенности начинаемого (продолжаемого) дела и дать объективную оценку отдельных аспектов.

Готовый бизнес-план – это удобный, компактный, наглядный и выразительный документ для компаньонов, партнеров, кредиторов, поставщиков, всех тех, кому требуется обоснование предпринимательских начинаний или новых проектов.

При осуществлении управленческой деятельности бизнес-план является инструментом, помогающим предпринимателям развить навыки менеджера предприятия [3].

Влияние несовершенств российского рынка на перспективы развития бизнеса являются такой чертой, ограничивающей широкое применение прогрессивных форм планирования в российском бизнесе. К факторам, ограничивающим использование планирования в отечественных условиях, относятся:

1) чрезмерно высокая степень неопределенности на российском рынке, обусловленная продолжающимися глобальными изменениями и коллизиями во всех сферах общественной жизни: экономической, политической, социальной, духовной и пр. (непредсказуемость таких изменений снижает масштабы и горизонты планирования и затрудняет составление плана хотя бы на три года вперед);

2) низкий уровень накопления капитала в российских экономических организациях, не позволяющий осуществлять эффективные затраты на организацию планирования;

3) отсутствие эффективных юридических и этических норм, регулирующих поведение предпринимателей, отсутствие культуры отечественного рынка [2].

Зарубежная специфика бизнес-планирования включает следующие аспекты:

Предпринимательская деятельность ассоциируется со свободой, независимостью и самореализацией;

Руководитель подвержен сильному давлению конкуренции и постоянно находится под контролем рыночных механизмов. Его деятельность определяется тем, насколько верно он способен оценить влияние рынка;

Зарубежный бизнес имеет особое отношение к показателю отдачи капитала. Доход в абсолютном выражении не является самым важным показателем. Однако если деньги вложены в проект – они обязательно должны приносить больший доход, чем банковский депозит [2].

Сегодня планирование бизнеса по-прежнему остается одной из самых «болевых точек» российского менеджмента, а система планирования - наиболее слабое звено в управлении российскими предприятиями. Это вызвано целым рядом причин.

Во-первых, планирование в условиях рынка, ориентированное наудовлетворение потребностей клиентов, само по себе является достаточно сложной интеллектуальной работой, требующей созданияи использования информационной базы, аналитической обработкиданных, проектирования будущего, постоянной активности участников процесса планирования, их творческого подхода к оценке рыночной ситуации и возможностей потребителей.Планирование бизнеса должно опираться на системное внедрение,обобщение результатов исследований рынка и анализа достигнутыхрезультатов работы с рынком. Однако стратегический маркетинг, закладывающий основу для стратегического и бизнес планирования, нестал еще сильной стороной существующих систем управления бизнесом российских предприятий.

Во-вторых, сама организация процесса планирования и его осуществление являются непростой задачей, поскольку требуют гибкого сочетания централизации и децентрализации в планировании, созданияусловий для участия

в нем и в аналитических процессах, предшествующих и сопровождающих планирование, менеджеров и других специалистов разных подразделений (экономистов, плановиков, финансистов,производственников, маркетологов и т. д.). Все это сопровождаетсяорганизационными проблемами и свидетельствует о наличии коммуникационных трудностей, связанных с процессом планирования.

В-третьих, имеют место проблемы социально-культурного характера. Необходимость использования демократического стиля управления и демократических методовпланирования сталкивается с препятствиями, связанными с существующими традициями управления.

В-четвертых, в отличие от развитых западных стран условия становления планирования бизнеса в России имеют свою специфику. Социально-экономическая среда, правовые условия, в которых работаютроссийские предприятия, отсутствие развитой инфраструктуры, а такженеобходимого информационного и аналитического обеспечения планирования российского бизнеса, часто не позволяют им непосредственноиспользовать зарубежные методические разработки, представленныев литературе. В них раскрываются вопросы планирования бизнесаприменительно к фирмам, работающим в условиях развитой рыночной экономики. Они зачастую не соответствуют хозяйственным, экономическим, правовым и другим условиям российского бизнеса, а потому не могут быть напрямую использованы на практике.

В-пятых, сами отечественные предприятия имеют пока небольшойопыт планирования в условиях рынка. До недавнего времени менеджеры-практики считали, что отсутствие проработанного бизнес-плана может быть вполне заменено интуицией и практическим опытомв бизнесе. Имеющиеся знания и практические навыки многих менеджеров не в полной мере отвечают профессиональным требованиям,предъявляемым сегодня к планированию бизнеса, поэтому менеджеры зачастую недооценивают роль и значение системы планирования [1].

Перспективы планирования на российском рынке можно считать положительными, так как развитие направлено на выживание и развитие деятельности. Сейчас российское планирование переживает свой «интуитивный этап» – успех в бизнесе зависит от таланта, одаренности, энергии предпринимателя. Но с появлением стабильных, зарекомендовавших себя экономических организаций возникают предпосылки для расширения пределов внутреннего планирования [2].

В настоящее время российский бизнес входит в новую стадию своего развития, когда без стратегического видения будущего, без постановки стратегических целей и задач на несколько лет, разработки бизнес-планов и понимания того, куда и как нужно двигаться, что нужноделать уже сегодня для их достижения, невозможно успешно продвигаться вперед [1].

Выводы по разделу один

В первой главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены следующие моменты:

1. Рассмотрены основные понятия бизнес – планирования,а также цели и задачи планирования. Проведя исследование основных компонентов бизнес – плана, можно сделать вывод, что планирование имеет весомое значение в достижении максимального результата поставленной цели. Следовательно, для достижения желаемого результата необходимо планировать развитие своего бизнеса.

2. Количество инвестиционных проектов и их различие между собой, по параметрам достаточно разнообразно и поэтому можно сделать вывод, что количество всевозможных бизнес идей широко и имеет продолжение в будущем.

3. При оценке инвестиционных проектов учитывается множество факторов и направлений. Были изучены основные показатели и понятия. Так же было принято решение более подробно рассмотреть такие показатели, как:

1) NPV
2) IRR
3) ДВР
4) PI

Итогом раздела является следующее заключение, что осуществление проекта является экономически целесообразным при выполнении следующих условий:

NPV> 0; IRR>CC; ДВР < T; PI> 1.

4. Было изучено зарубежное бизнес планирование и российское бизнес планирование. Оценены достоинства и недостатки отечественного планирования.

2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ БАРБЕРШОПА

2.1 Резюме

В данном бизнес-плане рассмотрен проект целесообразности создания барбершопа (мужской парикмахерской).

Традиция мужских парикмахерских и барберов, так принято называть мужчин парикмахеров заграницей, в Америке и Европе сложилась уже достаточно давно. В 20 веке именно барбер знал всё обо всех, поэтому обладатели данной профессии, как и сама профессия, всегда были в почете.

В России тенденция мужских парикмахерских получило своё развитие всего несколько лет назад, с возрастанием интереса на ношение бороды и появлением тренда ухоженных мужских причесок. В крупных городах все чаще начали появляться барбершопы - парикмахерские специализирующиеся на мужских стрижках.Чем же Барбершоп отличается от обычной парикмахерской: главное различие заключается в гендерности, то есть в разделении этого сервиса по половому признаку. Исторически так сложилось, что в барбершопе мужчин стригут только мужчин, это правило будучи непреклонным выполняется и по сей день.

Для реализации нашего проекта необходимы инвестиции в размере 3 817 433 руб., из которых собственные – 100%.

Самой сильной стороной проекта является составление программ лояльности, таких как скидки для студентов, акции "Отец и сын" и использование современных и эффективных каналов продвижения для первоначального привлечения клиентов и превращения их в лояльных, что отсутствует в других барбершопах.

Главную возможность нам предоставляет внешняя среда. Она заключается в общей тенденции популяризации барбершопов в стране и открытие своей собственной сети франшиз аналогично заведениям-конкурентам.

Самой слабой стороной является недостаточная известность бренда, так как планируемое к открытию предприятия является новым.

Главной угрозой является риск появления фирмы-конкурента в непосредственной близости от нас.

Согласно проведенному SWOT-анализу, бизнес, планируемый к реализации, имеет больше сильных сторон, чем слабых. Также, количество возможностей превышает количество внешних угроз. Обобщение имеющихся сильных сторон и возможностей позволяет сделать вывод, что планируемое к открытию предприятие имеет хороший потенциал и высокую долю вероятности успешной реализации проекта. Таким образом, результаты SWOT-анализа подтверждают предварительную целесообразность реализации проекта.

Сальдо денежных потоков накопленным итогом на всех шагах проекта является положительным, а значит, проект финансово реализуем.

По произведенным расчетам показателей экономической эффективности составили: : NPV = 5 623 372 руб., PI = 3,14, IRR = 99%, срок окупаемости = 1 год 7 месяцев. Значение NPV положительное, PI больше единицы, IRR существенно превышает ставку дисконтирования, а срок окупаемости не превышает горизонта планирования. Исходя из полученных данных, можно сказать, что проект экономически эффективен.

По произведенному анализу рисков можно сделать вывод, что изменение ставки дисконтирования оказывает мало влияния на экономическую эффективность проекта, и снижение суммарной выручки тоже. Это связанно с выбранным горизонтом планирования, так как если горизонт планирования будет меньше, то проект может оказаться чувствителен именно к снижению среднего чека или числу клиентов, пришедших вбарбершоп.

Проведенная оценка экономической эффективности позволяет сделать вывод, что проект жизнеспособен, его реализация возможна и целесообразна, о чем свидетельствуют значения всех рассмотренных показателей. Данная сфера услуг только набирает обороты на рынке, но она весьма востребована и становится более популярной. Рассматриваемые в качестве основных потребителей молодые люди с каждым годом будут наращивать собственные располагаемые доходы, превращаясь в прибыльные потребительские сегменты. Такая тенденция обеспечивает жизнеспособность предприятия в долгосрочной перспективе.

2.2Бизнес-идея

Бизнес-идея состоит в открытии парикмахерской для мужчин, именуемой так же барбершопом,оказывающегоуслуги по бритью и стрижке.

В России тенденция мужских парикмахерских получило своё развитие всего несколько лет назад, с возрастанием интереса на ношение бороды и появлением тренда ухоженных мужских причесок. В крупных городах все чаще начали появляться барбершопы.

Барбершопы–парикмахерские специализирующиеся на мужских стрижках.Чем же Барбершоп отличается от обычной парикмахерской: главное различие заключается в гендерности, то есть в разделении этого сервиса по половому признаку. Исторически так сложилось, что в барбершопе мужчин стригут только мужчин, это правило будучи непреклонным выполняется и по сей день.

Описание бизнес-идеи

Основными услугамивпланируемого к открытиюбарбершопе являются:стрижка детей, мужская стрижка, стрижка машинкой, моделирование бороды, стрижка+борода, бритье головы, "королевское бритье".

Королевское бритье – это классическое бритье опасной бритвойс использование различных масел и кремов и последующим нанесением косметических средств для ухода за кожей после бритья.

Клиентами таких услуг в основном являютсяработающие мужчины 18-30, работающие мужчины старше 40 лет, работающие мужчины 30-40. Это самые платежеспособные сегменты, а так же основные потребители и клиенты. Так же очень важен сегмент студенты-мужчины. Так как именно этот сегмент стремится ко всем новому интересному и готов с удовольствием делиться информацией со сверстниками (принцип сарафанного радио).

География расположения

Так как в Центральном районе уже существуют подобные заведения, было решено открытьбарбершоп в районе ЖК «Манхеттен» в новом строящимся торговом центре. Этот район привлекателен тем, что он новый, развивающийся, в основном заселяется молодыми парами и студентами с достатком выше среднего.

Особенности проекта

Базовым набором услуг барбершопа решено сделать мужскую стрижку, уход за бородой и бритье опасной бритвой. Среди дополнительных услуг можно выделить стайлинг, камуфлирование седины, коррекция и оформление бровей. Проект работает в высоком ценовом сегменте, если говорить о конкуренции с парикмахерскими традиционного формата. Однако средний чек в 850 рублей в целом сопоставим с показателями прямых конкурентов, работающих в мужском формате.Так как барбершоп представляет собой границу между сферой услуг и досуга, то клиентом предлагается ряд дополнительных бесплатных услуг, например, возможность игры в X-box, кофе, спиртные напитки и снеки, Wi-Fi.

2.3План маркетинга

2.3.1Анализ рынка

Барбершоп – это исключительно мужская парикмахерская. Все услуги в таком месте только для мужчин. В таком заведение вам сделают мужскую стрижку илиаккуратно подровняют бороду. А для тех, кто не любит бриться сам, есть «королевскоебритье».

Сейчас рынок барбершопов или мужских парикмахерских находится на этапебурного роста.Мужчинам надоело стричься в стандартных салонах красоты, где рядомсплетничают женщины, когда им делаю укладку, поэтому все больше мужчин меняютсалоны унисекснатакого рода заведения. Чаще всего такие парикмахерские выглядятпохожими на мужской гараж или, например, какой-то чисто мужской бар, где деревянныйпол и шкура медведя висит на стене.

По опросам, которые проводила российская компания «Inteters», мужчины в 1,5раза чаще посещают парикмахерскую, чем женщины. В среднем мужчина ходит впарикмахерскую примерно раз в 2 месяца.

История появления барбершопов в России.

Традиция мужских парикмахерских и барберов, так принято называть мужчин парикмахеров заграницей, в Америке и Европе сложилась уже достаточно давно. В 20 веке именно барбер знал всё обо всех, поэтому обладатели данной профессии, как и сама профессия, всегда были в почете. В России тенденция мужских парикмахерских получило своё развитие всего несколько лет назад, с возрастанием интереса на ношение бороды и появлением тренда ухоженных мужских причесок. В крупных городах все чаще начали появляться барбершопы - парикмахерские специализирующиеся на мужских стрижках.

Итак, рассмотрим рынок нашей страны. За последние несколько лет по всей России открылось более 1000барбершопов. Большее количество барбершопов, конечно, насчитывается в Москве и Санкт-Петербурге. В Москве сейчас примерно около 500мужских-парикмахерских, а в Санкт-Петербурге примерно

180 заведений. Именно сейчас культура качественной прически и ухоженной бороды в России набирает большие обороты. Такой тренд появился относительно недавно, примерно в 2011 году.

Предполагается, что к концу 2018 года кол-во барбершопов в России дойдет до 2000-3000. Сейчас в среднем по России в городе от 100 тысяч человек до 200 тысяч расположено 3-4барбершопа. В городе от 200 тысяч человек до 500 тысяч примерно 4-5. А более 500 тысяч от 6 и более. Рынок барбершопов в России стремительно растет. Но открыть подобное заведение не так дешево. Примерно 2016 года открыть хороший барбершоп мог позволить себе только состоятельный человек, так как и франшиза и собственное открытие вышло бы предпринимателю примерно в 1,5-2 миллиона рублей.Сейчас же с ростом рынка стали появляться и компании, которые обслуживаютэтот сегмент, поэтому комплектующие и другие товары стало проще и дешевле найти вРоссии. Те же самые барбер-кресла раньше стоили по 250-300 тысяч рублей за 1 единицу, то сейчас с доставкой до своего города можно найти компанию, которая произведет такоекресло с доставкой и это обойдется примерно в 100 тысяч рублей. Точно так же и скосметикой. Раньше нужно было закупать почти всю косметику зарубежом. Сейчасмногие крупные сети барбершопов создают свои линейки укладочных средств, шампуней, мыл и тд. А так же продают их в другие небольшие компании. Аналогично на Российскийрынок вышли крупные дилеры зарубежных компаний. Видя, что в России стало всебольше появляться мужских-парикмахерских, они начали открывать своипредставительства в крупных Российских городах, таких как Москва и Санкт-Петербург. Сейчас такие компаний немного, но это уже позволяет владельцам барбершопов закупатькосметику и аксессуары по низким ценам. Главный представитель элитной зарубежноймужской косметики является компания американская компания AmericanCrew.

В 2011 году и открылась первая в России мужская- парикмахерская, ею стала компания Chop-Chop, оказавшаяся очень прибыльной и в последствии развившая свою сеть по всей России и за рубежом,в том числе в Челябинске.

Поэтому, вдохновленные грандиозным успехом «Chop-Chop»,стали появляться один за другим новые барбершопы. Такпоявились «TopGun», «BigBro», «Borodach», «OldBoy», «FIDEL», «BoyCut»,идругие.

Крупнейшие сети на территории Российской Федерации:

1) Chop-Chop – 68 заведения в РФ и Украине, Казахстане, Грузии;
2) TopGun– 45 заведений в РФ и Украине;
3) BigBro – 87заведений в РФи странах СНГ;
4) Borodach – 57 заведения в РФ, Украине, Казахстане.

Заведение в формате закрытого мужского клуба оказалось востребовано у мужчин, которые «устали» быть клиентами парикмахерских, где безраздельно «правят» женщины. Поспособствовали росту популярности барбершопов и тенденции во внешнем облике мужчины. На смену моде на молодость пришел образ яркой мужественности со всеми ее атрибутами в виде бороды и усов. Вместе с тем современные мужчины более тщательно относятся к своему внешнему облику, чаще используют мужскую косметику, ухаживают за прической, бородой, усами и кожей лица.В целомрынок парикмахерских чисто мужского формата находится если не в зачаточной, то в стремительно набирающей обороты стадии развития.

2.3.2 Преимущество концепции барбершопа

Мир развивается, мода диктует новые правила — и вот по всей стране появляется все больше новых мужских салонов красоты или барбершопов. Но эта мода не скоротечна, ведь люди быстро привыкают к хорошему.

Во-первых, для барбершопа понадобится только заключение санитарно эпидемиологической станции и разрешение пожарного надзора. По закону лицензия не требуется.

Во-вторых, на бизнесе не сильно отражаются кризисные явления в экономике. В среднем мужчины посещают парикмахерскую в 1,5 раза чаще женщин и не

имеют привычки отказываться от услуг из-за роста цен. Согласно опыту отечественных барбершопов, доля возвратных клиентов может достигать 65-70%

В-третьих, достаточно быстрые сроки окупаемости, которые могут занять промежуток от одного года до двух лет. В традиционных парикмахерских срок окупаемости обычно составляет 2-3 года.

В Челябинске можно выделить четыре наиболее популярных и жизнеспособных барбершопа, все из которых являются франшизами, данные представлены на рисунке3, это «Chop-Chop», «TopGun»,«BigBro», и «Firma». Более значимым конкурентом для барбершопа является фирма «Chop-Chop», так как онаявляется самым узнаваемым брендом мужских парикмахерских.

Рисунок 3 – Конкуренты

Таблица 1 – Сравнительная характеристика прямых конкурентов

Характеристика	Конкурент №1	Конкурент №2	Конкурент №3	Конкурент №4
Название	«Chop-Chop»	«TopGun»	«BigBro»,	«Firma»
Дата основания	2011 год	2014 год	2015 год	2013 год
Месторасположение	Ул. Сони Кривой, 69	Ул. Бейвеля, 22	Ул Свободы, 91	Ул. Энгельса 49
Режим работы	10.00-22.00	9.00-21.00	11.00-21.00	10.00-21.00
Предоставляемые услуги	Wi-Fi, , настольные игры, игровая приставка, кофейные напитки	Wi-Fi, настольные игры, телевизор, кофейные напитки, сок	Wi-Fi, настольные игры, X-box, кофе, кока-кола, виски	Wi-Fi, настольные игры, напитки, журналы
Наличие сайта	https://chopchop.me/	http://chelyabinsk.topgunbarbershop.ru/	https://f.big-bro.pro/	http://barberfirma.ru/
Сайт	Удобен в использовании, имеется запись онлайн.	Удобен в использовании, имеется запись онлайн	Удобен в использовании, имеется запись онлайн	Удобен в использовании, имеется запись онлайн
Интерьер	Оформлен в современном стиле, минималистичный дизайн, много диванов	Интерьер выполнен в черно-белом стиле. Не подходящий ремонт, стены из гладкого кирпича не вписываются в интерьер	Хороший дизайнерский ремонт, отличный от других барбершопов, длинное зеркало по всей длине стены	Хороший дизайнерский ремонт, выполненный в молодежном стиле
Способы оплаты	Наличный и безналичный расчет	Наличный и безналичный расчет	Наличный и безналичный расчет	Наличный и безналичный расчет
Известность на рынке	Широкий известный бренд	Умеренно известный бренд	Широкий известный бренд	Менее известный бренд
Программы лояльности/ Акции	Скидкадля студентов	Мало проводимых акций	Стоимость стрижки зависит от опыта лет мастера	Акция скидка "Отец + сын" 20%
Качество услуг	Умеренные отзывы	Умеренные отзывы	Большинство положительных отзывов	Умеренные отзывы
Цена за услуги, руб.	1400	1200	1200	1000

Из данных таблицы видно, что слабой стороной барбершопа «Chop-Chop» являетсяне самый лучший сервис, а так же то, что в барбершопе не проводятся какие-то либоакции, чтобы привлечь к себе внимание. Не обязательно жертвовать доходом припроведении акций, достаточно объявлять конкурсы.

Так же из данных таблицы можно сделать вывод, что по мужской стрижке все мужскиепарикмахерские можно считать сильными конкурентами, чуть в меньшей степени развечто барбершоп «TopGun»из-за отсутствия программ лояльности.По соотношению цены и качества в среднем всем компанииравны, так даже наименее известный и имеющий более низкую стоимость услугбарбершоп «Firma» за свою цены икачество имеет определенных клиентов.

Таким образом, наш барбершопбудет иметь схожие характеристики, которые не будут сильно уступать конкурентам в ценовой категории и качестве стрижек, но при этом иметь свои отличительные черты.

2.3.3 SWOT-анализ

SWOT-анализ позволяет определить причины эффективной или неэффективной работы компании на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого делается вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам. Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии.

Классический SWOT–анализ предполагает определение сильных и слабых сторон в деятельности фирмы, потенциальных внешних угроз и благоприятных возможностей и их оценку относительно стратегически важных конкурентов.

По имеющимся данным конкурентного анализа разработанSWOT-анализ предприятия, планируемого к открытию. В данном SWOT-анализе рассмотрены сильные и слабые стороны организации, угрозы и возможности, с которыми

предстоит столкнуться при открытии предприятия. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2–SWOT-анализ (сильные и слабые стороны)

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	1) Удобное расположение 2) Составление программ лояльности и акций для клиента 3) Возможность онлайн записи 4) Использование эффективных каналов продвижения	1) Недостаточная известность бренда 2) Отсутствие опыта ведения аналогичного бизнеса
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда	1) Создание сети барбершопов 2) Растущий рынок и популяризация барбершопов в РФ 3) Создание франшизы	1) Возможное появление конкурентов 2) Нехватка мастеров в первое время

Самой сильной стороной проекта является составление программ лояльности, таких как скидки для студентов, акции "Отец и сын" и использование современных и эффективных каналов продвижения для первоначального привлечения клиентов и превращения их в лояльных, что отсутствует в других барбершопах.

Главную возможность нам предоставляет внешняя среда. Она заключается в общей тенденции популяризации барбершопов в стране и открытие своей собственной сети франшиз аналогично заведениям-конкурентам.

Самой слабой стороной является недостаточная известность бренда, так как планируемое к открытию предприятия является новым.

Главной угрозой является риск появления фирмы-конкурента в непосредственной близости от нас.

Согласно проведенномуSWOT-анализу, бизнес, планируемый к реализации, имеет больше сильных сторон, чем слабых. Также, количество возможностей превышает количество внешних угроз. Обобщение имеющихся сильных сторон и

возможностей позволяет сделать вывод, что планируемое к открытию предприятие имеет хороший потенциал и высокую долю вероятности успешной реализации проекта. Таким образом, результаты SWOT-анализа подтверждают предварительную целесообразность реализации проекта.

Портрет потребителя.

На рисунке 4 показан рейтинг посещаемости указанных заведений мужчинами по Москве за последние 3 года по данным ЭКЦ«Инвест-Проект»(рисунок 4)[20].

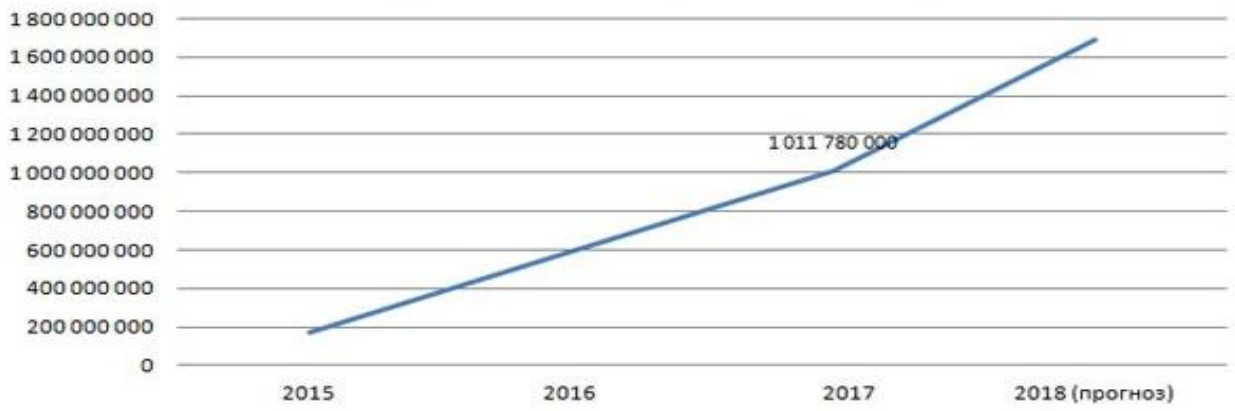


Рисунок 4 – Посетители барбершопов

На данном графике мы видим возрастающий спрос на качественные мужские стрижки, во многом объем рынка растет благодаря переходу мужчин из обычных парикмахерских типа унисекс в барбершопы.

Основными клиентами услуг являются работающие мужчины в возрасте от 18 до 30 летс средней платежеспособностью, работающие мужчины старше 40 лет с высокой платежеспособностью и работающие мужчины от 30 до 40 лет с средней или высокой платежеспособностью. Это самые платежеспособные сегменты, а так же основные потребители и клиенты. Так же очень важен сегмент «студенты-мужчины». Так как именно этот сегмент стремится ко всем новому интересному и готов судовольствием делиться информацией со сверстниками (сарафанное радио).

Так же составим "портрет идеального клиента"

Портрет идеального клиента – Мужчина, возраст около 30 лет. Высокаяплатежеспособность. У него есть борода, и он записывается всегда на комплекс «стрижка+ борода». Он ездит на машине, поэтому не берет выпивку за стойкой администратора. Онобщителен и спокоен, что помогает спокойно работать мастеру и лучше понятьпредпочтения клиента. Всегда приходит один – мастеру не мешает девушка клиента сосвоими советами, а друзья не выпивают лишнего кофе или виски за баром.

2.3.4 Продвижение

Главной задачей в начале будет являться привлечение целевой аудитории, поэтому считается необходимым формирование маркетингового бюджета. За 3 месяца до открытия барбершопа будет произведена масштабная маркетинговая подготовка, которая включает в себя разработку собственного сайта, с возможностью онлайн записи 25 000 руб. А так же ведение группы в социальной сети Вконтакте и аккаунта в Instagram 25 000 руб. Ведение социальных сетей будет включать в себя ведение авторского мини-блога, создание интересных и познавательных постов о мужских стилях стрижек, мужественности, культуре ухода за бородой и усами, тематических социальных опросов и конкурсов.Главным образом в группу будут приглашаться мужчины, носящие бороду и усы, креативная молодежь. Также на этапе открытия предполагается проведение промоакции с мастер-классами, конкурсами и розыгрышами сертификатов и абонементов на услуги барбершопа и привлечением СМИ

Так же планируется в начале деятельности барбершопа использовать рекламные листовки с информированием об акциях. На данный рекламный канал планируется выделить 5 000 руб. в месяц.

Цель этого процесса подготовить потенциальную аудиторию и сформировать базу потенциальных клиентов.

Прогноз выручки.

Составим прогноз выручки, исходя из:

1) количества рабочих мест;
2) среднего чека;
3) количества работающих мастеров;
4) планируемого объема загрузки – количество клиентов.

Порядок посещения и тарификация.

Работать в барбершопе будут 3 мастера, с графиком 2 через 2, с 9:00 до 21:00. Всего 3 рабочих места. Работают одновременно не менее 2 мастеров. Каждый из них может обслужить максимум 12 человек при 12 часовом рабочем дне из расчета 1 час – один клиент. Средний чек 1200 рублей, но с учетомпрограммы лояльности и скидок ,возьмем средний чек равный 1000 руб.

Спрогнозируем величину выручки. Горизонт планирования – 3 года – разбивается на 7 шагов: «1-4» – продолжительностью 3 месяца, «5-6» – 6 месяцев, «7» – 12 месяцев.

Объем реализации в первые пол год примем равным 30% от максимальной загрузки. Постепенный прирост лояльных клиентов и повышение эффективности рекламы в результате продолжительного присутствия на рынке позволит увеличить объемы загрузки до 50% через пол года с момента открытия и до 80% через год с момента открытия (таблица 3).

Таблица3 – Прогноз выручки

Год планирования	1				2		3
Номер шага	1	2	3	4	5	6	7
Длительность шага, мес.	3	3	3	3	6	6	12
Средний чек, руб.	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Объем оказанных услуг, стрижки	972	972	1620	1620	5 184	5 184	10 368
Выручка, руб.	972 000	972 000	1 620 000	1 620 000	5 184 000	5 184 000	10 368 000

2.4Организационно-производственный план

2.4.1 Организационно-правовая форма

Для реализации проекта планируется создать новое предприятие. Организационно-правовой формой решено выбрать ИП (индивидуальный предприниматель). Данная форма удобна тем, что позволит осуществлять деятельности с минимумом бухгалтерских документов (в отличие от ООО) и более выгодна с финансовой точки зрения (меньше налоговая нагрузка).

К основным недостаткам данной организационно-правовой формы можно отнести необходимость ежегодно перечислять фиксированную сумму страховых взносов, вне зависимости от того, осуществляется предпринимательская деятельность или нет, а также ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим имуществом.

Требуемые разрешения:

- разрешение СЭС;
- согласование управления пожарной безопасностью;

Система налогообложения.

Для ИП подходят следующие системы налогообложения: УСНО, ЕНВД и патент.

По предварительно проведенным расчетам, наиболее подходящей системой налогообложения в нашем случае является ЕНВД.

При исчислении и уплате ЕНВД размер реально полученного дохода значения не имеет, налогоплательщики руководствуются размером вмененного им дохода, который установлен Налоговым кодексом РФ.ЕНВД рассчитывается как налоговая база, умноженная на ставку налога 15%. Налоговая база зависит от величины физического показателя в нашем случае от количества сотрудников. ЕНВД можно уменьшить на свои страховые взносы и страховые взносы сотрудников. Если ИП работает без сотрудников, налог можно уменьшить на всю сумму взносов, если с сотрудниками, то только наполовину.

Условия для применения ЕНВД:

1) режим введен на территории муниципального образования;
2) численность работников — не более 100 человек;
3) существуют и другие ограничения, которые можно посмотреть в налоговом кодексе.

Помещение и оборудование.Планируется брать в аренду помещение, площадью 52 кв. м. При этом 9 кв. м – территория кабинета руководящих сотрудников, 13 кв. м – прихожая, уборная, подсобная территория, остальное пространство – рабочий зал.

Стоимость аренды помещения по адресу ул.Труда, 174на первом этаже в новом, строящемся торговом комплексе,составит 730 руб./мес. за 1 кв.м. Помещение находится на первой линии, рядом со входом в торговый комплекс, имеется автономное отопление, панорамные окна выходят на оживленную улицу. Парковка рядом с барбершопом оборудована системой видеонаблюдением и круглосуточной охраной. В стоимость аренды включены коммунальные платежи, и эксплуатационные расходы.

Для оборудования барбершопа потребуется провести монтаж оборудования: сборка и установка мебели (стойки, диваны, парикмахерские кресла, зеркала, стеллажи). Произвеститранспортировку и установку необходимого оборудования. Также необходимо приобрести бытовую и офисную технику. Все необходимое будет приобретаться либо в магазинах Челябинска, либо путем заказа из других городов. В инвестиционном плане заложена средняя стоимость оборудования и мебели, уточненная в одном из магазинов г. Челябинска.

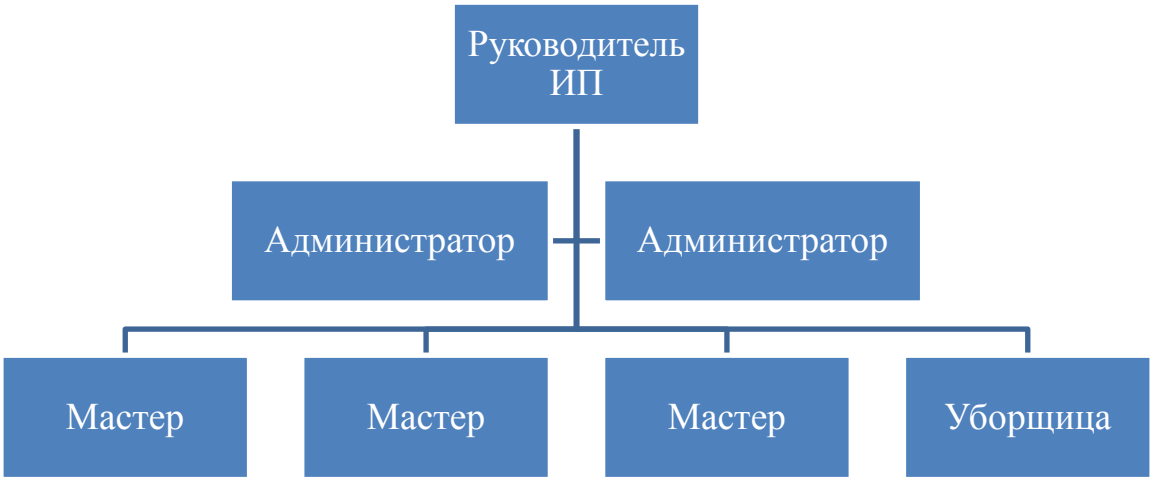
Помещение, арендованное под барбершоп необходимо отремонтировать и произвести перепланировку. Затраты на проведение ремонтных работ и услуги дизайнера составят 483 000 руб. (услуги дизайнера: 53 000 руб., услуги рабочих, затраты на отделочные материалы 430 000 руб.).Перечень необходимого оборудования и его стоимость представлены в таблице 4.

Таблица 4–Оборудование барбершопа

Наименование	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Стоимость, руб.
Мужское парикмахерское кресло с подножкой	150000	3	450000
Двухместный диван ожидания	72000	1	72000
Кресло ожидания	29000	2	58000
Парикмахерский стол с зеркалом	18000	3	54000
Парикмахерская мойка с креслом	50000	1	50000
Приставка X-box	22000	1	22000
ЖК телевизор	10000	2	20000
Картина	6000	3	18000
Акустическая система	15000	1	15000
Опасная бритва	3500	3	10500
Универсальная машинка для стрижки	2000	4	8000
Фен	2500	3	7500
Столик зоны ожидания	6500	1	6500
Ножницы парикмахерские прямые	1000	6	6000
Ножницы парикмахерские филировочные	1500	3	4500
Расчески парикмахерские (набор)	3500	1	3500
Полотенце	500	6	3000
Ремень для правки опасной бритвы	3000	1	3000
Вешалка напольная	2500	1	2500
Кассовый аппарат	7000	1	7000
Прочие расходы			81500
Итого			902500

2.4.2 Персонал

Структура управления барбершопаимеет линейный вид. В подчинении руководителя находится администраторы, которые направляют работупарикмахеров (барберов). Такойподход обеспечивает достаточно несложное управление компанией при максимальныхнагрузках администратора. Хотьмастера и не полностью подчиняются администраторам.Администраторы скорее помогают мастерам, чтобы облегчить их работу.Бухгалтерия передана на аутсорсинг. Схемапредставлена ниже(рисунок 5).



.

Рисунок 5 – Организационная структура

Функции и обязанности руководителя ИП:

1) Заключениедоговоров с поставщиками и компаниями-партнерами,
2) Проведение собеседований с потенциальными работниками и прием на работу на должность мастера.
3) Обеспечение сохранности товарно-материальных ценностей, денежных средств и иного имущества парикмахерской.

4) Осуществление бухгалтерского учета, контроля по использованию ресурсов предприятия.

5) Обеспечение соблюдения правил безопасности и санитарных требований.

6) Обеспечение предприятия товарами и средствами материально-технического снабжения.

7) Рассмотрение жалоб и предложений от сотрудников и клиентов, устранение недостатков в работе барбершопа.

8) Обеспечение повышения квалификации работниковбарбершопа, отправка сотрудников на обучение в академии.

Функции и обязанности администратора:

1) Проверка технического состояния помещения: вестибюля, зала, туалетнойкомнаты; проверка качества уборки, исправности мебели, оборудования,освещенности и так далее;

2) Устранение недостатков и неисправностей, которые могут появиться во время работы;

3) Анализ принятых заказов через систему записи и звонки, распределениеобязанностей между мастерами;

4) Составление удобного графика работы сотрудников, учет их рабочеговремени;

5) Открытие барбершопа, обеспечениеподготовки зала для открытия прейскуранта цен;

6) Встреча гостей, обеспечение комфорта;

7) Оценка качества труда, ведение журнала учета;

8) Принятие жалоб от посетителей;

9) Возврат исохранение забытых вещей;

10) Организация процесса обслуживания.

Парикмахер (барбер) непосредственноконтактирует с потребителем и имеет рядобязанностей: осуществление необходимых действий с волосами клиента,

содержаниеинструментов и рабочего места в чистоте, такжевежливоеобщение с клиентом и работа вплане продажи косметики или аксессуаров по скриптам продаж.В штате барбершопа работает три профессиональных барбера (мужчины), работающих посменно (минимальное количество одновременно работающих кресел в день – 2.

2.4.3 Оплата труда

В таблице 6представлены сведения потребностях в персонале и ФОТ.

Таблица 5 – Фонд оплаты труда

Должность	Число персонала	Заработная плата, руб./мес.	Фонд зар. платы, руб./мес.	Страховые взносы, руб./мес.	Фонд оплаты труда, руб./мес.
Администратор	2	25 000	50 000	15 000	65 000
Мастер	3	50 000	150 000	45 000	195 000
Уборщица	1	10 000	10 000	3 000	13 000
ИТОГО			210 000	63 000	273 000

2.5 Инвестиционный план

Для принятия решения о возможности реализации проекта, необходимо рассчитать сумму инвестиций, необходимых для начала деятельности.

Первые расходы, связанные с созданием возникают при регистрации ИП – госпошлина.

Барбершоп будет располагаться в помещении, взятом в аренду. Перед началом деятельности нам необходимо будет произвести текущий ремонт помещения, приобрести и доставить оборудование, закупить расходные

материалы, создать сайт. Для привлечения клиентов необходимо запустить рекламную компанию.

Для начала функционирования барбершопа необходимы расходные материалы, такие как: инструменты, косметика напитки и др.

Полный перечень конкретных наименований объектов инвестирования представлен в таблице7.

Таблица 6 – Инвестиции

Показатель	Сумма, руб.
Организационные затраты, в т.ч.:	110 800
– регистрация ИП (госпошлина)	800
– система управления клиентами yclients	12 000
– создание сайта	25 000
– бухгалтерия	10 000
– страховые взносы	63 000
Капитальные вложения, в т.ч.:	1 392 500
– ремонт	483 000
– оборудование	902 500
– вывеска	7 000
Оборотные средства (3 мес.), в т.ч.:	1 113 000
– аренда (3 мес.)	114 000
– рекламная кампания (3 мес.)	90 000
– заработная плата (3 мес.)	819 000
– расходные материалы (3 мес.)	90 000
Итого	2 616 300

2.6 Финансовый план

2.6.1 Затраты проекта

При определении текущих расходов предприятия, связанных с реализацией бизнес-идеи, за основу взяты следующие элементы затрат: расходные материалы, фонд оплаты труда сотрудников,страховые взносы ИП, арендные платежи, затраты на рекламу.

Страховые взносы ИП рассчитаны по схеме сумма«страхового года» плюс один процент от выручки свыше 300 тыс. руб.МРОТ 2016 года составит 6204 руб. В таблице 6 представлены текущие ежемесячные затраты без страховых взносов ИП. В таблице 7 представлены расчеты.

Таблица 7 – Текущие ежемесячные затраты проекта

Показатель	Сумма, руб.
Арендные платежи	38 000
Реклама	30 000
Заработная плата	210 000
Страховые взносы	63 000
Расходные материалы	30 000
Итого:	371 000

План операционной деятельности представлен в таблице 8.В таблице учтены начисления страховых взносов ИП будут указаны отдельной строкой в таблице текущие затраты. Страховые взносы ИП рассчитаны как вмененный доход, умноженный на 1%. Сумма ЕНВД уменьшается на 50% исчисленного налога за счет страховых взносов работников.

Таблица 8 – Операционная деятельность

Номер шага	1	2	3	4	5	6	7
Длительность шага, мес.	3	3	3	3	6	6	12
Выручка, руб.	972 000	972 000	1 620 000	1 620 000	5 184 000	5 184 000	10 368 000
Текущие затраты в т.ч., руб.	1 152 544	1 152 544	1 152 544	1 152 544	2 305 088	2 305 088	4 610 175
–аренда	114 000	114 000	114 000	114 000	228 000	228 000	456 000
–реклама	90 000	90 000	90 000	90 000	180 000	180 000	360 000
–заработная плата	630 000	630 000	630 000	630 000	1 260 000	1 260 000	2 520 000
–страховые взносы	189 000	189 000	189 000	189 000	378 000	378 000	756 000
–бухгалтерское обслуживание	30 000	30 000	30 000	30 000	60 000	60 000	120 000
– расходные материалы	90 000	90 000	90 000	90 000	180 000	180 000	360 000
–страховые взносы ИП	9 544	9 544	9 544	9 544	19 088	19 088	38 175
Прибыль до налогообложения, руб.	-180 544	-180 544	467 456	467 456	2 878 913	2 878 913	5 757 825
Налог на доход, ЕНВД, руб.	5 297	5 297	5 297	5 297	10 593	10 593	21 186
Чистая прибыль, руб.	-185 840	-185 840	462 160	462 160	2 868 320	2 868 320	5 736 639
Операционная деятельность, руб.	-185 840	-185 840	462 160	462 160	2 868 320	2 868 320	5 736 639

2.6.2 Бюджетная эффективность проекта

Анализ бюджетной эффективности отражает влияние результатов осуществления проекта на доходы бюджетов всех уровней (федерального, регионального и местного). Согласно п. 3 ст. 346.11 НК РФ применение ЕНВД индивидуальным предпринимателем предусматривает освобождение от обязанности по уплате: 1) налога на доходы физических лиц (в части доходов, полученных при осуществлении видов предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется упрощенная система налогообложения); 2) налога на имущество физических лиц (в части имущества, используемого при осуществлении видов предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется упрощенная система налогообложения). 3) также не признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость (п. 2 ст. 346.11 НК РФ).

Суммы уплачиваемых налогов и взносов по шагам проекта приведены в таблице 9.

Таблица 9 – Бюджетная эффективность проекта

Номер шага	1	2	3	4	5	6	7
Длительность шага, мес.	3	3	3	3	6	6	12
Страховые взносы, руб.	189 000	189 000	189 000	189 000	378 000	378 000	756 000
Страховые взносы ИП, руб.	9 544	9 544	9 544	9 544	19 088	19 088	38 175
ЕНВД, руб.	5 297	5 297	5 297	5 297	10 593	10 593	21 186
Итого	203 840	203 840	203 840	203 840	407 681	407 681	815 361

Проведя расчеты и сопоставив их можно сделать вывод, что проект является эффективным и принесет в бюджет денежные средства.

2.6.3 Финансовая реализуемость проекта

Финансовая реализуемость инвестиционного проекта это обеспечение такой структуры денежных потоков, при которой на каждом шаге расчета имеется достаточное количество денежных средств для осуществления проекта. Необходимым и достаточным условием финансовой реализуемости инвестиционного проекта является неотрицательность для каждого шага расчета величины обобщенного накопленного сальдо потока денежных средств. Для оценки финансовой реализуемости проекта было рассчитано накопленное сальдо денежных потоков по всем видам деятельности предприятия: инвестиционной, операционной и финансовой. Из представленной ниже таблицы 10 и рисунка 6видно, что проект является финансово реализуемым.

Таблица 10 – расчет финансовой реализуемости проекта

Год планирования	0	1				2		3
Номер шага	0	1	2	3	4	5	6	7
Длительность шага, мес.	-	3	3	3	3	6	6	12
Операционная деятельность (чистая прибыль) ,руб.	-	-536 162	-506 777	-79 097	-79 097	1 095 462	1 124 847	2 220 309
Инвестиционная деятельность, руб.	-2 616 300	-	-	-	-	-	-	-
Финансовая деятельность в т.ч.:	3 817 433	-	-	-	-	-	-	-
-собственный капитал, руб.	3 817 433	-	-	-	-	-	-	-
-заемный капитал, руб.	-	-	-	-	-	-	-	-
Общ.сальдо по шагам проекта, руб.	1 201 133	-536 162	-506 777	-79 097	-79 097	1 095 462	1 124 847	2220309
Общее сальдо накопленным итогом, руб.	1 201 133	664 971	158 194	79 097	0	1 095 462	2 220 309	4 440 618

Так как величина накопленного сальдо денежных средств неотрицательна на каждом шаге проекта (таблица 15). Данные расчета представлены на рисунке6.

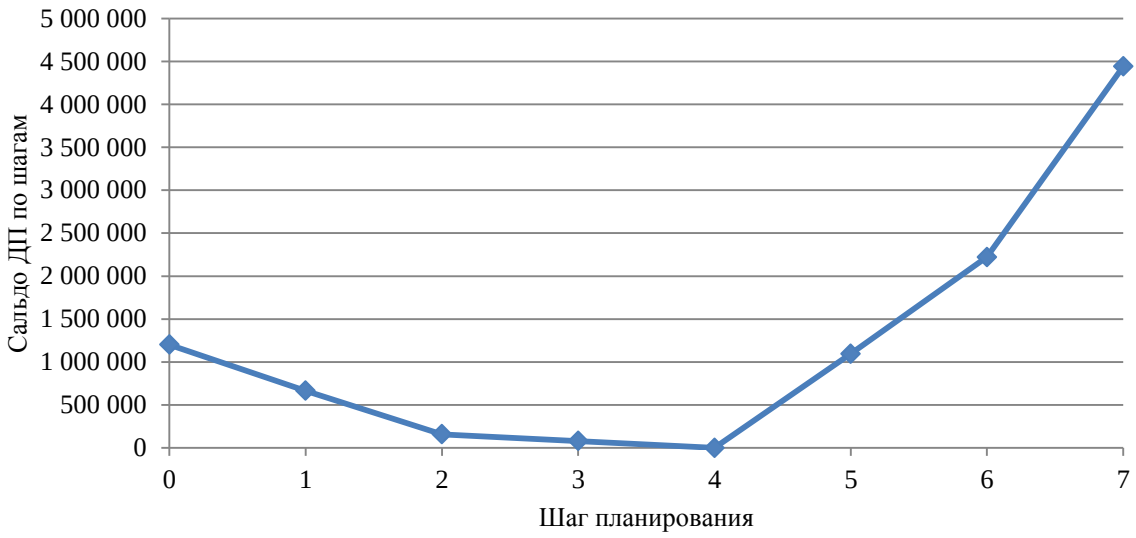


Рисунок 6 – Сальдо накопленным итогом по шагам проекта

То есть достаточно денежных средств для его финансирования, он является финансово реализуемым.

2.7Оценка экономической эффективности проекта

Эффективность проекта – категория, которая отображает соответствие затрат и результатов инновационного проекта интересам и целям участников.

Оценка эффективности осуществляется с помощью расчета системы показателей эффективности инвестиционного проекта. Все они имеют одну важную особенность. Расходы и доходы разнесены по времени, приводятся к одному (базовому) моменту времени. Базовым моментом времени является дата начала реализации проекта. Приведение разновременных платежей к базовой дате осуществляется с помощью процедуры дисконтирования.

Экономическая эффективность показывает соотношение затрат на реализацию проекта и его результатов в соответствии с интересами и целями участников проекта в денежном эквиваленте.

В качестве ставки дисконтирования для оценки проекта было выбрано значение процента по заемному капиталу. Ставка процента по заемному капиталу – это ставка процента, под которую предприятие может взять в долг в настоящее время. Банки изначально закладывают в ставку дисконтирования инфляцию и возможные риски.

Для оценки экономической эффективности проекта были рассчитаны такие показатели как чистый дисконтированный доход (NPV), индекс доходности (PI), внутренняя норма доходности (IRR) и дисконтированный срок окупаемости (DPP). Данные представлены в таблице 11.

По произведенным расчетам показателей экономической эффективности составили: NPV = 5 623 372 руб., PI = 3,14, IRR = 99%, срок окупаемости = 1 год 7 месяц. Значение NPV положительное, PI больше единицы, IRR существенно превышает ставку дисконтирования, а срок окупаемости не превышает горизонта планирования. Исходя из полученных данных, можно сказать, что проект экономически эффективен.

Таблица 11 – Оценка экономической эффективности проекта

Год планирования	0	1				2		3
Номер шага	0	1	2	3	4	5	6	7
Ставка дисконтирования, %	-	18	18	18	18	18	18	18
ЧДП от операционной деятельности по шагам проекта, руб.	-	-185 840	-185 840	462 160	462 160	2 868 320	2 868 320	5 736 639
ЧДП от операционной деятельности по шагам проекта дисконтированное, руб.	-	-178 307	-171 080	408 207	391 661	2 237 714	2 059 982	3 491 496
ЧДП от инвестиционной деятельности по шагам проекта, руб.	-2 616 300	-	-	-	-	-	-	-
ЧДП от инвестиционной деятельности по шагам проекта дисконтированное, руб.	-2 616 300	-	-	-	-	-	-	-
Сальдо ДП	0	-178 307	-349 387	58 820	450 481	2 688 194	4 748 177	8 239 672
Текущий NPV, руб.	-2 616 300	-2 794 607	-2 965 687	-2 557 480	-2 165 819	71 894	2 131 877	5 623 372
NPV проекта, руб.	5 623 372							
PI	3,14							
IRR, %	99,00%							
DPP, лет	1 год 7 месяцев							

2.8Оценка рисков проекта.

Инвестиции представляют собой долгосрочные вложения финансовых и экономических ресурсов с целью получения доходов в будущем. Обязательным структурным элементом анализа инвестиционных проектов является оценка рисков – важен процесс определения объективной вероятности получения ожидаемых доходов. Анализ рисков - процедуры выявления факторов рисков и оценки их значимости, по сути, анализ вероятности того, что произойдут определенные нежелательные события и отрицательно повлияют на достижение целей проекта. Анализ рисков включает оценку рисков и методы снижения рисков или уменьшения связанных с ним неблагоприятных последствий.

Для оценки рисков проекта был осуществлен операционный анализ и анализ чувствительности проекта.

Операционный анализ.

К условно-постоянным затратам можно отнести все текущие затраты. Они не зависят от количества посетителей студии. Операционный анализ представлен в таблице 12.

Таблица 12 – CVP анализ.

Номер шага	1	2	3	4	5	6	7
Длительность шага, мес.	3	3	3	3	6	6	12
Выручка, руб.	972000	972 000	1620000	1620000	5184000	5184000	10368000
Порог рентабельности, руб.	1 170 967	1 170 967	1 125 046	1 125 046	2 201 529	2 201 529	4 403 059
Запас финансовой прочности, руб.	-198 967	-198 967	494 954	494 954	2 982 471	2 982 471	5 964 941
Запас финансовой прочности, %	-20%	-20%	31%	31%	58%	58%	58%
Коэффициент маржинальной прибыли, %	91%	91%	94%	94%	97%	97%	97%

Порог рентабельности в течение первых 9 месяцев реализации проекта составляет 1 125 046 руб. Данный размер выручки позволяет покрыть затраты, не получая при этом прибыли от продаж.

Проведем анализ чувствительности. В качестве ключевых показателей эффективности проекта будем рассматривать выручку, текущую приведенную стоимость и чистую прибыль. Наиболее важными для нас факторами, которые могут существенно отклониться от запланированного значения, является ставка дисконтирования и суммарная выручка. Предельное верхнее значение цены и объема соответствует базовым запланированным значениям. Данные по расчетам представлены на рисунке 7, в таблице 13, таблице 14.

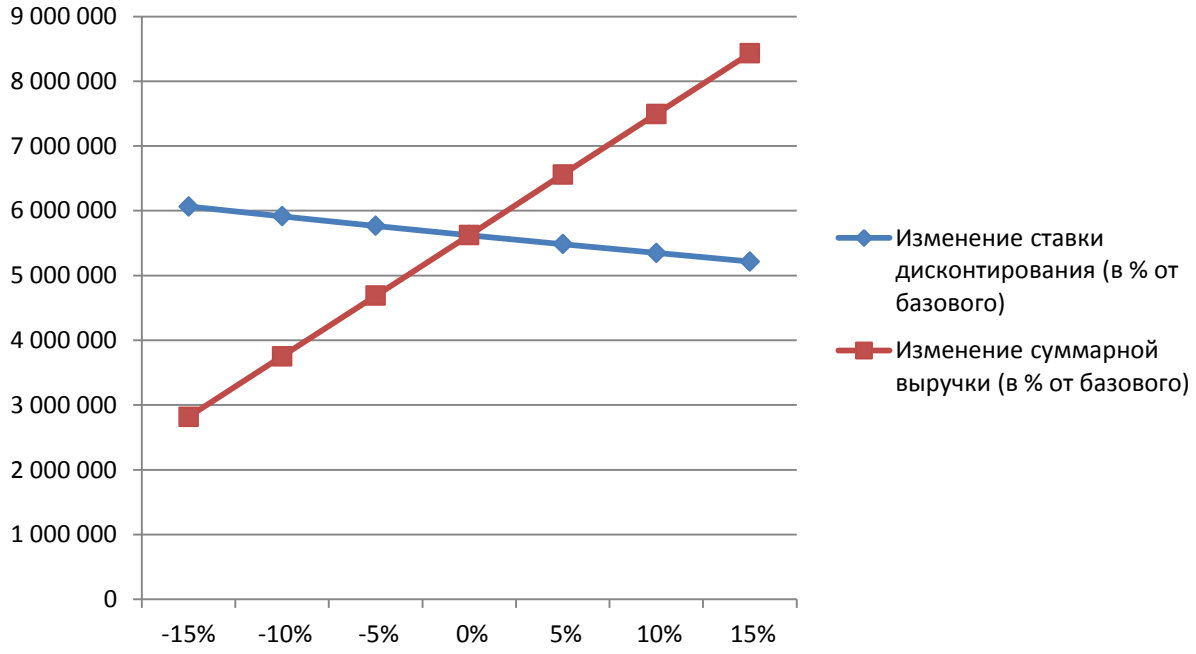


Рисунок 7– Анализ чувствительности

Таблица 13– Анализ чувствительности к изменению ставки дисконтирования

Показатели, %	Изменение ставки дисконтирования (в % от базового)						
	-15	-10	-5	0	5	10	15
Ставка дисконтирования, %	15,3	16,2	17,1	18	18,9	19,8	20,7
NPV, руб.	6 064 405	5 913 459	5 766 494	5 623 372	5 483 962	5 348 136	5 215 772
Изменение NPV, руб.	441 033	290 086	143 122	0	-139 411	-275 237	-407 600

Таблица 14– Анализ чувствительности к изменению суммарной выручки

Показатели, %	Изменение ставки дисконтирования (в % от базового)						
	-15	-10	-5	0	5	10	15
Суммарная выручка, %	22 032 000	23 328 000	24 624 000	25 920 000	27 216 000	28 512 000	29 808 000
NPV, руб.	2 817 052	3 752 492	4 687 932	5 623 372	6 558 813	7 494 253	8 429 693
Изменение NPV, руб.	-2 806 320	-1 870 880	-935 440	0	935 440	1 870 880	2 806 320

По произведенному анализу рисков можно сделать вывод, что изменение ставки дисконтирования оказывает мало влияния на экономическую эффективность проекта, и снижение суммарной выручки тоже. Это связанно с выбранным горизонтом планирования, так как если горизонт планирования будет меньше, то проект может оказаться чувствителен именно к снижению среднего чека или числу клиентов, пришедших вбарбершоп.

Выводы по разделу два

Самой сильной стороной проекта является составление программ лояльности, таких как скидки для студентов, акции "Отец и сын" и использование современных и эффективных каналов продвижения для первоначального привлечения клиентов и превращения их в лояльных, что отсутствует в других барбершопах.

Главную возможность нам предоставляет внешняя среда. Она заключается в общей тенденции популяризации барбершопов в стране и открытие своей собственной сети франшиз аналогично заведениям-конкурентам.

Самой слабой стороной является недостаточная известность бренда, так как планируемое к открытию предприятия является новым.

Главной угрозой является риск появления фирмы-конкурента в непосредственной близости от нас.

Согласно проведенномуSWOT-анализу, бизнес, планируемый к реализации, имеет больше сильных сторон, чем слабых. Также, количество возможностей превышает количество внешних угроз. Обобщение имеющихся сильных сторон и возможностей позволяет сделать вывод, что планируемое к открытию предприятие имеет хороший потенциал и высокую долю вероятности успешной реализации проекта.

Сальдо денежных потоков накопленным итогом на всех шагах проекта является положительным, а значит, проект финансово реализуем.

По произведенным расчетам показателей экономической эффективности составили: NPV = 5 623 372руб., PI = 3,14, IRR = 99%, срок окупаемости = 1 год 7 месяцев. Значение NPV положительное, PI больше единицы, IRR существенно превышает ставку дисконтирования, а срок окупаемости не превышает горизонта планирования. Исходя из полученных данных, можно сказать, что проект экономически эффективен.

По произведенному анализу рисков можно сделать вывод, что изменение ставки дисконтирования и снижение выручки оказывает мало влияния на экономическую эффективность проекта, Таким образом, проект является финансово устойчивым.

Проведенная оценка экономической эффективности позволяет сделать вывод, что проект жизнеспособен, его реализация возможна и целесообразна, о чем свидетельствуют значения всех рассмотренных показателей. Данная сфера услуг только набирает обороты на рынке, но она весьма востребована и становится более популярной. Рассматриваемые в качестве основных потребителей молодые люди с каждым годом будут наращивать собственные располагаемые доходы, превращаясь в прибыльные потребительские сегменты. Такая тенденция обеспечивает жизнеспособность предприятия в долгосрочной перспективе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы были изучены теоретические основыбизнес-планирования. В первой главе выпускной квалификационной работы мною были рассмотрены следующие моменты:

1. Рассмотрены основные понятия бизнес – планирования, а так же цели и задачи планирования. Проведя исследование основных компонентов бизнес – плана, можно сделать вывод, что планирование имеет весомое значение в достижении максимального результата поставленной цели. Следовательно, для достижения желаемого результата необходимо планировать развитие своего бизнеса.

2. Количество инвестиционных проектов и их различие между собой, по параметрам достаточно разнообразно и поэтому можно сделать вывод, что количество всевозможных бизнес идей широко и имеет продолжение в будущем.

3. При оценке инвестиционных проектов учитывается множество факторов и направлений. Были изучены основные показатели и понятия. Так же было принято решение более подробно рассмотреть такие показатели, как:

   1) NPV
   2) IRR
   3) ДВР
   4) PI

Итогом раздела является следующее заключение, что осуществление проекта является экономически целесообразным при выполнении следующих условий:

NPV> 0; IRR>CC; ДВР < T; PI> 1.

4. Было изучено зарубежное бизнес планирование и российское бизнес планирование. Оценены достоинства и недостатки отечественного планирования.

Далее был разработан бизнес-план барбершопа.

Для достижения цели исследования решены следующие задачи.

1) Разработана бизнес-идея проекта.

2) Проведено исследование рынка барбершопов и составлен прогноз выручки.

3) Разработан организационно-производственный план.

4) Рассчитаны потребность в инвестициях и финансировании проекта.

5) Произведена оценка экономической эффективности и финансовой реализуемости проекта.

6) Проведена оценка рисков.

7) Сделан вывод о целесообразности осуществления инвестиционного проекта.

Для реализации нашего проекта необходимы инвестиции в размере 3817433руб., из которых собственные – 100%.

Самой сильной стороной проекта является составление программ лояльности, таких как скидки для студентов, акции "Отец и сын" и использование современных и эффективных каналов продвижения для первоначального привлечения клиентов и превращения их в лояльных, что отсутствует в других барбершопах.

Главную возможность нам предоставляет внешняя среда. Она заключается в общей тенденции популяризации барбершопов в стране и открытие своей собственной сети франшиз аналогично заведениям-конкурентам.

Самой слабой стороной является недостаточная известность бренда, так как планируемое к открытию предприятия является новым.

Главной угрозой является риск появления фирмы-конкурента в непосредственной близости от нас.

Согласно проведенномуSWOT-анализу, бизнес, планируемый к реализации, имеет больше сильных сторон, чем слабых. Также, количество возможностей превышает количество внешних угроз. Обобщение имеющихся сильных сторон и возможностей позволяет сделать вывод, что планируемое к открытию предприятие имеет хороший потенциал и высокую долю вероятности успешной реализации проекта.

Сальдо денежных потоков накопленным итогом на всех шагах проекта является положительным, а значит, проект финансово реализуем.

По произведенным расчетам показателей экономической эффективности составили: NPV = 5 623 372руб., PI = 3,14, IRR = 99%, срок окупаемости = 1 год 7 месяцев. Значение NPV положительное, PI больше единицы, IRR существенно превышает ставку дисконтирования, а срок окупаемости не превышает горизонта планирования. Исходя из полученных данных, можно сказать, что проект экономически эффективен.

По произведенному анализу рисков можно сделать вывод, что изменение ставки дисконтирования и снижение выручки оказывает мало влияния на экономическую эффективность проекта, Таким образом, проект является финансово устойчивым.

Проведенная оценка экономической эффективности позволяет сделать вывод, что проект жизнеспособен, его реализация возможна и целесообразна, о чем свидетельствуют значения всех рассмотренных показателей. Данная сфера услуг только набирает обороты на рынке, но она весьма востребована и становится более популярной. Рассматриваемые в качестве основных потребителей молодые люди с каждым годом будут наращивать собственные располагаемые доходы, превращаясь в прибыльные потребительские сегменты. Такая тенденция обеспечивает жизнеспособность предприятия в долгосрочной перспективе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Беломестнов, В.Г. Управление инвестиционными процессами/ В.Г. Беломестов. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2005. – 172 с.

2 Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент. Учебный курс / И.А. Бланк. – М.: Ника-центр, 2001. – 448с.

3 Инвестиционный менеджмент:учебное пособие / Л.П. Гончаренко, Е.А. Олейников, В.В. Березин, и др. – М.: КНОРУС, 2005. – 296с.

4 Меньшенина, А.В. Инвестиции: Конспект лекций / сост. А.В. Меньшенина.– Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 79 с.

5 Михайлова, Э.А. Экономическая оценка инвестиций:Учебное пособие / Э.А. Михайлова, Л.Н. Орлова. – Рыбинск: РГАТА, 2008. – 176 с.

6 Непомнящий, Е.Г. Инвестиционное проектирование: Учебное пособие/ Е.Г. Непомнящий. –Таганрог: ТРТУ, 2003. – 262 с.

7 Гридасов, В.М. Конспект лекций по дисциплине «Инвестирование» (для студентов экономических специальностей всех форм обучения) / сост. В.М. Гридасов, С.В. Кривченко. – Краматорск: ДГМА, 2003. – 72 с.

8 Игонина, Л.Л. Инвестиции: учебное пособие / Л.Л. Игонина; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. – М.: Экономисту, 2005. –478 с.

9 Игонина, Л.Л. Инвестиции: учебное пособие / под ред. В.А. Слепова. – М.: Юристъ, 2002. – 480 с.

10 Ковалева, В.В. Инвестиции: Учебник / под ред. В.В. Ковалева, В.В. Иванова, В.А. Лялина. – М.: Проспект, 2003. – 440 с.

11 Максимова, В.Ф. Инвестиции. Учебно-методический комплекс / В.Ф. Максимова. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 182 с.

12 Михайлова, Э. А. - Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие/ Э.А. Михайлова, Л.Н. Орлова. – Рыбинск: РГАТА, 2008. – 176 с.

13 Непомнящий, А.В. Инвестиции: учебное пособие / А.В. Непомнящий. – Новосибирск: Российская академия предпринимательства, 2007. – 63 с.

14 Попов, В.М. Бизнес-планирование / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С.Г. Млодик. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 815 с.

15 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: Теория и практика / Е.С. Стоянова. – М.: Перспектива, 2004. – 656 с.

16 Ушаков, И.И. Бизнес-план / И.И. Ушаков. – СПб.: Питер, 2006. – 224 с.

17 Вайсман, Е.Д. Конспект лекций по финансовому менеджменту / Е.Д.Вайсман. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ,2007. –25 с.

18 Черняк, В.З. Бизнес-планирование / В.З. Черняк, А.В. Черняк, И.В. Довидиенко.– Новосибирск: САФБД, 2004. – 178 с.

19 Экспертно консультационный центр [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа:http://expertcc.ru/news/Stolichnye-barbershopy-nastrigli-na-milliard