

# **БИЗНЕС-ПЛАН**

---

## **Развития салона красоты**

## СОДЕРЖАНИЕ

1.РЕЗЮМЕ.....	2
2.1.ОСНОВАНИЕ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА .....	5
2.1.ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА .....	5
2.2.НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ – ИСПОЛНИТЕЛЯ ПРОЕКТА .....	8
3.СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА .....	9
3.1.ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА .....	9
3.2.ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.....	10
4.ФИНАНСОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ.....	17
4.1.ИСТОЧНИКИ, ОБЪЕМЫ И ПОРЯДОК ФИНАНСИРОВАНИЯ.....	17
4.2.РЕЗУЛЬТАТЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА .....	32

## 1. РЕЗЮМЕ

*Необходимо описать основную бизнес - идею проекта, его привлекательность для инвестирования.*

*Можно включить в данный раздел информацию о предприятии, информацию об инициаторе проекта.*

*Необходимо указать длительность проекта в месяцах или годах, привести значения показателей эффективности инвестиций и по возможности, динамику изменений денежного потока и чистой прибыли.*

*Привести необходимый объем инвестирования в проект, и вкратце описать на какие цели направляются инвестируемые средства.*

**СУТЬ проекта** – салон красоты ООО «XXXXXX» является действующим предприятием сферы услуг, оказывает парикмахерские услуги населению округа, проживающему в данном районе г. Москвы. Для расширения перечня услуг с целью привлечения большего количества клиентов и для более эффективного использования арендуемого помещения планируется организовать дополнительные рабочие места: для парикмахеров, косметологов, мастера педикюра. Закупка нового современного оборудования позволит оказывать новые услуги, привлечь больше клиентов, увеличить выручку и повысить конкурентоспособность предприятия.

На сегодняшний день сфера социально-бытовых услуг испытывает необходимость нового подхода к организации предприятий. Комплексный подход в обслуживании, ориентация на клиентов со средним уровнем дохода при соблюдении достаточного качества услуг и сервиса может обеспечить предприятию стабильный доход. Салон красоты «XXXXXXXX» был создан в мае 2008 года на месте уже действовавшей парикмахерской, за первый год работы руководителю проекта удалось привлечь новых клиентов в салон красоты благодаря качеству обслуживания, предоставляемому сервису и дополнительным льготам для социально незащищенных и малообеспеченных граждан. По рекомендации префектуры предприятие участвовало в выставке «Мир красоты и комфорта Мультисервис – XXI век», которая проводилась в «Гостином дворе», представляя округ Москвы. Организаторами выставки выступали правительство Москвы, Департамент поддержки и развития малого и среднего предпринимательства города Москвы и Департамент потребительского рынка и услуг. В выставке кроме московских предприятий сферы услуг, участвуют предприятия из 13 регионов.

Предприятие ООО «XXXXXXXX» регулярно оказывает услуги социального характера – бесплатное обслуживание пенсионеров, ветеранов, скидки на услуги получают держатели «Социальной карты москвича». Для работы мастера салона

используют косметику по уходу за волосами, краску и сопутствующие компоненты российского производителя «Estel Professional», что позволяет при высоком качестве услуг обеспечивать оптимальный уровень цен для широкого круга клиентов.

По проекту развития предприятия планируется:

1. Организация косметологического кабинета, оборудованного современной техникой для проведения процедур, предоставление рабочего места для косметолога.

2. Замена старого оборудования на рабочем месте мастера маникюра и организация рабочего места для мастера маникюра и педикюра, работающего во 2-ю смену.

3. Организация 2-х новых рабочих мест для мастеров - парикмахеров.

4. Замена старого оборудования в парикмахерском зале, косметический ремонт всего помещения.

5. Приобретение и установка солярия.

Салон красоты «XXXXXXXX» расположен в арендуемом помещении площадью 81 кв. м, состоит из 4-х комнат, в 3-х из которых располагаются рабочие места. В настоящее время в салоне красоты работает 5 человек, в том числе генеральный директор, администратор, 2 мастера – парикмахера, 1 мастер маникюра. Ежедневное количество посетителей, пользующихся услугами салона, составляет в среднем 8 человек. В соответствии с планом развития предприятия, будет создано 4 новых рабочих места, заменено старое оборудование и куплено новое, проведен косметический ремонт.

Таким образом, увеличение количества рабочих мест, расширение перечня услуг, обновление интерьера салона красоты ООО «XXXXXXXX» позволит привлечь новых клиентов, увечить выручку и налоговые отчисления в бюджет.

Сумма собственных средств учредителя – 750 000 руб.

Сумма запрашиваемых бюджетных денежных средств– 745 000 руб.

Общая сумма необходимых общих вложений для запуска проекта – 1 490 295 руб.

Финансирование проекта запланировано с 10.01.09.

Выручка за 1-й год проекта (период с 01.2010 г. по 01.2011) – 2 045 950 руб.

Выручка за 2-й год проекта (период с 01.2011 г. по 01.2012) – 2 507 000 руб.

Выручка за 3-й год проекта (период с 01.2012 г. по 01.2013) – 2 823 750 руб.

Прибыль за 1-й год проекта (период с 01.2010 г. по 01.2011 ) – 663 руб.

Прибыль за 2-й год проекта (период с 01.2011 г. по 01.2012) – 424 708 руб.

Прибыль за 3-й год проекта (период с 01.2012 г. по 01.2013) – 679 809 руб.

Срок окупаемости инвестиций составит 36 месяц со старта проекта.

Бюджетная эффективность (срок возмещения субсидии в виде налогов в бюджет) – 27 месяцев.

Рентабельность продаж – 17 % (за период 27 месяцев).

**Ставка дисконтирования** устанавливается в размере **12%**. Он установлен исходя из риска обесценения рублевых потоков проекта и с учетом того, что проект является не новым видом бизнеса для данного предприятия, а расширением перечня услуг в рамках основного вида деятельности. По данным официального сайта МЭРТ инфляция на протяжении 2-го квартала 2009 г. отмечена на нулевом уровне .

На период достижения периода окупаемости инвестиций (36 месяцев) показатели проекта составят:

**Рентабельность продаж – 19%**

**NPV** (чистый приведенный доход) – 19 456 руб.

**IRR** (внутренняя норма доходности по проекту) – 12%

**PI** (индекс прибыльности) – 1,07

Создаваемые рабочие места в рамках проекта - новых 4 за 3 года, в том числе все для молодежи в возрасте до 25 лет. Штатных новых сотрудников – 4.

## **2. ОСНОВАНИЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА**

*Здесь необходимо раскрыть цели проекта, основную продукцию или услуги, предназначенные для реализации. Привести обоснования привлекательности реализуемой продукции и услуг. Необходимо отразить все положительные стороны проекта.*

### **2.1. ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА.**

#### **1. Описание рынка услуг.**

*Здесь необходимо описать динамику развития рынка оказываемых услуг в различных разрезах: количественном, временном, по видам продукции. Фактически данное описание характеризует рынок сбыта и возможный рост или падение емкости рынка. Необходимо ответить, как растут объемы продаж на рынке, на сколько процентов за последние 5 лет, по каким видам услуг наблюдается рост или падение объема продаж. Должны быть указаны основные конкуренты и их доли рынка. Основная направленность поставок на рынок конкурентов по видам услуг. Обязательно следует указать цены конкурентов на оказываемые услуги.*

*Потенциальный инвестор должен понять привлекательность рынка оказываемых услуг и возможную степень противодействия конкурентов.*

*Данное описание является основанием для формирования плана сбыта, формирования объемов продаж и цен реализации, а также учета тенденций роста цен и объемов (в том числе и сезонность - изменения по объему и цене реализации в зависимости от времени года).*

По данным Росстата, в России работает от 20 000 до 30 000 парикмахерских и салонов красоты. Эти данные подтверждает исполнительный директор Союза парикмахеров России Дмитрий Кононенко. По данным департамента потребительского рынка правительства Москвы, в 2007 г. в Москве было официально зарегистрировано 2700 салонов. По оценкам маркетингового агентства Step by Step и экспертов "Магазина готового бизнеса Deloshop", парикмахерские услуги предоставляли в Москве в 2008 году 3500-4000 предприятий. Но, рост количества новых предприятий, по прогнозу экспертов департамента потребительского рынка правительства Москвы, в 2009 году замедлится, и всего за текущий год планировалось, что будет открыто новых салонов красоты на 20% меньше. Среди всех салонов красоты и парикмахерских в Москве на сети приходится около 5% рынка, причем преимущественно, это салоны высокого и выше среднего уровня. Остальные 95% предприятий, оказывающих этот вид услуг, не относятся к сетям. Deloshop оценивает столичный рынок парикмахерских услуг в 850 млн. \$ в год. На долю дорогих салонов приходится примерно 40% этой суммы, на бизнес-класс - 35%, на эконом-класс - 25%. В общем объеме реализации бытовых услуг доля услуг парикмахерских составляет 6,6 %.

Эта сфера бытового сервиса, в которой количество предприятий, работников и оборот услуг постоянно растет. Срок окупаемости вложенных средств в парикмахерскую составляет около 2-х лет.

В связи с этим привлекательность сферы услуг парикмахерских достаточно высока для предпринимателей. По ценовой доступности в г. Москва все парикмахерские и салоны красоты распределяются следующим образом (по данным обзора, размещенного на портале Альянс-Медиа ([www.allmedia.ru](http://www.allmedia.ru)):

- 300-350 салонов "люкс", высшего класса - предоставляют сложные, комплексные и качественные парикмахерские и косметические услуги с широким выбором услуг (не менее 20-25 наименований), обслуживающие 10-15% жителей города. В таких эксклюзивных салонах фактически происходит слияние традиционных парикмахерско-косметических и лечебно-оздоровительных услуг;

- около 1400 салонов-парикмахерских стремятся приблизиться к уровню обслуживания салонов "люкс". В этих предприятиях обслуживается 30-40%

потребителей по ценам, ориентированным на потребителя преимущественно с доходами выше среднего уровня;

- свыше 1800 обычных парикмахерских предоставляют 5-10 видов услуг. Основными клиентами являются граждане со средним и менее среднего уровнями достатка, что составляет приблизительно 25-30% жителей города.

## 2. Описание потребителей услуг.

*Здесь необходимо расписать основные потребительские группы. Необходимо сделать упор на места потребления, возможно регионы потребления. Следует выделить объемы потребления по группам потребителей, в зависимости от возраста или социального положения. Также необходимо учесть потребление в зависимости от пола потребителей (то есть, сколько потребляют мужчины или женщины). В данном разделе дается ответ на вопрос: кто будет основным потребителем услуг.*

С каждым годом население Москвы увеличивается, а, следовательно, увеличивается и потребности в сфере социально-бытовых услуг. По наблюдению за клиентами, посещающими салон красоты «XXXXXXX» в течение месяца было отмечено, что преимущественными потребителями услуг являются девушки и женщины в возрасте от 20 до 45 лет (43% посетителей, 320 посетителей за месяц), мужчины этого возраста составили 20% от общего числа, около 15% посетителей обоих полов - старше 45 лет, молодые люди (юноши и девушки) в возрасте 16 – 20 лет – составляют 12% от всего числа посетителей, и самые юные – менее 10%. Важным критерием выбора салона является его близость к дому – это отмечают 47% посетителей салона. Качество обслуживания не обходят вниманием 43% опрошенных посетителей. Из посетителей салона 66% отметили, что посещают именно салон «XXXXXXX» потому, что цены и качество обслуживания их устраивают, 19% посетителей считают, что это необходимо для поддержания привлекательного внешнего вида, оставшиеся 15% считают салон красоты приятным местом для общения.

По результатам проведенного собственными силами маркетингового исследования в виде наблюдения и опроса была выяснена потребность посетителей в предоставлении услуг солярия, маникюра и педикюра, а также косметологических услуг с применением современных технологий омоложения и ухода за лицом и телом.

Планируемая посещаемость салона в месяц после расширения перечня услуг выглядит следующим образом из расчета средней загруженности от 12 до 18 человек в день:

2010 год	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
----------	--------	---------	------	--------	-----	------	------	--------	----------	---------	--------	---------

Парикмахерский зал	130	130	135	135	140	142	142	142	148	148	148	160
Маникюр , педикюр	78	78	78	80	82	82	84	84	82	80	80	88
Косметология	20	20	24	28	30	32	30	30	30	32	32	28
Солярий	250	270	270	270	250	230	220	220	230	240	250	270
Итого в месяц	478	479	507	513	502	486	476	476	490	500	510	546

### 3. Исследование конкурентного окружения и рыночных цен.

Для оказания новых услуг генеральным директором был составлен прейскурант на новые виды услуг – маникюр и педикюр, посещение солярия, услуги косметолога. При составлении прейскуранта были учтены результаты проведенного в сентябре 2009 г. анализа цен на услуги салонов красоты, расположенных в непосредственной близости в радиусе 1 000 м от салона красоты «XXXXXXXX». Анализ цен проводился по прейскурантам цен, размещенным на сайтах, по прейскурантам, размещенным в салонах, по телефону. Были выбраны 5 салонов красоты, которые уже оказывают широкий перечень парикмахерских и косметологических услуг населению, проживающему в данном районе г. Москвы, соответствуют по имиджу и ориентированы на группы населения со средними и умеренными доходами. Одновременно с анализом цен на новые услуги были сопоставлены цены на уже оказываемые парикмахерские услуги. Сравнивалась стоимость услуг, который чаще заказывают клиенты. А также те новые виды услуг, на которые сформирован прайс-лист. Средняя стоимость услуг в Салоне красоты «XXXXXXXX» в парикмахерском зале составляет 430 - 450 руб. (стрижка + сушка феном + укладка), услуги маникюра (маникюр + покрытие) – 500 руб., расчетная цена на услуги по косметологии (пилинг) – 750 руб.

Результат сравнения цен на стоимость услуг в салонах красоты в районе.

№ п/п	Название салона красоты	Стрижка волос средней длины	Укладка волос	Маникюр с покрытием	Пилинг	Солярий, 1 минута
1.	«XXXXXXXX»	300	300	500	600	10
2.	«Клеопатра»	600	300	700	900	-
3.	«Юмика»	450	300	600	800	-
4.	«Стайлинг»	350	350	550	1 200	-
5.	«Инканто»	650	250	540	750	-



По итогам анализа ассортимента услуг и цен в ближайших салонах красоты можно сделать вывод:

администрация салона красоты ООО «XXXXXXXX» придерживается оптимальной ценовой политики, удастся сделать услуги максимально привлекательными для клиентов, особенно услуги, пользующиеся ежедневным спросом (парикмахерские), цены на новые услуги – косметология, педикюр, сформированы в соответствии с рыночными ценами. Подобный подход в ценообразовании позволит обеспечить рентабельность деятельности предприятия и быстро привлечь новых клиентов. Приобретение солярия создаст дополнительное преимущество в сравнении с другими салонами красоты благодаря более широкому перечню услуг.

## 2.2. НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ – ИСПОЛНИТЕЛЯ ПРОЕКТА.

Общество с Ограниченной Ответственностью «XXXXXXXX», сокращенное наименование ООО «XXXXXXXX»

Реквизиты организации:

Юр. адрес: индекс, Москва, ул. XXXXX, д. XX

Факт. адрес: индекс, г. Москва, XXXXX, д. XX

ИНН \_\_\_\_\_, КПП \_\_\_\_\_, ОКПО \_\_\_\_\_

ОГРН \_\_\_\_\_, БИК \_\_\_\_\_

ОАО Сбербанк России \_\_\_\_\_ отд-е № \_\_\_\_\_

Расч. счет \_\_\_\_\_, Корр. счет \_\_\_\_\_

Тел.: 8 (495) \_\_\_\_\_, www. \_\_\_\_\_ .ru

**Дата регистрации компании:** XX XXX 2009 г.

**Свидетельство** о внесении в реестр субъектов малого предпринимательства Москвы: № XXXXXXXX от XX сентября 2009 г.

XXXXXXXXXX Административный Округ

### *Учредители и инициаторы проекта*

#### **1. Генеральный директор**

Ф.И.О. \_\_\_\_\_, возраст \_\_ лет, дата рождения XX.XX.XXXX г.

#### **Образование:**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, 2008 г.

#### **Дополнительное образование:**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, 2000 г.

#### **Опыт работы:**

XX.2009 по наст. время – Генеральный директор ООО «XXXXXXXX», г. Москва.

XX.XXXX – XX.XXXX - ООО «XXXXXXXX», директор сети салонов красоты

### Участники проекта:

1. Ф.И.О. _____	возраст ___ лет, дата рождения _____
Должность	Парикмахер
Образование:	Среднее, колледж сферы услуг _____, г. Москва
Специализация:	Парикмахер
Опыт работы:	07.2006 – 08.2009 ИП ХХХХХХ, парикмахер

2. Ф.И.О _____	Возраст ___ лет, дата рождения _____
Должность	Мастер педикюра и маникюра
Образование:	Среднее, колледж сферы услуг _____
Специализация:	Мастер маникюра и педикюра
Опыт работы:	04.2008 – 08.2009 - салон красоты ХХХХ», мастер маникюра и педикюра

3. Ф.И.О. _____	Возраст __ года, дата рождения _____
Должность	Косметолог
Образование:	Высшее, РГМУ
Специализация:	Врач - дерматолог
Дополнительное образование:	05.2009 г. РУДН, косметолог, специалист по мезотерапии
Опыт работы:	04.08 - 02.2010 – Спортивно-оздоровительный комплекс «ХХХХ»

Команда проекта сложилась в результате отбора кандидатов с учетом образования, навыков, опыта работы и заинтересованности в развитии данного проекта.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА

*В чем состоит основная цель проекта? Кратко расскажите о нем, о рыночных целях проекта и об основных этапах его реализации.*

*Что является основными направлениями деятельности? Какие услуги компания оказывает и производит? Опишите основные услуги, их назначение, перечислите характеристики, отметьте соответствие стандартам и требованиям качества. Отметьте, на какой стадии находится услуга – идея, проект, опытный образец, производство.*

#### 3.1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА.

##### ЦЕЛИ ПРОЕКТА:

- Увеличить количество постоянных клиентов на 40 % за 2 года работы.
- Получить чистую прибыль в размере 662 тыс. руб. за 3 года работы.

- Обеспечить выполнение плана отчисления налогов в бюджет в размере субсидируемых средств за период 27 месяцев.

#### **ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:**

- Организовать рабочие места для 4 специалистов из числа молодежи.
- Обеспечить сотрудникам занятость и стабильную заработную плату.
- Увеличить выручку за счет новых видов услуг в месяц до 200 тыс. руб. в 1-й год проекта.
- Привлечь новых посетителей за счет активной рекламы новых видов услуг.
- Организовать систему мониторинга качества обслуживания клиентов.
- Изменить имидж салона красоты «XXXXXXX» для привлечения клиентов среднего уровня дохода, что поможет осуществить закупка нового оборудования (солярий и комбайн для оказания услуг косметологии).

#### **ЧТО СДЕЛАНО:**

- Выбрано новое оборудование для замены имеющегося и создания рабочих мест по новым видам услуг.
- Дополнен прейскурант цен по видам новых услуг с учетом анализа цен конкурентов.
- Работает сайт, напечатаны информационные флаеры с новым перечнем услуг и размещены на ресепшн в салоне красоты для информирования посетителей.
- Составлен план дальнейшей рекламной кампании (подробное описание в разделе 3.2.1).
- Проведены собеседования с кандидатами на должность мастера маникюра и педикюра, косметологами, выбраны потенциальные сотрудники.
- Проанализированы риски проекта и разработаны мероприятия по управлению ими.

### **3.2. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.**

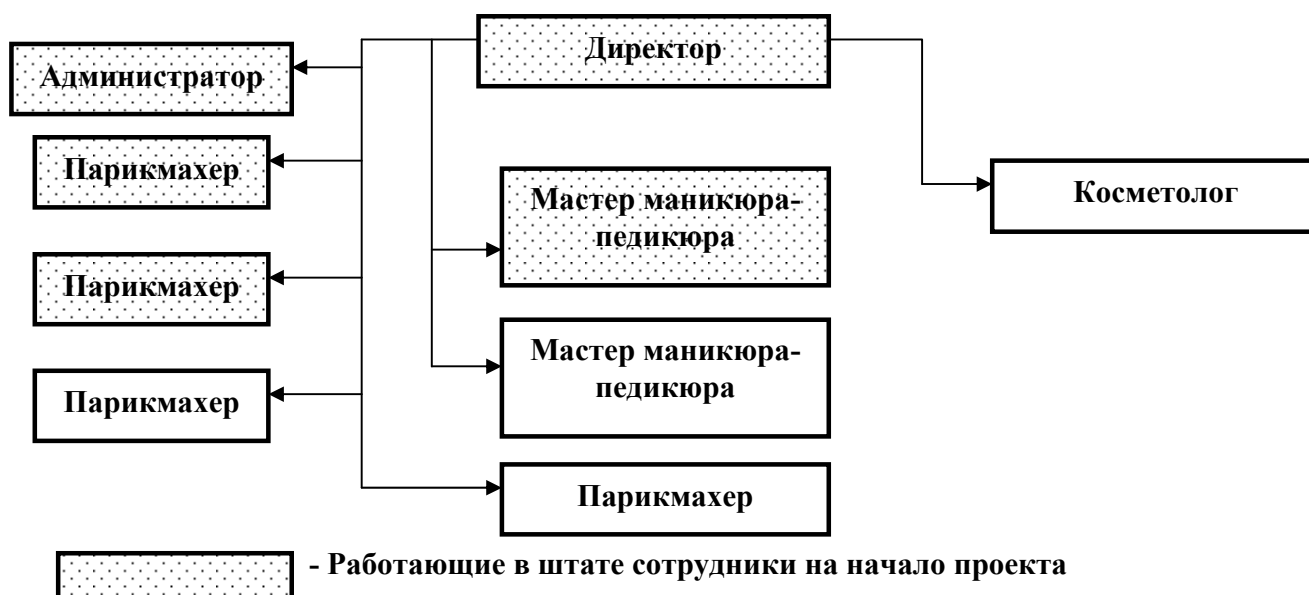
*Здесь необходимо описать перечень работ, поэтапность выполнения работ, сроки выполнения и стоимость работ. Также необходимо сформировать полный инвестиционный план, который должен отразить все капиталовложения и иные затраты, которые предполагается осуществить для обеспечения реализации проекта. Необходимо указать длительность инвестиционного периода проекта. Касаясь стоимости работ, необходимо указать условия оплаты (схему оплаты) этих работ. Если эти работы связаны с приобретением или сооружением активов, то необходимо указать условия амортизации и срок службы этих*

активов. В иных затратах проводятся работы связанные с получением и разработкой документации, работы по монтажу или отделке, работы по формированию инфраструктуры.

### Календарный план.

№ п/п	Наименование работ	Сроки выполнения	Стоимость, руб.
1.	Косметический ремонт помещения	Январь 2010	62 700
2.	Закупка и установка оборудования (описание оборудования в приложении к смете расходов)	Январь 2010 – Февраль 2010	745 000
3.	Закупка дополнительного оборудования (за собственные средства)	Февраль 2010 – Март 2010	92 000
4.	Проведение рекламной кампании	Январь 2010 – Март 2010	90 750
5.	Обучение сотрудников на курсах повышения квалификации	Февраль 2010	10 000
6.	Оказание услуг	Январь 2010 – Март 2010	489 845
	Итого:		1 490 295

### Организационная схема проекта.



**График работы сотрудников в настоящее время.**

<b>№ п/п</b>	<b>Должность</b>	<b>Количество ставок</b>	<b>График работы</b>
1.	Генеральный директор	1	5/2 в неделю, с 10 до 19 часов
2.	Администратор	1	5/2 в неделю, с 13 до 21 часа
3.	Парикмахер	2	5/2 в неделю, с 10 до 19 часов
4.	Мастер маникюра	1	5/2 в неделю, с 12 до 20 часов
	Итого:	5	

**Планируемый график работы сотрудников  
на протяжении реализации проекта.**

<b>№ п/п</b>	<b>Должность</b>	<b>Количество ставок</b>	<b>График работы</b>
1.	Генеральный директор	1	5/2 в неделю, с 10 до 19 часов
2.	Администратор	1	5/2 в неделю, с 13 до 21 часа
3.	Парикмахер	2	5/2 в неделю, с 10 до 19 часов
4.	Парикмахер	2	5/2 в неделю, с 13 до 21 часа
5.	Мастер маникюра и педикюра	1	5/2 в неделю, с 12 до 20 часов
6.	Мастер маникюра и педикюра	1	5/2 в неделю, с 10 до 19 часов
7.	Косметолог	1	5/2 в неделю, с 13 до 21 часа
	Итого:	9	

3.2.1 Продвижение и медиапланирование на 1-й год проекта (период с 01.2010 по 12.2010).

Канал продвижения	Период	Стоимость
Обслуживание сайта	01.2010 – 12.2010	9 000
Печать визиток салона (1600 шт.)	01.2010 – 02.2010	8 000
Доставка информационных буклетов в почтовые ящики 10-ти ближайших домов	01.2010 – 03.2010	22 500
Оптимизация сайта	01.2010 – 03.2010	36 000
Печать рекламных флаеров с информацией об услугах салона	01.2010 – 03.2010	12 000
Реклама на yandex Директ	02.2010 – 03.2010	10 000
Итого:		97 500

### Штатное расписание сотрудников, занятых в проекте.

*Формирование плана по персоналу необходимо для формирования затрат на оплату труда персонала. План по персоналу, должен учитывать количество персонала по каждой должности.*

*По персоналу следует учитывать его постепенный рост или изменение расходов на персонал (как по окладам, так и по суммарным расходам), также учитывать период, в котором происходят любые изменения в части персонала. Например, на какой период времени привлекается тот или иной персонал, или с какого периода времени происходит наращивание численности.*

Период проекта с 01.2010 г. по 06.2010 г.

Должность	Кол-во ставок	Оклад (руб.)	Фонд оплаты труда, (руб.)	Начисления в месяц на з/п, ПФР + ФСС =14,2%	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Итого (руб.)	Начисления с ФОТ 14,2% за период 01-06.2010 (руб.)
Генеральный директор	1	15 000	15 000	2 130	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	90 000	12 780
Администратор	1	8 500	8 500	1 207	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	51 000	7 242
Парикмахер	2	8 500	17 000	1 207	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	102 000	14 484
Мастер маникюра и педикюра	1	8 500	8 500	1 207	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	51 000	7 242
Косметолог	1	8 500	8 500	1 207	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	51 000	7 242
Итого, ФОТ:			57 500		57 500	57 500	57 500	57 500	57 500	57 500	345 000	48 990
Итого, начисления с ФОТ				6 958	8 165	8 165	8 165	8 165	8 165	8 165	48 990	

Примечание:

с 1-го месяца проекта приступает к работе новый сотрудник – косметолог, на 11-й месяц проекта выходит 2-й новый сотрудник – мастер маникюра и педикюра, на 13 месяц проекта приступает к работе 3-й новый сотрудник - мастер – парикмахер, на 25 месяц проекта – еще 1 мастер – парикмахер.





#### 4. ФИНАНСОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Здесь необходимо описать стоимость проекта, которая складывается из стоимости капиталовложений, иных инвестиционных затрат и затрат на покрытие текущих издержек (затраты на персонал, общие и прямые издержки - в течение инвестиционного периода). После определения стоимости проекта определяется структура финансирования (так стоимость проекта и есть объем необходимого финансирования). Определяются источники финансирования, то есть, сколько собственного и заемного капитала привлекается для реализации проекта, цели на которые направляется привлекаемое финансирование. Также определяется график финансирования проекта, в котором отдельно прописывается поступление собственного и заемного капитала. Помимо графика финансирования проекта, приводится и график погашения привлеченных средств. График погашения должен включать проценты по привлекаемым кредитам и выплату дивидендов по привлекаемым собственным средствам (включая инвестированные в проект средства сторонними инвесторами). Проценты и дивиденды рассчитываются из условий кредита и условий привлечения собственного капитала. Условия кредита должны включать информацию об объеме привлекаемых кредитных средств, процентной ставке, условиям возврата "тела" кредита и процентов, условия отсрочек выплат. Условия привлечения собственных средств должны включать объем привлекаемых собственных средств, дивидендную ставку, условия выплаты дивидендов. Формат представления финансового плана может варьироваться, в зависимости от требований его адресатов. Данный финансовый план подготовлен в соответствии с требованиями к проектам, субсидируемым из бюджета г.Москвы.

##### 4.1. ИСТОЧНИКИ, ОБЪЕМЫ И ПОРЯДОК ФИНАНСИРОВАНИЯ

Смета расходов на реализацию проекта  
(период 3 месяца с 01.2010 по 03.2010)

Код статьи	Наименование статьи затрат	Сумма, тыс. руб. (собственные)	Сумма, тыс. руб. (бюджетные)
1.	Сырье и материалы*	60	
2.	Фонд оплаты труда*	172,5	
3.	Начисления на оплату труда		
	Налог в пенсионный фонд 14% + НЗПС 0,2%	24,5	
4.	Приобретение предметов снабжения и расходных материалов*		
	горюче-смазочные материалы; канцелярские и хозяйственные товары; расходные материалы для обслуживания оргтехники и автотранспорта; запчасти; печатная и книжная продукция; прочие предметы снабжения и расходные материалы	5,7	
5.	Командировки	-----	
6.	Услуги связи		
	почтовые расходы; услуги телефонной связи; услуги прочих видов связи	5	
7.	Коммунальные услуги*	159	

	арендная плата; расходы по текущему ремонту и содержанию помещений, включая коммунальные платежи, и пр.		
8.	Прочие текущие расходы на закупки товаров и оплату услуг*		
	ремонт и содержание оборудования и оргтехники; техническое обслуживание транспорта; обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств; оплата вневедомственной охраны; другие расходы	56	
9.	Оплата работ и услуг сторонних организаций, в том числе: *		
	Оформление документов, установка оборудования и др.	170,7	
10.	Капитальные расходы		
	капитальные вложения в основные фонды (приобретение оборудования и предметов длительного пользования)	92	745
<b>Итого</b>		<b>745,3</b>	<b>745</b>

### **Статья 1 «Сырьё и материалы» к Смете (3 мес.)**

<u>№</u> <u>п/п</u>	<u>Наименование</u>	<u>Ед-ца</u> <u>измерения</u>	<u>Кол-во,</u> <u>единиц</u>	<u>Цена</u> <u>единицы,</u> <u>руб.</u>	<u>Стоимость, руб.</u>	
					<u>Собственные</u> <u>средства</u>	<u>Бюджетные</u> <u>средства</u>
1.	<u>Краска д/волос Estel Professional, российского производства, продукция для работы парикмахера</u>	Шт.	200	160	32 000	-
2.	<u>Лаки для маникюра</u>	Шт.	120	45	5 400	-
3.	<u>Расходные материалы для маникюра и педикюра</u>	Шт.	120	40	4 800	-
4.	<u>Косметика Premium, для оказания косметических услуг</u>	Шт.	24	600	14 400	-
5.	<u>Одноразовые резиновые перчатки, уп. №100</u>	Шт.	200	7	1 400	-
6.	<u>Одноразовые полотенца</u>	Шт.	200	10	2 000	-
	<b>Итого:</b>				<b>60 000</b>	<b>-</b>

### **Статья 2 «Фонд оплаты труда» к Смете (3 мес.)**

<u>№</u> <u>п/п</u>	<u>Количество ставок</u>	<u>Оклад,</u> <u>руб./месяц</u>	<u>Количество</u> <u>месяцев в</u> <u>расчётном</u> <u>периоде</u>	<u>ФОТ, руб./6 мес.</u>	
				<u>Собственные</u> <u>средства</u>	<u>Бюджетные</u> <u>средства</u>
1.	<u>Генеральный директор (1 ст)</u>	15 000	<u>3</u>	45 000	-
2.	<u>Администратор (1 ст)</u>	8 500	<u>3</u>	25 500	-
3.	<u>Парикмахер (2 ст)</u>	8 500	<u>3</u>	51 000	-
4.	<u>Мастер маникюра-педикюра (1 ст)</u>	8 500	<u>3</u>	25 500	-
5.	<u>Косметолог (1 ст)</u>	8 500	<u>3</u>	25 500	-
	<b>Итого: 6 ставок</b>			<b>172 500</b>	<b>-</b>

### **Статья 3 «Начисления на оплату труда» к Смете (3 мес.)**

<u>№</u> <u>п/п</u>	<u>Наименование</u>	<u>Ед-ца</u> <u>измерения</u>	<u>Кол-во,</u> <u>единиц</u>	<u>Цена</u> <u>единицы,</u> <u>руб./мес.</u>	<u>Стоимость, руб./ 6 мес.</u>	
					<u>Собственные</u> <u>средства</u>	<u>Бюджетные</u> <u>средства</u>
1.	<u>ПФР 14%</u>	<u>Руб.</u>	<u>3</u>	<u>7 280</u>	<u>24 150</u>	-
2.	<u>ФСС 0,2%</u>	<u>Руб.</u>	<u>3</u>	<u>104</u>	<u>345</u>	-
	<b>ИТОГО:</b>				<b>24 495</b>	

**Статья 4 «Приобретение предметов снабжения и расходных материалов» к Смете (3 мес.)**

№ п/п	Наименование	Ед-ца измерения	Кол-во, единиц	Цена единицы, руб.	Стоимость, руб.	
					Собственные средства	Бюджетные средства
1.	Моющие средства	Уп.	10	150	1 500	-
2.	Мешки для мусора	Уп.	50	20	1 000	-
3.	Дезинфицирующие средства		5	120	600	
4.	Уборочный инвентарь	Шт.	1	500	500	
5.	Чековая лента двухслойная для кассового аппарата	Уп.	8	15	120	-
6.	Картридж HP	Шт.	1	1 450	1 450	-
7.	Вода питьевая для кулера	Бут.	15	40	600	-
	<b>Итого:</b>				<b>5 770</b>	<b>-</b>

**Статья 6 «Услуги связи» к Смете (3 мес.)**

№ п/п	Наименование	Ед-ца измерения	Кол-во, единиц	Цена единицы, руб.	Стоимость, руб.	
					Собственные средства	Бюджетные средства
1.	Абонентская плата за интернет	Месяц	3	800	2 400	-
2.	Абонентская плата за телефон	Месяц	3	850	2 550	
	<b>Итого:</b>				<b>4 950</b>	<b>-</b>

**Статья 7 «Коммунальные услуги» к Смете (3 мес.)**

№ п/п	Наименование	Ед-ца измерения	Кол-во, единиц	Цена единицы, руб./ год/кв.м	Стоимость, руб./6 мес	
					Собственные средства	Бюджетные средства
1.	Аренда помещений	Месяц / площадь 81 кв.м.	3	7 851	159 000	-
	<b>ИТОГО</b>				<b>159 000</b>	<b>-</b>

## Статья 8 «Прочие текущие расходы» к Смете (3 мес.)

№ п/п	Наименование	Ед-ца измерения	Кол-во, единиц	Цена единицы, руб./ед.	Стоимость, руб./6 мес	
					Собственные средства	Бюджетные средства
1.	Тележки парикмахерские	Шт.	4	6 000	24 000	-
2.	Стиральная машина	Шт.	1	15 000	15 000	-
3.	Принтер Samsung	Шт.	1	1 800	1 800	-
4.	Телевизор Samsung настенный в холл	Шт.	1	3 200	3 200	-
5.	СВЧ печь (в комнату отдыха сотрудников)	Шт.	1	4 000	4 000	-
6.	Бойлер	Шт.	1	8 000	8 000	-
	<b>ИТОГО:</b>				<b>56 000</b>	<b>-</b>

## Статья 9 «Оплата работ и услуг сторонних организаций» к Смете (3 мес.)

№ п/п	Наименование	Ед-ца измерения	Кол-во, единиц	Цена единицы, руб./ед.	Стоимость, руб./6 мес	
					Собственные средства	Бюджетные средства
1.	Обслуживание кассового аппарата	Месяц	3	650	1 950	-
2.	Обучение парикмахеров на курсах повышения квалификации	Чел.	4	2 500	10 000	-
3.	Ведение расчетного счета в банке	Месяц	3	1 000	3 000	-
4.	Косметический ремонт	Шт.	81	774	62 700	-
5.	Обслуживание сайта	Месяц	3	1 500	4 500	-
5.	Печать визиток	Шт.	1 600	5	8 000	-
6.	Доставка информационных буклетов	Месяц	3	7 500	22 500	-
7.	Оптимизация сайта	Месяц	3	12 000	36 000	-
8.	Печать рекламных флаеров	Шт.	2 000	6	12 000	-

9.	Реклама в интернете на uandex Директ	Месяц	2	5 000	10 000	-
	<b>ИТОГО:</b>				<b>170 650</b>	-

### **Статья 10 «Капитальные расходы» (ОС) \***

№ п/п	Наименование	Ед-ца измерения	Кол-во, единиц	Цена единицы, руб.	Стоимость, руб.	
					Собственные средства	Бюджетные средства
1.	Солярий Sunrise 3500/0, горизонтальный	Шт.	1	350 000	-	350 000
2.	Сушущая, ACROBAT	Шт.	1	21 000	-	21 000
3.	Климатон "PRISMA"	Шт.	1	26 000	-	26 000
4.	Витрина стеклянная в сборе	Шт.	1	24 000	-	24 000
5.	Аппарат для маникюра и педикюра Strong 204/10	Шт.	1	22 000	-	22 000
6.	Педикюрное кресло	Шт.	1	22 500	-	22 500
7.	Косметологическая кушетка	Шт.	1	29 000	-	29 000
8.	Кресло парикмахерское	Шт.	3	60 000	-	60 000
9.	Косметологический комбайн по лицу и телу R&L 09.7	Шт.	1	129 000	-	129 000
10.	Мебель – стойка ресепшн	Шт.	1	22 500	-	22 500
11.	Шкаф – купе многофункциональный	Шт.	1	39 000	-	39 000
12.	Компьютер, Intel Core 2 Quad Q8200 (4x2333 MHz; FSB1333; 4096k) /4096 Mb /750Gb /1024Mb GeForce 9400GT /DVD-RW /ATX 450W) /MONITOR плоский LG	Шт.	1	30 000	30 000	=
13.	Витрина - шкаф многофункциональная	Шт.	1	20 000	20 000	
14.	Сплит-система система настенного типа SRK 27 ZG-S	Шт.	1	42 000	42 000	
	<b>Итого:</b>		<b>16</b>		<b>92 000</b>	<b>745 000</b>

\*цена основных средств указана без НДС

## КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВЛОЖЕНИЯ СРЕДСТВ В ПРОЕКТ

№ п/п	Наименование статьи сметы/ оборудования	Сумма, руб.	Период
<b>БЮДЖЕТНЫЕ СРЕДСТВА</b>			
1.	Приобретение ОС/ автомат Necta Kikko ES6	699 000,00	05.2010 – 06.2010
2.	Приобретение ОС/ автомат Necta Colibry C5	51 000,00	05.2010 – 06.2010
<b>СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА</b>			
1.	Приобретение ОС/ автомат Автомат Necta Snakky 6-30	297 000,00	05.2010 – 06.2010
2.	Приобретение ОС/ автомат Necta Colibry C4	58 200,00	05.2010 – 06.2010
3.	Приобретение ОС/ автомат Necta Kikko ES6	174 750,00	07.2010
4.	Сырье и материалы	100 014,00	05.2010 – 06.2010
5.	Фонд оплаты труда, в том числе начисления на ФОТ	46 136,00	05.2010 – 07.2010
6.	Услуги связи	2 400,00	05.2010 – 07.2010
7.	Коммунальные услуги	31 500,00	05.2010 – 07.2010
8.	Прочие текущие расходы на закупки товаров и оплату услуг	2 100,00	05.2010 – 07.2010
9.	Оплата работ и услуг сторонних организаций	38 000,00	05.2010 – 07.2010
<b>ИТОГО:</b>		<b>1 500 100,00</b>	

#### 4.1.1 Расчет исходных финансовых показателей проекта.

Предпосылки финансового моделирования (допущения для финансово-экономических расчетов):

На период 2010 год:

Горизонт планирования (период достижения бюджетной эффективности)	12 месяцев
Шаг планирования	Месяц
Система налогообложения:	Упрощенная
Единый налог	6 % от доходов
Начисления на ФОТ в ПФР	14% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФСС НЗиПС	0,02% от ФОТ
Годовая ставка дисконтирования	12 %

На период 2011-2012 гг.:

Горизонт планирования (период достижения бюджетной эффективности)	30 месяцев
Шаг планирования	Месяц
Система налогообложения:	Упрощенная
Единый налог	6 % от доходов
Начисления на ФОТ в ПФР	26% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФСС	2,9 % от ФОТ
Начисления на ФОТ в ТФОМС	3% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФФОМС	2,1% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФСС НЗиПС	0,2% от ФОТ
Годовая ставка дисконтирования	12 %



## ФОРМИРОВАНИЕ ВЫРУЧКИ КОМПАНИИ:

*Каким образом будет формироваться доходная часть проекта?*

*В этом разделе нужно описать структуру доходов. На основании плана маркетинга определите, какой объем продаж планируется и по каким ценам по видам продукции или услуг. Дополнительно раскройте ценовую политику и поясните, какие условия взаиморасчетов с клиентами планируется осуществлять.*

*Предположите, может ли возникнуть сезонность по объемам сбыта, а также сезонные изменения цен.*

*Итогом этого раздела, может быть, прогнозный расчет выручки от продаваемой продукции или от объема оказываемых услуг.*

### Прогноз продаж по следующим ценам по направлениям услуг.

Расчет средней стоимости услуги сделан исходя из средней суммы по чеку, планируемого количества посетителей в день, сезонных колебаниях спроса на услуги салона красоты.

Вид услуг	Цена за единицу
Услуги парикмахерского зала	450
Услуги маникюра и педикюра	500
Услуги косметологии	750
Услуги солярия	10 руб. 1 минута, 1 посетитель берет не менее 10 минут

ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)	Январь 2010	Февраль 2010	Март 2010	Апрель 2010
Услуги парикмахерского зала	110	140	135	135
Услуги маникюра и педикюра	59	89	95	95
Услуги косметологии	18	24	30	30
Услуги солярия	110	140	150	150
<b>ИТОГО:</b>	<b>297</b>	<b>393</b>	<b>410</b>	<b>410</b>

	Январь 2010	Февраль 2010	Март 2010	Апрель 2010	Итого:
<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>					
Услуги парикмахерского зала	49 500	63 000	60 750	60 750	
Услуги маникюра и педикюра	29 500	44 500	47 500	47 500	
Услуги косметологии	13 500	18 000	22 500	22 500	
Услуги солярия	11 000	14 000	15 000	15 000	
<b>ИТОГО:</b>	<b>103 500</b>	<b>139 500</b>	<b>145 750</b>	<b>145 750</b>	<b>534 500</b>

ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)	Май 2010	Июнь 2010	Июль 2010	Август 2010
Услуги парикмахерского зала	170	178	178	167
Услуги маникюра и педикюра	111	118	118	108
Услуги косметологии	44	40	40	28
Услуги солярия	180	209	209	178
<b>ИТОГО:</b>	<b>505</b>	<b>545</b>	<b>545</b>	<b>481</b>

ВЫРУЧКА (руб.)	Май 2010	Июнь 2010	Июль 2010	Август 2010	Итого:

Услуги парикмахерского зала	76 500	80 100	80 100	75 150	
Услуги маникюра и педикюра	55 500	59 000	59 000	54 000	
Услуги косметологии	33 000	30 000	30 000	21 000	
Услуги солярия	18 000	20 900	20 900	17 800	
<b>ИТОГО:</b>	<b>183 000</b>	<b>190 000</b>	<b>190 000</b>	<b>167 950</b>	<b>730 950</b>

	Сентябрь 2010	Октябрь 2010	Ноябрь 2010	Декабрь 2010
<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>				
Услуги парикмахерского зала	175	180	169	189
Услуги маникюра и педикюра	120	122	156	156
Услуги косметологии	35	42	25	45
Услуги солярия	205	215	192	212
<b>ИТОГО:</b>	<b>535</b>	<b>559</b>	<b>522</b>	<b>602</b>

	Сентябрь 2010	Октябрь 2010	Ноябрь 2010	Декабрь 2010	Итого:
<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>					
Услуги парикмахерского зала	78 700	81 000	76 050	85 050	
Услуги маникюра и педикюра	60 000	61 000	68 000	78 000	
Услуги косметологии	26 250	31 500	18 750	33 750	
Услуги солярия	20 500	21 500	19 200	21 200	
<b>ИТОГО:</b>	<b>185 500</b>	<b>195 000</b>	<b>182 000</b>	<b>218 000</b>	<b>780 500</b>

**Итого за 1-й год (период с 01.2010 по 12.2010) выручка составит: 2 045 950 руб.**

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>	Январь 2011	Февраль 2011	Март 2011	Апрель 2011
Услуги парикмахерского зала	175	195	185	170
Услуги маникюра и педикюра	160	180	170	154
Услуги косметологии	35	55	45	34
Услуги солярия	230	250	240	210
<b>ИТОГО:</b>	<b>600</b>	<b>680</b>	<b>640</b>	<b>568</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	Январь 2011	Февраль 2011	Март 2011	Апрель 2011	Итого:
Услуги парикмахерского зала	78 750	87 750	83 250	76 500	
Услуги маникюра и педикюра	80 000	85 000	85 000	77 000	
Услуги косметологии	26 250	41 250	33 750	25 500	
Услуги солярия	23 000	25 000	24 000	21 000	
<b>ИТОГО:</b>	<b>208 000</b>	<b>244 000</b>	<b>226 000</b>	<b>200 000</b>	<b>878 000</b>

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>	Май 2011	Июнь 2011	Июль 2011	Август 2011
Услуги парикмахерского зала	178	178	178	170
Услуги маникюра и педикюра	118	118	118	154
Услуги косметологии	40	40	40	34

Услуги солярия	209	209	209	210
<b>ИТОГО:</b>	<b>545</b>	<b>545</b>	<b>545</b>	<b>568</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	Май 2011	Июнь 2011	Июль 2011	Август 2011	Итого:
Услуги парикмахерского зала	80 100	80 100	80 100	76 500	
Услуги маникюра и педикюра	59 000	59 000	59 000	77 000	
Услуги косметологии	30 000	30 000	30 000	25 500	
Услуги солярия	20 900	20 900	20 900	21 000	
<b>ИТОГО:</b>	<b>190 000</b>	<b>190 000</b>	<b>190 000</b>	<b>200 000</b>	<b>770 000</b>

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>	Сентябрь 2011	Октябрь 2011	Ноябрь 2011	Декабрь 2011
Услуги парикмахерского зала	170	170	185	194
Услуги маникюра и педикюра	154	154	170	190
Услуги косметологии	34	34	39	44
Услуги солярия	210	210	225	237
<b>ИТОГО:</b>	<b>568</b>	<b>568</b>	<b>619</b>	<b>665</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	Сентябрь 2011	Октябрь 2011	Ноябрь 2011	Декабрь 2011	Итого:
Услуги парикмахерского зала	76 500	76 500	83 250	87 000	
Услуги маникюра и педикюра	77 000	77 000	85 000	95 000	
Услуги косметологии	25 500	25 500	29 250	33 000	
Услуги солярия	21 000	21 000	22 500	23 700	
<b>ИТОГО:</b>	<b>200 000</b>	<b>200 000</b>	<b>220 000</b>	<b>239 000</b>	<b>859 000</b>

**Итого за 2-й год (период с 01.2011 по 12.2011) выручка составит: 2 507 000 руб.**

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>	Январь 2012	Февраль 2012	Март 2012	Апрель 2012
Услуги парикмахерского зала	180	185	185	185
Услуги маникюра и педикюра	165	170	190	190
Услуги косметологии	40	45	46	46
Услуги солярия	225	240	225	225
<b>ИТОГО:</b>	<b>610</b>	<b>640</b>	<b>646</b>	<b>646</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	Январь 2012	Февраль 2012	Март 2012	Апрель 2012	Итого:
Услуги парикмахерского зала	81 000	83 250	83 250	83 250	
Услуги маникюра и педикюра	82 500	85 000	95 000	95 000	
Услуги косметологии	30 000	33 750	34 500	34 500	
Услуги солярия	22 500	24 000	225 000	225 000	
<b>ИТОГО:</b>	<b>216 000</b>	<b>226 000</b>	<b>235 250</b>	<b>235 250</b>	<b>912 500</b>

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>	Май 2012	Июнь 2012	Июль 2012	Август 2012
Услуги парикмахерского зала	185	185	185	185
Услуги маникюра и педикюра	190	202	190	190

Услуги косметологии	46	47	46	46
Услуги солярия	225	255	225	225
<b>ИТОГО:</b>	<b>646</b>	<b>689</b>	<b>646</b>	<b>646</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	Май 2012	Июнь 2012	Июль 2012	Август 2012	Итого:
Услуги парикмахерского зала	83 250	83 250	83 250	83 250	
Услуги маникюра и педикюра	95 000	101 000	95 000	95 000	
Услуги косметологии	34 500	35 250	34 500	34 500	
Услуги солярия	225 000	25 500	225 000	225 000	
<b>ИТОГО:</b>	<b>235 250</b>	<b>245 000</b>	<b>235 250</b>	<b>235 250</b>	

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (ед. услуг)</b>	Сентябрь 2012	Октябрь 2012	Ноябрь 2012	Декабрь 2012
Услуги парикмахерского зала	185	185	175	195
Услуги маникюра и педикюра	170	202	192	212
Услуги косметологии	45	47	37	57
Услуги солярия	240	255	245	265
<b>ИТОГО:</b>	<b>640</b>	<b>689</b>	<b>649</b>	<b>729</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	Сентябрь 2012	Октябрь 2012	Ноябрь 2012	Декабрь 2012	Итого:
Услуги парикмахерского зала	83 250	83 250	78 750	87 750	
Услуги маникюра и педикюра	85 000	101 000	96 000	106 000	
Услуги косметологии	33 750	35 250	27 750	42 750	
Услуги солярия	24 000	25 500	24 500	26 500	
<b>ИТОГО:</b>	<b>226 000</b>	<b>245 000</b>	<b>227 000</b>	<b>263 000</b>	

**Итого за 3-й год (период с 01.2012 по 12.2012) выручка составит: 2 823 750 руб.**

### **Финансовый прогноз расходов.**

*Здесь необходимо описать технологический процесс производства, в котором будут приведены стадии и этапы производства (с учетом продолжительности производства на каждом этапе, то есть производственного цикла), перечень привлекаемых материалов (сырья) и стоимости дополнительных издержек в расчете на 1 услугу, что позволит определить затраты на производство и сформировать себестоимость. Здесь также должен быть учтен расход материалов на 1 услугу. Должен быть описан объем и график производства, который вместе с описанием технологического процесса позволит сформировать План закупок сырья. В плане закупок сырья будет описан перечень (с указанием цены и единиц измерения) материалов (сырья), обязательно объемы приобретения. Необходимо учесть изменения цены (рост или падение, сезонные изменения) на материалы, условия поставок и оплаты. Необходимо сформировать план общих издержек. В этом плане указывается периодичность и стоимость каждой издержки, изменение стоимости издержки, условия оплаты издержек.*

## Таблица затрат

### 2010 год

	Январь 2010 (руб.)	Февраль 2010 (руб.)	Март 2010 (руб.)	Апрель 2010 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	57 500	57 500	57 500	57 500	<b>230 000</b>
Начисления на ФОТ	8 165	8 165	8 165	8 165	<b>32 660</b>
Снабжение и расходные материалы	1900	2 000	1 870	1 750	<b>7 520</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	39 000	17 000	-	800	<b>56 800</b>
Оплата РУ сторонних организаций	77 650	35 000	58 000	500	<b>171 500</b>
Капитальные расходы	350 000	234 500	252 500	-	<b>837 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>608 865</b>	<b>428 815</b>	<b>452 685</b>	<b>143 365</b>	<b>1 633 730</b>

	Май 2010 (руб.)	Июнь 2010 (руб.)	Июль 2010 (руб.)	Август 2010 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	57 500	57 500	57 500	57 500	<b>230 000</b>
Начисления на ФОТ	8 165	8 165	8 165	8 165	<b>32 660</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>143 365</b>	<b>143 365</b>	<b>143 365</b>	<b>143 365</b>	<b>573 460</b>

	Сентябрь 2010 (руб.)	Октябрь 2010 (руб.)	Ноябрь 2010 (руб.)	Декабрь 2010 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	57 500	57 500	57 500	66 000	<b>238 500</b>
Начисления на ФОТ	8 165	8 165	8 165	9 372	<b>33 867</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>143 365</b>	<b>143 365</b>	<b>143 365</b>	<b>153 072</b>	<b>583 167</b>

### 2011 год

	Январь 2011 (руб.)	Февраль 2011 (руб.)	Март 2011 (руб.)	Апрель 2011 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	71 500	71 500	71 500	71 500	<b>286 000</b>
Начисления на ФОТ	24 324	24 324	24 324	24 324	<b>97 296</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>694 096</b>

	Май 2011 (руб.)	Июнь 2011 (руб.)	Июль 2011 (руб.)	Август 2011 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	71 500	71 500	71 500	71 500	<b>286 000</b>
Начисления на ФОТ	24 324	24 324	24 324	24 324	<b>97 296</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>694 096</b>

	Сентябрь 2011 (руб.)	Октябрь 2011 (руб.)	Ноябрь 2011 (руб.)	Декабрь 2011 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	71 500	71 500	71 500	71 500	<b>286 000</b>
Начисления на ФОТ	24 324	24 324	24 324	24 324	<b>97 296</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>694 096</b>

### 2012 год

	Январь 2012 (руб.)	Февраль 2012 (руб.)	Март 2012 (руб.)	Апрель 2012 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	71 500	71 500	71 500	71 500	<b>286 000</b>
Начисления на ФОТ	24 324	24 324	24 324	24 324	<b>97 296</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>694 096</b>

	Май 2012 (руб.)	Июнь 2012 (руб.)	Июль 2012 (руб.)	Август 2012 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	71 500	71 500	71 500	71 500	<b>286 000</b>
Начисления на ФОТ	24 324	24 324	24 324	24 324	<b>97 296</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>173 524</b>	<b>694 096</b>

	Сентябрь 2012 (руб.)	Октябрь 2012 (руб.)	Ноябрь 2012 (руб.)	Декабрь 2012 (руб.)	<b>ИТОГО (руб.)</b>
<b>Статья расходов</b>					
Сырье и материалы	20 000	20 000	20 000	20 000	<b>80 000</b>
Фонд оплаты труда	83 000	83 000	83 000	83 000	<b>332 000</b>
Начисления на ФОТ	28 237	28 237	28 237	28 237	<b>112 948</b>
Снабжение и расходные материалы	1 750	1 750	1 750	1 750	<b>7 000</b>
Услуги связи	1 650	1 650	1 650	1 650	<b>6 600</b>
Коммунальные услуги	53 000	53 000	53 000	53 000	<b>212 000</b>
Прочие текущие расходы на ТиУ	800	800	800	800	<b>3 200</b>
Оплата РУ сторонних организаций	500	500	500	500	<b>2 000</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>188 937</b>	<b>188 937</b>	<b>188 937</b>	<b>188 937</b>	<b>755 748</b>

#### 4.1.2. Анализ рисков проекта.

*В качестве анализа рисков необходимо применять анализ чувствительности проекта. С помощью данного анализа выясняется, насколько показатели эффективности проекта чувствительны к изменению основных параметров проекта. Параметрами проекта являются объем и цена сбыта, прямые и общие издержки, объем инвестиций, ставка по привлекаемому кредиту. Следовательно, значение в процентах, на которое изменяется параметр проекта,*

*при котором, например NPV (чистый приведенный доход от проекта) становится отрицательным (то есть проект становится убыточным) является критическим. Например, если при падении на 10% цены сбыта NPV уходит в "минус", то считается, что проект чувствителен на - 10% по цене сбыта по NPV.*

Анализ проведен методом оценки силы и предсказуемости рисков.  
Выявлены 4 основных вида рисков:

1. Финансовый риск - выполнения плана продаж на 75%.
2. Экономический риск - снижения спроса на услуги в связи с экономической макро ситуацией.
3. Организационный – задержка сроков покупки оборудования.
4. Кадровый – несоответствие квалификации сотрудников и их навыков требованиям клиента.

Для управления рисками проекта с целью обеспечить объем продаж услуг разработаны мероприятия, а именно:

- разработан план активных рекламных мероприятий для привлечения клиентов;
- разработаны анкеты для клиентов для мониторинга соответствия уровня качества выполняемых работ ожиданиям клиентов;
- создана база данных резюме мастеров для оперативного управления персоналом.
- Запланировано обучение сотрудников на курсах повышения квалификации.

#### **4.2 РЕЗУЛЬТАТЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА**

*Перед формированием результатов обязательно надо провести анализ проекта, который помимо вышеописанного анализа рисков должен содержать анализ финансовых показателей, анализ показателей эффективности проекта, анализ отчетности проекта. Анализ финансовых показателей должен ответить насколько ликвиден проект в разные периоды реализации. Ликвидность означает достаточность активов предприятия для погашения обязательств, ликвидность в начальные периоды проекта (то есть инвестиционный период и начальный период реализации) достаточна мало. Если же рост ликвидности не наблюдается в период, когда проект работает на полную мощность, то делается вывод о плохом финансовом состоянии проекта. Анализ показателей рентабельности дает представление о том, насколько прибылен проект. Например, относительная стабильность показателей рентабельности свидетельствует о грамотном планировании доходов и расходов. Анализ показателей оборачиваемости свидетельствует о грамотном производственном планировании (при условии относительной стабильности показателей, высокие показатели могут свидетельствовать о недостаточности запасов, долгом возврате кредиторской и получении дебиторской задолженности, низкие свидетельствуют об обратных тенденциях). Анализ*



показателей эффективности инвестиций должен показать быструю или медленную окупаемость проекта, высокую или низкую внутреннюю рентабельность (прибыльность) проекта, величину полученного дохода от реализации проекта, индекс прибыльности инвестиций (показывающий, сколько денежных средств, получается, от проекта на каждую вложенную денежную единицу).

На основе проведенного анализа делается заключение о целесообразности (или нецелесообразности) реализации проекта.

Приобретение оборудования для ООО «XXXXXXXX» позволит инициатору проекта создать новые рабочие места для молодых сотрудников, расширить перечень оказываемых услуг, увеличить количество обслуживаемых клиентов. Планируемые показатели проекта:

Наименование показателя	1-й год (01.10 -12.10)	2-й год (01.11-12.11)	3-й год (01.12 -12.12)	Итого: (руб.)
Выручка (руб.)	2 045 950	2 507 000	2 823 750	7 376 700
Полные издержки (руб.)	2 045 287	2 082 292	2 143 941	6 271 519
Валовая прибыль (руб.)	663	424 708	679 809	1 105 181
Рентабельность, %	-	11	18	9

Количество создаваемых рабочих мест – новых 4 – для штатных сотрудников в возрасте до 25 лет включительно.

Бюджетная эффективность данного проекта, т.е. срок возмещения субсидии в виде налогов в бюджет составляет 27 месяцев со старта проекта. На этот период времени отчисления по налогам в бюджет составят:

- Единый Налог 15% – 313 812 руб.
- Налоги с ФОТ (ПРФ, ФСС, ТФОМС, ФФОМС) – 464 052 руб.

**Итого отчислений в бюджет за 27 месяцев с начала проекта: 777 864 руб.**

#### **Другие показатели эффективности проекта:**

- Срок окупаемости инвестиций составит 36 месяцев.
- Рентабельность продаж 19 %.
- Величина чистой прибыли составит 662 тыс. руб.
- Чистая текущая стоимость проекта (NPV) на период 36 месяцев составляет 19 456 руб.

Таким образом, проект является привлекательным с точки зрения возврата инвестиций, бюджетной эффективности, социального вклада.