ЭКСПЕРТНО-КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ ЦЕНТР
«Инвест-Проект»

ГОТОВЫЙ БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ БАРБЕРШОПА ПО ФРАНШИЗЕ (С ФИН. РАСЧЕТАМИ)

МОСКВА - 2017

«ВЫПОЛНИЛ»
Директор
ООО ЭКЦ «Инвест-Проект»
_____ А.А. Лумпов
« 07 » сентября 2017 г.
м.п.

ГОТОВЫЙ БИЗНЕС-ПЛАН

барбершопа по франшизе
(с фин. расчетами)

Объем инвестиций: **3 340 000** руб.
Срок окупаемости: **2,3** года (27 мес.).
Прогнозный период: **3** года.
Чистая прибыль: **2 042 747** руб.

Оглавление

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА 5

2. РЕГИСТРАЦИЯ И ЛИЦЕНЗИЯ 15

2.1. Организационно-правовая форма 15

2.2. Перечень документов для открытия салона красоты 15

2.3. Требования и нормы СЭС к парикмахерским и салонам красоты 17

3. ДИЗАЙН И ОБОРУДОВАНИЕ БАРБЕРШОПОВ 18

4. УСЛОВИЯ ФРАНШИЗ БАРБЕРШОПОВ 22

5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР РЫНКА 23

5.1. Макроэкономические показатели 2003-2020 23

5.2. Обзор российского рынка парикмахерских услуг 24

5.3. Обзор московского рынка барбершопов 33

5.3.1. Объем московского рынка барбершопов 34

5.3.2. Емкость московского рынка барбершопов 34

5.3.3. Потребительский сегмент барбершопов 35

5.3.4. Количество барбершопов в Москве 40

5.4. Обзор лидеров рынка 45

5.4.1. TOPGUN 45

5.4.2. Barbershop Borodach 48

5.4.3. Barbershop OldBoy 50

5.5. Ценообразование как элемент маркетинговой политики 52

5.6. Стратегия развития рынка 53

6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН 54

6.1. Площадь и месторасположение барбершопа 54

6.2. Торговое оборудование 54

6.3. План выручки и продаж 56

6.4. Параметры текущих затрат 64

6.5. План текущих затрат 66

6.6. Параметры прямых затрат 71

6.7. План прямых затрат 72

7. ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА 75

7.1. Потребность в персонале и фонд оплаты труда 75

8. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН 77

8.1. Структура и объем необходимых инвестиций 77

8.2. Календарный план финансирования и реализации проекта 79

8.3. Рекомендуемые условия привлечения инвестиций ... 80

9. ОЦЕНКА РИСКОВ И ПУТЕЙ ИХ СОКРАЩЕНИЯ ... 81

9.1. Качественный анализ рисков ... 81

9.2. Точка безубыточности ... 83

9.3. Анализ чувствительности NPV ... 85

10. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА ... 88

10.1. Основные предположения к расчетам ... 88

10.2. План движения денежных средств (cash flow) ... 90

10.3. План прибылей и убытков (ОПУ) ... 95

10.4. Налогообложение ... 101

10.5. Прогноз расчетов с инвестором ... 103

10.6. Прогноз доходов владельца проекта ... 107

10.7. Финансовый анализ проекта ... 113

11. ПРИЛОЖЕНИЯ ... 116

11.1. ГОСТ Р 51142-98 УСЛУГИ БЫТОВЫЕ. УСЛУГИ ПАРИКМАХЕРСКИХ. ОБЩИЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ... 116

11.2. СанПиН 2.1.2.2631-10 для парикмахерских ... 125

12. О РАЗРАБОТЧИКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА ... 136

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Готовый бизнес-план открытия барбершопа по франшизе разработан ЭКЦ «Инвест-Проект» в августе-сентябре 2017 г.

Дата расчетов: 30.08.2017.

Валюта расчетов: рубль.

Период планирования: 3 года помесячно.

Методика планирования: международные рекомендации UNIDO.

Цель бизнес-плана: построение финансовой модели и расчет ключевых финансовых, экономических и маркетинговых параметров открытия барбершопа по франшизе для подтверждения его экономической эффективности и привлечения инвестиций.

Концепция барбершопа

Параметры барбершопа: комфортабельный салон общей площадью **70** кв.м.

Ставка аренды помещения – **25 714** руб. / кв. м / год, что соответствует **150 000** руб. / помещение / месяц (ЖКУ отдельно).

Режим работы – ежедневно с 10 до 21 часа.

Количество кресел – **3**, барберов – **4**, всего персонала **7** человек с фондом оплаты труда **212 000** руб. / месяц + проценты.

«Барбер» по-английски означает цирюльник, брадобрей (от испанского barba — борода). Барбершоп — мужская территория. Здесь делают стрижки, укладку, стригут усы, холят и лелеят бороды, поддерживают культ мужского эго.

Параметры франшизы

Проект рассчитан на получение франшизы от одного из действующих франчайзеров:

- паушальный взнос – **250 000** руб.,
- роялти – **30 000** руб. в месяц (с 10-го месяца после открытия).

Потребность в инвестициях

Для реализации проекта требуется инвестировать **3 340 000** руб. траншами:

1. **2 900 000** руб. (86,8% инвестиций) за счет собственных средств владельца проекта, привлекаются в **1**-м месяце от начала проекта, возврат транша – с **13**-го по **27**-й месяц включительно;
2. **440 000** руб. (13,2% инвестиций) за счет собственных средств владельца проекта, привлекаются в **6**-м месяце, возврат транша – с **13**-го по **27**-й месяц включительно.

Срок окупаемости проекта – **2,3** года (27 месяцев).

После возврата вложенных средств доход владельца проекта за прогнозный период (3 года) оценивается в **2 042 747** руб.

Риски проекта

Анализ рынка показал, что основной риск при запуске бабершопа – недостаточный объем продаж, или **низкая посещаемость**, вследствие которой могут потребоваться дополнительные денежные средства на покрытие текущих затрат. Для предотвращения данного риска целесообразно заблаговременно провести маркетинговое исследование района (конкретного помещения), где планируется открыть барбершоп.

Плановые параметры продаж

Бизнес-план рассчитывался на базе следующих плановых параметрах продаж.

Таблица 1. Пропускная способность барбершопа.

Параметры	Значение
Часов в день	11
Дней в месяц	30
Длительность стрижки, час	**1,0**
Кресел в барбершопе	3
Max клиентов в сутки, чел.	33
Max клиентов в месяц, чел.	990
Max выручка в месяц, руб.	1 544 400
Средний чек, руб. / чел.	**1 500 ₽**
% продаж товаров	20%
Стоимость, руб. / ед.	**300 ₽**

Плановая загрузка после выхода на проектную мощность – **70**% от пропускной способности, что соответствует **23** клиентам в среднем в день или **693** услуги в месяц при среднем чеке **1 500** руб. / чел.

Продажи товаров (косметики) – **20**% от числа клиентов при **100**% наценке к закупочной цене.

Плановые финансовые показатели проекта:

- плановая среднемесячная выручка – **1 081 080** руб. / месяц,
- среднегодовая выручка – **12 972 960** руб. / год,
- система налогообложения – **УСН** (по ставке 15% на разницу между выручкой и суммой затрат),
- начисление налогов – в среднем по **178 465** руб. / месяц или **2 141 575** руб. / год,
- доля налогов в выручке – **16,8**% (при доле менее 20% оптимизация не планируется);
- рентабельность по чистой прибыли (доля прибыли в выручке) – **6,58**%;
- срок окупаемости (с учетом дисконтирования по ставке **14**% годовых) – **2,3** года (31 месяц от начала проекта).

Календарный план реализации проекта:

1. аренда помещения, закупка торгового оборудования и товара – **январь 2018** г.;
2. подготовка помещения – **январь – февраль 2018** г.;
3. открытие барбершопа – не позднее **февраля 2018** г.;
4. выход на самоокупаемость (выход «в ноль») – с **9**-го месяца от начала продаж (ноябрь 2018 г.);
5. выход на плановую загрузку – с **11**-го месяца работы (январь 2019 г.);
6. возврат вложенных средств – с **января 2019** г. по **март 2020** г.

Объем и емкость рынка барбершопов

По данным готового бизнес-плана барбершопа, разработанного ЭКЦ «Инвест-Проект» по авторским методикам, объем расходов населения Москвы на услуги барбершопов по итогам 2017 года составит **1,01** млрд. руб. Этот сегмент beauty-рынка характеризуется как активно растущий и с высоким потенциалом дальнейшего развития.

График 1. План поступления выручки барбершопа (руб.).

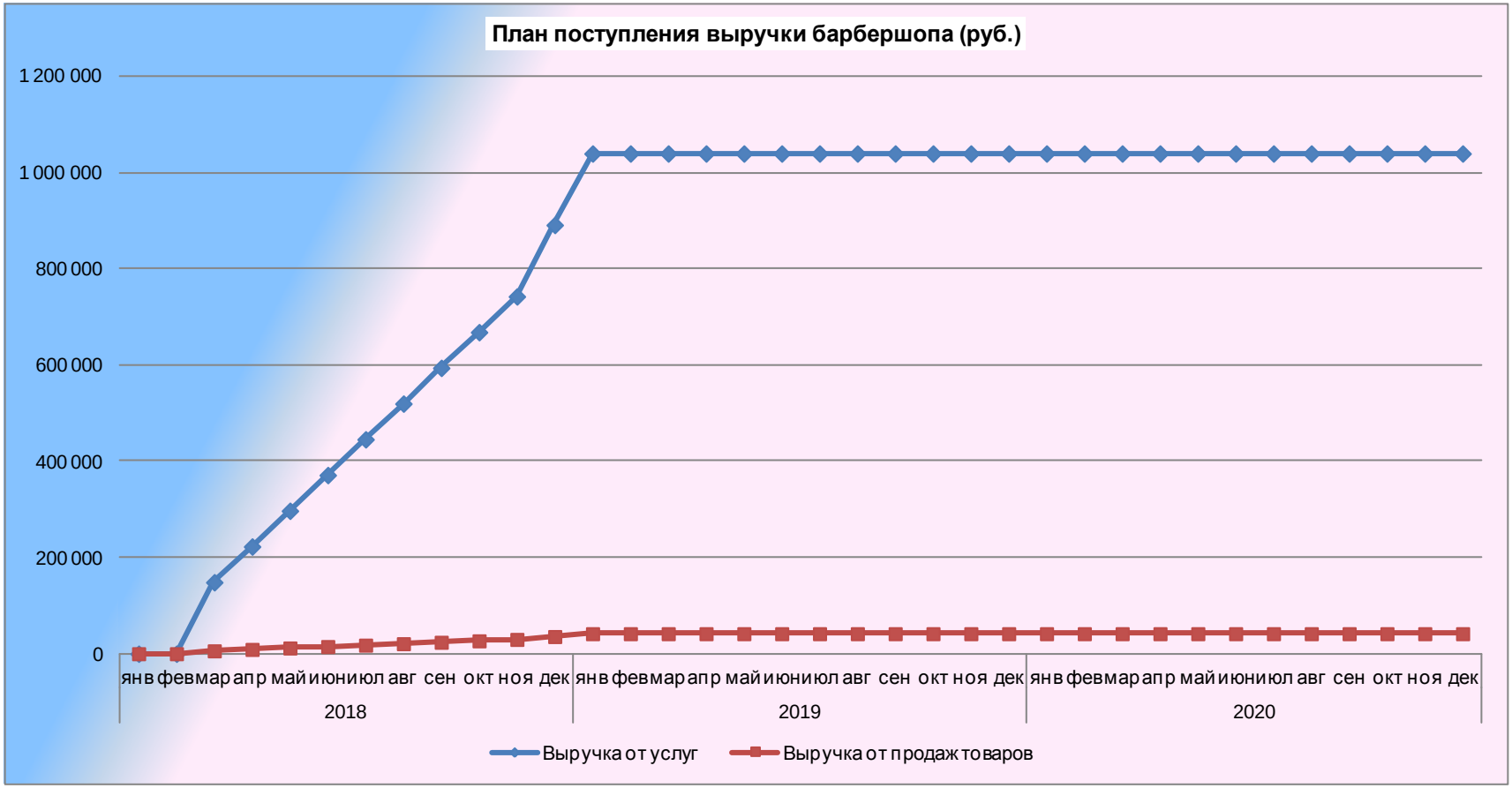


График 2. Динамика текущих затрат (руб.).

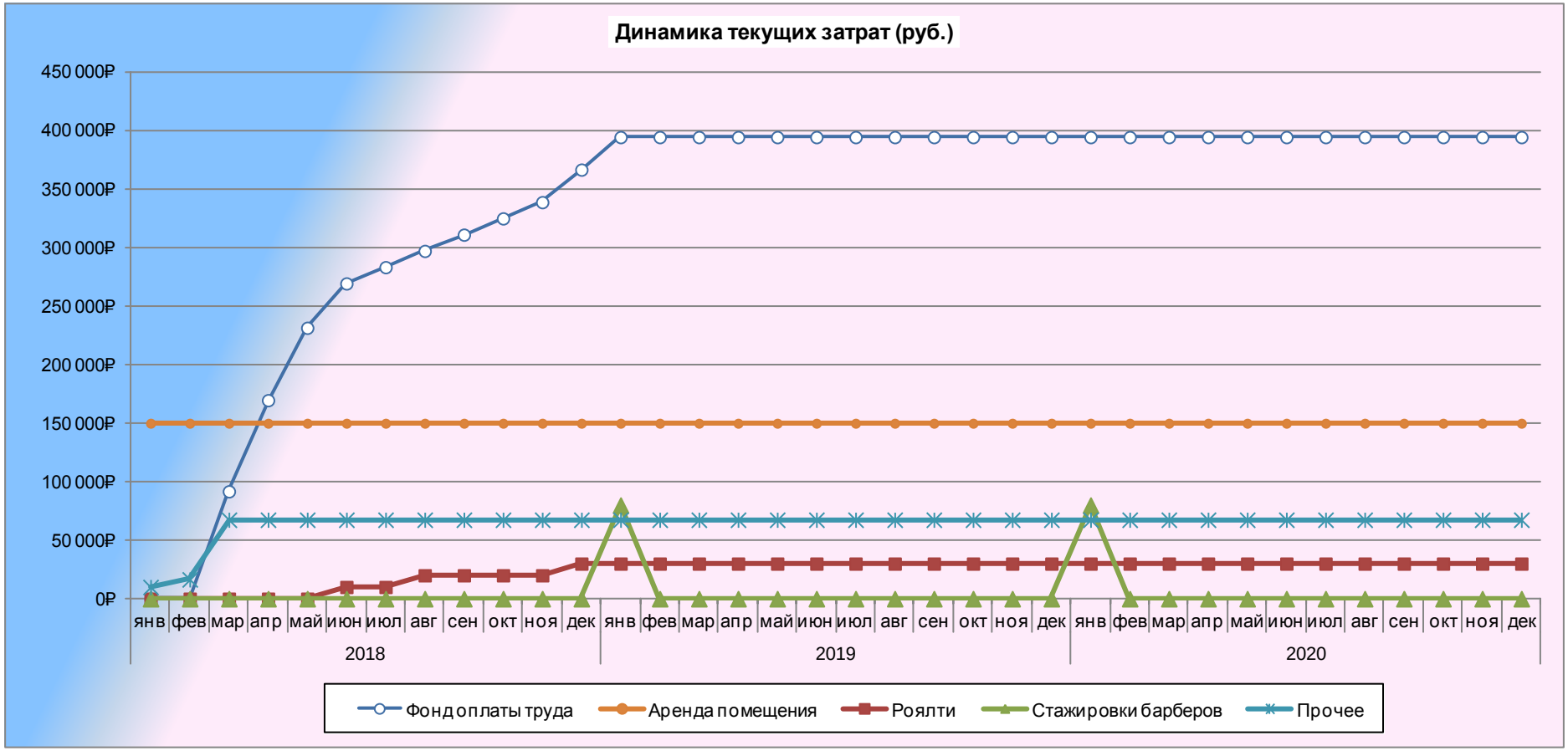


График 3. Динамика прямых затрат (руб.).

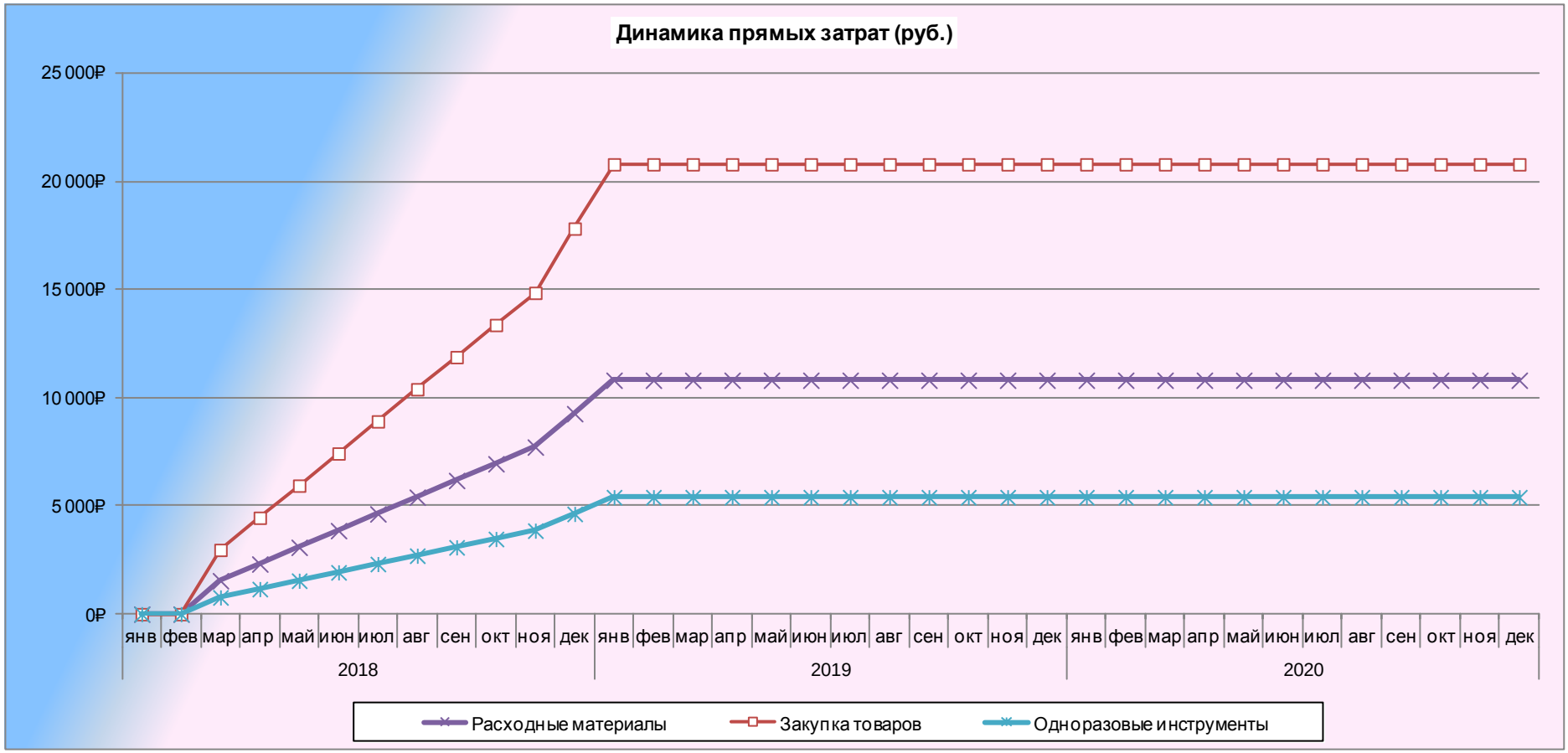


График 4. Получение и возврат инвестиций (руб.).

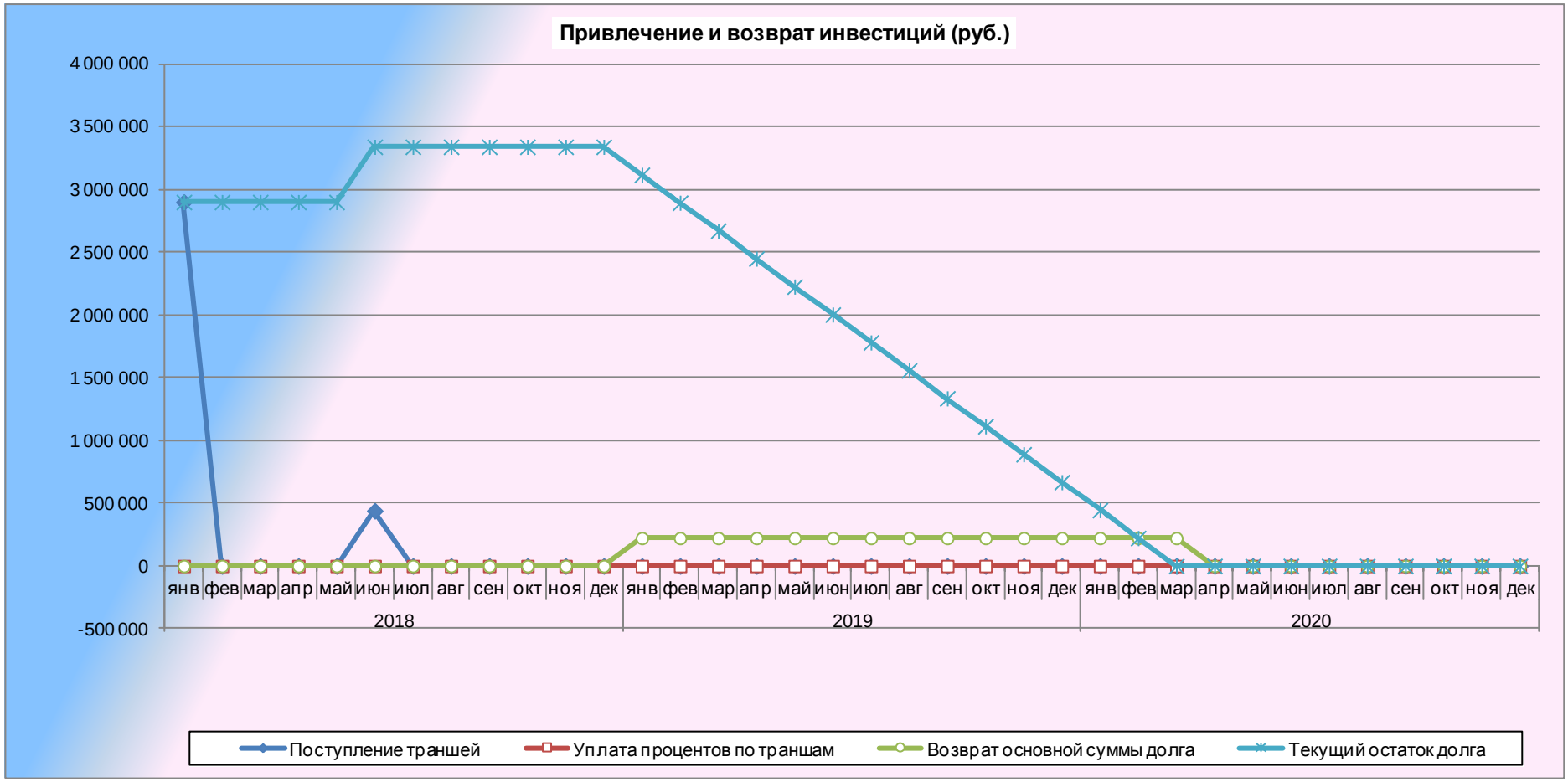
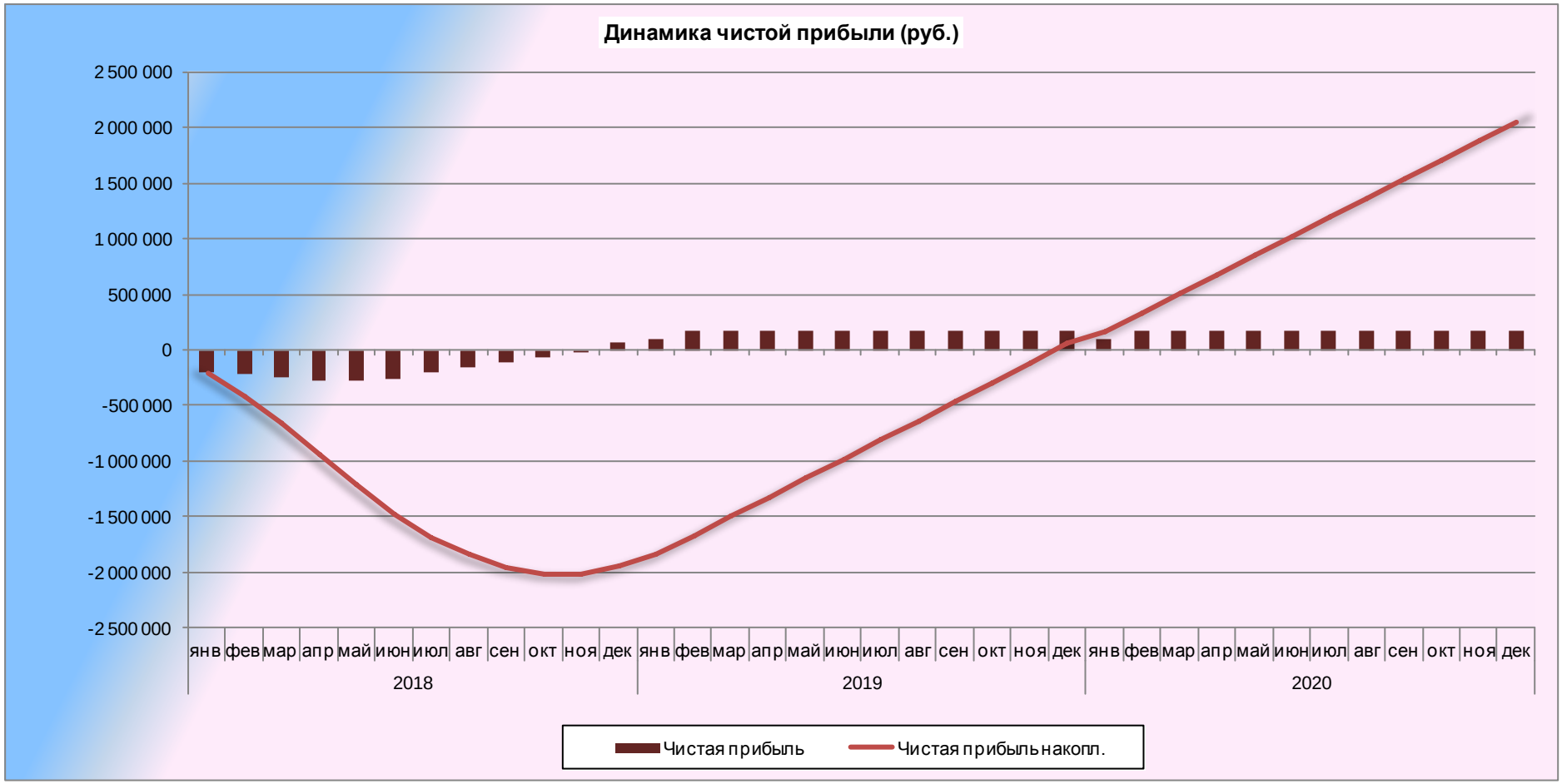


График 5. Динамика чистой прибыли (руб.).



При выполнении производственных и экономических параметров бизнес-плана по проекту будут достигнуты показатели эффективности, представленные в таблице далее.

Таблица 2. Показатели эффективности проекта.

Наименование показателя	Значение	Размерность
Общие показатели проекта		
Суммарная выручка за период планирования	31 042 440	руб.
Выбытия на текущую деятельность	27 155 723	руб.
Сальдо от основной деятельности	3 886 717	руб.
Чистая прибыль проекта	2 063 744	руб.
Сумма инвестиционных вложений	56 870	руб.
Имущество на балансе в конце горизонта планирования	20 997	руб.
Рентабельность по чистой прибыли	6,58%	%
Чистая прибыль в месяц в конце прогнозного периода	172 681	руб. / мес
Продажи в конце прогнозного периода	1 081 080	руб. / мес
Показатели для кредитора / займодателя		
Сумма собственных средств	0	руб.
Сумма заемных средств	3 340 000	руб.
Общий размер финансирования	**3 340 000**	руб.
Отношение собственного капитала к заемному (D/E)	100%	%
Ставка кредита (в условно постоянных ценах)	0,00%	%
Ставка кредита (в номинальных ценах)	0,00%	%
Начисленная сумма процентов по кредитам	0	руб.
Период возврата инвестиций	27	месяцев
Период использования инвестиций	**2,3**	интервал, лет
Инвестиционные показатели проекта		
Ставка дисконтирования, годовая	14,00%	%
Ставка дисконтирования, месячная	1,10%	%
NPV проекта на момент его начала	**915 136**	руб.
PI проекта	**1,498**	раз
IRR проекта	31,58%	%
Срок окупаемости (недисконтированный)	2,25	интервал, лет
Срок окупаемости (дисконтированный)	2,58	интервал, лет

Чистый дисконтированный доход (Net Present Value, NPV) проекта за прогнозный период составляет **915 136** руб. при ставке дисконтирования **14,0** % в год в условно постоянных ценах. При оценке значения NPV важно учитывать, что проект реализуется за пределами горизонта планирования.

Индекс рентабельности проекта, или коэффициент возврата инвестиционных средств **(Payback Investments, PI)** = **1,498.** Это означает, что на каждый инвестированный рубль проект сгенерирует за прогнозный период 1,50 руб. (с учетом дисконтирования). Для традиционных отраслей (сельское хозяйство, промышленное производство, транспорт) этот показатель, как правило, не превышает 2 единиц. Для инновационных и высокотехнологичных проектов (IT, телеком, media), а также торговли показатель может достигать >3-5 единиц. Минимум принятия решения по данному показателю >1,15.

Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR) – **31,58**%. Данный показатель демонстрирует высокую устойчивость проекта в отношении возможного роста стоимости аренды, закупочных цен и риска снижения продаж. Такое высокое значение внутренней доходности обусловлено высокой наценкой на услуги с относительно низкой себестоимостью и высокой воспринимаемой ценностью для клиентов. Минимум принятия решения по данному показателю > ставок по кредитам.

Основной вывод

Проект демонстрирует экономическую эффективность, является привлекательным для инвестирования и направлен на более качественное удовлетворение потребностей населения в красоте и уходе.

2. РЕГИСТРАЦИЯ И ЛИЦЕНЗИЯ

2.1. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА

Для данного бизнеса оптимальная организационно-правовая форма – это общество с ограниченной ответственностью. ЗАО и ОАО требуют дополнительного регулирования, что является излишним для небольшой фирмы.

Для салона красоты лучше всего подойдет код 93.02 ОКВЭД. Это группа раздела «Предоставление прочих социальных, коммунальных и персональных услуг».

Часто в салонах красоты клиенты могут приобрести косметические средства, которые используются мастерами в процессе работы. Чтобы у салона была возможность продавать различные товары нужно указать дополнительные коды: 52.33 «Торговля косметическими и парфюмерными товарами» и 52.13 «Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах».

Процедура регистрации ООО и получение всей необходимой документации занимает две-три недели и оценивается в 15 000 руб. силами специализированной юридической конторы.

2.2. ПЕРЕЧЕНЬ ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ САЛОНА КРАСОТЫ

Основные необходимые документы для открытия салона красоты или парикмахерской:

- Свидетельства регистрации ООО или ИП;
- Уведомление о начале предпринимательской деятельности;
- Договор аренды;
- Положительное решение пожарной инспекции;
- Программа контроля производства салона красоты (ППК);
- Заключение СЭЗ салон красоты.

Договора с подрядными службами:

1. На вывоз и уничтожение:

- волос;
- ногтей;
- твёрдых бытовых отходов парикмахерской или салона красоты;
- люминесцентных ламп из парикмахерской или салона.

2. На осуществление:

- очистных работ, обеззараживания вентиляционных систем парикмахерской, кондиционирования + Акты;
- договор лабораторно-инструментальных обследований;
- периодических медосмотров работников салона красоты, парикмахерской;
- дезинсекции и дератизации помещений салона + Акты процедур профилактического характера;
- контроля стерилизующего оборудования (стерилизатор инструментов);
- на сбор, вывоз и уничтожение медотходов (если в салоне красоты оказываются медуслуги);
- стирки униформы, белья, полотенец салона красоты;
- контроля работы вентиляции помещений салона красоты;
- обслуживания кассового аппарата.

3. Журналы санитарные в салоне красоты:

- прихода и расхода дезинфицирующих препаратов парикмахерской или салона;
- очистных и дезинфекционных работ для систем воздушной вентиляции и кондиционирования;
- Журнал контроля работы стерилизаторов форма 257 у;
- Журнал учета проведения генеральных уборок;
- Журнал учета бактерицидной установки;
- Журнал учета качества предстерилизационной обработки 366 у;
- Журнал учета производственного контроля салона красоты.

4. Протоколы лабораторных анализов и замеров в салоне:

- бактериологический анализ воды;
- смывов рабочих поверхностей салона красоты;
- вентиляционных смывов;
- контроль функционирования стерилизатора.

5. Оценка характеристик рабочего места:

- искусственного освещения;
- микроклимата - температура, скорость воздухооборота, влажность).

6. Прочие документы:

- перечень услуг (ассортимент);
- схема обращения медотходов класса А, Б, В, Г в салоне;
- трёхчастный технологический проект (вентиляция, канализацицонная система, электрификация);
- заключения экспертов по результатам лабораторных изысканий;
- документы на стерилизаторы;
- санитарно-гигиенический паспорт салона красоты или парикмахерской;
- разрешение управы района;
- свидетельство разрешения на осуществление торговли (товары в тематике осуществляемой деятельности);
- разрешение повесить вывеску;
- кадровая документация;
- по Вашем желанию – сертификат (свидетельство) подтверждения соответствия.

Список документов по кадровому учету (для трудовой инспекции)

1. Личные дела, карточки работников салона:

- Трудовые договора с сотрудниками;
- Инструкции по обязанностям на занимаемых должностях в парикмахерской;
- Личные карточки осуществления инструктажа на месте работы.

2. Основопологающие положения:

- Об охране личных данных;
- Нормы внутреннего распорядка труда;
- Договор ответственности (материальные факторы).

3. Трудовые книжки, документ учёта ТК

4. Защита труда:

- Указания по защите труда для разных видов деятельности;
- Журнал контроля осуществления инструктажей, контроля несчастных производственных ситуаций.

5. Рабочие документы:

- График работы штата;
- Табель контроля сроков работы;
- Расписание отпусков работников салона красоты или парикмахерской;
- Регистрирующие журналы для: заявлений, приказов, договоров.

2.3. ТРЕБОВАНИЯ И НОРМЫ СЭС К ПАРИКМАХЕРСКИМ И САЛОНАМ КРАСОТЫ

Какие нормативные и законодательные акты будут регулировать деятельность салона, зависит от услуг, которые планируется оказывать. Для парикмахерских основным регулирующим документом является:

- СанПиН 2.1.2.2631-10.
- Приказ Минздравсоцразвития от 26.04.2011 г. №342н с изменениями, отраженными в Приказе Министерства труда РФ от 12.12.2012 г. № 590н.
- Санитарные правила 1.1.1058-01.
- постановление о противопожарном режиме от 25.04.2012 № 390.

Если в салоне предусмотрены услуги:

- татуажа;
- пирсинга;
- прокола ушей;
- массажиста;
- врача косметолога.

Администрация такого салона должна руководствоваться:

- СанПиНом 2.1.3.2630-10;
- приказом Минздравсоцразвития №381н.
- ПП РФ от 16.04.2012 № 291.
- ФЗ от 04.05.2011 № 99-ФЗ
- письмом Минздрава от 14.03.2008 № 537-12.

Эти виды деятельности относятся к медицинским в сфере косметологии и в отличие от остальных подлежат лицензированию.

В Приложении приведены:

- СанПиН 2.1.3.2630-10;
- ГОСТ Р 51142-98 Услуги бытовые. Услуги парикмахерских. Общие технические условия.

3. ДИЗАЙН И ОБОРУДОВАНИЕ БАРБЕРШОПОВ

Оформление и оборудование

Оформление интерьера барбершопа должно быть в строгом мужском стиле, но в то же время обстановка должна быть комфортной.

Это некий клуб для мужчин с уникальной атмосферой.

Но все люди разные, и понятие «комфортная обстановка» для каждого человека имеет свое понятие. Поэтому при открытии Барбершопа важно правильно определить свою целевую аудиторию и создавать заведение в определенном стиле, который необходимо выдержать в интерьере, оборудовании и прочих мелочах. Многие Барбершопы стараются подчеркнуть свой уникальный стиль, оформляя помещение кто в стиле классических цирюлен, кто то выбирает ретро или даже некий «гаражный» стиль, а кто то наоборот ориентируется на современных модных людей.

Безусловно, существует огромное количество стилей в дизайне интерьера, но выделяются несколько основных, которые можно применить к Барбершопам.

1. Классический стиль

Актуален во все времена. Что то вроде дореволюционной цирюльни для состоятельных джентльменов. Целевая аудитория – респектабельные мужчины с безупречным вкусом. Для «классического» Барбершопа важно ощущение богатства и роскоши. Основные принципы: спокойная цветовая гамма и гармония, симметрия и качественные материалы во всех деталях (от отделочных материалов до аксессуаров). В классическом интерьере идеально сочетаются пастельные тона с позолотой, но при этом его нежелательно перегружать большим количеством разных цветов и деталей. Также повышенного внимания требует выбор мебели. Мебель не должна быть просто массивной, она должна быть еще и изящной. Лучшие материалы - ценные породы дерева, благодаря их способности подчеркнуть респектабельность и изящность интерьера вашего Барбершопа. Оборудовать Барбершоп в классическом стиле необходимо соответствующим креслом. Уместны будут детали с элементами позолоты или отделка пуговицами. Но при всем своем классическом дизайне Barbershop кресло должно быть удобным и функциональным. Что касается аксессуаров, то они должны быть сдержанными, но солидными. Чтобы добиться изящества и строгости свой выбор вы можете остановить на антикварных вещах, картинах, скульптурах, а также очень хорошо подойдут зеркала в вычурных рамах. Актуален во все времена. Что то вроде дореволюционной цирюльни для состоятельных джентльменов. Целевая аудитория – респектабельные мужчины с безупречным вкусом. Для «классического» Барбершопа важно ощущение богатства и роскоши. Основные принципы: спокойная цветовая гамма и гармония, симметрия и качественные материалы во всех деталях (от отделочных материалов до аксессуаров). В классическом интерьере идеально сочетаются пастельные тона с позолотой, но при этом его нежелательно перегружать большим количеством разных цветов и деталей. Также повышенного внимания требует выбор мебели. Мебель не должна быть просто массивной, она должна быть еще и изящной. Лучшие материалы - ценные породы дерева, благодаря их способности подчеркнуть респектабельность и изящность интерьера вашего Барбершопа. Что касается аксессуаров, то они должны быть сдержанными, но солидными. Чтобы добиться изящества и строгости свой выбор вы можете остановить на антикварных вещах, картинах, скульптурах, а также очень хорошо подойдут зеркала в вычурных рамах.

2. Винтажный стиль

Винтаж – это веяние в культуре, которое предполагает сочетание старинных и современных вещей. Винтажные вещи – это не просто раритетные предметы, это вещи, которые несут в себе дух прошлого, отличаются своей индивидуальностью и имеют высокое качество, способно выдержать проверку временем. Для оформления Барбершопа в винтажном стиле, мало просто купить старинные вещи, нужно неплохо ориентироваться в моде различных культурных эпох. Мебель и аксессуары должны громко говорить о времени или известности фирмы, которая их изготовила. Для винтажного стиля предпочтительна сдержанная неброская цветовая гамма. Оформляя интерьер в винтажном стиле, приоритет отдается светлым тонам. Будут актуальными и темные цвета коричневого и серого, но контрасты здесь не особо актуальны. Обычно подбирается один основной цвет, а к нему добираются близкие цвета по оттенку, но в небольшом количестве, чтобы не перегрузить интерьер. Главная отличительная черта таких интерьеров - возможность сочетания материалов различной фактуры. Хорошо будут сочетаться изделия из кованого железа и дерева, а также детали из меди и керамики. Как вариант - можно в интерьер добавить один винтажный предмет и сделать его смысловым центром, вокруг которого будет формироваться вся идея. В итоге, у вас будет свой уникальный интерьер, но с идейной ноткой винтажа, чтобы создать определенный дух и атмосферу. Что касается кресла для Барбершопа - то стоит обратить внимание на кресла в духе минувших десятилетий с характерными формами и элементами декора. Винтажный стиль в интерьере Барбершопа создает спокойствие и уют, а помещение приобретает неповторимый и модный дизайн.

3. Лофт

Непринужденный и свободный, но при этом функциональный и сдержанный – таков стиль лофт. Лофт не спутать ни с каким другим направлением в дизайне: если первое впечатление от помещения ассоциируется с производственным цехом, техническим этажом или мастерской, то это точно он – лофт. Он сочетает в себе, казалось бы, несовместимые понятия производственного дизайна и комфорта. Лофт - это настоящая находка для тех, кто при оформлении помещения не бросается из крайности в крайность, но при этом стремится уйти от традиционности.

Лофт практически идеально вписывается в обустройство Барбершопа - функциональный и практичный, лаконичный, удивительный и индивидуальный, лофт вобрал в себя черты минималистических направлений хай-тека и эко-дизайна, а также функционализма и конструктивизма.

Лофт требует много места. Это стиль не просто для больших помещений, это стиль для очень больших помещений! А все благодаря тому факту, что как дизайнерское направление, лофт зародился именно в производственных помещениях и студиях, а также в заброшенных цехах, и это до сих пор играет важную роль: фишка лофта – высокие потолки, огромные окна и свободного пространства.

Важным характерным признаком лофта является отсутствие внутренних стен и перегородок. В этом лофт схож с минимализмом. Именно это позволяет оценить все преимущества помещения и создать необычный и индивидуальный интерьер. Разделение на зоны осуществляется с помощью освещения и мебели.

Лофт любит грубые натуральные материалы (кирпич, штукатурка, неотшлифованная древесина, металл), а также урбанистические и производственные детали (трубы, вентили, воздуховоды, балки и ригели, элементы производственных конструкций, нескрытые коммуникации). Если всего этого изначально не было в данном помещении, то хотя бы несколько таких элементов внести просто необходимо! Цвета в интерьере в стиле лофт предпочтительно холодных оттенков - белый, серый, стальной, графитовый. Теплые тона в оформление пространства можно добавить кирпичной кладкой, натуральным камнем и древесиной. Барбершоп кресло в стиле "лофт" должно быть простое по форме, но функциональное по содержанию. Ничего лишнего, оно не должно акцентировать на себе внимание.

Стиль лофт – подходит для ценителей свободы и индивидуальности, чья жизнь чрезвычайно динамична и наполнена энергией и творчеством.

4. Хипстер стиль

При слове «Хипстер» нам сразу представляется ухоженный молодой человек в зауженных джинсах, с богатой растительностью на лице, с последней моделью I Phone в кармане. Ключевые фразы здесь «ухоженный» и «с богатой растительностью на лице». Это типичный потенциальный клиент Барбершопа.

Хипстеры – это современные очень продвинутые во всех отношениях молодые люди. Они уделяют много времени образованию, внешнему виду, качественному досугу и, естественно интерьеру. Дизайн помещения в хипстер стиле наполнен разнообразной высокотехнологичной брендовой дорогой техникой и совсем не именитыми и недорогими элементами декора.

В интерьере в стиле "хипстер" очень гармонично сочетаются самые несочетаемые и необычные фактуры и материалы. Характерной особенностью таких интерьеров является наличие множества фотографий, книг, модных постеров, неизвестных картин в стиле поп-арт, а также виниловых пластинок и кассет.

На стенах простая краска модных оттенков или отделка грубой штукатуркой. Кирпичная кладка — отличный вариант. Общий тон стен, как правило, светлый или серый, подходящие вспомогательные цвета: кофейный, тёплый голубой, песочный, оливковый. Практически не бывает второстепенных деталей в хипстер стиле интерьера. Настоящий хипстер смотрит арт-хаус, читает постмодернистскую литературу, снимает на раритетную пленочную технику и слушает музыку, которую не все понимают. И все это, безусловно, влияет на интерьер и атмосферу хипстерского Барбершопа. Кресло для Барбершопа в хипстер стиле должно быть в первую очередь демократичным. Никакого лоска и вычурных форм. Кресло - не акцент.

5. Современный стиль

Современный стиль в интерьере характеризуется прямыми линиями, четкими формами, минимумом аксессуаров и декора, он создан как бы вопреки традиционным представлениям о комфорте. Это интерьер для открытых пространств, наполненных естественным освещением и воздухом. Он не приветствует смешения и хаоса, каждый его элемент становится значимым. Главные принципы - линии, плоскости, углы. Все, начиная от архитектуры и заканчивая предметами интерьера, в современном дизайне сориентировано строго по осям координат, а трехмерная структура пространства сама по

себе становится краеугольным элементом дизайна. Излюбленная палитра современного стиля - белый, серый, бежевый, черный. Монохромная цветовая гамма тон в тон позволяет линиям и формам выйти на передний план. Что касается пола в современном дизайне интерьера - особенно актуальны темное дерево (венге), светлое дерево (клен или ясень), натуральный камень, керамогранит или цементное покрытие. А мебель в современном Барбершопе должна быть подчинена идее совершенной формы. Чистые прямые линии и четкая ровная конструкция: никаких многочисленных складок и драпировок, выходящих за рамки простоты и симметрии.

Основной список оборудования барбершопа должен включать в себя следующие позиции:

- Стойка на ресепшене;
- Наборы для рабочего места (удобное кресло, стол, зеркало и мойка);
- Мебель для рекреации;
- Шкафы для инструментов;
- Стеллажи и витрины;
- Компьютер для администратора, телевизор или музыкальный центр для ожидающих вызова клиентов, а также кулеры для воды.

Всё оборудование ни в коем случае не должно выбиваться из общего стиля заведения. Так что его выбор и покупка – долгая и кропотливая работа.

4. УСЛОВИЯ ФРАНШИЗ БАРБЕРШОПОВ

Решение открыть парикмахерскую не является таким простым, как кажется. Нужно: найти подходящее место; выбрать оптимальный формат; преодолеть ряд бюрократических формальностей; составить смету; закупить оборудование; найти и принять на работу необходимых сотрудников; разместить эффективную рекламу.

Облегчить процесс и избавить от такой проблемы, как разработка четкой стратегии, может франшиза, ведь заручившись поддержкой головной компании можно не переживать о поиске подходящего помещения, приобретении необходимого оборудования, подборе персонала и многих других сложных моментах, с которыми неизбежно придется столкнуться начинающему предпринимателю.

Таблица 3. Сравнительная таблица франшиз от известных брендов барбершопов.

	Chop-Chop	TopGun	FIRMA	OldBoy	Лесоруб
Год основания	2011	2014	2013	2014	2015
Франчайзинг	2013	2014	2015	2015	2016
Инвестции	2 500 000 руб.	1 500 000 — 2 500 000 руб.	1 000 000 — 1 500 000 руб.	700 000 — 850 000 руб.	750 000-2 000 000 руб.
На что расходуются инвестции?	аренда, ремонт, оборудование, маркетинг	ремонт, оборудование, мебель, с мойкой, косметика для продажи	аренда, ремонт, оборудование, маркетинг	ремонт, оборудование, косметика и открытие, включая все дополнительные расходы	ремонт, оборудование, мебель, материалы, аренда *под ключ, кроме рекламы
Паушальный взнос	350 000 руб.	300 000 — 500 000 руб.	Пакет «Стандарт» — 200 000 — 300 000 руб. Пакет «Премиум» — 700 000 руб.	250 000 руб.	100 000 руб.
Роялти	200 000 руб/год.	10 000 руб./мес с кресла *с момента выручки в 200 т.р	15 000 руб. * с 3-го мес. работы	5%	15 000 руб. в месяц *со 2 мес.
Иные платежи	нет	10 000 руб. маркетинговый платеж	нет	нет	нет
Время на открытие	1 мес.	2 мес.	45 дней	25-35 дней	3-5 недель
Окупаемость	20 мес.	6-12 мес.	6-12 мес.	6 мес.	6-12 мес.
Поток клиентов/мес	1200	6-8 чел на одного барбера	1 мес. — 100, с 14 мес. — 600	1 месяц — 90, в последующие до 700	15-20 в день
Средний чек	1500	1 500руб.	1 100руб.	1 100руб.	1 000руб.
Чистая прибыль	от 150 000 руб.	от 200 000 руб. к 6 мес.	150 000-300 000 руб.	270 000 руб. * на 2 мастеров	от 200 000 руб.
Площадь		от 45 кв.м.	30-80 кв.м.	35-80 кв.м.	35-150 кв.м.
Работаголовного офиса	да	да	да	да	да
Отзывы	положительный	—	—	положительный	—
Дополнительно	Одна из первых и крупнейших сетей барбершопов в России. Эксклюзив на город. Собственная академия барберов.	Система визуального мониторинга I Key позволяет контролировать работу барбершопа без вашего непосредственного участия — контроль сервиса, персонала. Предоставляют кадры.	отработанный маркетинговый план запуска и продвижения барбершопа, автоматизированный процесс управления бизнесом	Собственное производство мужской косметики. Тату-студия без вложений (по желанию).	Скидочная система

** Данные на ноябрь 2016 года.*

В любом случае, что бы вам ни обещал франчайзер, перед покупкой франшизы барбершопа тщательно проверяйте все финансовые расчеты, составляйте бизнес-план конкретно для вашего региона.

5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР РЫНКА

5.1. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ 2003-2020

Для целей планирования важнейшими макроэкономическими показателями, отражающими экономическую ситуацию, в том числе на массовых потребительских рынках, являются динамика темпов прироста ВВП и инфляции.

График 6. Динамика инфляции и ВВП России, 2003-2020 (прогноз), %.

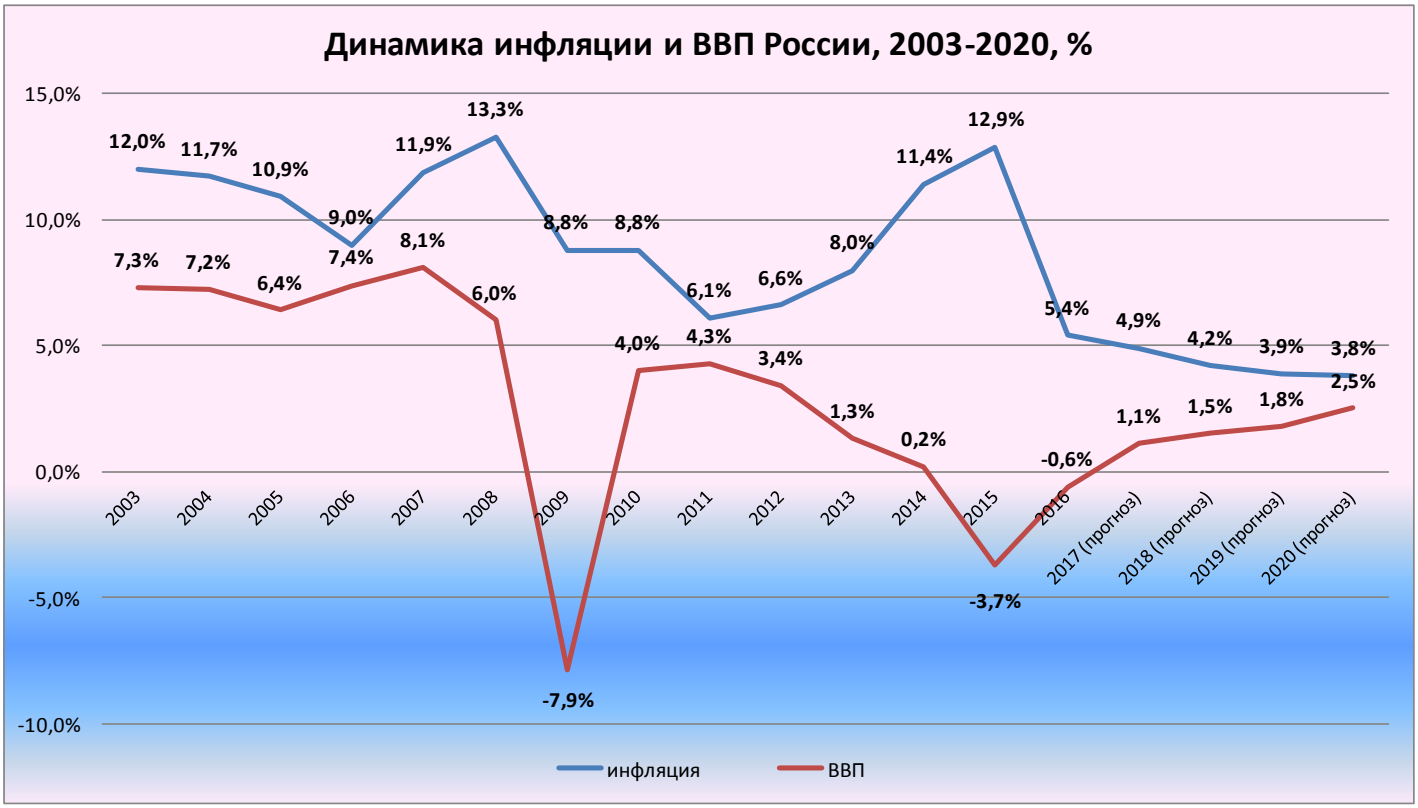


График построен на основе данных ФСГС, Минфина, ЦБ РФ, независимых экспертов.

Как видно из графика, сокращение ВВП России по итогам 2016 г. составило **-0,5**%, а уровень инфляции в России по итогам 2016 г. достиг исторического минимума **5,4**%, что необходимо учитывать при анализе экономических показателей проекта, приводимых в условно постоянных ценах (очищенных от инфляции). Это означает, что вследствие инфляционных процессов эффективность проекта для владельца бизнеса будет несколько выше запланированных значений, а ожидаемый рост ВВП создает благоприятный экономический фон для реализации проекта.

5.2. ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ

В настоящее время в стране работает более **60** тыс. официально зарегистрированных салонов красоты. Несмотря на то, что в последние годы рынок индустрии красоты стабильно растет, говорить о его достаточной насыщенности пока явно преждевременно. Здесь всегда найдется место для новых игроков, в том числе и для крупных сетевых компаний.

Рынок салонов красоты в России является одним из самых востребованных и массовых в повседневном быту людей, и доля компаний с иностранным капиталом в этой сфере растет год за годом. Согласно данным Росстата за 2011-2016 гг. наиболее заметными и интенсивными темпами развиваются парикмахерские и косметические услуги. Динамика роста за этот период составляет 133%.

График 7. Динамика объема рынка парикмахерских и косметических услуг в РФ, 2011-2016, тыс. руб.

По данным Росстат, в 2016 году, объем рынка услуг парикмахерских и салонов красоты в стране увеличился на 9,7% по сравнению с 2015 годом и составил **111,3** млрд. руб.

Таблица 4. Объем рынка парикмахерских и косметических услуг по регионам РФ, 2011-2016, тыс. руб.

Регион	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Российская Федерация	47 845 913	53 802 125	84 058 056	92 486 928	101 482 930	111 320 898
Центральный федеральный округ	14 647 370	15 372 637	28 018 701	31 323 034	31 951 821	34 533 690
г. Москва	5 305 026	4 904 760	12 293 194	13 792 927	12 962 780	14 075 158
Северо-Западный федеральный округ	4 981 333	5 406 099	6 674 428	7 099 642	7 419 759	7 781 164
Южный федеральный округ	5 509 833	6 392 515	9 090 841	10 448 138	12 566 190	16 423 838
Северо-Кавказский федеральный округ	2 450 539	3 276 956	4 541 277	5 209 047	6 062 877	6 760 528
Приволжский федеральный округ	8 043 317	9 308 853	16 539 515	17 051 658	18 254 544	19 818 166
Уральский федеральный округ	3 404 188	3 891 781	4 915 606	5 625 568	5 835 085	6 088 903
Сибирский федеральный округ	5 233 714	6 118 079	8 782 297	9 711 789	10 634 124	12 813 339
Дальневосточный федеральный округ	3 575 618	4 035 205	5 495 393	5 883 030	6 733 748	7 101 270

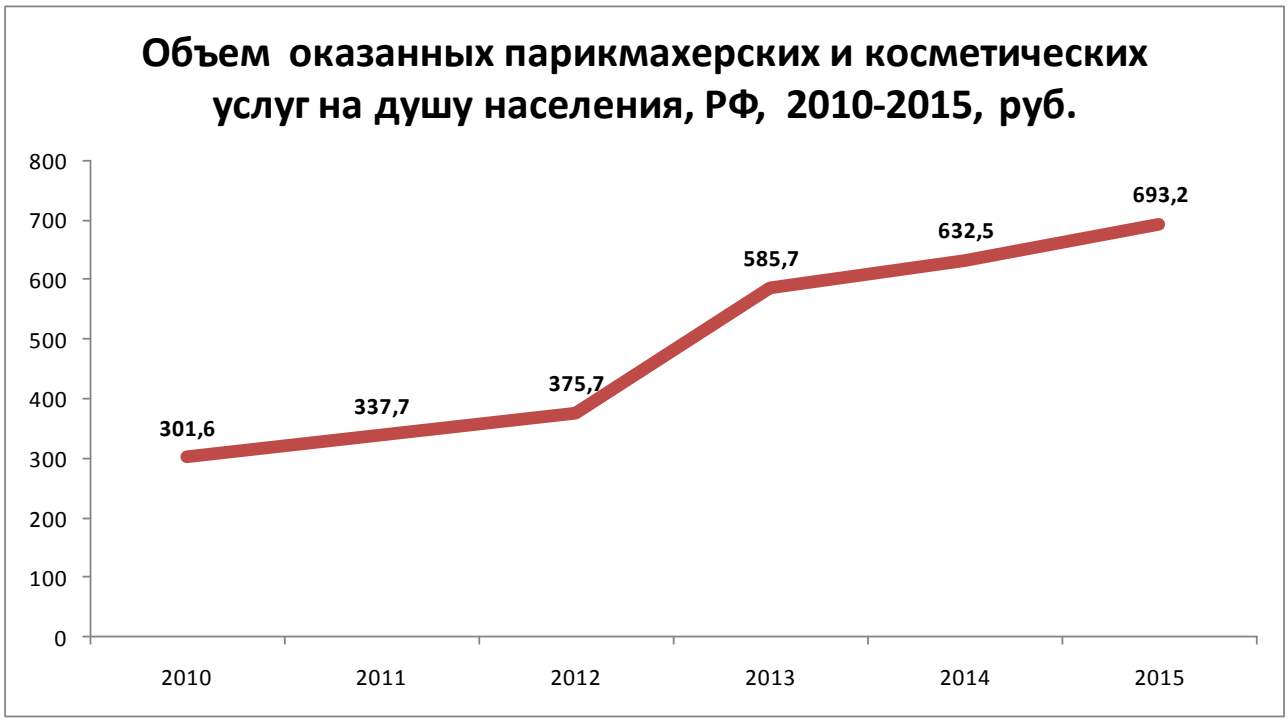
Источник: *Росстат*

При этом традиционно наибольшим спросом данные услуги пользовались в крупных городах, где люди активнее следят за своим внешним видом. Так на долю Москвы приходится **14,08** млрд. или 12,7% всего российского объема оказанных парикмахерских и косметических услуг.

По данным ЕГАИС СИОПР количество предприятий-парикмахерских в Москве увеличилось за последние семь лет на **36**% и составило **6** тысяч. Хотя статистика не отражает реальную картину: сегодня огромное количество парикмахеров и косметологов, работают на дому.

Российский рынок красоты отстает от европейского как по качеству обслуживания, так и по системе мотивации персонала. О недостаточно высоком уровне развития рынка салонов красоты говорит недостаточно четкая классификация различных салонов и других предприятий индустрии красоты: чаще всего они ориентируются на широкий круг потребителей. В одном заведении очень часто обслуживаются и средний, и эконом-класс (в основном, последние обслуживаются за счет широко развитой в последнее время сети скидочных сайтов – Biglion, Groupon, KupiKoupon и других, на которых салоны красоты бизнес класса предоставляют услуги по уровню эконом класса, надеясь таким образом привлечь дополнительных клиентов).

График 8. Объем оказанных парикмахерских и косметических услуг на душу населения, РФ, 2010-2015, руб.



Но в последнее время наметилась тенденция к структурированию предприятий индустрии красоты. Заметно стремление к расширению средней ценовой ниши (салоны бизнес уровня и уровня «престиж»). Заполненность заведений, работающих в сегменте «люкс» и VIP, составляет около 25-30%. В ближайшем будущем большинство предприятий индустрии красоты должны будут переориентироваться на средний сегмент, в рамках одного крупного города должно оставаться только несколько заведений, специализирующихся на люкс и VIP услугах.

Таблица 5. Средние потребительские цены на стрижки по регионам, 2013-2017, руб.

		2013											
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
РФ	Стрижка модельная женская	344,02	346,4	348,81	351,66	352,91	355,36	356,64	357,75	358,81	359,69	362,64	365,18
	Стрижка модельная мужская	299,27	301,01	302,52	304,91	305,46	307,94	308,84	309,73	310,46	311,61	312,82	314,57
ЦФО	Стрижка модельная женская	400,24	403,08	404,21	407,59	407,48	411,6	412,92	414,33	415,19	416,64	421,04	422,64
	Стрижка модельная мужская	361,16	362,3	362,56	366,24	365,6	369,84	370,58	371,17	371,73	372,86	373,28	374,09
Москва	Стрижка модельная женская	494,1	495,87	496,21	500,57	500,57	509,8	509,8	509,8	509,8	511,82	518,12	518,12
	Стрижка модельная мужская	420,23	422,35	422,35	427,66	427,66	434,67	434,67	434,67	434,67	436,42	436,42	436,42
СЗФО	Стрижка модельная женская	415,59	417,54	420,63	422,34	427,06	429,42	429,9	430,35	431,25	432,04	433,38	438,8
	Стрижка модельная мужская	359,41	360,91	361,3	361,97	363,44	366,11	366,19	366,78	367,22	368,22	369,89	373,11
ЮФО	Стрижка модельная женская	265,64	268,91	269,99	271,87	274,03	275	277,39	278,18	278,35	278,77	280,63	282,37
	Стрижка модельная мужская	220,18	222,55	224,52	225	226,61	227,53	230,48	231,5	232,11	233,39	237,02	238,55
СКФО	Стрижка модельная женская	249,45	250,91	252,87	258,16	258,57	259,69	260,38	260,38	262,52	262,52	262,84	262,87
	Стрижка модельная мужская	197,11	198,51	199,74	201,4	201,91	202,89	204,33	204,89	204,47	204,48	205,19	206,31
ПФО	Стрижка модельная женская	262,6	264,82	268,54	272,58	274,58	275,78	277,54	278,27	279,09	280,09	282,29	285,56
	Стрижка модельная мужская	217,72	219,38	222,81	224,72	227,05	227,44	228,59	229,6	230,32	231,25	232,64	235,98
УФО	Стрижка модельная женская	365,75	366,99	371,59	374,52	374,96	378,8	378,48	380,03	382,69	383,82	389,88	390,7
	Стрижка модельная мужская	291,28	294,1	295,97	297,29	297,41	298,82	297,96	299,96	303,15	306,68	308,73	310,09
СФО	Стрижка модельная женская	303,29	305,95	308,42	310,38	311,49	313,21	315,4	317,77	319	319	319,55	323,02
	Стрижка модельная мужская	253,2	256,44	259,69	262,14	263,18	265,8	266,73	267,66	268,34	269,08	269,63	272,64
ДФО	Стрижка модельная женская	431,81	433,67	435,99	435,54	435,98	436,48	436,89	437,03	437,82	438,12	442,17	446,58
	Стрижка модельная мужская	344,44	346,27	348,18	350,18	350,31	351,61	352,39	353,88	354,36	354,63	356,96	357,32

2014

		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
РФ	Стрижка модельная женская	363,99	365,2	367,28	369,69	371,51	372,57	373,79	376,45	378,78	380,71	382,2	384,66
	Стрижка модельная мужская	326,24	327,12	329,83	330,97	332,26	332,98	335,32	337,02	339	339,81	340,63	343,07
ЦФО	Стрижка модельная женская	420,11	421,55	424,59	425,35	428,63	429,44	430,39	435,58	439,04	439,45	439,79	441,6
	Стрижка модельная мужская	391,91	392,62	397,53	397,87	399,19	400,2	404,16	406,31	408,47	408,84	409,53	412,77
Москва	Стрижка модельная женская	517,87	517,87	520,63	520,63	520,63	520,78	520,78	531,22	538,08	538,08	538,08	538,08
	Стрижка модельная мужская	449,57	449,57	455,87	455,87	455,87	456,02	461,64	463,99	466,39	466,39	466,39	470,42
СЗФО	Стрижка модельная женская	446,74	448,1	449,44	453,07	454,45	454,99	455,77	456,5	456,71	457,48	462,35	463,78
	Стрижка модельная мужская	380,75	381,47	382,4	383,37	384,38	384,44	385,84	386,22	386,43	387,04	389,29	390,41
ЮФО	Стрижка модельная женская	288,48	289,24	290,58	291,97	293,13	295,48	297,94	300,8	301,82	302,32	303,52	306,34
	Стрижка модельная мужская	242,13	242,87	244,19	246,09	246,98	247,84	249,22	251,38	253,14	254,06	254,2	255,37
СКФО	Стрижка модельная женская	259,9	256,38	256,47	260,69	261,56	265	266,54	267,79	274,7	290,77	294,99	296,11
	Стрижка модельная мужская	205,05	205,13	204,77	206,13	206,66	208,24	209,87	210,31	213,57	218,29	219,67	220,42
ПФО	Стрижка модельная женская	281,68	283	284,74	286,66	287,8	288,18	288,88	290,6	291,95	294,25	295,52	297,99
	Стрижка модельная мужская	232,87	234,23	235,56	237,17	237,85	238,16	239,01	241,02	243,1	244,12	244,71	246,58
УФО	Стрижка модельная женская	394,1	392,7	395,99	403,47	404,51	406,28	407,48	408,47	409,63	411,58	412,57	416,52
	Стрижка модельная мужская	307,29	304,65	306,28	311,48	316,88	317	316,07	315,96	319,41	319,5	320,69	323,41
СФО	Стрижка модельная женская	326,94	330,51	332,28	334,98	335,55	336,05	337,31	339,13	341,26	343,51	344,12	347,23
	Стрижка модельная мужская	272,89	275,76	276,45	276,6	276,98	277,45	279,59	281,28	282,78	284,16	285,26	288,17
ДФО	Стрижка модельная женская	466,05	470,12	470,85	472,14	475,6	477,11	480,54	482,04	486,91	487,28	490,88	495,53
	Стрижка модельная мужская	377,5	380,94	382,53	383,67	384,37	385,29	387,51	389,13	389,95	390,22	390,22	392,21

2015

		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
РФ	Стрижка модельная женская	387,23	390,41	393,77	397,87	400,83	403,92	404,94	406,03	408,31	409,21	411,02	412,35
	Стрижка модельная мужская	337,53	340,31	342,86	348,48	349,62	351,01	351,79	352,78	354,35	355	355,83	356,97
ЦФО	Стрижка модельная женская	443,67	445,71	448,4	455,3	460,8	467,57	467,98	468,34	472,39	474,23	475,8	476,92
	Стрижка модельная мужская	408,34	409,49	410,83	420,93	421,68	422,19	422,35	422,82	423,98	424,77	425	425,35
Москва	Стрижка модельная женская	548,91	548,91	548,91	563,83	572,99	585,83	585,83	585,83	585,83	585,83	588,63	588,63
	Стрижка модельная мужская	479,55	479,55	479,55	495,19	495,19	495,19	495,19	495,19	495,19	495,19	495,19	495,19
СЗФО	Стрижка модельная женская	484,53	490,88	494	496,86	498,16	498,67	498,71	500,52	503,58	504,57	505,69	506,67
	Стрижка модельная мужская	419,47	422,06	424,22	424,59	425,09	425,42	425,48	425,71	432,11	432,28	434,31	434,77
ЮФО	Стрижка модельная женская	311,32	315,42	318,88	319,56	323,91	323,99	326,32	326,01	326,36	325,42	327,44	327,75
	Стрижка модельная мужская	264,7	267,31	271,34	272,1	274,56	275,63	277,25	279,25	280,27	279,62	280,02	281,55
СКФО	Стрижка модельная женская	298,31	298,32	302,04	302,82	306,19	308,16	309,15	311,46	311,97	312,05	314,19	314,19
	Стрижка модельная мужская	222,33	226,02	227,11	229,16	231,81	233,19	233,4	236,2	236,29	236,34	236,46	236,79
ПФО	Стрижка модельная женская	299,64	303,16	305,72	310,18	312,06	313,08	314,47	316,2	317,08	317,92	320,33	320,75
	Стрижка модельная мужская	249,81	253,22	255,82	261,06	261,91	262,64	264,35	265,26	265,96	267,04	267,96	269,77
УФО	Стрижка модельная женская	423,83	425,74	431,45	435,11	436,03	439,93	439,98	441,11	444,44	445,06	443,37	444,9
	Стрижка модельная мужская	325,31	326,05	329,47	332,13	333,12	338,91	338,66	339,56	341,28	341,47	341,27	341,46
СФО	Стрижка модельная женская	356,4	358,07	361,77	363,52	365,04	366,9	369,36	369,73	371,28	371,7	374,72	378,51
	Стрижка модельная мужская	293,83	297,22	301,77	303,02	304,43	306,09	308,39	308,57	309,68	310,32	312,72	316,13
ДФО	Стрижка модельная женская	501,81	506,64	511,85	513,12	513,79	516,02	516,62	519,8	521,96	523,44	525,62	529,19
	Стрижка модельная мужская	393,46	399,04	404,17	405,55	405,81	410,46	410,85	414,44	417,03	418,26	420,4	422,68

2016

		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
РФ	Стрижка модельная женская	456,08	461,2	464,38	467,37	469,07	470,08	471,58	472,15	473,2	474,2	475,28	476,56
	Стрижка модельная мужская	361,77	363,42	364,26	365,31	366,28	366,67	367,09	367,44	372,44	373,1	373,77	374,41
ЦФО	Стрижка модельная женская	526,74	536,4	537,21	538,05	539,72	539,63	539,9	540,43	543,04	543,24	544,95	545,53
	Стрижка модельная мужская	429,57	431,46	431,98	431,81	432,07	432,03	431,45	431,82	444,49	445,08	445,73	445,92
Москва	Стрижка модельная женская	678,59	700,43	700,43	700,43	700,43	700,43	700,43	700,43	705,93	705,93	706,21	707,63
	Стрижка модельная мужская	513,72	515,84	515,84	515,84	515,84	515,84	515,84	515,84	537,11	537,11	537,57	537,57
СЗФО	Стрижка модельная женская	528,07	530,83	536,43	538,98	539,21	539,68	541,2	542,78	545,44	548,18	549,17	551,61
	Стрижка модельная мужская	438,46	438,52	439,68	441,69	441,96	444,32	445,3	445,69	446,59	446,6	446,73	447,37
ЮФО	Стрижка модельная женская	371,21	375,79	377,29	379,38	381,09	381,65	381,74	415,95	416,03	417,88	418,78	421,18
	Стрижка модельная мужская	281,15	283,99	286,16	286,69	288,3	289,54	289,46	289,66	289,38	291,55	291,8	293,06
СКФО	Стрижка модельная женская	315,94	315,58	317,23	320,42	320,91	321,67	321,68	321,72	321,59	321,86	322,09	325,43
	Стрижка модельная мужская	243,1	244,52	244,81	247,88	252,54	252,6	253,45	254,38	255,77	255,81	256,69	258,74
ПФО	Стрижка модельная женская	369,74	373,06	378,91	381,58	383,07	384,85	384,76	385,56	386,11	387,56	388,65	389,88
	Стрижка модельная мужская	266,52	268,31	269,61	270,19	270,31	270,83	271,65	271,53	271,43	272,09	272,72	273,64
УФО	Стрижка модельная женская	478,95	487,23	490,4	492,82	493,85	497,09	496,22	493,06	491,71	491,96	491,33	492,04
	Стрижка модельная мужская	324,65	326,52	326,77	328,82	332,46	333,13	334,32	333,24	333,37	334,13	335,34	336,94
СФО	Стрижка модельная женская	416,56	418,25	420,49	424,13	427,27	429	431,98	433,01	432,6	433,74	434,62	435,63
	Стрижка модельная мужская	317,71	318,81	319,05	319,86	321,33	320,23	321,42	322,33	321,78	322,42	322,68	323,5
ДФО	Стрижка модельная женская	571,64	573,91	576,18	578,35	579,28	581,28	587,96	588,53	589,63	589,79	591,49	591,57
	Стрижка модельная мужская	442,05	443,39	444,47	445,31	446,11	447,33	448,56	450,01	450,51	450,58	453,39	452,54

2017

		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
РФ	Стрижка модельная женская	478,45	479,46	482,1	483,94	485,5	486,82	488,37
	Стрижка модельная мужская	386,93	387,66	389,81	390,58	393,98	394,93	395,99
ЦФО	Стрижка модельная женская	541,02	541,43	548,08	548,19	549,06	551,16	551,94
	Стрижка модельная мужская	463,14	463,6	468,86	468,92	475,22	476,1	476,56
Москва	Стрижка модельная женская	712,77	712,77	723,7	723,7	723,7	729,36	729,36
	Стрижка модельная мужская	567,7	567,7	574,81	574,81	585,9	585,9	585,9
СЗФО	Стрижка модельная женская	557,97	559,75	559,67	559,39	559,88	561,32	563,34
	Стрижка модельная мужская	458,4	459,41	459,65	459,63	459,82	460,37	462,6
ЮФО	Стрижка модельная женская	409,85	410,64	412,84	418,16	421,57	422,73	425,76
	Стрижка модельная мужская	307,64	308,37	309,25	311,34	313,35	314,52	316,86
СКФО	Стрижка модельная женская	337,43	338,23	339,56	340,36	343,21	343,25	346,03
	Стрижка модельная мужская	255,73	256,34	255,12	255,46	257,34	257,61	259,54
ПФО	Стрижка модельная женская	392,55	393,65	395,73	398,38	400,53	402,02	404,36
	Стрижка модельная мужская	298,81	299,65	300,28	301,72	302,91	303,77	305,55
УФО	Стрижка модельная женская	500,49	500,88	501,31	504,39	503,79	503,65	503,85
	Стрижка модельная мужская	373,05	373,22	373,22	374,18	375,3	376,12	374,05
СФО	Стрижка модельная женская	443,13	444,96	445,85	449,45	449,93	451,27	452,4
	Стрижка модельная мужская	339,06	340,38	341,87	343,72	345,83	348,19	349,47
ДФО	Стрижка модельная женская	592,95	594,84	594,86	595,54	601,36	602,05	602,83
	Стрижка модельная мужская	455,86	457,24	457,24	458,04	464,45	465,3	465,99

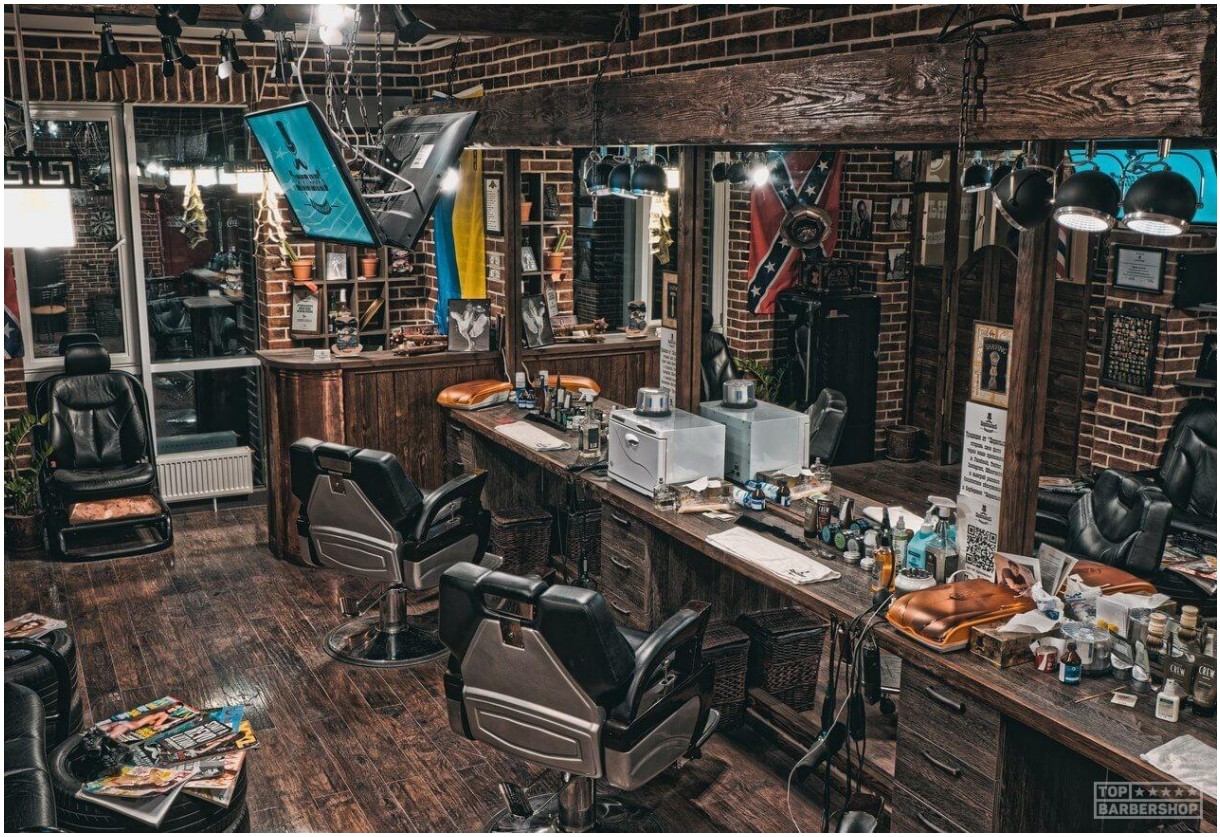
Источник: *Росстат*

Еще одна тенденция на общероссийском рынке последних лет – сегментация. Если раньше салон красоты включал в себя и парикмахерский зал, и кабинет маникюра и педикюра, и косметологический кабинет, то сейчас все больше появляется узкоспециализированных салонов, например студия маникюра. Однако с финансовой точки зрения такой бизнес более рискованный, так как большинство направлений подвержены сезонному спросу, к тому же срок возврата инвестиций на косметологическое оборудование достаточно долгий. Поэтому салонному бизнесу необходимо оказывать разнообразные услуги, чтобы выручка была гарантированной.

В России целесообразно инвестировать в развитие косметологии для среднего класса. В Европе и США процедуры для поддержания красоты становятся все доступнее, а в России косметологические центры открываются только для людей с доходом значительно выше среднего, доступных же косметологических услуг для среднего класса практически нет.

Современный рынок парикмахерских услуг очень динамичен, на него постоянно влияют различные факторы, такие как мода, искусство, общественные нормы, инновационные разработки. Определенное время услугами салонов красоты являлись только стрижка, покраска, химическая завивка и некоторые другие. Сейчас же в постоянно развивающемся мире возникают такие инновационные услуги, как постоянный уход за ногтями, процедуры для корректировки тела, омоложение кожи, масса косметологических процедур. Все это дает возможность внедрения на рынок новых услуг и тем самым получение прибыли от деятельности салонов красоты.

5.3. ОБЗОР МОСКОВСКОГО РЫНКА БАРБЕРШОПОВ



Популярность барбершопов в России стала возрастать с 2011-2012 годов, когда первые классические мужские парикмахерские появились в Москве, а затем и в других крупных городах страны. В основе их бизнес-идеи был положен образ европейских барбершопов и традиции российской цирюльни, утраченные во времена Советского Союза. 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. К 2015 году в России появилось около 200 барбершопов, предлагающих бритье опасной бритвой, мужские классические и современные стрижки, оформление бороды, а также прочие услуги, включая мужской маникюр, педикюр и т.д.

В целом рынок парикмахерских чисто мужского формата находится если не в зачаточной, то в первой, «постзачаточной», стадии развития. Наиболее остро конкуренция между барбершопами ощущается в Москве и Санкт-Петербурге. В регионах услуги цирюлен можно назвать редкостью – слово барбершоп в основном знакомо жителям городов-миллионников и крупных региональных центров. Уровень жизни в регионах значительно ниже, поэтому целевая аудитория сосредоточена в крупных деловых центрах городов, а уровень среднего чека в барбершопах примерно в 1,5 раза ниже столичного.

На сегодняшний день рынок России заполнен всего на 15%. Ведь по статистике на каждые 50 000 населения необходим 1 барбершоп.

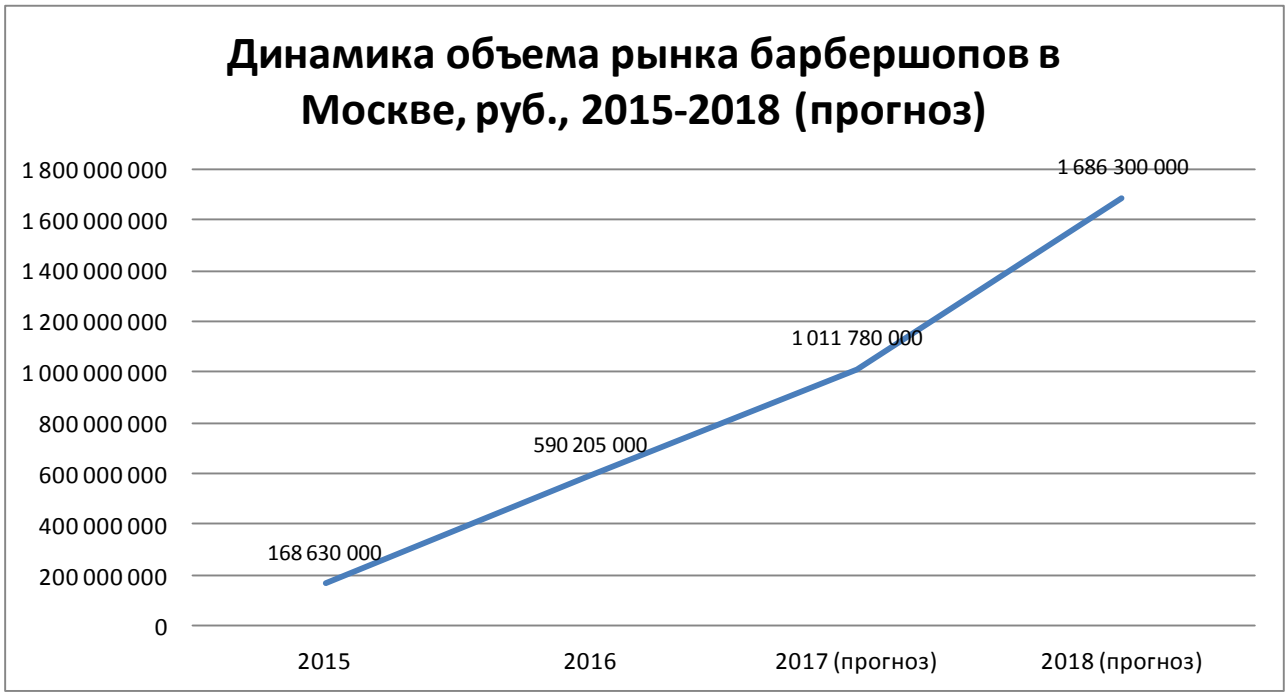
5.3.1. Объем московского рынка барбершопов

Объем расходов населения Москвы на услуги барбершопов по итогам 2017 года составит **1,01** млрд. руб. Этот сегмент beauty-рынка характеризуется как активно растущий и с высоким потенциалом дальнейшего развития.

По нашим оценкам, сегодня в пределах старой Москвы работает **264** барбершопа. Особенностью рынка является высокая консолидация – на долю топ-3 участников приходится **40,9**% заведений, что в дальнейшем приведет к укрупнению позиций лидеров, по аналогии с рынком кофеен или фитнеса, и росту конкуренции.

При этом почти **10**% всех участников пытаются продавать франшизу. **Алексей Лумпов**, директор ЭКЦ «Инвест-Проект»: «такой большой процент франшизных предложений может свидетельствовать о недостаточном объеме выручке некоторых игроков наряду с их желанием применять свой опыт и открывать новые барбершопы, а заодно дополнять свою собственную выручку паушальными взносами и снижать трансакционные издержки управления сетью. Сегмент барбершопов, по нашей оценке, пока еще занимает пока небольшую долю от всей столичной индустрии красоты – **7,2**%, но эта доля, безусловно, будет только расти».

График 9. Динамика объема рынка барбершопов в Москве, 2015-2018 гг., руб.



5.3.2. Емкость московского рынка барбершопов

При маркетинге любые потребительские рынки характеризуются как **потенциальные** (стадия начального роста – до **10** % ёмкости), **развивающиеся** (**10**-**75**% от ёмкости), **насыщенные** (свыше **75**%) и **стагнирующие**. Процент насыщенности рынка показывает, насколько фактический объем рынка приблизился к своему максимуму. Это позволяет оценить возможный объём инвестиций в бизнес, срок окупаемости инвестиций и перспективность работы на данном рынке.

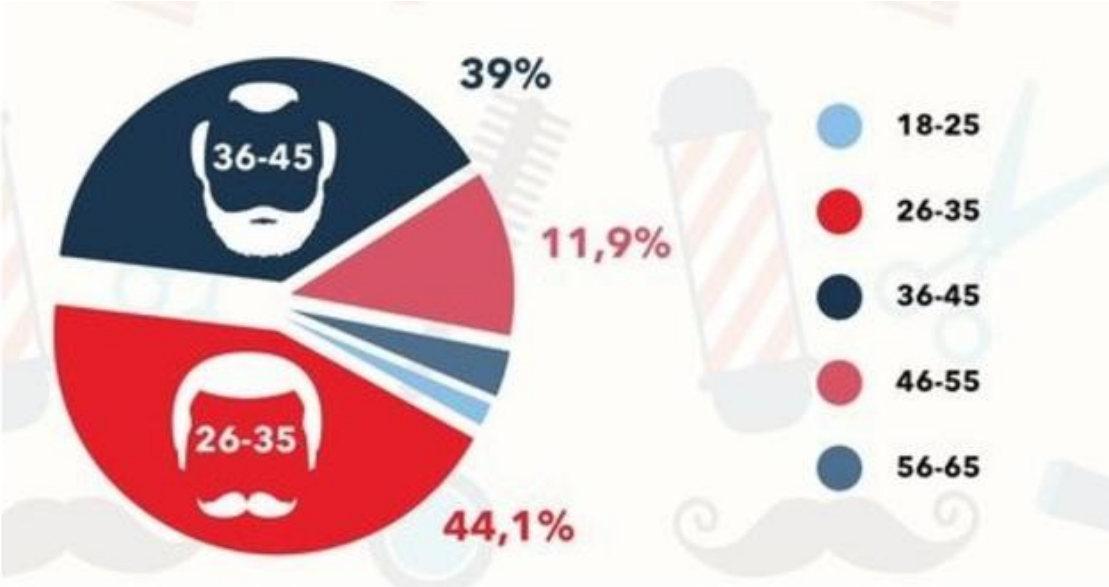
Емкость московского сегмента барбершопов сегодня оценивается нами в **5,3** млрд. руб. в год. Таким образом, московский рынок барбершопов освоен примерно на **19**%, а динамика его развития (+**71**% к уровню 2016 г.) впечатляет. При такой скорости роста он мог бы преодолеть рубеж в **2,0** млрд. руб. уже к концу 2018 – началу 2019 гг.

Свободная часть этот сегмента, или разница между потенциально возможными и фактическими затратами московских мужчин на барберов, составляет порядка **4,2** млрд. руб. в год – это как раз та выручка, на которую могут претендовать действующие и новые участники рынка.

5.3.3. Потребительский сегмент барбершопов

По данным опроса «АИПИМ», основная часть клиентов барбершопов – это мужчины в возрасте 26-35 лет (44%) и еще 39% - мужчины в возрасте 36-45 лет.

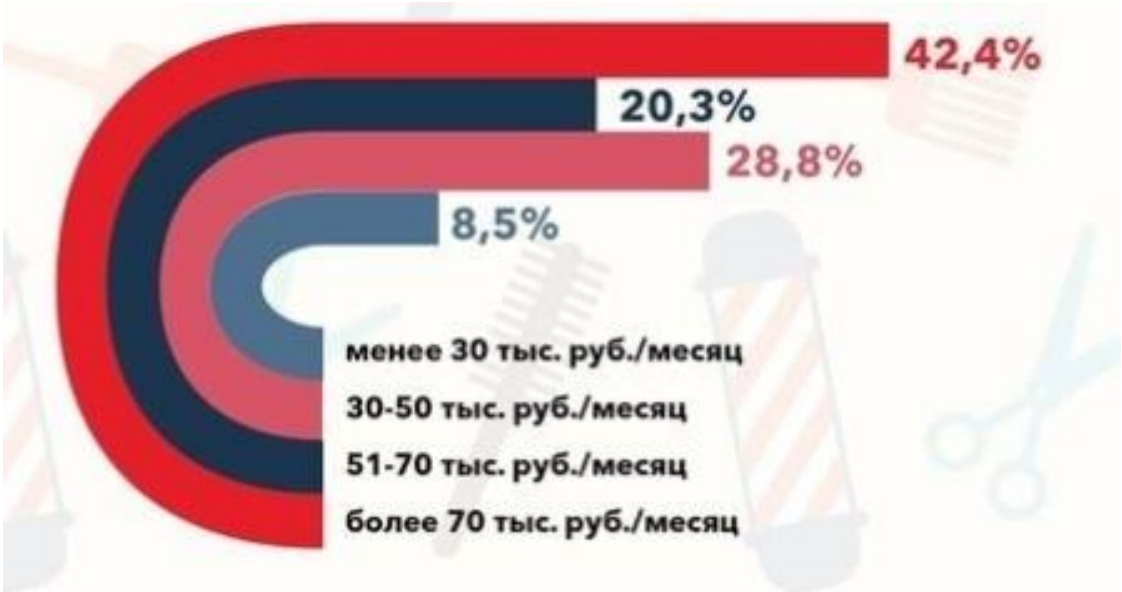
Диаграмма 1. Распределение аудитории барбершопов по возрасту, %.



Источник: *АИПИМ*

Более 60% участников имеют доход свыше 50 тыс. рублей, в т.ч. 42% - свыше 70 тыс. рублей в месяц.

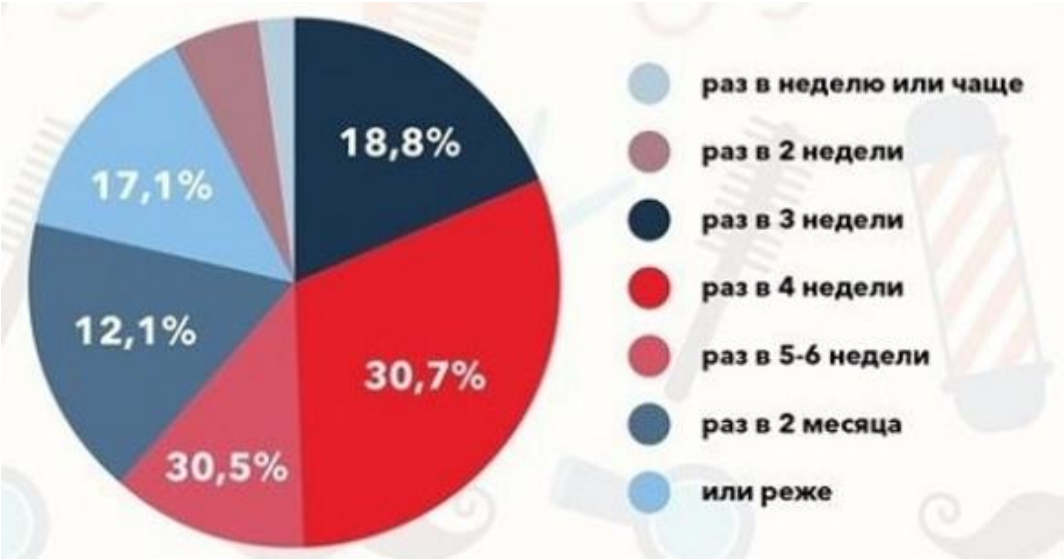
Диаграмма 2. Уровень дохода посетителей барбершопов, %.



Источник: *АИПИМ*

Что касается частоты посещений, то 58% респондентов посещают парикмахерскую один раз в месяц или чаще, а еще 42% респондентов один раз в 5-6 недель или реже.

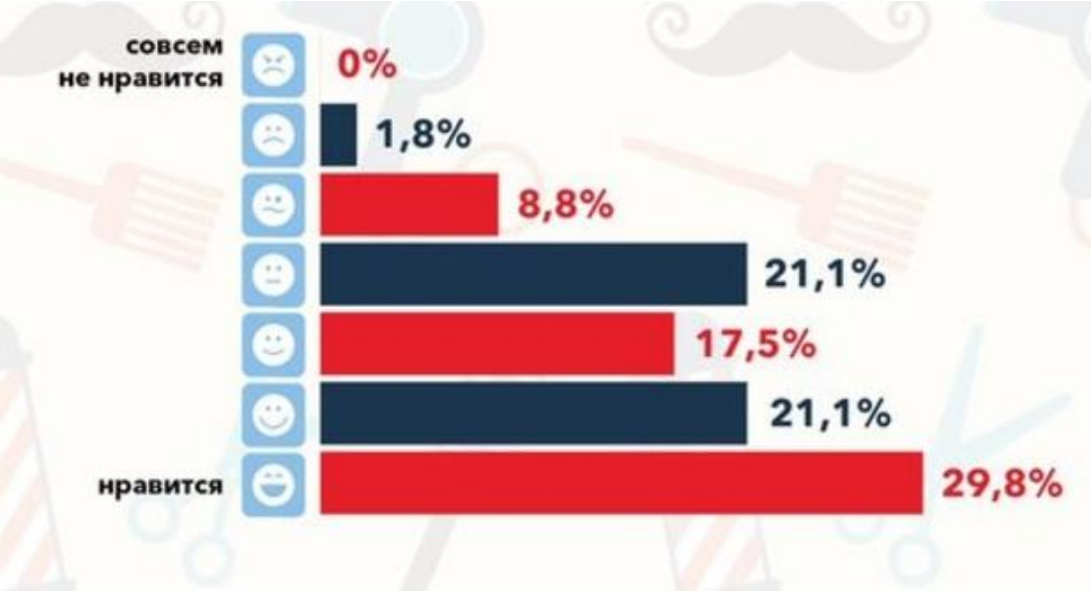
Диаграмма 3. Частота посещений барбершопов, %.



Источник: *АИПИМ*

Почти 70% респондентов положительно (5 баллови выше оценили качество работы обслуживающих их мастеров, но около 32% чувствуют разную степень удовлетворения.

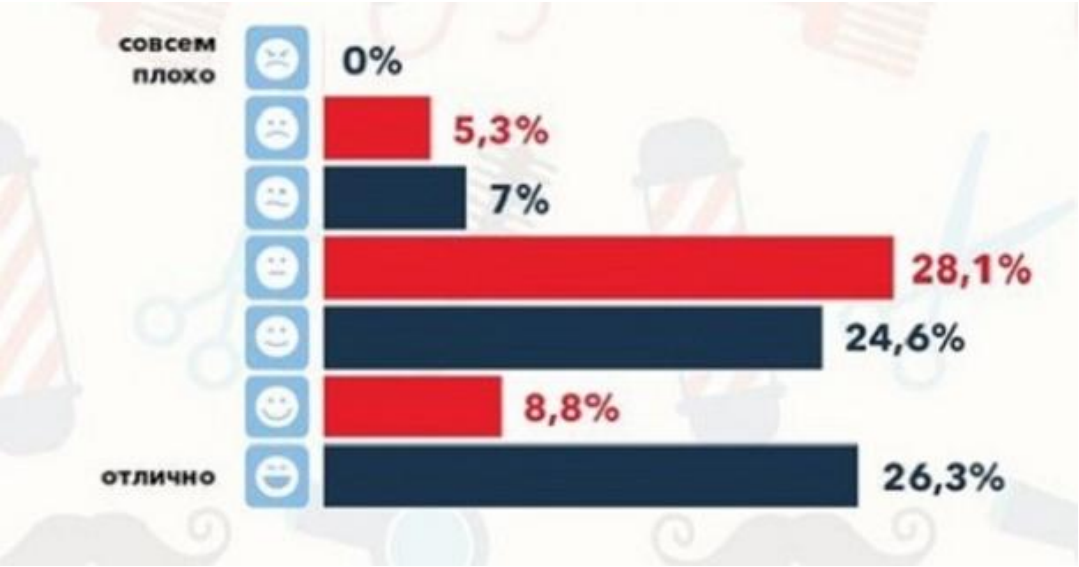
Диаграмма 4. Оценка качества работы мастеров барбершопов, %.



Источник: *АИПИМ*

Удовлетворенность набором и качеством вспомогательного сервиса (имеется ввиду качество работы администратора, напоминания о предстоящем посещении, время ожидания, общее состояние помещений, кофе и т.д.) выразило 60% респондентов. То есть, немногим менее половины опрошенных хотели бы лучшего сервиса.

Диаграмма 5. Оценка удовлетворения уровнем сервиса, %.



Источник: *АИПИМ*

Абсолютное большинство опрошенных - 70% мужчин не испытывают никаких неудобств при обслуживании в привычных женско-мужских парикмахерских. И только 30% отметили, что какие-то проблемы все-таки есть, причем четко об этом высказались 8% респондентов.

При этом, на вопрос «Хотели ли бы Вы обслуживаться в барбершопах, при наличии такой возможности?» более половины респондентов (55%) ответили утвердительно.

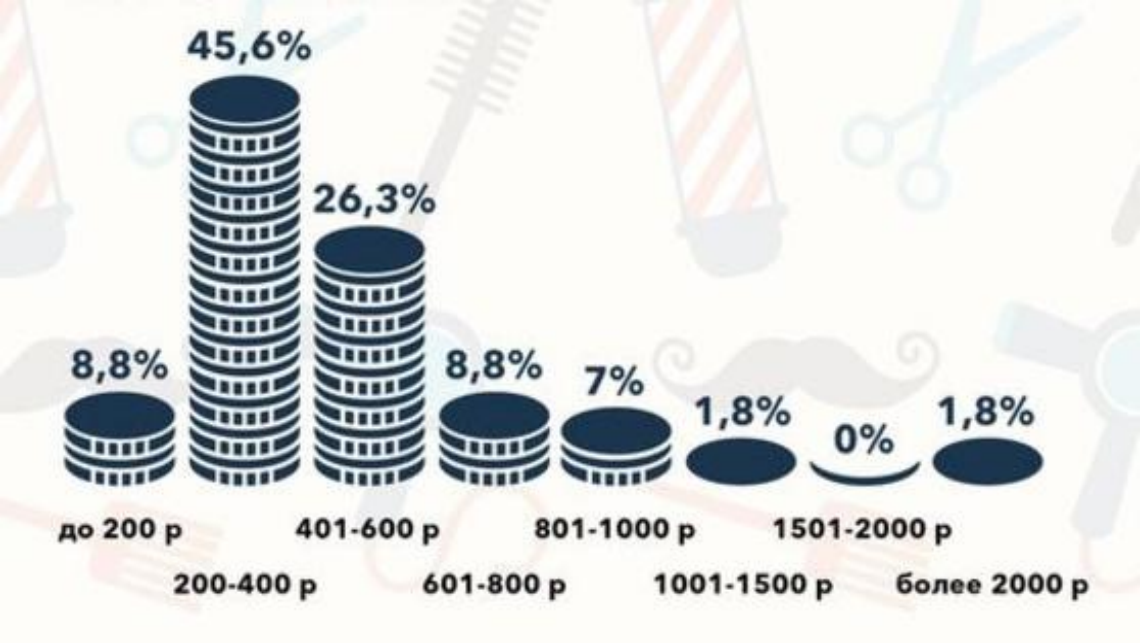
Что касается критериев выбора салона, для 95% участников опроса мастерство парикмахера является важнейшим критерием при выборе салона. На втором месте по значимости идет цена услуги. Она важна для 72% респондентов. А вот класс салона почти не имеет значения для 75% респондентов.

Диаграмма 6. Оценка важности критериев при выборе салона.

Источник: *АИПИМ*

Около 80% респондентов анализа рынка парикмахерских услуг на текущий момент тратит на стрижку не более 600 рублей. При этом, почти у половины всех опрошенных (45%) средняя цена стрижки составляет от 200 до 400 рублей. Примерно 20% - потенциальная аудитория более дорогих салонов с чеком от 600 до 2000 рублей.

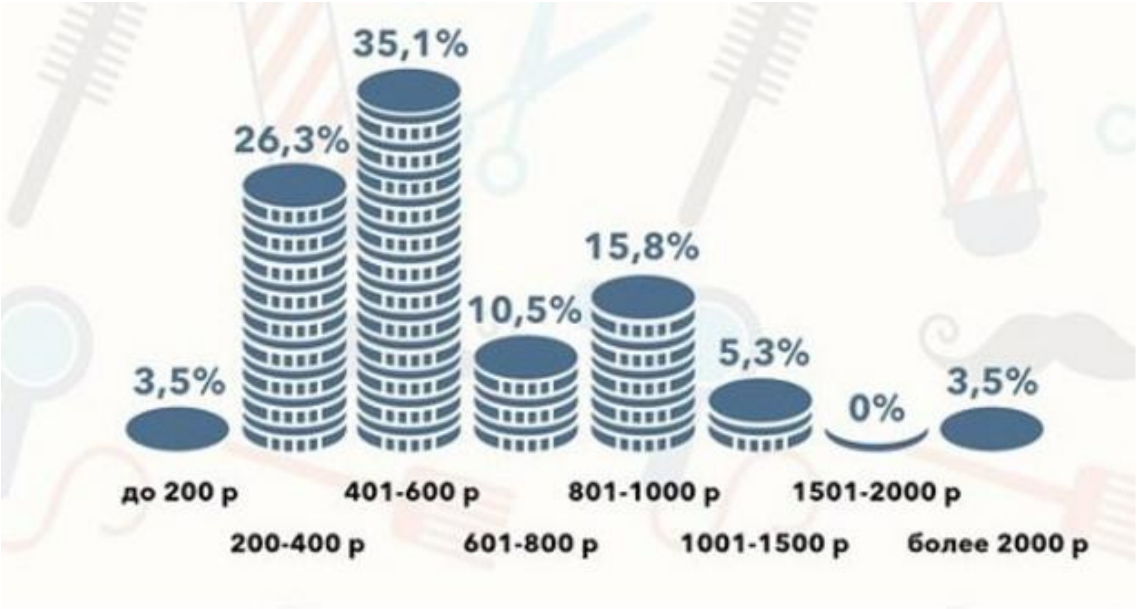
Диаграмма 7. Расходы на парикмахерскую, %.



Источник: *АИПИМ*

Стоит отметить, что при улучшении качества обслуживания, доля респондентов, готовых поднять чек до 800 рублей и выше составляет 25%.

Диаграмма 8. Готовы тратить при улучшении условий и качества обслуживания, %.



Источник: *АИПИМ*

5.3.4. Количество барбершопов в Москве

По данным сервиса Top Barbershop, в Москве представлено **107** брендов, под которыми работает **264** барбершопа.

По данным ЭКЦ «Инвест-Проект», объем расходов населения Москвы на услуги барбершопов по итогам 2017 года составит **1,01** млрд. руб.

Таблица 6. Барбершопы г. Москвы.

	Название бренда	Количество точек в Москве	Наличие франшизы
1	TOPGUN	67	франшиза
2	Borodach	23	франшиза
3	OldBoy	18	франшиза
4	Chop Chop	7	франшиза
5	Britva	6	франшиза
6	Wrong	6	
7	Аляска	6	
8	Boy Cut	4	франшиза
9	Франт	4	франшиза
10	Heroes	3	франшиза
11	Firm	3	франшиза
12	Firma	3	франшиза
13	Mr.Right	3	франшиза
14	Pomades	3	франшиза
15	Боцман	3	
16	Чёрная кость	3	франшиза
17	20/15	2	
18	5/8″	2	
19	Barber Corner	2	франшиза
20	Barberia	2	
21	Force	2	
22	Mr.KG	2	
23	RE-FORMA	2	франшиза
24	The Art of Shaving	2	
25	UpDo Barber	2	
26	Барбершоп "Я"	2	
27	Мужик	2	
28	#МужскиеСтрижки	1	
29	13 by Black Star	1	
30	Al Capone	1	
31	Aldobarbers	1	
32	Anker	1	
33	Apaches	1	
34	Barba Mosca	1	

	Название бренда	Количество точек в Москве	Наличие франшизы
35	BARBERHERMAN & CO	1	
36	Barberians	1	
37	Barbudos	1	
38	BearCut	1	
39	Big Bro	1	франшиза
40	Black Beard	1	
41	Briolin	1	франшиза
42	Bro Dobrey	1	
43	Brothers	1	
44	Buffalo	1	
45	Che Guevara	1	
46	Chelsea	1	
47	Cosmotheca Backstage	1	
48	Dandy	1	
49	Endorphin	1	
50	Fidel	1	франшиза
51	Flattop Barbershop	1	
52	Gagarin	1	
53	Genesis	1	
54	Gentlemen’s	1	
55	Gentlemen's Tonic Moscow	1	
56	Good Barbers	1	
57	GoodSon	1	
58	iMan	1	
59	Jab	1	франшиза
60	Joker	1	
61	LeGe barber expert	1	
62	Like Barbershop	1	
63	Luckyman	1	
64	Man	1	
65	Man`s World	1	
66	Maverick	1	
67	Max	1	
68	Men’s Club ESQUIRE	1	
69	Mr. Haer	1	
70	Noname	1	
71	Numero Uno	1	
72	ReКРУТ	1	
73	Royals for Man	1	
74	Schegol	1	

	Название бренда	Количество точек в Москве	Наличие франшизы
75	Serpeninov Studio	1	
76	Sonata	1	
77	Svoi	1	
78	TAT`N`CUT	1	
79	The Lord	1	
80	The Цех	1	
81	Thug Life	1	
82	Todd's	1	
83	Винил	1	
84	Wall Street	1	
85	Wolf	1	
86	Х.О.	1	
87	Авиатор	1	
88	БезЖён	1	
89	Брадобрей	1	
90	Бродяга	1	
91	Гараж	1	
92	Долгоруковъ	1	
93	Дровосек	1	
94	Кэп	1	
95	Мужской зал	1	
96	Острые козырьки	1	
97	Пижонъ	1	франшиза
98	Раздевалка	1	
99	Синяя борода	1	
100	Топор	1	
101	Усачи	1	франшиза
102	ХулиганЪ	1	
103	The Царь	1	
104	Чердакъ	1	
105	Шипр	1	
106	Шторм	1	
107	Эстет	1	

Основная геолокация барбершопов в Москве – в Центральном административном округе.

Рисунок 1. Барбершопы на карте Москвы.

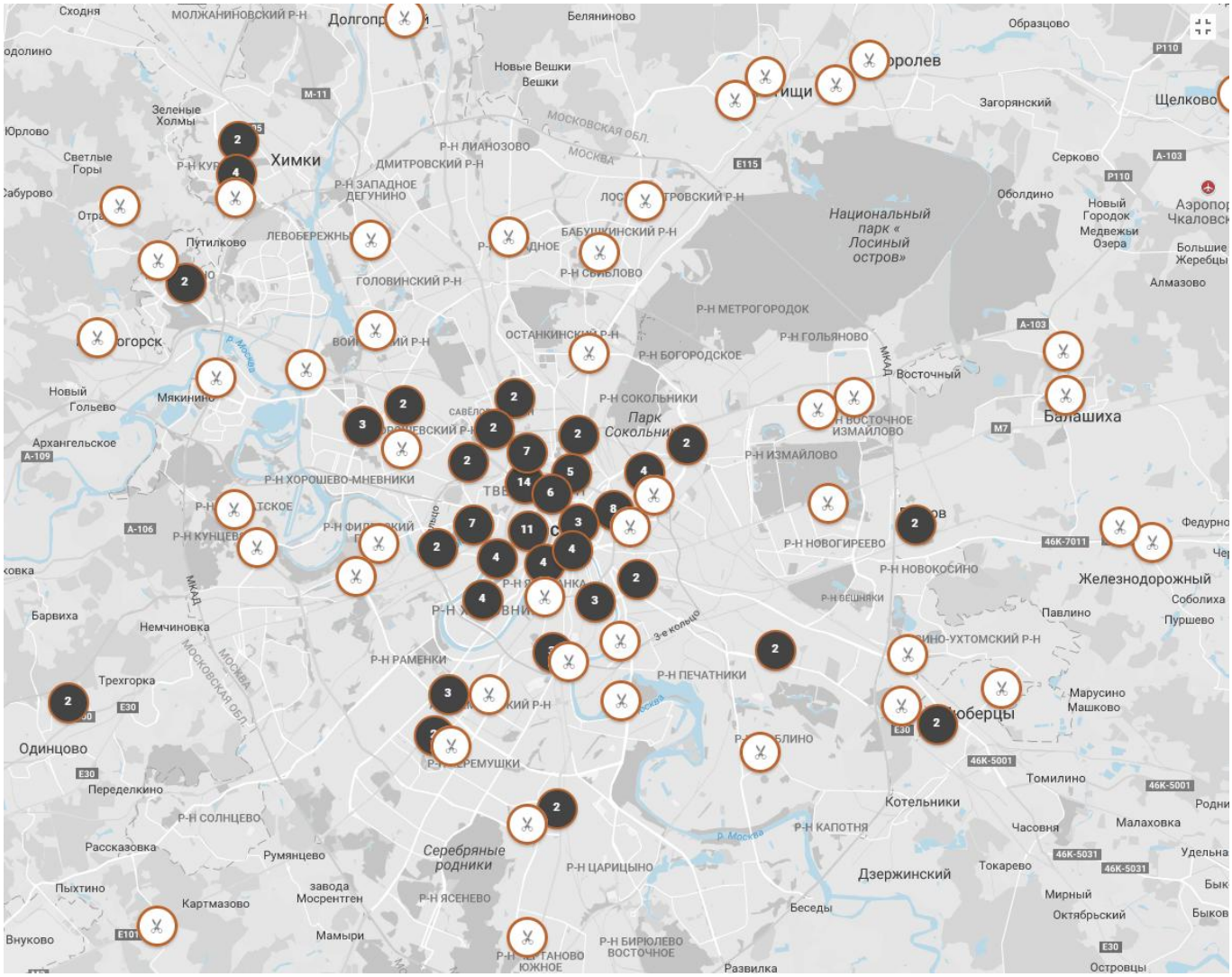


Диаграмма 9. Сетевые и несетевые барбершопы Москвы, %.

При этом **27** брендов являются сетевыми (2 и более точки под одним брендом). На долю сетевых барбершопов приходится 38,3% всего рынка Москвы.

Диаграмма 10. Распределение долей рынка между топ-3 и остальными участниками, %.

Особенностью рынка барбершопов Москвы является высокая консолидация – на долю топ-3 участников приходится **40,9**% заведений.

Далее приводится описание тройки лидеров столичного рынка.

5.4. ОБЗОР ЛИДЕРОВ РЫНКА

5.4.1. TOPGUN

http://topgunbarbershop.ru/

Владелец сети барбершопов TOPGUN - Алексей Локонцев. Первый барбершоп сети был открыт в Туле 19 июня 2014 года. В Москве открытие салона было 19 января 2015 года. На данный момент в 35 городах открыто 137 барбершопов, из них 67 в городе Москва.

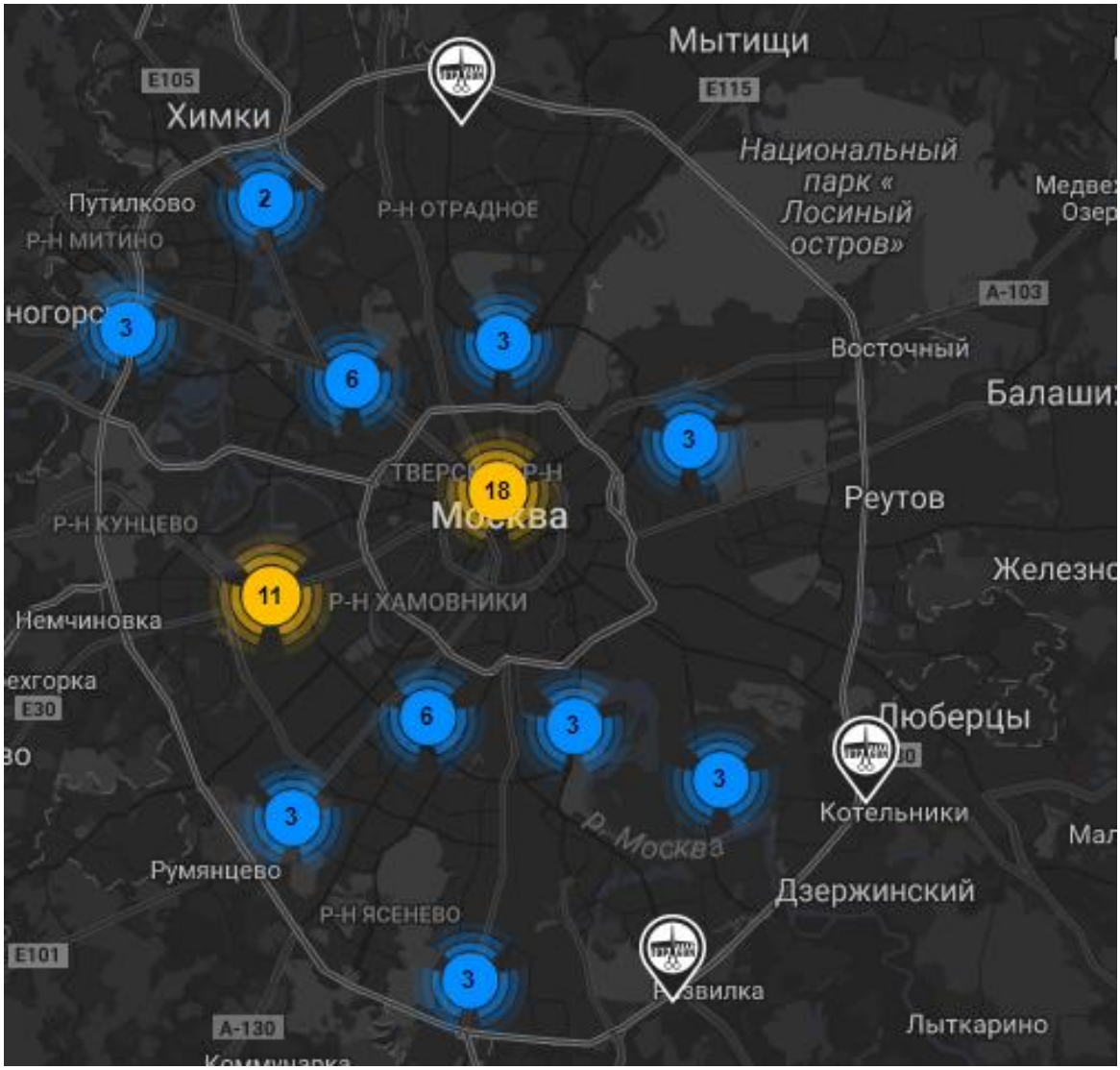
Таблица 7. Адреса барбершопов TOPGUN в Москве.

	Адреса
1	TOPGUN Авиапарк - Ходынский бульвар, 4;
2	TOPGUN Автозаводская - ул. Велозаводская, д.9;
3	TOPGUN Академика Янгеля - ул. Академика Янгеля д.1, к.1
4	TOPGUN Академическая - ул. Профсоюзная, дом 3;
5	TOPGUN Алексеевская - Проспект Мира, д.102, стр.30;
6	TOPGUN Афимолл - Пресненская набережная, 2, ТЦ Афимолл;
7	TOPGUN Аэропорт - Ленинградский проспект д. 66;
8	TOPGUN Багратионовская - Багратионовский проезд, д.7 корп.20В, 2 этаж
9	TOPGUN Бауманская - Нижняя Красносельская улица, 35с50;
10	TOPGUN Беговая - ул.Беговая, 24;
11	TOPGUN Беломорская - Беломорская ул., 11 к.1;
12	TOPGUN Бибирево - ул. Пришвина вл.3г, ТЦ Изумруд;
13	TOPGUN Братиславская - ул. Братиславская д.6;
14	TOPGUN Варшавская - Варшавское шоссе, д.86А;
15	TOPGUN ВДНХ - Проспект Мира, д.188 Б, к.2;
16	TOPGUN Вегас - Каширское шоссе, 24 км МКАД, ТРЦ Вегас;
17	TOPGUN Вегас-Крокус - Красногорск, м.Мякинино, ул. Международная 12;
18	TOPGUN Вернадского - ул. Удальцова, 69;
19	TOPGUN Витте Молл - ул. Веневская д.6, ТРЦ Витте Молл, 3 этаж;
20	TOPGUN Дмитровская - ул. Бутырская д.76 с.1;
21	TOPGUN Добрынинская - Большая Серпуховская улица, 5;
22	TOPGUN Ереван-Плаза - ул. Большая Тульская, 13;
23	TOPGUN Каховская - ул. Малая Юшуньская, д.3;
24	TOPGUN Киевская - ул. Раевского, 3;
25	TOPGUN Коломенская - пр-т Андропова, д.22, ДТРЦ Нора, 2 этаж;
26	TOPGUN Коптево -ул. Большая Академическая, 47к1;
27	TOPGUN Красные Ворота - ул. Садовая-Спасская, д. 12/23 стр.2;
28	TOPGUN Кропоткинская - ул. Ленивка, 3с3;

29	TOPGUN Крылатское - Рублевское шоссе 52а, ТЦ Западный;
30	TOPGUN Кунцево-Плаза - Ярцевская д.19, ТК Кунцево Плаза;
31	TOPGUN Кунцевская - Кутузовский проспект, 76;
32	TOPGUN Курская - Земляной вал 12/7 с1;
33	TOPGUN Кутузовская - ул. Пудовкина, д.7Б;
34	TOPGUN Лубянка - ул. Мясницкая, д.22с1;
35	TOPGUN Люблино - ул. Перерва, 72;
36	TOPGUN Маяковская - Оружейный переулок ,15А;
37	TOPGUN Мега Белая Дача - 1-й Покровский пр-д, 5 (14-й км МКАД) ТРК Мега Белая Дача;
38	TOPGUN Метрополис - Ленинградское шоссе, 16А, стр 4;
39	TOPGUN Минская - ул.Минская, д.2 к.2;
40	TOPGUN Нагорная - Электролитный проезд, д. 16 корп. 7;
41	TOPGUN Новокузнецкая - Климентовский пер., д. 6;
42	TOPGUN Новослободская - ул. Новослободская д.71;
43	TOPGUN Новые Черемушки - ул. Новочерёмушкинская д. 66 к.1;
44	TOPGUN Океания - Кутузовский пр-т 57;
45	TOPGUN Октябрьское Поле - ул.Алабяна, 12к1;
46	TOPGUN Олимпийская деревня - Мичуринский Проспект, Олимпийская Деревня, 1к1;
47	TOPGUN Парк Культуры - ул. Льва Толстого, 23с1;
48	TOPGUN Петровка - ул. Петровка д 15/13 стр. 5;
49	TOPGUN Печатники - ул. Люблинская д. 59;
50	TOPGUN Пролетарская - ул. Абельмановская, д.7;
51	TOPGUN Проспект Мира - Проспект Мира, д.40 (ТЦ Gardenmir, 7 этаж);
52	TOPGUN Пятницкое шоссе - ул. Митинская, 57;
53	TOPGUN Раменки - ул. Столетова, д.11;
54	TOPGUN Речной вокзал - Ленинградское шоссе, д. 92/1;
55	TOPGUN Рокоссовский - Бульвар Маршала Рокоссовского, 6 к.1Б;
56	TOPGUN Семеновская - ул. Щербаковская, 40;
57	TOPGUN Смоленская - Трубниковский переулок д. 26, стр. 1;
58	TOPGUN Сходненская - ул. Фабрициуса, 15 к.1;
59	TOPGUN Таганская - ул. Яузская, д. 8, стр. 2;
60	TOPGUN Телецентр - ул. Аргуновская д. 3, стр. 1;
61	TOPGUN Тропарево - Ленинский пр-т, д.119;
62	TOPGUN Университет - Ленинский проспект 68/10;
63	TOPGUN Фрунзенская - Комсомольский проспект, д. 49;
64	TOPGUN Хорошево - Карамышевская набережная, 36;
65	TOPGUN Шаболовская - ул. Шаболовка 16 к.1;
66	TOPGUN Электрозаводская - ул. Б. Семеновская, 45;
67	TOPGUN Южная - ул. Днепропетровская, д. 2, ТРК "Глобал Сити"

Предлагается франшиза по открытию барбершопов как в Москве, так и в регионах.

Рисунок 2. Барбершопы TOPGUN в Москве.



Источник: *Top Barbershop*

Таблица 8. Цены на услуги барбершопов TOPGUN.

Услуга	Цена
Мужская стрижка	1 700 ₽
Стрижка машинкой	800 ₽
Детская стрижка	1200/1500 ₽
Моделирование бороды	1 200 ₽
Стрижка бороды	800 ₽
Бритьё опасной бритвой	1 500 ₽
Королевское бритьё	2 500 ₽
Коррекция воском	500 ₽
Камуфляж седины	1 000 ₽
Укладка волос	500 ₽

5.4.2. Barbershop Borodach

Barbershop BORODACH представляет собой сеть барбершопов. Основатель сети - Антон Василенко. Первый салон «Бородач» появился в 2015 году. Спустя два года «Бородач» вырос до целой федеральной сети исключительно мужских салонов профессионального бритья и стрижки (31 городов присутствия). Основная команда «Бородача» вместе с партнерами-франчайзи создала компанию с двумя центральными офисами, колл-центром, хорошей структурой и несколькими отделами, а также отладила собственное контрактное производство косметических средств под одноименной маркой. Активное развитие компании произошло за счет перманентного расширения франчазинговой сети. Общее количество салонов (вместе с теми, которые находятся на последнем этапе строительства) в настоящий момент более 50. В Москве 23 барбершопов.

Таблица 9. Адреса барбершопов Borodach в Москве.

	Адреса
1	Москва, ул. Фридриха Энгельса, д. 23с4
2	Москва, ул. Большая Якиманка д. 32
3	Москва, ул. Сайкина, д. 21
4	Москва, ул. Первомайская, д. 52
5	Москва, ул. Преображенская площадь д.5/7
6	Москва, пр-т Вернадского д.9/10
7	Москва, ул. Летчика Бабушкина, д. 39к3
8	Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 32к2
9	Москва, м. Новопеределкино
10	Москва, м. Медведково
11	Москва, м. Тушинская
12	Москва, р-н Лефортово
13	Москва, ул. Новый Арбат, д. 12
14	Москва, м. Алтуфьево
15	Москва, м. Новые Черемушки
16	Москва, ул. Пресненский Вал, д. 8к2
17	Москва, ТРЦ "Золотой Вавилон"
18	Москва, ул. Митинская, д. 52
19	Москва, ул. Снежная, д. 16к6
20	Москва, ул. Перовская, д. 61А
21	Москва, м. Бибирево
22	Москва, м. Коньково
23	Москва, м. Отрадное

Таблица 10. Цены на услуги Barbershop Borodach.

Услуга	Цена
Стрижка мужская В процедуру мужской стрижки включается мытье головы, массаж, непосредственно стрижка и стайлинг. 50 мин.	1 200 ₽
Стрижка машинкой Классическая мужская стрижка с использованием современных технологий. 35 мин.	600 ₽
Детская стрижка Мытье головы, массаж, стрижка и стайлинг. 35 мин.	800 ₽
Моделирование бороды Создание формы бороды, придание четких контурных линий под ваш стиль. Массаж, специальные SPA-процедуры и бритье специальной бритвой. 45 мин.	1 000 ₽
Королевское бритьё Очищение и распаривание кожи, смягчение щетины маслом, массаж лица, нанесение ароматной пены, несколько этапов бритья опасной бритвой и легкий массаж лица. 60 мин.	1350 ₽
Стрижка бороды и усов Коррекция и поддержание формы бороды 35 мин.	700 ₽
Бритье головы Классическое бритье головы с использованием опасной бритвы. Массаж головы, SPA-процедуры с использованием профессиональной мужской косметики. 60 мин.	1 350 ₽
Мужская стрижка и королевское бритье Комплекс, включающий в себя классические мужские услуги: королевское бритье и мужскую стрижку. 90 мин.	2 000 ₽
Мужская и детская стрижка 90 мин.	1 600 ₽

5.4.3. Barbershop OldBoy

Основатель крупной федеральной сети мужских парикмахерских OldBoy - Эльдар Мирзоев. Год основания компании - 2014, год запуска франшизы - 2015.

Количество проданных франшиз - 86, количество собственных предприятий - 2. Города присутствия: Калининград, Красноярск, Омск, Волжский, Екатеринбург, Зеленоград, Кемерово, Новосибирск, Петропавловск-Камчатский, Находка, Севастополь, Оренбург, Симферополь, Москва, Санкт-Петербург, Рязань, Тольятти, Казань, Ярославль, Химки, Сочи, Новороссийск, Владикавказ, Пермь, Норильск, Уфа, Первоуральск, Нижневартовск, Южно-Сахалинск, Красноярск, Саратов, Актау, Алматы, Атырау, Усть-Каменогорск, Харьков, Гомель, Минск, Армавир, Грозный, Ставрополь, Барнаул.Сейчас сеть OldBoy Barbershop состоит 75 действующих филиалов, и еще 27 готовится к открытию. В Москве – 18 барбершопов.

Таблица 11. Адреса барбершопов OldBoy в Москве.

	Адреса
1	3-я Владимирская, 20
2	6-я Радиальная, 5 к.4
3	Автозаводская, 18, ТРЦ "Ривьера"
4	Бориса Галушкина, 17
5	Вишневая, 9к.1
6	Волгоградский пр-кт, 26а
7	Гарибальди, 7
8	Главмосстроя, 12
9	Гончарная набережная, 9/16 с2
10	Добролюбова, 20
11	Красноказарменная, 19
12	Маршала Вершинина, 8, корп.1
13	Машкова, 24
14	Мытная, 52
15	Новослободская, 52
16	Поречная, 10
17	Студенческая ул., 26А
18	Удальцова, 71 , корп.2

Рисунок 3. Барбершопы OldBoy в Москве.

Источник: *OldBoy*

Таблица 12. Цены на услуги барбершопов OldBoy.

Услуга	Цена
Основные услуги	
Стрижка мужская	1600
Стрижка детская	1000
Коррекция бороды с подбриванием	1000
Коррекция бороды	800
Бритье королевское лицо или голова	1600
Стрижка под машинку несколько насадок	1200
Стрижка под машинку одна насадка	800
Стрижка усов	600
Дополнительные услуги	
Камуфляж седины волосы	1200
Камуфляж седины борода	1000
Мытье и укладка	600
Коррекция бровей	600
Окантовка с подбриванием	800
Комплексные услуги	
Друг + друг	2700
Папа + сын	2200
Стрижка + коррекция бороды	2100
Стрижка + королевское бритье	2700
Стрижка + камуфляж	2400
Борода с подбриванием + камуфляж	1700

5.5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

В настоящее время, когда конкуренция в парикмахерском бизнесе усиливается, многие парикмахерские салоны осознают необходимость маркетингового подхода к механизму ценообразования парикмахерских услуг.

Ценообразование является одним из самых важных элементов управления парикмахерским салоном, потому руководители озадачены вопросом, как установить правильные цены. Заметим, что установление цен на услуги и на товары существенно различается. У парикмахерской услуги как продукта, который предстоит продать, есть свои особенности, которые необходимо учитывать.

Первая особенность услуги – неосязаемость. Парикмахерские услуги, в отличие от товара, неосязаемы. Их невозможно попробовать на язык с момента приобретения. Если бы мы могли «пробовать» стрижки, как пробуем пирожные, продажа парикмахерских услуг была бы куда проще.

Конечно, на самом деле парикмахерская услуга способна надолго изменить имидж клиента. Но прежде чем решиться на такое изменение, клиент вынужден просто поверить мастеру на слово. Опытный парикмахер, стараясь укрепить доверие к себе со стороны клиента, способен повысить осязаемость услуги.

Этого можно добиться следующими способами:

- Сделать будущую услугу более реальной, показав клиенту современные парикмахерские каталоги, журналы, фотоработы. Можно даже взять в руки карандаш и нарисовать будущую форму стрижки (ведь бывают мнительные клиенты).
- Сделать будущую услугу более желаемой, описав стрижку (окраску, мелирование, завивку и др.) с точки зрения эстетических и прочих преимуществ, которые клиент получит от этой процедуры.

Вторая особенность услуги – непостоянство качества. Работая в парикмахерском салоне, следует помнить, что качество услуги колеблется в широких пределах в зависимости от того, кто ее оказывает. В одном и том же салоне одинаковую стрижку два мастера выполняют по-разному. Даже один и тот же мастер не стрижет два раза одинаково. Парикмахерская услуга – это ручной труд, а не штамповка.

Клиент стремится всегда к максимально высокому качеству услуги. Но напрасно заблуждаются многие парикмахеры, думая, что критерием высшего пилотажа их мастерства, которое оценит клиент, станут вопрос «Вас подстричь, как в прошлый раз?» и, соответственно, точно повторенная стрижка. Оказывается, клиент всегда мечтает об улучшении своего внешнего вида и хочет получить что-то новое, но чтобы это «что-то» было для него необычайно хорошим.

Третья особенность услуги – недолговременность.

Четвертая особенность услуги – неотделимость от ее исполнителя.

Ценообразование парикмахерских услуг учитывает не только объективные факторы (расходы салона, цены салонов-конкурентов), но и субъективные (например, имидж салона).

Цена главным образом задается рыночной ситуацией, и именно поэтому парикмахерские салоны обязаны осуществлять продуманную политику ценообразования с учетом конъюнктуры конкретных услуг сегодня, завтра и в более отдаленной перспективе.

Салоны, которые смогут успешно осуществить анализ ситуации на парикмахерском рынке и установить оптимальные цены, окажутся в преимущественном положении по сравнению со своими конкурентами, поскольку они смогут пользоваться настоящим рыночным инструментом успеха – активными ценами.

Соотношение цены услуги и ее ценности должны соответствовать друг другу: удовлетворение от услуги должно соответствовать пожертвованным средствам. Задача салона состоит в том, чтобы как можно больше повысить потребительскую ценность услуги для клиента, чтобы она максимально превышала стоимость издержек, понесенных салоном.

В оценке потребительской ценности парикмахерской услуги клиенты обращают внимание на многие факторы, основными из которых являются:

- уют в салоне – качественный ремонт и оборудование;
- качество работ – квалифицированный персонал;
- отличный сервис;
- имидж салона.

5.6. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Создание или развитие барбершопов перспективно, так как организация будет действовать на активно растущем рынке (**19** % от ёмкости), а цены и спрос в среднесрочной перспективе позволят развиваться.

С развитием рынка, ростом его объема и количества игроков конкуренция будет расти, клиенты привыкнут к услугам барбершопов, и цены начнут снижаться.

На данном этапе развития рынка повышение цен на услуги нецелесообразно. Хотя эта мера увеличит норму прибыли на оказанную услугу, но затормозит прирост числа клиентов, и можно потерять долю рынка, что чревато серьезными конкурентными проблемами после того, как рынок превысит 50% емкости. Через 2-3 года недополученная доля рынка может обернуться систематическим сокращением доли и, как следствие, выручки барбершопа. Поэтому сейчас необходимо завоевать максимальную долю от числа клиентов, чтобы в последующем увеличить выручку от них за счет оказания более ценных для них, и поэтому более дорогостоящих услуг. Останавливаться на уровне выручки до 1 млн. руб. в месяц опасно – высока вероятность риска оказаться в аутсайдерах. Если компания развивается стабильно, то это говорит об устойчивом отношении руководства к бизнесу.

С дальнейшим развитием рынка доля прочих игроков, не вошедших в топ, начнет постепенно сокращаться за счет отъема доли лидерами. Целесообразно создать сеть как минимум 3 - 4 салонов. Для того целесообразно развивать собственную франшизу или, что тоже перспективно, договориться с существующими, но не лидирующими игроками, в том числе и смежниками, о стратегической работе под зонтичным брэндом, чтобы позиционироваться на рынке серьезной компанией.

Затраты на рекламу игроков, находящихся внизу рейтинга, в процентном выражении составляют значительно больше, чем для лидеров, поэтому расходы на рекламу для сети, например, из 5 барбершопов могут снизиться, например, с 12 % до 3 % на точку. При этом реклама будет иметь синергетический эффект, обеспечивая более эффективное узнавание и лояльность. Такие вложения в рекламу станут конкурентоспособными с вложениями лидеров.

Если создавать каждый новый салон сети самостоятельно, то это потребует значительных затрат на стартовую рекламу и развитие. Если развивать собственную франшизную сеть, то все франчайзи будут иметь значительное преимущество.

Рост за счет самофинансирования представляется недостаточно быстрым для занятия крупной доли рынка, поэтому в этом случае целесообразно привлечение кредитных средств под залог уже существующего и эффективного бизнеса. В этом случае кредитная ставка будет минимальной.

6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

6.1. ПЛОЩАДЬ И МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ БАРБЕРШОПА

По проекту планируется аренда помещения площадью **70 кв.м.** по ставке **150 000** руб. / помещение в месяц (25 714 руб. / кв. м / год).

6.2. ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Для выбранного конкретного помещения планируется приобретение и монтаж следующего торгового оборудования, мебели, оргтехники.

Таблица 13. Торговое оборудование, мебель, оргтехника, наружная вывеска.

Параметры	Цена, руб. / ед.	Кол-во, ед.	Итого, руб.
Мужское парикмахерское кресло с подножкой	150 000	3	450 000
Двухместный диван для ожидания	72 000	1	72 000
Кресло для ожидания	29 000	2	58 000
Рабочее место барбера (парикмахерский стол с зеркалом)	20 000	3	60 000
Мужская парикмахерская мойка с креслом	50 000	1	50 000
Стиральная машинка	25 000	1	25 000
Вывеска наружная	25 000	1	25 000
ЖК-телевизор	15 000	2	30 000
Картина	6 000	3	18 000
Акустическая система	15 000	1	15 000
Опасная бритва	3 500	3	10 500
Универсальная машинка для стрижки	5 000	3	15 000
Фен	3 500	3	10 500
Столик зоны ожидания	6 500	1	6 500
Ножницы парикмахерские прямые	1 000	6	6 000
Ножницы парикмахерские филировочные	1 500	3	4 500
Расчески парикмахерские (набор)	3 500	1	3 500
Стерилизатор	3 500	1	3 500
Полотенце	500	10	5 000
Ремень для правки опасной бритвы	3 000	1	3 000
Вешалка напольная	2 500	1	2 500
Профессиональное освещение	50 000	1	50 000
Сплит-система	20 000	1	20 000
Прочие расходы			94 350
ИТОГО:		**53**	**1 037 850**

Итого стоимость указанных позиций оценивается в **1 037 850** руб., что учтено в инвестициях. Стоимость и состав отдельных позиций может меняться, однако общая стоимость оборудования не должна быть превышена.

Таблица 14. Смета на косметический ремонт.

Работы	цены	кв\м\шт	итого
шпаклевка стен	250р\кв	168	42 000
дерево / кирпич на стены	2000	10	20 000
отбивка штукатурки	150р\кв	60	9 000
шлифовка кирпича	70р\кв	60	4 200
лакировка кирпича	50р\кв	60	3 000
шпаклевка потолка	120р\кв	76	9 120
покраска потолка	150р\кв	78	11 700
покраска стен	100р\кв	168	16 800
покраска труб	110р\м	85	9 350
монтаж потолка+ покраска	120р\кв	50	6 000
монтаж стены+покраска	120р\кв	10	1 200
монтаж розеток	250р\шт	12	3 000
монтаж света	250р\шт	15	3 750
обшивка труб	5000	1	5 000
ИТОГО:			**144 120**

Итого стоимость указанных работ оценивается в **144 120** руб.

6.3. ПЛАН ВЫРУЧКИ И ПРОДАЖ

План продаж барбершопа рассчитывается на основании следующих параметров.

Таблица 15. Плановые параметры продаж барбершопа.

Параметры	Значение
Часов в день	11
Дней в месяц	30
Длительность стрижки, час	**1,0**
Кресел в барбершопе	3
Max клиентов в сутки, чел.	33
Max клиентов в месяц, чел.	990
Max выручка в месяц, руб.	1 544 400
Средний чек, руб. / чел.	**1 500 ₽**
% продаж товаров	20%
Стоимость, руб. / ед.	**300 ₽**

Таким образом, средний чек за услугу составляет **1 500** руб. / клиент.

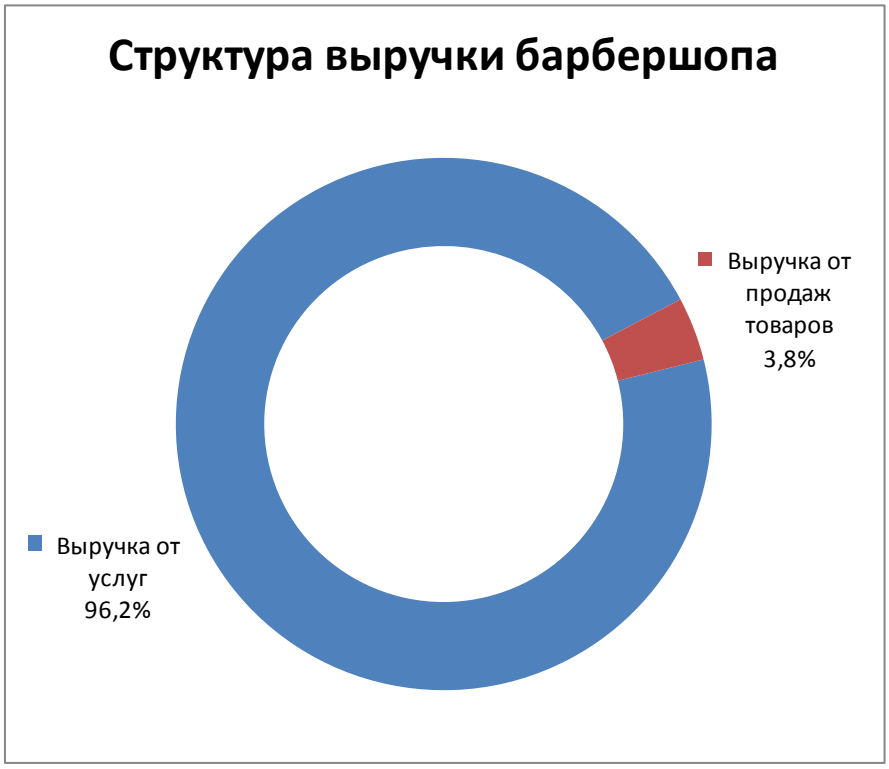
Время работы – с 10.00 до 21.00 ежедневно, без выходных.

Таблица 16. Плановая загрузка барбершопа.

Параметры	Значения
загрузка от max, %	70%
целевое кол-во клиентов, чел. / сутки	23
загрузка 1 мастера в сутки, чел.	5,8
целевое кол-во клиентов, чел. / мес	693
плановая выручка, руб. / сутки	36 036
плановая выручка, руб. / мес	1 081 080

Плановая выручка **1 081 080** руб. в месяц.

Диаграмма 11. Структура выручки барбершопа, %.



Основная доля выручки барбершопа – это выручка от оказания услуг (96,2%).

На основании плановых параметров продаж построен план загрузки и поступления выручки, представленный далее.

Таблица 17. План продаж помесячно.

	План по выручке											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Выручка от услуг	0	0	148 500	222 750	297 000	371 250	445 500	519 750	594 000	668 250	742 500	891 000
Выручка от продаж товаров	0	0	5 940	8 910	11 880	14 850	17 820	20 790	23 760	26 730	29 700	35 640
Итого поступлений, руб.	**0**	**0**	**154 440**	**231 660**	**308 880**	**386 100**	**463 320**	**540 540**	**617 760**	**694 980**	**772 200**	**926 640**

	План по количеству услуг											
все расчеты в ед.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
% загрузки барбершопа	0%	0%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	60%
Кол-во клиентов, чел.	0	0	99	149	198	248	297	347	396	446	495	594
Кол-во товаров, ед.	0	0	20	30	40	50	59	69	79	89	99	119
план по кол-ву клиентов, чел. / сутки	0	0	3	5	7	8	10	12	13	15	17	20

	План по выручке											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Выручка от услуг	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500
Выручка от продаж товаров	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580
Итого поступлений, руб.	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**

	План по количеству услуг											
все расчеты в ед.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
% загрузки барбершопа	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Кол-во клиентов, чел.	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693
Кол-во товаров, ед.	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
план по кол-ву клиентов, чел. / сутки	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23

	План по выручке											
все расчеты в руб.	**2020**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Выручка от услуг	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500	1 039 500
Выручка от продаж товаров	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580	41 580
Итого поступлений, руб.	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**

	План по количеству услуг											
все расчеты в ед.	**2020**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
% загрузки барбершопа	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Кол-во клиентов, чел.	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693
Кол-во товаров, ед.	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
план по кол-ву клиентов, чел. / сутки	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23

Таблица 18. План продаж по годам.

все расчеты в руб.		12	24	36
	Итого	**2018**	**2019**	**2020**
Порядковый номер месяца		1 год	2 год	3 год
Выручка от услуг	**29 848 500**	*4 900 500*	*12 474 000*	*12 474 000*
Выручка от продаж товаров	**1 193 940**	*196 020*	*498 960*	*498 960*
Итого поступлений, руб.	**31 042 440**	**5 096 520**	**12 972 960**	**12 972 960**

		0	13	25
все расчеты в ед.		12	24	36
	Итого	**2018**	**2019**	**2020**
Порядковый номер месяца		1 год	2 год	3 год
% загрузки барбершопа				
Кол-во клиентов, чел.	**19 899**	*3 267*	*8 316*	*8 316*
Кол-во товаров, ед.	**3 980**	*653*	*1 663*	*1 663*

Таким образом, устанавливается следующий план:

- среднемесячная выручка – **1 081 080** руб. / месяц;
- среднегодовая выручка – **12 972 960** руб. / год.

График 10. План по выручке (руб.).

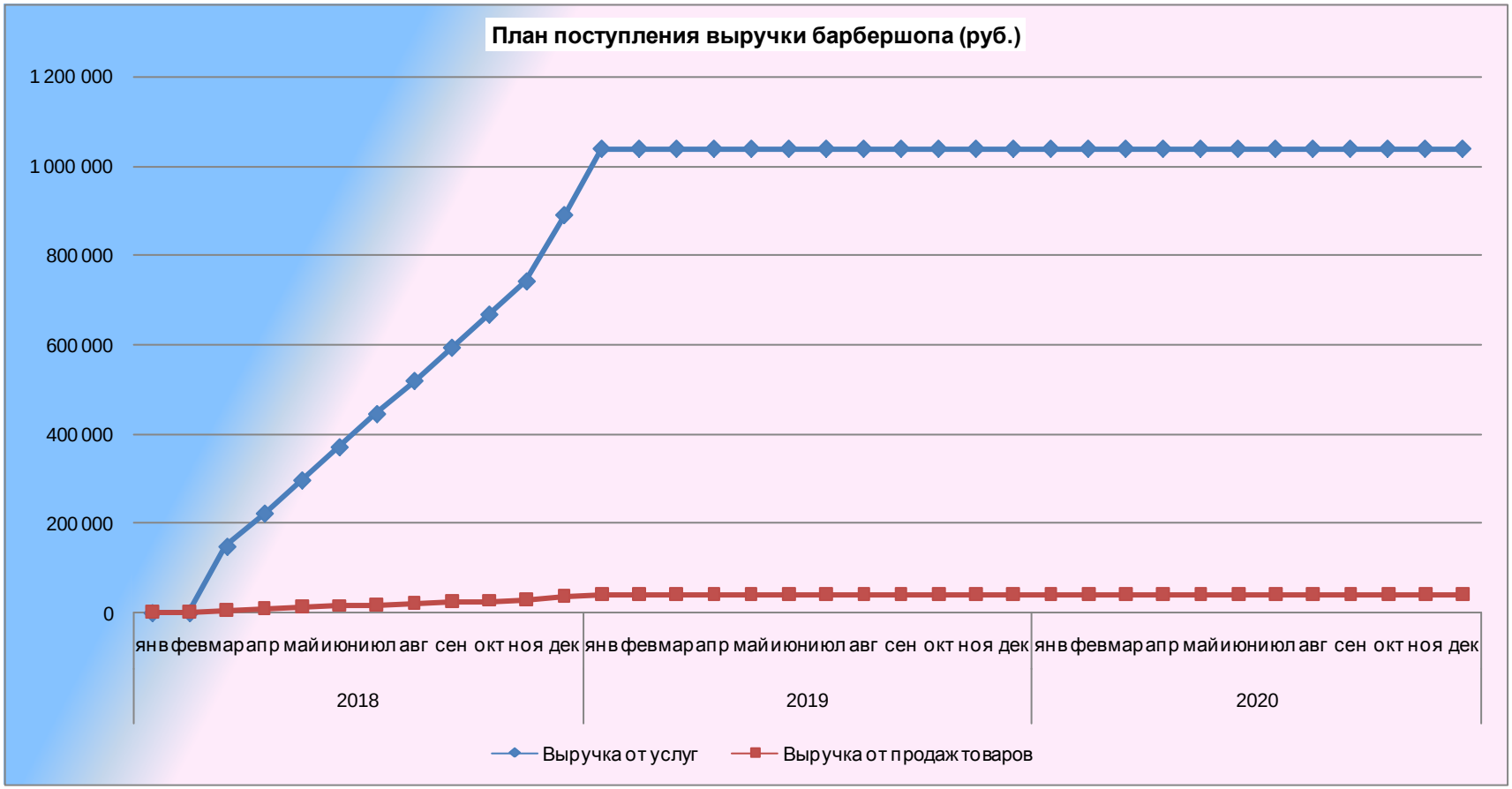


График 11. План загрузки барбершопа, %.

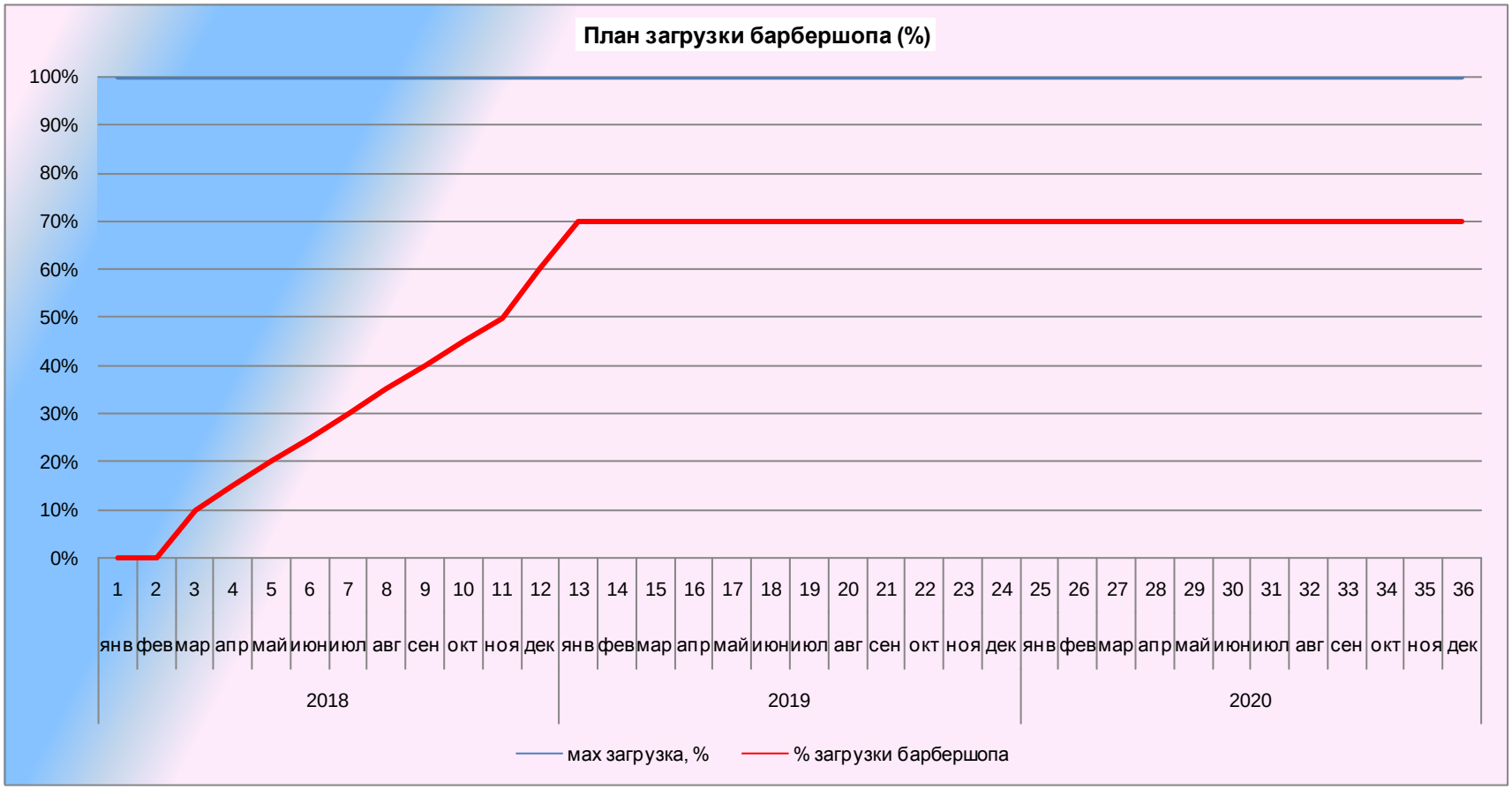
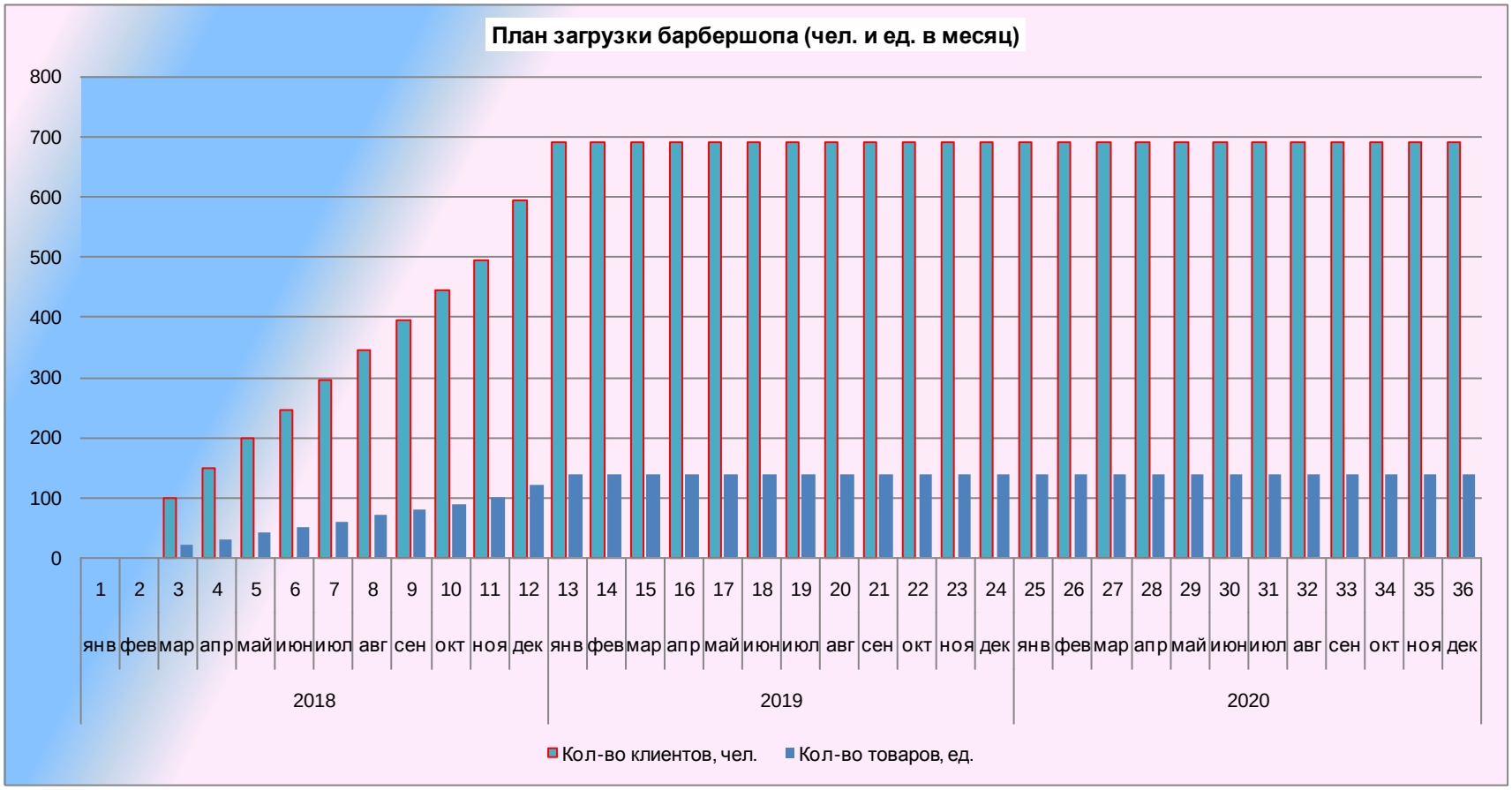


График 12. План загрузки барбершопа, чел. и ед. в месяц.



Далее приводятся параметры текущих и прямых затрат, возникающих в связи с деятельностью барбершопа.

6.4. ПАРАМЕТРЫ ТЕКУЩИХ ЗАТРАТ

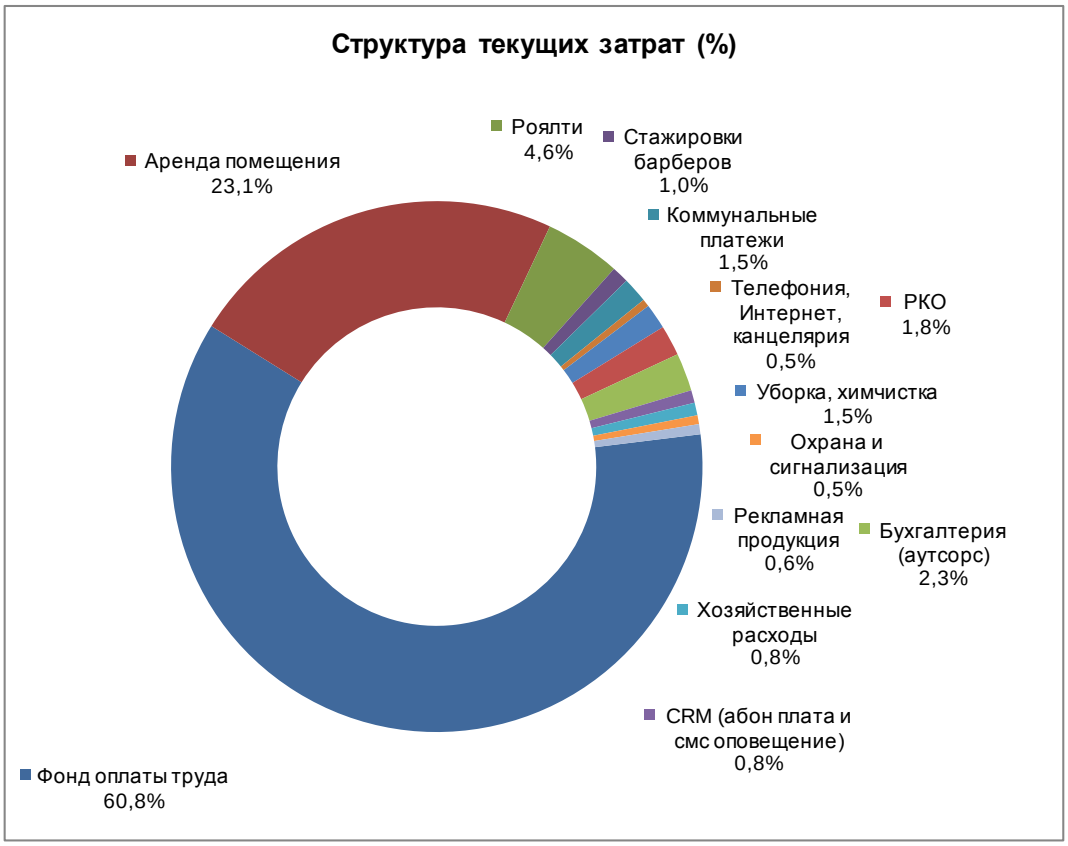
С учетом представленных выше параметров были рассчитаны также текущие затраты, возникающие в связи с реализацией проекта, но не зависящие от результатов финансовой деятельности предприятия.

Таблица 19. Структура текущих затрат.

Статьи затрат	Значение, руб. / мес.	Комментарии
Фонд оплаты труда	394 595	см. п. **«Персонал»**
Аренда помещения	150 000	из расчета 25 714 руб. /кв.м./год
Роялти	30 000	
Стажировки барберов	6 667	80 000 руб. 1 раз в год
Коммунальные платежи	10 000	вода, эл. энергия, связь, вывоз ТБО и волос и т.п.
Телефония, Интернет, канцелярия	3 000	
Уборка, химчистка	10 000	
РКО	12 000	
Бухгалтерия (аутсорс)	15 000	
CRM (абон плата и смс оповещение)	5 000	
Хозяйственные расходы	5 000	
Охрана и сигнализация	3 500	
Рекламная продукция	4 000	
Итого:	**648 762**	

Таким образом, объем текущих затрат составляет в среднем по **648 762** руб. / месяц.

Диаграмма 12. Структура текущих затрат.



Как видно, основная доля текущих затрат приходится на заработную плату – **60,8**%, аренду помещения – **23,1**% и оплату роялти – **4,6**%, что в сумме составляет 88,5% ежемесячных затрат салона.

Текущие затрат помесячно и на период планирования (3 года) приведены далее.

6.5. ПЛАН ТЕКУЩИХ ЗАТРАТ

Ниже приведена динамика текущих затрат помесячно и по годам на период планирования. Текущие затраты, как правило, не зависят от объема производства или реализации продукции.

Таблица 20. План текущих затрат помесячно.

	Текущие затраты											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Справочно: выручка	0	0	154 440	231 660	308 880	386 100	463 320	540 540	617 760	694 980	772 200	926 640
Фонд оплаты труда	0	0	91 799	169 699	231 599	269 499	283 399	297 298	311 198	325 097	338 997	366 796
Аренда помещения	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Роялти	0	0	0	0	0	10 000	10 000	20 000	20 000	20 000	20 000	30 000
Стажировки барберов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Коммунальные платежи	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Телефония, Интернет, канцелярия	0	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Уборка, химчистка	0	0	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
РКО	0	0	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Бухгалтерия (аутсорс)	0	0	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
CRM (абон плата и смс оповещение)	0	0	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Хозяйственные расходы	0	0	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Охрана и сигнализация	0	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Рекламная продукция	0	0	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Итого текущих затрат, руб.	**160 000**	**166 500**	**309 299**	**387 199**	**449 099**	**496 999**	**510 899**	**534 798**	**548 698**	**562 597**	**576 497**	**614 296**

	Текущие затраты											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Справочно: выручка	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080
Фонд оплаты труда	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595
Аренда помещения	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Роялти	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Стажировки барберов	80 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Коммунальные платежи	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Телефония, Интернет, канцелярия	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Уборка, химчистка	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
РКО	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Бухгалтерия (аутсорс)	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
CRM (абон плата и смс оповещение)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Хозяйственные расходы	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Охрана и сигнализация	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Рекламная продукция	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Итого текущих затрат, руб.	**722 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**

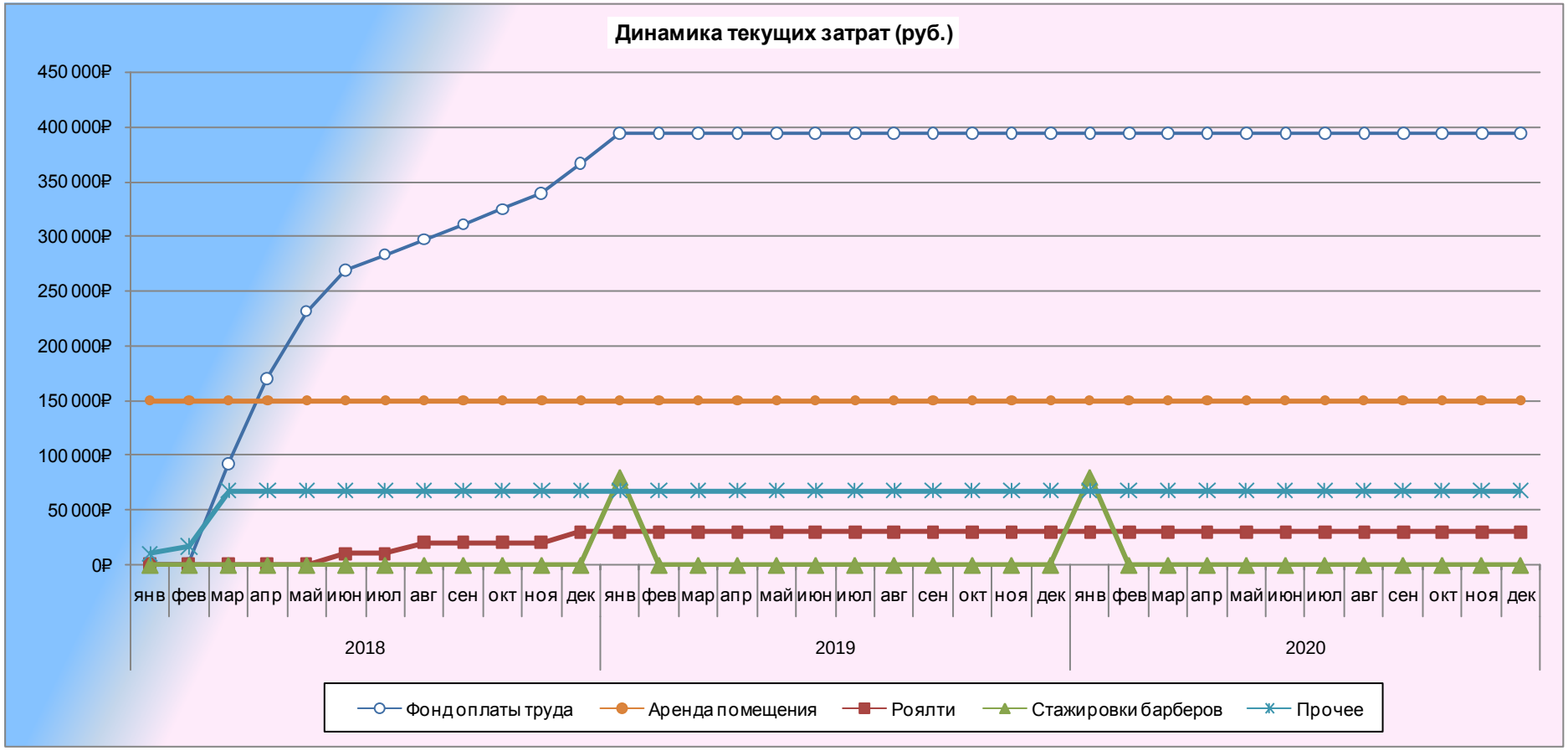
	Текущие затраты											
все расчеты в руб.	**2020**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Справочно: выручка	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080
Фонд оплаты труда	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595
Аренда помещения	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Роялти	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Стажировки барберов	80 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Коммунальные платежи	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Телефония, Интернет, канцелярия	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Уборка, химчистка	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
РКО	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Бухгалтерия (аутсорс)	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
CRM (абон плата и смс оповещение)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Хозяйственные расходы	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Охрана и сигнализация	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Рекламная продукция	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Итого текущих затрат, руб.	**722 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**	**642 095**

Таблица 21. План текущих затрат по годам.

все расчеты в руб.		12	24	36
	Итого, руб.	**2018**	**2019**	**2020**
Порядковый номер месяца		1 год	2 год	3 год
Справочно: выручка	31 042 440	5 096 520	12 972 960	12 972 960
Фонд оплаты труда	12 155 672	2 685 382	4 735 145	4 735 145
Аренда помещения	5 400 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Роялти	850 000	130 000	360 000	360 000
Стажировки барберов	160 000	0	80 000	80 000
Коммунальные платежи	360 000	120 000	120 000	120 000
Телефония, Интернет, канцелярия	105 000	33 000	36 000	36 000
Уборка, химчистка	340 000	100 000	120 000	120 000
РКО	408 000	120 000	144 000	144 000
Бухгалтерия (аутсорс)	510 000	150 000	180 000	180 000
CRM (абон плата и смс оповещение)	170 000	50 000	60 000	60 000
Хозяйственные расходы	170 000	50 000	60 000	60 000
Охрана и сигнализация	122 500	38 500	42 000	42 000
Рекламная продукция	136 000	40 000	48 000	48 000
Итого текущих затрат, руб.	**20 887 172**	**5 316 882**	**7 785 145**	**7 785 145**

Таким образом, объем текущих затрат оценивается в **7 785 145** руб. в год или **648 762** руб. в среднем в месяц.

График 13. План текущих затрат.



Как видно из приведенного графика, текущие затраты не зависят от результатов деятельности салона.

6.6. ПАРАМЕТРЫ ПРЯМЫХ ЗАТРАТ

Помимо текущих затрат, в связи с реализацией проекта возникают прямые затраты, непосредственно зависящие от результатов работы. Расчет прямых затрат по проекту основывался на следующих параметрах.

Таблица 22. Параметры прямых затрат.

Статьи затрат	Значение, руб. / мес.	Комментарии
Закупка товаров	20 790	50,0% от продаж товаров
Расходные материалы	10 811	1,0% от выручки
Одноразовые инструменты	5 405	0,5% от выручки
Итого:	**37 006**	

Таким образом, объем прямых затрат составляет в среднем по **37 006** руб. / месяц.

Диаграмма 13. Структура прямых затрат.

Как видно из диаграммы, подавляющая доля прямых затрат приходится на закупку товаров – **56,2**%, а также расходных материалов – **29,2**%.

6.7. ПЛАН ПРЯМЫХ ЗАТРАТ

Динамика прямых затрат помесячно и по годам на период планирования приведена далее.

Таблица 23. План прямых затрат помесячно.

	Прямые затраты											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Закупка товаров	0	0	2 970	4 455	5 940	7 425	8 910	10 395	11 880	13 365	14 850	17 820
Расходные материалы	0	0	1 544	2 317	3 089	3 861	4 633	5 405	6 178	6 950	7 722	9 266
Одноразовые инструменты	0	0	772	1 158	1 544	1 931	2 317	2 703	3 089	3 475	3 861	4 633
Итого затрат, руб.	**0**	**0**	**5 287**	**7 930**	**10 573**	**13 217**	**15 860**	**18 503**	**21 146**	**23 790**	**26 433**	**31 720**

	Прямые затраты											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Закупка товаров	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790
Расходные материалы	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811
Одноразовые инструменты	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405
Итого затрат, руб.	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**

	Прямые затраты											
все расчеты в руб.	**2020**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Закупка товаров	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790	20 790
Расходные материалы	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811	10 811
Одноразовые инструменты	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405	5 405
Итого затрат, руб.	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**	**37 006**

Таблица 24. План прямых затрат по годам.

все расчеты в руб.		12	24	36
	Итого, руб.	**2018**	**2019**	**2020**
Порядковый номер месяца		1 год	2 год	3 год
Закупка товаров	596 970	98 010	249 480	249 480
Расходные материалы	310 424	50 965	129 730	129 730
Одноразовые инструменты	155 212	25 483	64 865	64 865
Итого затрат, руб.	**1 062 607**	**174 458**	**444 074**	**444 074**

Таким образом, объем прямых затрат оценивается в **444 074** руб. в год или **37 006** руб. в среднем в месяц.

График 14. Динамика прямых затрат (руб.).

Объем прямых затрат непосредственно зависит от объема оказываемых услуг.

7. ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

7.1. ПОТРЕБНОСТЬ В ПЕРСОНАЛЕ И ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА

Для организации деятельности салона необходим соответствующий персонал. В таблице ниже приводятся необходимые должности с указанием среднемесячного оклада.

Таблица 25. Персонал и ФОТ.

№	Должности	Кол-во штатных ед.	Оклад, руб.	Итого, руб.
1	Администратор	2	40 000	80 000
2	Барбер	4	30 000	120 000
3	Уборщица	1	12 000	12 000
	Итого по персоналу:	**7**		**212 000**

Итого по проекту создается **7** рабочих мест с фондом оплаты труда в размере **212 000 руб.** в месяц начисленной заработной платы, кроме НДФЛ и отчислений в соц.страх (рассчитываются в разделе «Налогообложение»).

Барберам также начисляется **18**% от выручки, что составляет дополнительно по **38 803** руб. / чел. / месяц. Таким образом, при выполнении плана начисляемая оплата труда барбера составит **68 803** руб. / чел.

Доплаты, премии, бонусы, отпускные и т.д. также оплачиваются из дохода предприятия и по результатам работы каждого сотрудника, исходя из фактического дохода барбершопа.

Наименования и количество должностей могут быть изменены, но указанные вакансии по направлениям должны быть закрыты, а фонд оплаты труда с учетом налогов и доплат не должен превышать запланированного объема.

Таблица 26. Динамика фонда оплаты труда.

	ФОТ											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Администратор	0	0	40 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000
Привлечение барберов, %	0%	0%	20%	40%	80%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Оклад барберов	0	0	24 000	48 000	96 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
% барберов	0	0	27 799	41 699	55 598	69 498	83 398	97 297	111 197	125 096	138 996	166 795
Итого ФОТ, руб.	**0**	**0**	**91 799**	**169 699**	**231 599**	**269 499**	**283 399**	**297 298**	**311 198**	**325 097**	**338 997**	**366 796**

	ФОТ											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Администратор	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000
Привлечение барберов, %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Оклад барберов	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
% барберов	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594
Итого ФОТ, руб.	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**

	ФОТ													
все расчеты в руб.	**2020**													
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**		
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	**Итого, руб.**	**3 год**
Администратор	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	2 680 000	960 000
Привлечение барберов, %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%		
Оклад барберов	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	3 888 000	1 440 000
% барберов	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	194 594	5 587 639	2 335 133
Итого ФОТ, руб.	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**394 595**	**12 155 672**	**4 735 145**

Итого ФОТ за период планирования составит **12 155 672** руб. (без учета доплат и налогов, см. п. «ОДДС» и «Налогообложение»), что соответствует **4 735 145** руб. / год.

8. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

8.1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ НЕОБХОДИМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Для реализации проекта требуется следующий объем и структура инвестиций.

Таблица 27. Структура и объем необходимых инвестиций.

	Направление инвестиций	Итого, руб.
1	**Подготовка к открытию**	**62 000**
	Регистрация ЮЛ	12 000
	Санэпидзаключение	50 000
2	**Подготовка помещения**	**294 120**
	Депозит по аренде	150 000
	Подготовительный ремонт	144 120
3	**Оборудование барбершопа**	**1 087 850**
	Оборудование и мебель	1 037 850
	CRM, ERP, мобильное приложение	0
	Расчетно-кассовый узел	50 000
4	**Брендинг**	**0**
	Корпоративная полиграфия	0
	Brend-book и Open-book	0
	Разработка сайта	0
	Оформление входной группы и интерьера	0
	Рекламная кампания открытия	0
	Сувенирная продукция	0
5	**Закупка сырья**	**100 000**
	Первоначальная закупка сырья	100 000
6	**Паушальный взнос**	**250 000**
	Паушальный взнос	250 000
7	**Прочее**	**50 000**
	Маркетинг при открытии (SMM)	50 000
8	**Нормируемые оборотные средства**	**1 496 030**
	Итого требуется инвестировать:	**$56 870**
		3 340 000 ₽

Таким образом, потребности проекта в инвестициях составляют **3 340 000** руб. (что соответствует 56 870 долл. США), в том числе нормируемые оборотные средства (требуются для оплаты обязательных расходов в период, пока недостаточно собственной выручки) в размере **1 496 030** руб.

Статьи первоначальных затрат в блоке «Брендинг» обеспечивается франчайзером в рамках паушального взноса для маркетинговой поддержки нового франчайзи.

Структура первоначальных инвестиций графически приведена далее.

Диаграмма 14. Структура первоначальных инвестиций (100%).

Как видно из диаграммы, основная доля инвестиций приходится на нормируемые оборотные средства – **44,8**% и приобретение оборудования – **32,6**%.

Сокращение потребности в инвестициях возможно за счет более раннего открытия барбершопа, за счет уменьшения площадей.

8.2. КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ФИНАНСИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Фоном обозначены сроки реализации тех или иных работ, значение отражает запланированный объем инвестиций по соответствующим направлениям работ.

Таблица 28. Календарный план финансирования и реализации проекта.

			Календарный план инвестиционного проекта											
	все расчеты в руб.		**2018**											
		Инвестиции, руб.	**янв**	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
№	Порядковый номер месяца		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Подготовка к открытию	62 000	62 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	Подготовка помещения	294 120	88 236	205 884	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Оборудование барбершопа	1 087 850	1 087 850	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Брендинг	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	Закупка сырья	100 000	0	100 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Паушальный взнос	250 000	0	125 000	125 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Прочее	50 000	25 000	25 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Итого	**1 843 970**	**1 263 086**	**455 884**	**125 000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	НДС в составе инвестиционных затрат	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*

Нормируемые оборотные средства в календарном плане не отображаются (см. План движения денежных средств).

Как видно из таблицы, все первоначальные инвестиции осуществляются в течение первых трех месяцев:

1. аренда помещения, закупка торгового оборудования и товара – **январь 2018** г.;
2. подготовка помещения – **январь – февраль 2018** г.;
3. открытие барбершопа – не позднее **февраля 2018** г.;
4. выход на самоокупаемость (выход «в ноль») – с **9**-го месяца от начала продаж (ноябрь 2018 г.);
5. выход на плановую загрузку – с **11**-го месяца работы (январь 2019 г.);
6. возврат вложенных средств – с **января 2019** г. по **март 2020** г.

В соответствии с календарным планом разработаны рекомендуемые условия привлечения инвестиций.

8.3. РЕКОМЕНДУЕМЫЕ УСЛОВИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Для реализации проекта требуется инвестировать **3 340 000** руб. Финансирование осуществляется за счет собственных средств владельца проекта.

Таблица 29. Рекомендуемые условия привлечения инвестиций.

Параметр инвестирования	Транш 1.	Транш 2.
Доля транша от суммы инвестиций, %	**86,8%**	**13,2%**
Размер транша, руб.	2 900 000	440 000
Источник финансирования	Собственные средства (кап. затраты)	Собственные средства (оборотка)
Начало выплаты процентов	-	-
Годовой % по кредиту (для кредитов)	0,00%	0,00%
Месячный % по кредиту (для кредитов)	0,00%	0,00%
Период погашения транша, лет	1,25	1,25
Период погашения транша, месяцев	15	15
Номер месяца выдачи транша	**1**	**6**
Номер начала возврата транша	13	13
Номер месяца полного возврата транша	**27**	**27**

Таким образом, предполагается, что финансирование привлекается двумя траншами по следующей схеме:

1. **2 900 000** руб. (86,8% инвестиций) за счет собственных средств владельца проекта, привлекаются в **1**-м месяце от начала проекта, возврат транша – с **13**-го по **27**-й месяц включительно;
2. **440 000** руб. (13,2% инвестиций) за счет собственных средств владельца проекта, привлекаются в **6**-м месяце, возврат транша – с **13**-го по **27**-й месяц включительно.

Срок окупаемости проекта – **2,3** года (27 месяцев).

После возврата вложенных средств доход владельца проекта за прогнозный период (3 года) оценивается в **2 042 747** руб.

9. ОЦЕНКА РИСКОВ И ПУТЕЙ ИХ СОКРАЩЕНИЯ

9.1. КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РИСКОВ

В данном разделе бизнес-плана проводится качественный анализ рисков проекта, не поддающихся формальному анализу.

Барбершоп, как и другие предприятия сферы услуг, сталкиваются со следующими категориями риска.

Риск, связанный с производством. Это риск того, что оборудование (торговое и производственное, в том числе машинки, фены, мойки и пр.) выйдет из строя, что поставка товаров и разрешительной документации не будет выполнена в срок, что на рынке труда не окажется нужных работников.

Риск, связанный с изменением цен на услуги. Это риск того, что спрос на услуги барбершопов неожиданно изменится вследствие внезапного изменения вкусов потребителей и рыночные цены на эти услуги снизятся. Может также обостриться конкуренция, вследствие чего предприятие будет вынуждено снизить цены.

Риск, связанный с изменением цен на факторы производства. Это риск того, что цены на какие-то факторы производства внезапно изменятся. Например, повысятся закупочные цены или повысятся ставки аренды. Если предприятие для финансирования своей деятельности берет кредит на условиях плавающей процентной ставки, то оно подвергает себя риску ее повышения.

На основе приведенного перечня возможных рисков необходимо оценить вероятность их возникновения при реализации проекта в терминах: «высокая», «средняя», «низкая»; а также устойчивость проекта по отношению к рискам, отнесенным к категории вероятных.

Риски, возникающие на этапе осуществления капитальных вложений:

- невыполнение обязательств поставщиком (низкое качество поставляемых товаров, дефекты в торговом и производственном оборудовании, оргтехнике, монтаже вывески и пр.);
- несвоевременная поставка товаров и оборудования, услуг контрагентов;
- срыв сроков работ / поставки товара и оборудования / получения разрешений, согласований, поиска помещения;
- превышение расчетной стоимости проекта;
- форс-мажор, материальный ущерб.

Риски, связанные с эксплуатацией предприятия:

- невыход на проектную мощность (возникновение технологических или сырьевых ограничений – проблемы поставщика с поставкой товара);
- реализация товара несоответствующего качества или в несоответствующем объеме (недостаточно товара);
- неудовлетворительный менеджмент;
- услуги не находят сбыта в нужном стоимостном выражении и в расчетные сроки (несоответствие предложения спросу, возникновение ценовых ограничений, переоценка емкости рынка или недооценка конкуренции при маркетинге);
- возникновение необходимости в дополнительных (сверх бизнес-плана) закупках товаров или услуг контрагентов;
- транспортные риски;
- экологические риски (возникновение непредвиденных затрат на возмещение ущерба);
- форс-мажор, материальный ущерб.

Меры снижения рисков

- наличие гарантий от поставщика товара, торгового оборудования, персонала:
  - возврата аванса;
  - надлежащее исполнение контрактов;
  - своевременное завершение работ, поставки товара и монтажа оборудования и пр.;
- контракты на базе твердых цен, «под ключ», наличие валютных оговорок, штрафных санкций, применение местного законодательства при разрешении споров и т.п.;
- наличие потенциальных (частные лица «сарафан», партнерство со смежниками, государственными и коммерческими учреждениями) заказчиков;
- наличие альтернативных поставщиков товара и предложений по смежным услугам;
- создание запасов товара, расходных материалов;
- приемлемое соотношение собственных и заемных средств в составе источников финансирования проекта;
- наличие источников финансирования для формирования (пополнения) оборотного капитала с учетом запасов и платежного цикла проекта;
- страхование имущества, ответственности, рисков и т.п.;
- наличие достаточного обеспечения;
- формирование благоприятного отношения к проекту в СМИ (реклама);
- поддержка предприятия со стороны местных органов власти.

Таблица 30. Качественные риски по проекту.

	Риск	Меры по сокращению потерь
	Высокая текучесть персонала	Необходимо наладить систему отбора и нематериальной мотивации персонала
	Сезонность на рынке	Подбор услуг, которые позволят пройти точку безубыточности в течение года
	Недоверие клиентов	Разработка концепции компании и донесение до клиента целей фирмы, получение рекомендации от прошлых клиентов, оказание качественных услуг
	Потенциальный ущерб клиенту	Заключение с сотрудниками договора о материальной ответственности, обучение персонала

Однако основной риск при запуске барбершопа – недостаточный объем продаж, или низкая посещаемость, вследствие которой могут потребоваться дополнительные денежные средства на покрытие текущих затрат.

Для предотвращения данного риска целесообразно заблаговременно провести маркетинговое исследование района (конкретного здания), где планируется открыть барбершоп. Кроме того, рекомендуется увеличение затрат на рекламу и договор о совместной работе с аналогичными предприятиями.

9.2. ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

Для проекта рассчитан минимальный объем продаж, при котором доходы равны расходам, то есть прибыль равна нулю. Считается, что предприятие уже рассчиталось с займодателем и работает в плановом режиме, но из-за внешних временно неблагоприятных условий объем продаж может упасть.

Таблица 31. Расчет точки безубыточности.

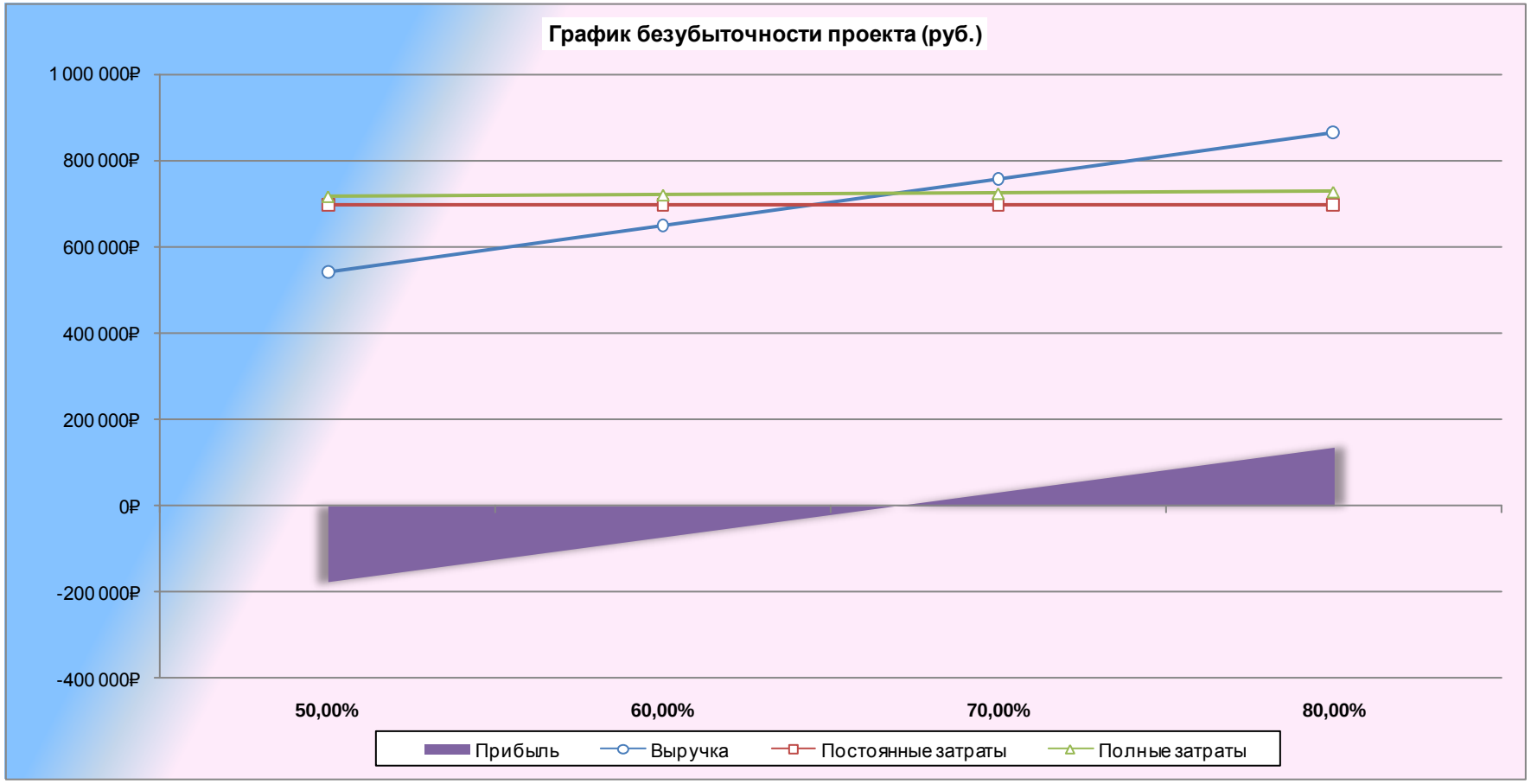
	Точка безубыточности				
все расчеты для 3 года в руб.					
Шаг по проценту загрузки	**10,00%**				
Процент загрузки	50,00%	60,00%	70,00%	80,00%	100,00%
Выручка	**540 540**	**648 648**	**756 756**	**864 864**	**1 081 080**
Постоянные затраты	**698 595**	**698 595**	**698 595**	**698 595**	**698 595**
Фонд оплаты труда	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595
Аренда помещения	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Роялти	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Стажировки барберов	6 667	6 667	6 667	6 667	6 667
Коммунальные платежи	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Телефония, Интернет, канцелярия	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Уборка, химчистка	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
РКО	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Бухгалтерия (аутсорс)	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
CRM (абон плата и смс оповещение)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Хозяйственные расходы	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Охрана и сигнализация	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Рекламная продукция	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Амортизационные отчисления	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833
Переменные затраты	**18 503**	**22 204**	**25 904**	**29 605**	**37 006**
Закупка товаров	10 395	12 474	14 553	16 632	20 790
Расходные материалы	5 405	6 486	7 568	8 649	10 811
Одноразовые инструменты	2 703	3 243	3 784	4 324	5 405
Полные затраты	**717 098**	**720 798**	**724 499**	**728 200**	**735 601**
Прибыль	**-176 558**	**-72 150**	**32 257**	**136 664**	**345 479**

Выручка при 100% загрузке, руб./мес	1 081 080		
Точка безубыточности, % от загрузки	66,9%	464	клиентов в месяц
Выручка в точке безубыточности, руб./мес	723 356		
Операционный рычаг (X% = доля прибыли в изменении выручки)		97%	

Точка безубыточности (работа с нулевой прибылью) соответствует точке пересечения графиков выручки и полных затрат и составляет **723 356** руб. / месяц или **66,9**% расчетной загрузки предприятия. Это достаточно высокий показатель безубыточности, связанный с большой долей текущих затрат, не зависящих от объема продаж.

Превышение этого параметра на каждый 1% (операционный рычаг) обеспечивает прирост выручки на **97**%, что ведет к возникновению и росту чистой прибыли.

График 15. Расчет точки безубыточности.



Задача-минимум для владельца проекта – обеспечить достижение и превышение точки безубыточности.

9.3. АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ NPV

Для анализа рисков проекта дополнительно проведен анализ чувствительности суммарного **NPV** к изменению каждого из 5 основных параметров проекта на **10** и **20**% как в сторону увеличения, так и уменьшения их значений. При изменении одного параметра остальные параметры проекта сохраняют свои базовые значения.

Основными параметрами для анализа чувствительности NPV выбраны:

- средний чек;
- объем услуг в месяц;
- стоимость аренды;
- первоначальные инвестиционные затраты;
- ФОТ.

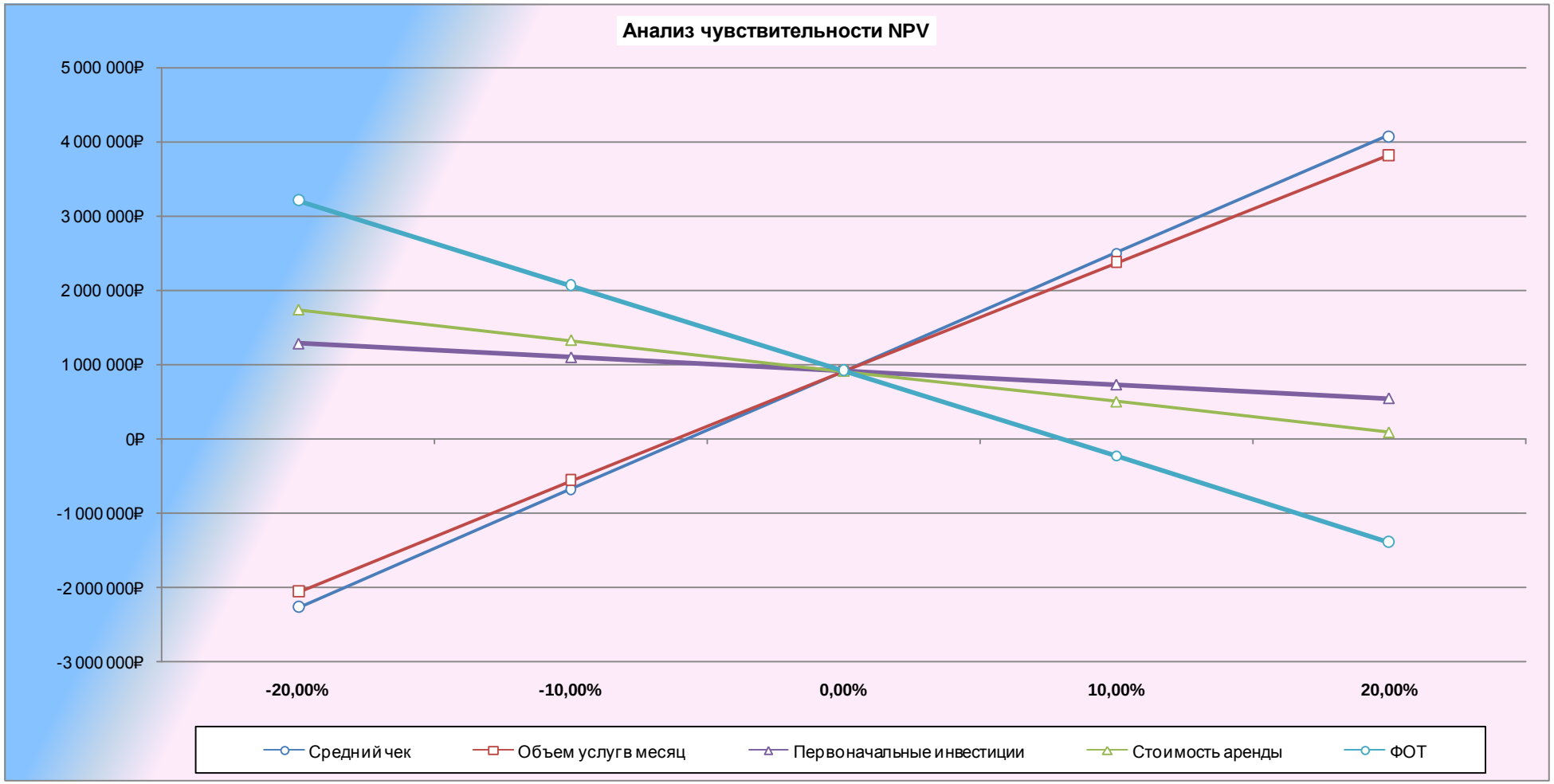
Таблица 32. Чувствительность NPV к изменениям ключевых параметров проекта.

Анализ чувствительности NPV

	Процент изменение параметров	-20,00%	-10,00%	0,00%	10,00%	20,00%
	Коэффициент изменения параметров	0,80	0,90	1,00	1,10	1,20
1.	**Средний чек**	**1 200**	**1 350**	**1 500**	**1 650**	**1 800**
	NPV проекта на момент его начала	-2 271 471	-674 961	915 136	2 501 123	4 083 970
2.	**Объем услуг в месяц**	**792**	**891**	**990**	**1 089**	**1 188**
	NPV проекта на момент его начала	-2 065 805	-562 603	915 136	2 379 895	3 827 708
3.	**Стоимость аренды**	**120 000**	**135 000**	**150 000**	**165 000**	**180 000**
	NPV проекта на момент его начала	1 745 395	1 333 656	915 136	501 312	87 488
4.	**Первоначальные инвестиции**	**2 672 000**	**3 006 000**	**3 340 000**	**3 674 000**	**4 008 000**
	NPV проекта на момент его начала	1 282 399	1 098 768	915 136	731 504	547 872
5.	**ФОТ**	**55 042**	**61 923**	**68 803**	**75 683**	**82 564**
	NPV проекта на момент его начала	3 216 351	2 069 134	915 136	-236 213	-1 395 191

Результаты анализа чувствительности по указанным параметрам приводятся на соответствующем графике ниже.

График 16. Чувствительность NPV к изменениям ключевых параметров проекта.



Возрастающий наклон кривой на графике отражает положительное влияние на финансовую эффективность бизнеса. Снижающийся наклон кривой на графике отражает отрицательное влияние на финансовую эффективность бизнеса.

Анализ чувствительности показал, что наиболее сильное **положительное влияние** на NPV оказывает величина среднего чека и объем продаж услуг. Чем выше средний чек, а также чем больше услуг оказывает барбершоп, тем более экономически эффективным является предприятие (по рентабельности и объему чистой прибыли). При этом снижение объема продаж или величины среднего чека более чем на **5**% без компенсационных мер ведет к убыткам.

Наиболее сильное **негативное влияние** на NPV оказывает ставка аренды помещения и особенно фонд оплаты труда. При увеличении ФОТ более чем на **7**% от плана без разработки компенсационных мер доход владельца проекта становится отрицательным.

В целом анализ показывает, что при разумных предполагаемых рисках критичных изменений для проекта не наступает.

Важно отметить, что при увеличении периода планирования и после возврата вложенных средств, значение NPV существенно возрастает, что ведет к увеличению устойчивости проекта и обеспечивает дополнительную финансовую стабильность.

10. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

10.1. ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ К РАСЧЕТАМ

Для проведения расчетов была построена финансово-экономическая модель данного проекта на период с 2018 по 2020 гг.

Использованная в данном бизнес-плане система показателей является международной и универсальной для оценки всех типов инвестиционных проектов. Она также рекомендована для оценки инвестиционных проектов, проводимых Всемирным Банком (World Bank) во всем мире. Кроме того, введены дополнительные показатели, необходимые для корректной оценки данного инвестиционного проекта.

Ключевые понятия

Кредитором называется лицо (банк или другая кредитная организация, имеющая лицензию на осуществление кредитной деятельности), которое зарабатывает прибыль на финансовых рынках путём предоставления денег заёмщикам под проценты. Кредитная процентная ставка должна быть выше ставки рефинансирования Центрального банка РФ на величину, называемую маржой банка (кредитной организации). Согласно Налоговому кодексу РФ, маржа подпадает под налогообложение и поэтому не может быть отрицательной.

Займодателем называется лицо (физическое или юридическое), предоставляющее займ (или ссуду) владельцу проекта, в реализации которого займодатель заинтересован. Займодатель может предоставлять беспроцентный займ или процентный займ, но по ставке не выше ставки рефинансирования. В этих случаях займодатель не зарабатывает прибыли непосредственно на займе, не платит налог с процентов, не конкурирует с кредитными организациями и поэтому может не иметь лицензии на осуществление кредитной деятельности.

Заёмщиком называется лицо (физическое или юридическое), получающее кредит у кредитной организации или берущее займ (ссуду) у займодателя.

Инвестором (соинвестором) называется лицо (физическое или юридическое), которое вкладывает свои или привлечённые деньги (у кредиторов или займодателей) для реализации конкретного инвестиционного проекта под свой предпринимательский риск. При этом инвестор (соинвестор) может либо участвовать в уставном капитале предприятия, реализующего инвестиционный проект, либо не участвовать, но получать доход на вложенный капитал на основе инвестиционного договора.

Владельцем проекта называется лицо (юридическое лицо или команда проекта как группа физических и/или юридических лиц), которое обладает всеми технологическими, организационными и юридически значимыми правами и возможностями, необходимыми для реализации проекта. Владелец проекта может выполнять функции владельца предприятия, инвестора проекта, а также привлечь для реализации проекта заёмные средства у своих партнёров, соинвесторов, займодателей и кредиторов. Владелец проекта как предприниматель осуществляет свои функции под свой предпринимательский риск.

Расчеты проведены в условно постоянных ценах, чтобы учёт предполагаемой инфляции не искажал действительную эффективность проекта.

Финансовый анализ проекта проводится целью проверить выгодность вложения инвестиционных средств в проект и сравнить эту выгодность с **альтернативными вариантами** использования этих средств.

Простейшей альтернативой является использование денежных средств для получения гарантированного дохода, например, путем помещения денег в банк под проценты. При условно постоянных ценах банковский вклад будет расти заведомо меньшими темпами, чем принятая в расчёте ставка дисконтирования.

Стандартная система показателей **базируется на денежных потоках инвестиционного проекта**. В расчёте учитываются только «живые» деньги, реально оборачивающиеся на протяжении всего срока реализации проекта.

Каждый единичный период осуществления проекта (в данном случае – 1 месяц) характеризуется следующими величинами денежного потока:

- приток, равный сумме денежных поступлений в этом периоде;
- отток, равный сумме всех расходов в этом периоде;
- сальдо (чистая выгода), равное разности между притоком и оттоком.

Положительное значение **NPV** проекта соответствует сумме денег (прибыль после момента окупаемости инвестиций), которую получит инвестор (владелец проекта) за весь прогнозный период реализации проекта в «сегодняшних» деньгах.

Чистый дисконтированный доход проекта - NPV (Net Present Value):

$$NPV = \sum \varphi_m \cdot \alpha_m \text{, где:}$$

φ_m - денежный поток (прирост чистых выгод за **m**-й период),

$\alpha_m = 1 / (1 + E)^{(tm - t0)}$ – коэффициент дисконтирования, то есть коэффициент, отражающий «уменьшение ценности денег» для кредитора за период ($t_m - t_0$),

E – ставка или процент дисконтирования за единичный период (% / период),

tm - момент окончания **m**-го периода (в данном случае - **m**-го месяца),

t0 - момент приведения (в данном случае – начало финансирования проекта).

Накопленное сальдо от производственной деятельности это накопленный доход от продажи продукции (товаров, услуг) за вычетом текущих расходов.

Горизонт планирования выбран в 36 месяцев (3 года) с момента начала финансирования проекта.

Шаг расчета равен одному месяцу.

Формирование денежных потоков проекта

Чистые денежные потоки по шагам проекта формируются из операционных и инвестиционных оттоков и притоков денежных средств. На основе чистого денежного потока рассчитываются показатели эффективности проекта.

Распределение прибыли. В расчетах в процессе реализации проекта полученная прибыль передаётся в распоряжение инвестора (владельца проекта), а при временной нехватке средств у предприятия инвестор пополняет его оборотные средства из своего резерва.

Индекс доходности (**Profitability Index, PI**):

$$PI = 1 + NPV / DSI.$$

Он показывает относительную доходность проекта по денежным потокам для инвестора. **Критерий принятия проекта PI > 1.**

Налоговое окружение проекта

Принятой в данном бизнес-плане системой налогообложения является Упрощенная система налогообложения (УСН), по которой действуют следующие виды и ставки налогов.

УСН – 15% на разницу между выручкой и суммой все текущих затрат. Если в какой-либо период это значение отрицательное, в бюджет отчисляется 1% от выручки.

Условный единый социальный налог. Единый социальный налог в расчетах включен в состав расходов по содержанию персонала по общеустановленной ставке в размере 30% от фонда оплаты труда + минимальный взнос 0,2 % для страхования от несчастных случаев = 30,2 %.

Все расчеты приведены в российских рублях.

10.2. ПЛАН ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (CASH FLOW)

Предназначен для расчета денежного потока проекта и оценки его финансовой реализуемости.

Денежный поток проекта рассчитывается на каждом интервале планирования проекта как сальдо притока и оттока денежных средств:

- **приток:** поступления от реализации продукции (услуг), внереализационные доходы (продажа основных средств и пр.), увеличение акционерного (уставного) капитала за счет денежных взносов акционеров (учредителей), привлечение заемных средств (кредиты, ссуды, облигации);
- **отток:** инвестиционные издержки, текущие затраты (без амортизации), налоги и отчисления, погашение займов и выплата процентов, выплата дивидендов.

Основным условием финансовой реализуемости проекта считается положительное значение накопленного денежного потока проекта (рассчитанного нарастающим итогом) на каждом интервале планирования проекта. Выполнение данного условия обеспечивается подбором соответствующих источников финансирования, покрывающих дефицит денежных средств на этапе осуществления капитальных затрат и формирования первоначальных оборотных средств.

Важно отметить, что для реализации проекта должна иметься возможность привлечения внешних кредитов в случае изменения таких факторов, как увеличение стоимости аренды или аванс за несколько месяцев вперед, рост закупочной стоимости продукции и расходных материалов, увеличение затрат на персонал, а также другие причины привлечения внешних кредитов в случае целесообразности.

Накопленное сальдо от основной деятельности за прогнозный период составит **3 886 717 руб.**, из которых осуществляется возврат инвестиций, доплаты персоналу и доход владельца проекта.

Данные отчета представлены далее по каждому периоду планирования помесячно и по годам.

Таблица 33. План движения денежных средств по месяцам.

	ОДДС											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления от основной деятельности	0	0	154 440	231 660	308 880	386 100	463 320	540 540	617 760	694 980	772 200	926 640
Выбытия на текущую деятельность:	160 000	166 500	343 854	448 695	532 704	595 465	616 978	648 491	671 013	700 855	730 698	798 882
Текущие затраты	160 000	166 500	309 299	387 199	449 099	496 999	510 899	534 798	548 698	562 597	576 497	614 296
Прямые затраты	0	0	5 287	7 930	10 573	13 217	15 860	18 503	21 146	23 790	26 433	31 720
Налоги	0	0	29 268	53 566	73 032	85 250	90 220	95 189	101 169	114 468	127 768	152 866
Сальдо от основной деятельности	-160 000	-166 500	-189 414	-217 035	-223 824	-209 365	-153 658	-107 951	-53 253	-5 875	41 502	127 758
Сальдо от основной деятельности, накопл.	**-160 000**	**-326 500**	**-515 914**	**-732 949**	**-956 773**	**-1 166 138**	**-1 319 796**	**-1 427 747**	**-1 481 000**	**-1 486 876**	**-1 445 373**	**-1 317 615**
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления инвестиций:	2 900 000	0	0	0	0	440 000	0	0	0	0	0	0
Вложения	2 900 000	0	0	0	0	440 000	0	0	0	0	0	0
Выбытия на инвестиционную деятельность:	1 263 086	455 884	125 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Подготовка к открытию	62 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Подготовка помещения	88 236	205 884	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Оборудование барбершопа	1 087 850	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Брендинг	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления инвестиций:	2 900 000	0	0	0	0	440 000	0	0	0	0	0	0
Вложения	2 900 000	0	0	0	0	440 000	0	0	0	0	0	0
Выбытия на финансовую деятельность:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уплата процентов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Остаток ДС на конец периода	**1 476 914**	**-622 384**	**-314 414**	**-217 035**	**-223 824**	**230 635**	**-153 658**	**-107 951**	**-53 253**	**-5 875**	**41 502**	**127 758**
Остаток ДС накопленным итогом	**1 476 914**	**854 530**	**540 116**	**323 081**	**99 257**	**329 892**	**176 234**	**68 283**	**15 030**	**9 154**	**50 657**	**178 415**

	ОДДС											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления от основной деятельности	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080
Выбытия на текущую деятельность:	926 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566
Текущие затраты	722 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095
Прямые затраты	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006
Налоги	167 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465
Сальдо от основной деятельности	154 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514
Сальдо от основной деятельности, накопл.	**-1 163 101**	**-940 587**	**-718 074**	**-495 560**	**-273 046**	**-50 532**	**171 982**	**394 496**	**617 009**	**839 523**	**1 062 037**	**1 284 551**
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления инвестиций:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Вложения	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Выбытия на инвестиционную деятельность:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Подготовка к открытию	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Подготовка помещения	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Оборудование барбершопа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Брендинг	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления инвестиций:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Вложения	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Выбытия на финансовую деятельность:	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667
Уплата процентов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667
Остаток ДС на конец периода	**-68 153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**	**-153**
Остаток ДС накопленным итогом	**110 262**	**110 109**	**109 956**	**109 804**	**109 651**	**109 498**	**109 345**	**109 192**	**109 039**	**108 887**	**108 734**	**108 581**

	ОДДС											
все расчеты в руб.	**2020**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления от основной деятельности	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080	1 081 080
Выбытия на текущую деятельность:	926 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566	858 566
Текущие затраты	722 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095	642 095
Прямые затраты	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006
Налоги	167 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465
Сальдо от основной деятельности	154 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514
Сальдо от основной деятельности, накопл.	**1 439 065**	**1 661 579**	**1 884 092**	**2 106 606**	**2 329 120**	**2 551 634**	**2 774 148**	**2 996 662**	**3 219 175**	**3 441 689**	**3 664 203**	**3 886 717**
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления инвестиций:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Вложения	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Выбытия на инвестиционную деятельность:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Подготовка к открытию	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Подготовка помещения	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Оборудование барбершопа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Брендинг	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ												
Поступления инвестиций:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Вложения	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Выбытия на финансовую деятельность:	222 667	222 667	222 667	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уплата процентов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	222 667	222 667	222 667	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Остаток ДС на конец периода	**-68 153**	**-153**	**-153**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**
Остаток ДС накопленным итогом	**40 428**	**40 275**	**40 122**	**262 636**	**485 150**	**707 664**	**930 178**	**1 152 692**	**1 375 205**	**1 597 719**	**1 820 233**	**2 042 747**

Таким образом, доход владельца проекта за первые 3 года планирования составит **2 042 747** руб. после уплаты налогов, всех затрат и возврата вложенных средств. Из этих средств планируется также осуществлять доплаты персоналу, а на остаток начислять налог на дивиденды по ставке **13**%.

Таблица 34. Прогноз движения денежных средств по годам.

все расчеты в руб.		12	24	36
	Итого, руб.	**2018**	**2019**	**2020**
Порядковый номер месяца		1 год	2 год	3 год
ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ				
Поступления от основной деятельности	**31 042 440**	5 096 520	12 972 960	12 972 960
Выбытия на текущую деятельность:	**27 155 723**	6 414 135	10 370 794	10 370 794
Текущие затраты	20 887 172	5 316 882	7 785 145	7 785 145
Прямые затраты	1 062 607	174 458	444 074	444 074
Налоги	5 205 945	922 795	2 141 575	2 141 575
Сальдо от основной деятельности	**3 886 717**	-1 317 615	2 602 166	2 602 166
Сальдо от основной деятельности, накопл.		**-1 317 615**	**1 284 551**	**3 886 717**
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	0			
Поступления инвестиций:	3 340 000	3 340 000	0	0
Вложения	3 340 000	3 340 000	0	0
Выбытия на инвестиционную деятельность:	1 843 970	1 843 970	0	0
Подготовка к открытию	62 000	62 000	0	0
Подготовка помещения	294 120	294 120	0	0
Оборудование барбершопа	1 087 850	1 087 850	0	0
Брендинг	0	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ				
Поступления инвестиций:	3 340 000	3 340 000	0	0
Вложения	3 340 000	3 340 000	0	0
Выбытия на финансовую деятельность:	3 340 000	0	2 672 000	668 000
Уплата процентов	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	3 340 000	0	2 672 000	668 000
Остаток ДС на конец периода	**2 042 747**	178 415	-69 834	1 934 166
Остаток ДС накопленным итогом		**178 415**	**108 581**	**2 042 747**

В данном проекте собственник является также и инвестором, который вкладывает в предприятие собственные средства.

10.3. ПЛАН ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ (ОПУ)

Представляет собой самую привычную форму финансовой оценки (форма №2 приложения к балансу предприятия). Назначение этой формы – анализ на каждом интервале планирования соотношения доходов предприятия (проекта), относимых в соответствии с учетной политикой предприятия к данному периоду, со связанными с ними расходами, а также налоговыми выплатами и дивидендами.

Отчет (прогноз) о прибылях и убытках необходим для оценки эффективности текущей (хозяйственной) деятельности. Его анализ позволяет также оценить размер чистой прибыли, являющейся наряду с амортизацией одним из основных источников денежных средств для возврата займов, привлеченных на финансирование инвестиционных издержек проекта.

Таблица 35. План прибылей и убытков помесячно.

	ОПУ											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Поступления от основной деятельности	**0**	**0**	**154 440**	**231 660**	**308 880**	**386 100**	**463 320**	**540 540**	**617 760**	**694 980**	**772 200**	**926 640**
Выбытия на текущую деятельность:	**196 475**	**217 027**	**397 853**	**502 694**	**586 703**	**649 464**	**670 977**	**702 490**	**725 012**	**754 855**	**784 697**	**852 881**
Текущие затраты	160 000	166 500	217 500	217 500	217 500	227 500	227 500	237 500	237 500	237 500	237 500	247 500
Прямые затраты	0	0	5 287	7 930	10 573	13 217	15 860	18 503	21 146	23 790	26 433	31 720
ФОТ	0	0	91 799	169 699	231 599	269 499	283 399	297 298	311 198	325 097	338 997	366 796
Налоги	0	0	29 268	53 566	73 032	85 250	90 220	95 189	101 169	114 468	127 768	152 866
Амортизация	36 475	50 527	53 999	53 999	53 999	53 999	53 999	53 999	53 999	53 999	53 999	53 999
Проценты по кредиту	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль от текущей деятельности	**-196 475**	**-217 027**	**-243 413**	**-271 034**	**-277 823**	**-263 364**	**-207 657**	**-161 950**	**-107 252**	**-59 875**	**-12 497**	**73 759**
Чистая прибыль	**-196 475**	**-217 027**	**-243 413**	**-271 034**	**-277 823**	**-263 364**	**-207 657**	**-161 950**	**-107 252**	**-59 875**	**-12 497**	**73 759**
Чистая прибыль накопл.	-196 475	-413 502	-656 915	-927 949	-1 205 772	-1 469 136	-1 676 793	-1 838 743	-1 945 996	-2 005 870	-2 018 367	-1 944 608

	ОПУ											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Поступления от основной деятельности	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**
Выбытия на текущую деятельность:	**976 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**
Текущие затраты	327 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500
Прямые затраты	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006
ФОТ	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595
Налоги	167 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465
Амортизация	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833
Проценты по кредиту	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль от текущей деятельности	**104 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**
Чистая прибыль	**104 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**
Чистая прибыль накопл.	-1 839 927	-1 667 246	-1 494 564	-1 321 883	-1 149 202	-976 520	-803 839	-631 158	-458 476	-285 795	-113 114	59 568

	ОПУ											
все расчеты в руб.	**2020**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Поступления от основной деятельности	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**
Выбытия на текущую деятельность:	**976 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**	**908 399**
Текущие затраты	327 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500
Прямые затраты	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006	37 006
ФОТ	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595
Налоги	167 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465	179 465
Амортизация	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833
Проценты по кредиту	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль от текущей деятельности	**104 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**
Чистая прибыль	**104 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**	**172 681**
Чистая прибыль накопл.	164 249	336 930	509 612	682 293	854 974	1 027 656	1 200 337	1 373 018	1 545 700	1 718 381	1 891 062	2 063 744

Таблица 36. План прибылей и убытков по годам.

все расчеты в руб.		12	24	36
	Итого, руб.	**2018**	**2019**	**2020**
Порядковый номер месяца		1 год	2 год	3 год
Поступления от основной деятельности	**31 042 440**	5 096 520	12 972 960	12 972 960
Выбытия на текущую деятельность:	**28 978 696**	7 041 128	10 968 784	10 968 784
Текущие затраты	8 731 500	2 631 500	3 050 000	3 050 000
Прямые затраты	1 062 607	174 458	444 074	444 074
ФОТ	12 155 672	2 685 382	4 735 145	4 735 145
Налоги	5 205 945	922 795	2 141 575	2 141 575
Амортизация	1 822 973	626 993	597 990	597 990
Проценты по кредиту	0	0	0	0
Прибыль от текущей деятельности	**2 063 744**	**-1 944 608**	**2 004 176**	**2 004 176**
Чистая прибыль	**2 063 744**	**-1 944 608**	**2 004 176**	**2 004 176**
Чистая прибыль накопл.		-16 300 126	-10 682 155	13 367 956

Таблица 37. Показатели ОПУ.

Чистая прибыль	2 063 744
Текущие расходы с аморт. и налогами	28 978 696
Рентабельность по прибыли	7,12%
Рентабельность по чистой прибыли	**6,58%**

График 17. Выручка, затраты, прибыль.

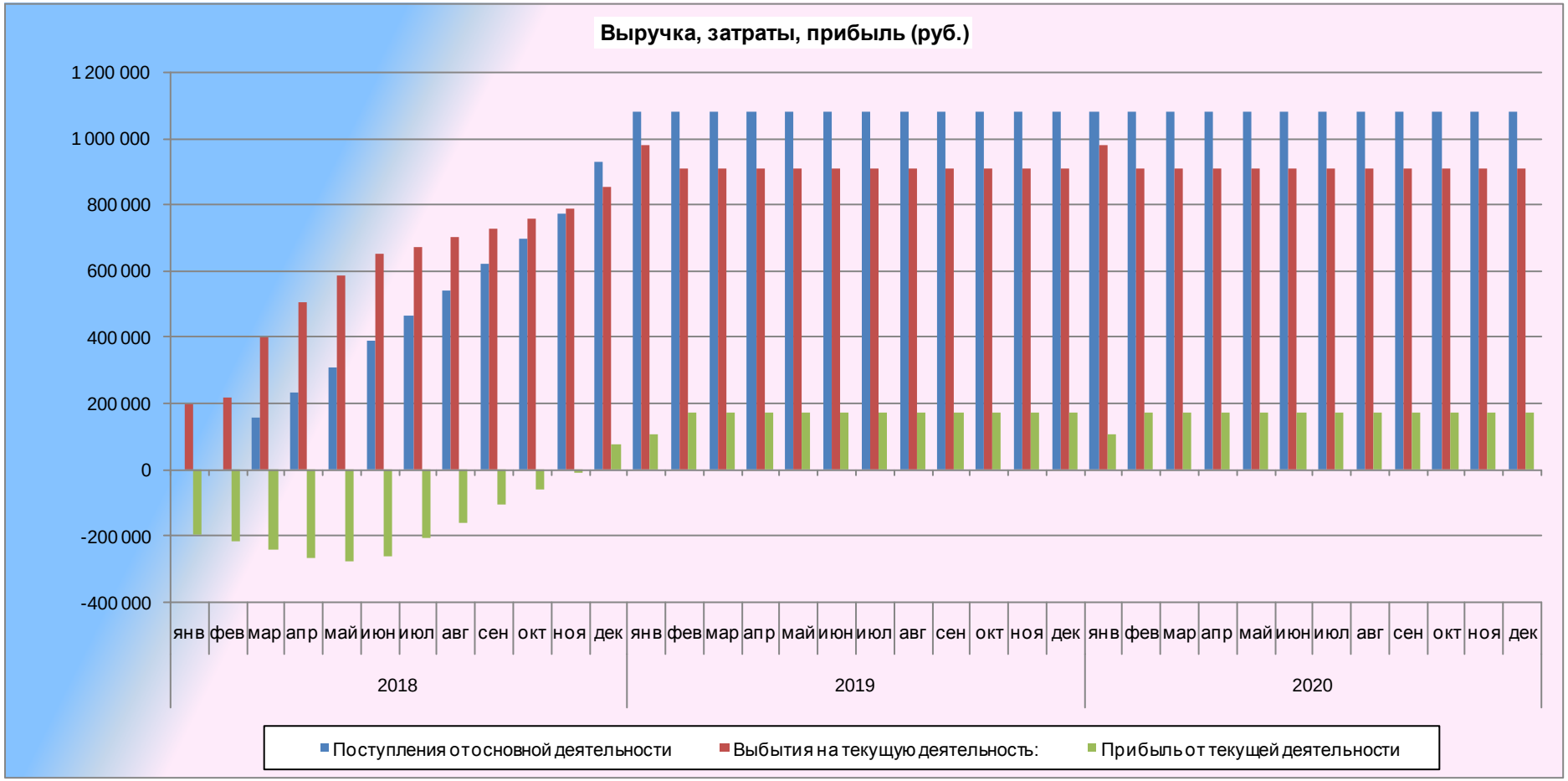


График 18. Динамика чистой прибыли.

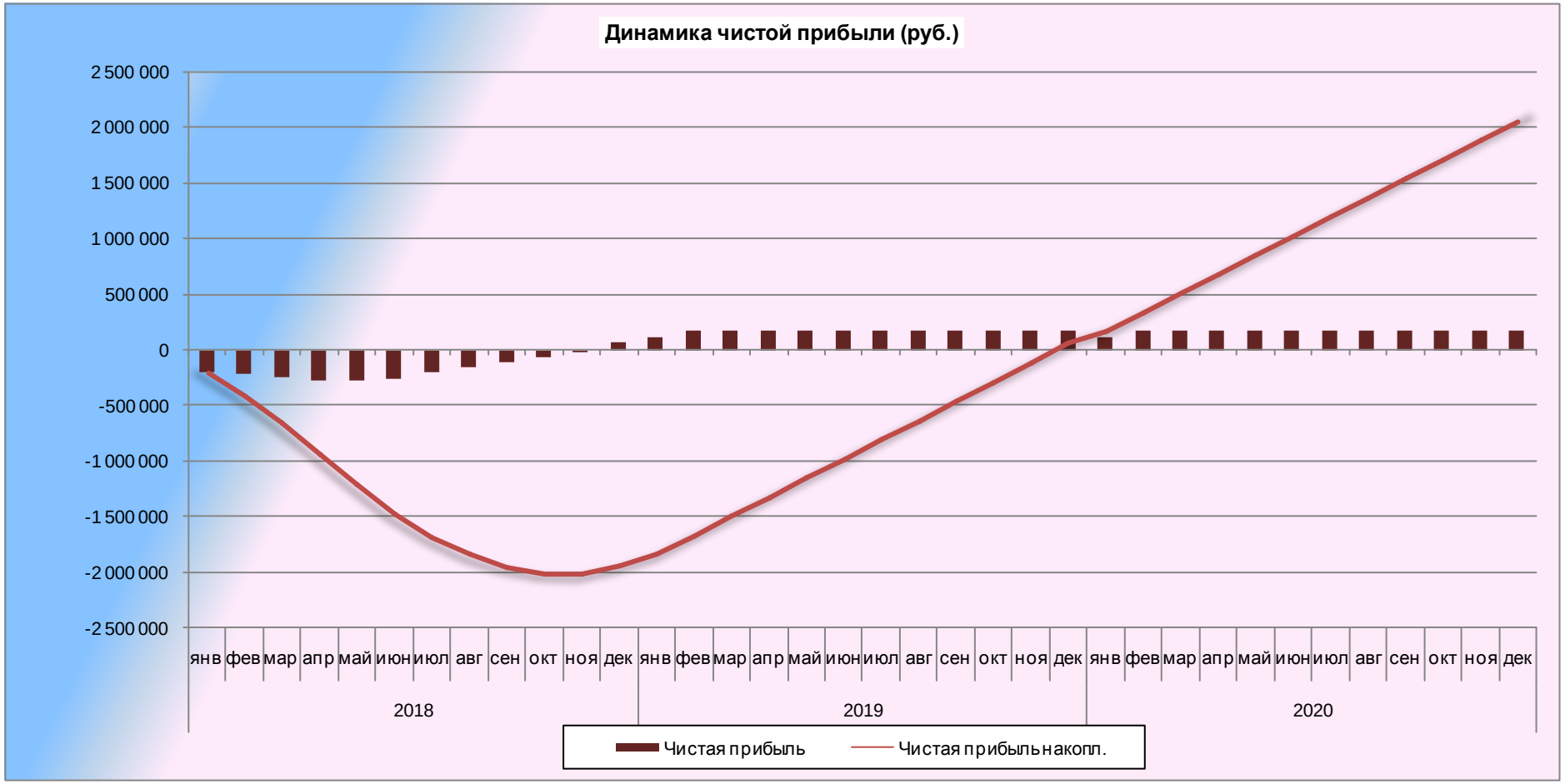
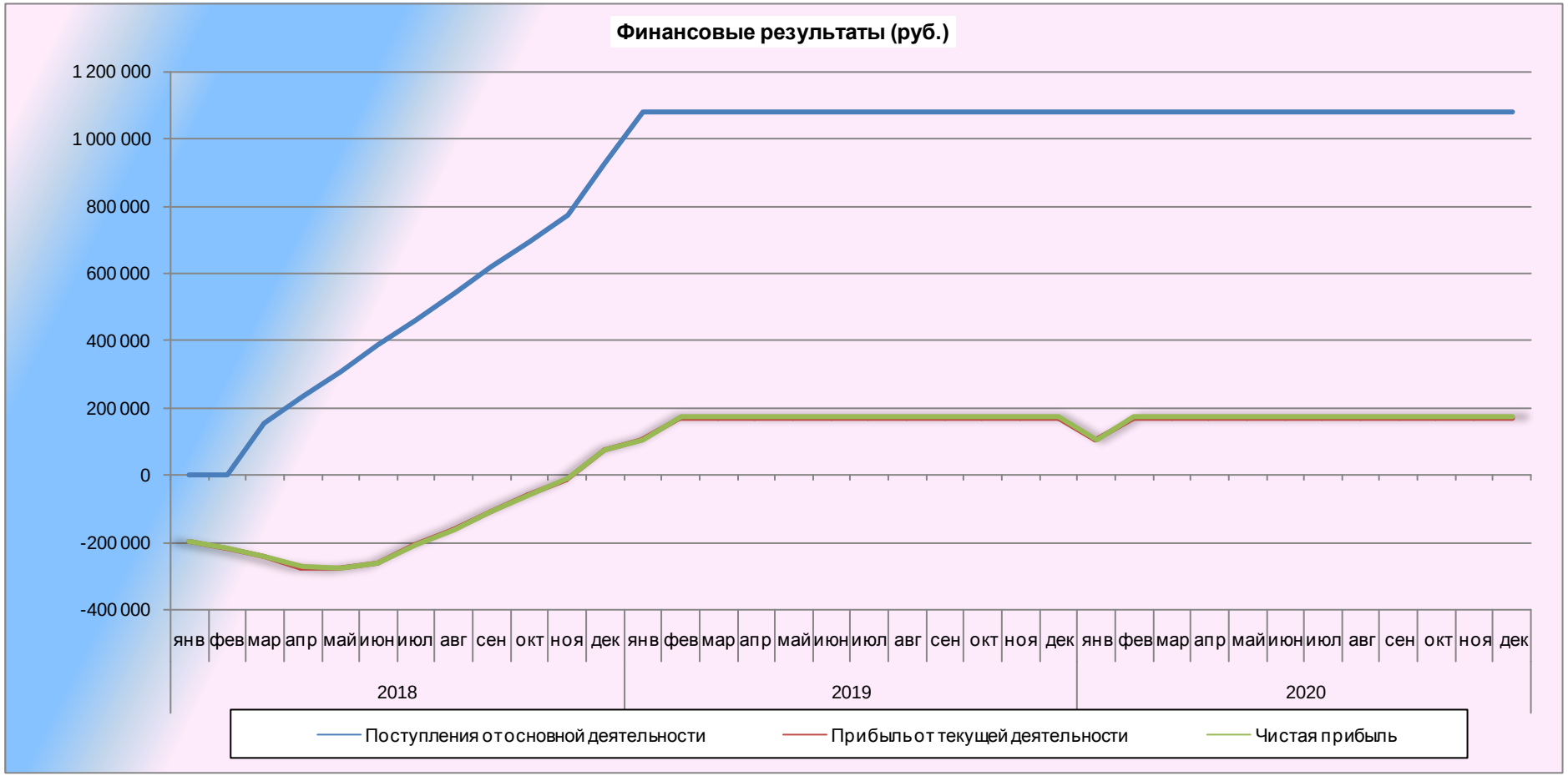


График 19. Финансовые результаты.



10.4. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Принятой в данном бизнес-плане системой налогообложения является Упрощенная система налогообложения (УСН), по которой действуют следующие виды и ставки налогов.

УСН – 15% на разницу между выручкой и суммой все текущих затрат. Если в какой-либо период это значение отрицательное, в бюджет отчисляется 1% от выручки.

Условный единый социальный налог. Единый социальный налог в расчетах включен в состав расходов по содержанию персонала по общеустановленной ставке в размере 30% от фонда оплаты труда + минимальный взнос 0,2 % для страхования от несчастных случаев = 30,2 %.

Диаграмма 15. Структура налоговых отчислений.

Как видно из диаграммы, основная налоговая нагрузка приходится на отчисления по ФОТ – **70,5**%.

Доля налогов в выручке – **16,8**% (при доле <20% оптимизация нецелесообразна).

Расчет налоговых отчислений помесячно на период планирования приведен далее.

Таблица 38. Налогообложение.

	Текущие налоги											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Отчисления по ФОТ	0	0	27 723	51 249	69 943	81 389	85 586	89 784	93 982	98 179	102 377	110 772
Отчисления по УСН	0	0	1 544	2 317	3 089	3 861	4 633	5 405	7 187	16 289	25 391	42 094
Итого налоги, руб.	**0**	**0**	**29 268**	**53 566**	**73 032**	**85 250**	**90 220**	**95 189**	**101 169**	**114 468**	**127 768**	**152 866**

	Текущие налоги											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Отчисления по ФОТ	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168
Отчисления по УСН	48 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297
Итого налоги, руб.	**167 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**

	Текущие налоги												
все расчеты в руб.	**2020**												
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**	**Итого, руб.**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Отчисления по ФОТ	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	119 168	3 671 013
Отчисления по УСН	48 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	60 297	1 534 932
Итого налоги, руб.	**167 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**179 465**	**5 205 945**

Таким образом, налогов будет начисляться в среднем по **2 141 575** руб. / год.

10.5. ПРОГНОЗ РАСЧЕТОВ С ИНВЕСТОРОМ

Для реализации проекта требуется инвестировать **3 340 000** руб. Финансирование осуществляется за счет собственных средств владельца проекта.

Финансирование привлекается двумя траншами по следующей схеме:

1. **2 900 000** руб. (86,8% инвестиций) за счет собственных средств владельца проекта, привлекаются в **1**-м месяце от начала проекта, возврат транша – с **13**-го по **27**-й месяц включительно;
2. **440 000** руб. (13,2% инвестиций) за счет собственных средств владельца проекта, привлекаются в **6**-м месяце, возврат транша – с **13**-го по **27**-й месяц включительно.

Срок окупаемости проекта – **2,3** года (27 месяцев).

После возврата вложенных средств доход владельца проекта за прогнозный период (3 года) оценивается в **2 042 747** руб.

Далее приводится план расчетов предприятия с кредитором.

Таблица 39. План получения и возврата кредита.

	Кредиты											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Поступление траншей	2 900 000	0	0	0	0	440 000	0	0	0	0	0	0
Уплата процентов по траншам	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Суммарные платежи по траншам	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Текущий остаток долга	***2 900 000***	***2 900 000***	***2 900 000***	***2 900 000***	***2 900 000***	***3 340 000***	***3 340 000***	***3 340 000***	***3 340 000***	***3 340 000***	***3 340 000***	***3 340 000***

	Кредиты											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Поступление траншей	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уплата процентов по траншам	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667
Суммарные платежи по траншам	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667	222 667
Текущий остаток долга	***3 117 333***	***2 894 667***	***2 672 000***	***2 449 333***	***2 226 667***	***2 004 000***	***1 781 333***	***1 558 667***	***1 336 000***	***1 113 333***	***890 667***	***668 000***

	Кредиты												
все расчеты в руб.	**2020**												
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**	**Итого, руб.**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Поступление траншей	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 340 000
Уплата процентов по траншам	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Возврат основной суммы долга	222 667	222 667	222 667	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 340 000
Суммарные платежи по траншам	222 667	222 667	222 667	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 340 000
Текущий остаток долга	***445 333***	***222 667***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***	***0***

График 20. Получение и погашение долга.

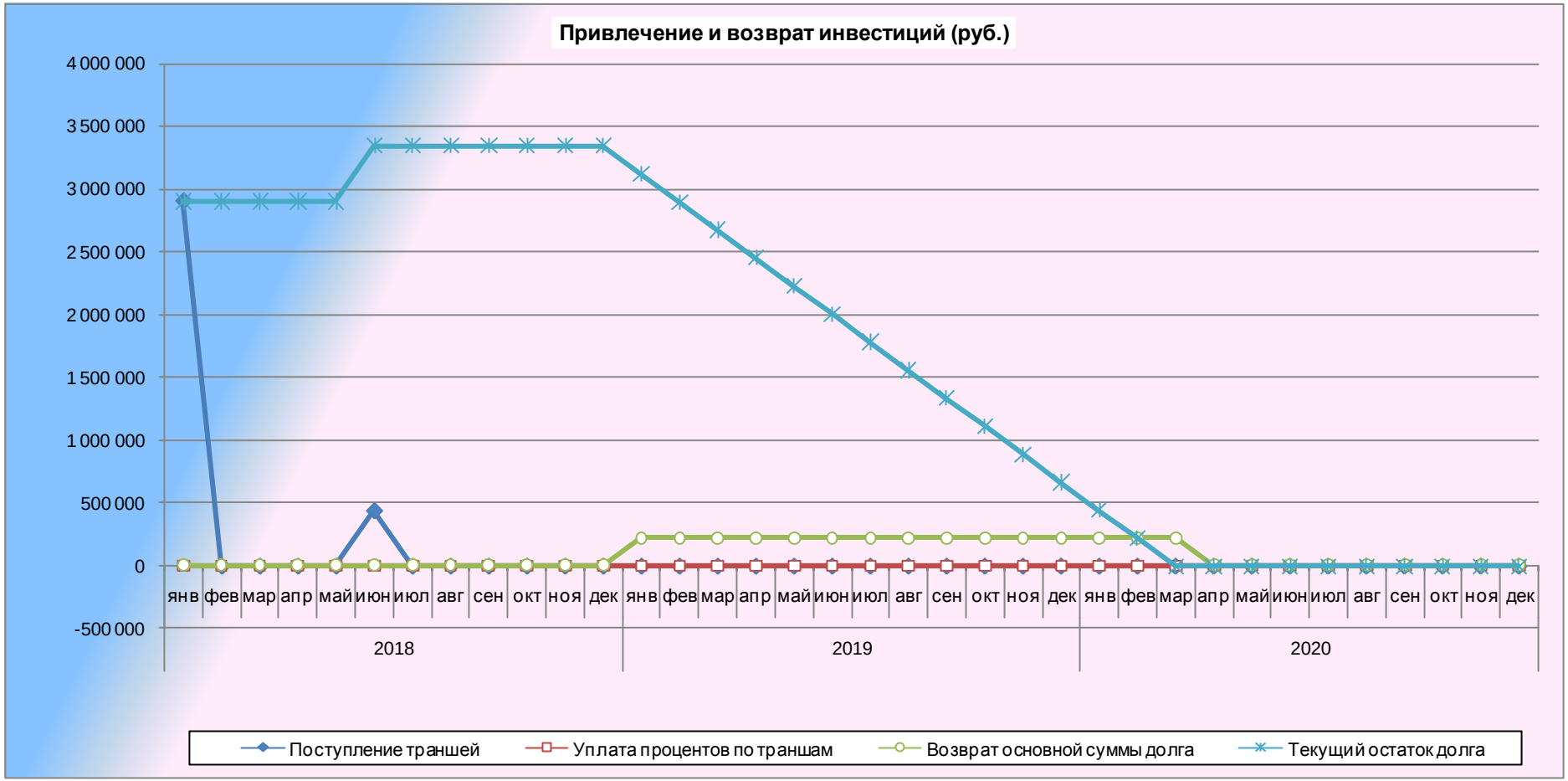
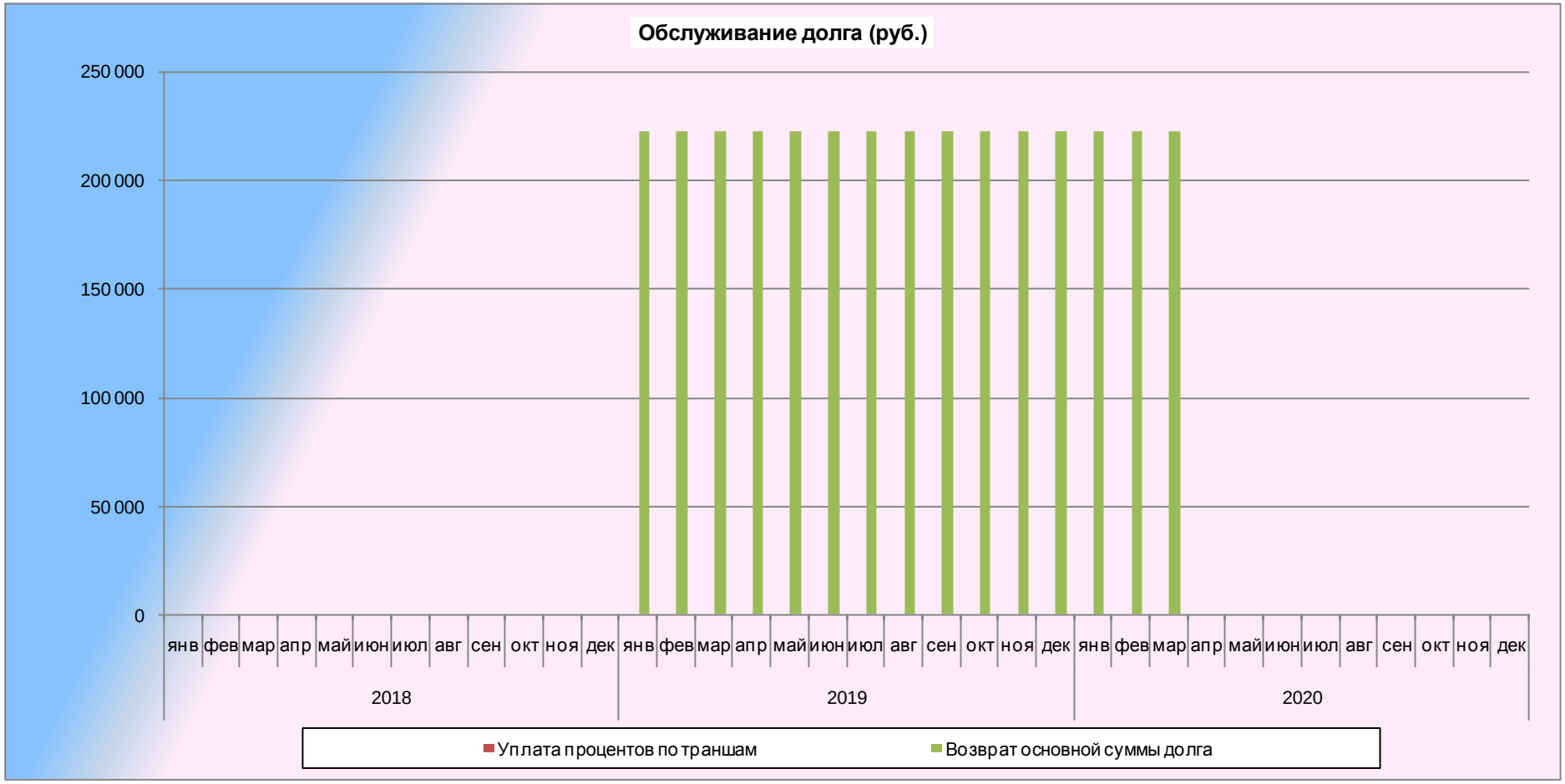


График 21. Обслуживание долга (руб.).



После возврата инвестиций доход распределяется между персоналом предприятия и владельцем проекта.

10.6. ПРОГНОЗ ДОХОДОВ ВЛАДЕЛЬЦА ПРОЕКТА

Доход от основной деятельности – это источник для погашения долга, выплат премий персоналу, оплаты дополнительных необходимых расходов, реинвестирования средств в развитие предприятия. Остальные денежные средства поступают в распоряжение владельцев проекта (команды проекта) в качестве собственного резерва оборотных средств и прибыли, распределяемой между членами команды проекта в соответствии с договором между ними с учетом распределения их обязанностей по проекту.

NPV по деньгам это показатель того, что предприятие гарантированно расплатится со всеми долгами, включая собственные средства владельца проекта и средства партнера. Если определять NPV безотносительно к тому, перед кем возникает у предприятия задолженность, то положительная величина NPV означает сумму, которую заработает сам владелец проекта от реализации проекта.

Важно отметить, что NPV означает величину дохода за прогнозный период. При рентабельном, экономически эффективном проекте предприятию хватает дохода, чтобы гарантированно расплатиться с банком или инвестором.

Таблица 40. Показатели эффективности инвестиций.

Показатель	Значение	Размер-ть
Месячная ставка дисконтирования в номинальных ценах	1,098%	%/мес
Годовая ставка дисконтирования в номинальных ценах	14,0%	%/год
NPV проекта на момент его начала	**915 136**	руб.
PI проекта = 1 + NPV / DSI = коэф. возврата инвестиций	**1,498**	б/р
IRR проекта (максимальная ставка дисконтирования)	**31,58%**	%
Период окупаемости по денежным потокам (дисконтированный)	31	мес
Период окупаемости по денежным потокам (дисконтированный)	2,58	год

Минимумом принятия решения обычно считается значение PI > 1 и IRR > 1,0%.

Расчет NPV на протяжении периода планирования приведен далее.

Таблица 41. Расчет NPV проекта.

	NPV											
все расчеты в руб.	**2018**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Инвестиционные затраты + % по кредиту	1 263 086	455 884	125 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сальдо от основной деятельности	-160 000	-166 500	-189 414	-217 035	-223 824	-209 365	-153 658	-107 951	-53 253	-5 875	41 502	127 758
Коэффициент дисконтирования	***1,0000***	***0,9891***	***0,9784***	***0,9678***	***0,9573***	***0,9469***	***0,9366***	***0,9264***	***0,9164***	***0,9064***	***0,8966***	***0,8868***
Денежный поток проекта	**-1 423 086**	**-622 384**	**-314 414**	**-217 035**	**-223 824**	**-209 365**	**-153 658**	**-107 951**	**-53 253**	**-5 875**	**41 502**	**127 758**
Недисконтированный денежный поток накопл.	-1 423 086	-2 045 470	-2 359 884	-2 576 919	-2 800 743	-3 010 108	-3 163 766	-3 271 717	-3 324 970	-3 330 846	-3 289 343	-3 161 585
Дисконтированный денежный поток	**-1 423 086**	**-615 625**	**-307 622**	**-210 041**	**-214 259**	**-198 241**	**-143 914**	**-100 007**	**-48 799**	**-5 326**	**37 209**	**113 299**
Дисконтированный денежный поток накопл.	-1 423 086	-2 038 711	-2 346 333	-2 556 374	-2 770 633	-2 968 874	-3 112 788	-3 212 795	-3 261 594	-3 266 919	-3 229 710	-3 116 411
Дисконтированные инвестиции в проект	**1 263 086**	**450 933**	**122 300**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

	NPV											
все расчеты в руб.	**2019**											
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**
Порядковый номер месяца	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Инвестиционные затраты + % по кредиту	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сальдо от основной деятельности	154 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514
Коэффициент дисконтирования	***0,8772***	***0,8677***	***0,8582***	***0,8489***	***0,8397***	***0,8306***	***0,8216***	***0,8126***	***0,8038***	***0,7951***	***0,7865***	***0,7779***
Денежный поток проекта	**154 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**
Недисконтированный денежный поток накопл.	-3 007 071	-2 784 557	-2 562 044	-2 339 530	-2 117 016	-1 894 502	-1 671 988	-1 449 474	-1 226 961	-1 004 447	-781 933	-559 419
Дисконтированный денежный поток	**135 538**	**193 068**	**190 971**	**188 897**	**186 846**	**184 817**	**182 810**	**180 825**	**178 861**	**176 919**	**174 997**	**173 097**
Дисконтированный денежный поток накопл.	-2 980 873	-2 787 805	-2 596 834	-2 407 936	-2 221 090	-2 036 273	-1 853 463	-1 672 639	-1 493 778	-1 316 859	-1 141 862	-968 765
Дисконтированные инвестиции в проект	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

	NPV												
все расчеты в руб.	**2020**												
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**	**Итого, руб.**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Инвестиционные затраты + % по кредиту	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 843 970
Сальдо от основной деятельности	154 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	222 514	3 886 717
Коэффициент дисконтирования	***0,7695***	***0,7611***	***0,7528***	***0,7447***	***0,7366***	***0,7286***	***0,7207***	***0,7128***	***0,7051***	***0,6974***	***0,6899***	***0,6824***	
Денежный поток проекта	**154 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**222 514**	**2 042 747**
Недисконтированный денежный поток накопл.	-404 905	-182 391	40 122	262 636	485 150	707 664	930 178	1 152 692	1 375 205	1 597 719	1 820 233	2 042 747	
Дисконтированный денежный поток	**118 893**	**169 358**	**167 519**	**165 699**	**163 900**	**162 120**	**160 360**	**158 618**	**156 896**	**155 192**	**153 506**	**151 839**	**915 136**
Дисконтированный денежный поток накопл.	-849 871	-680 514	-512 995	-347 295	-183 395	-21 275	139 084	297 702	454 598	609 790	763 296	915 136	
Дисконтированные инвестиции в проект	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**1 836 319**

График 22. Чувствительность NPV к ставке дисконтирования.

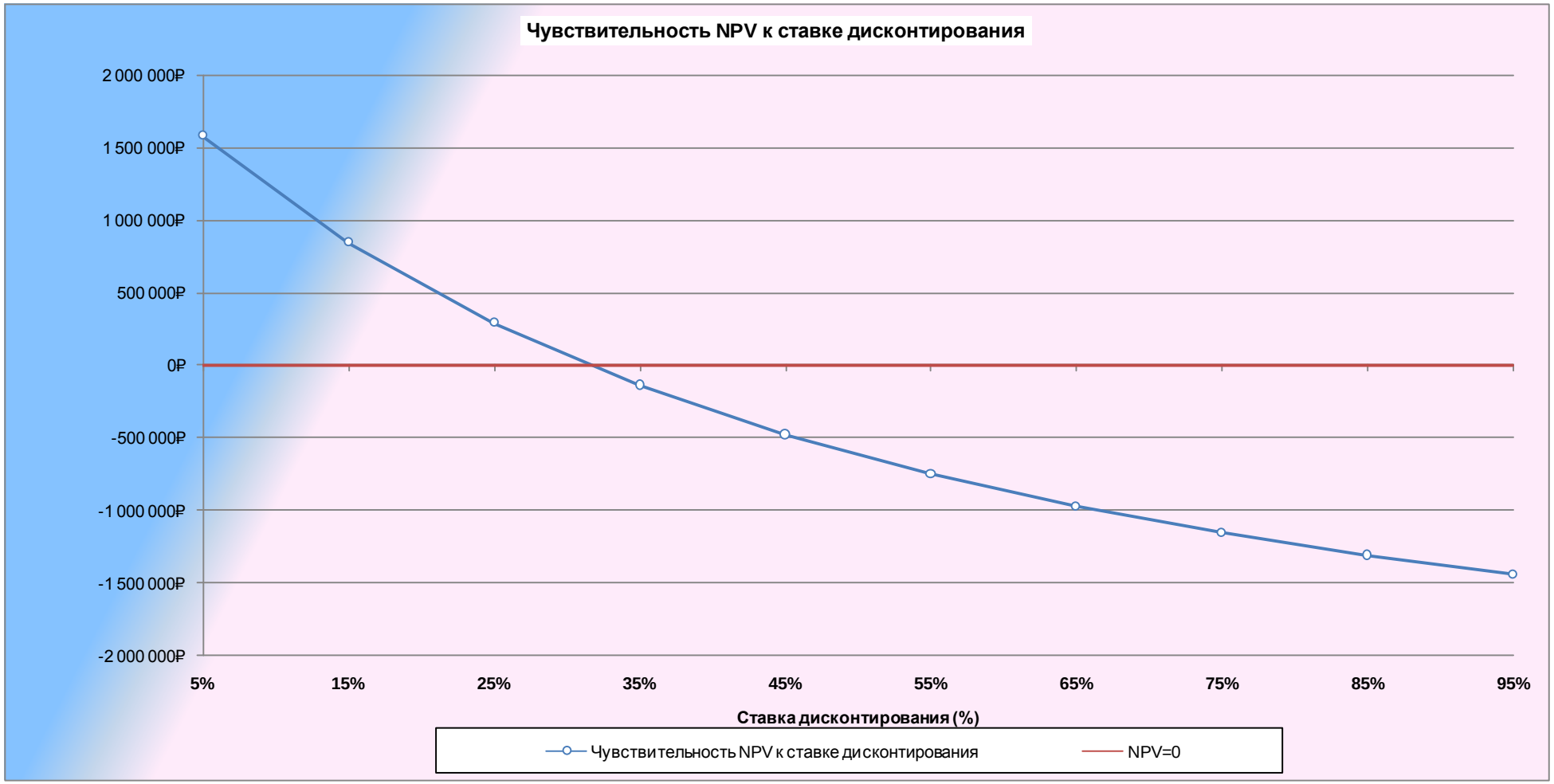


График 23. NPV проекта и недисконтированный денежный поток.

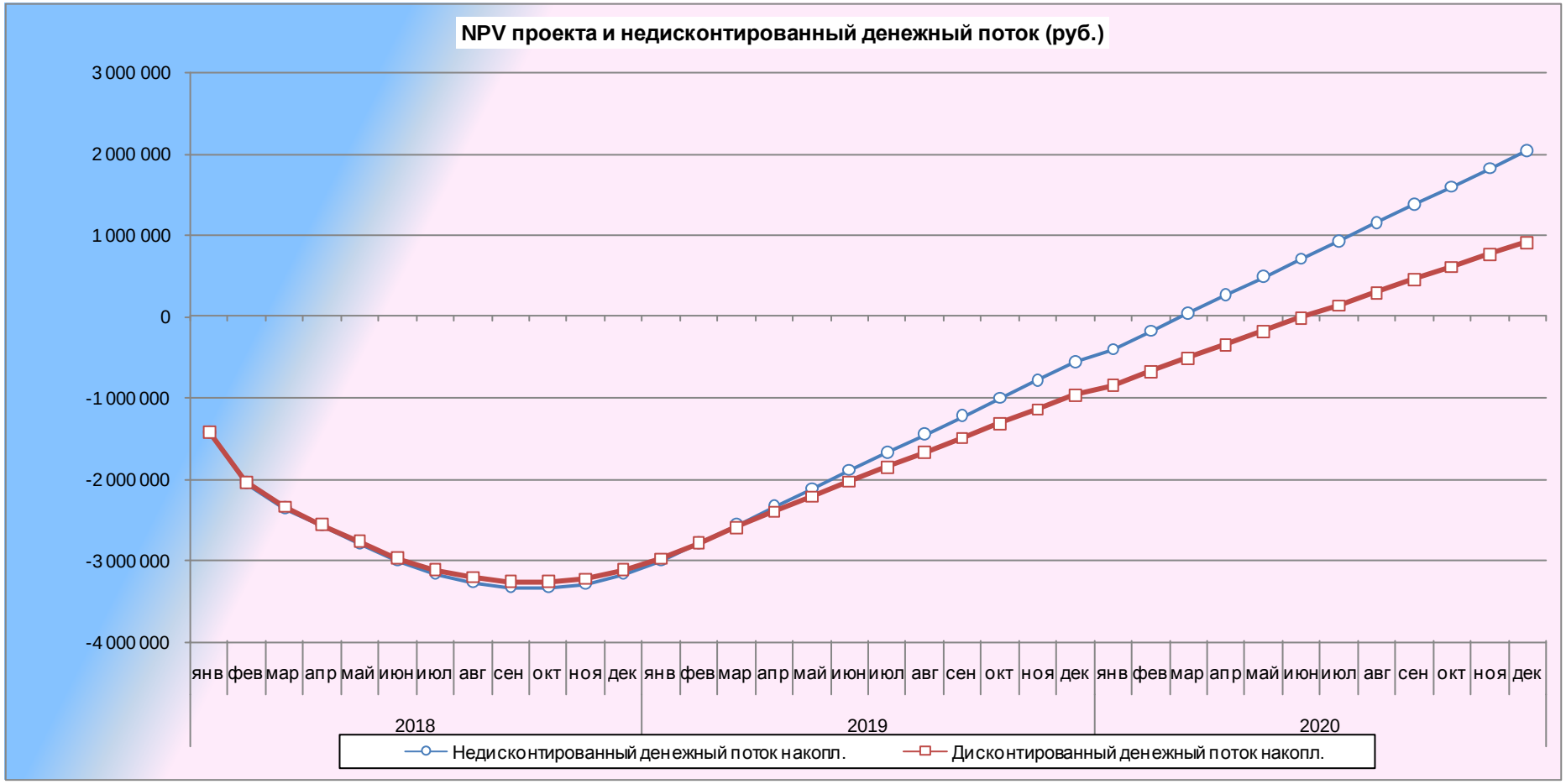
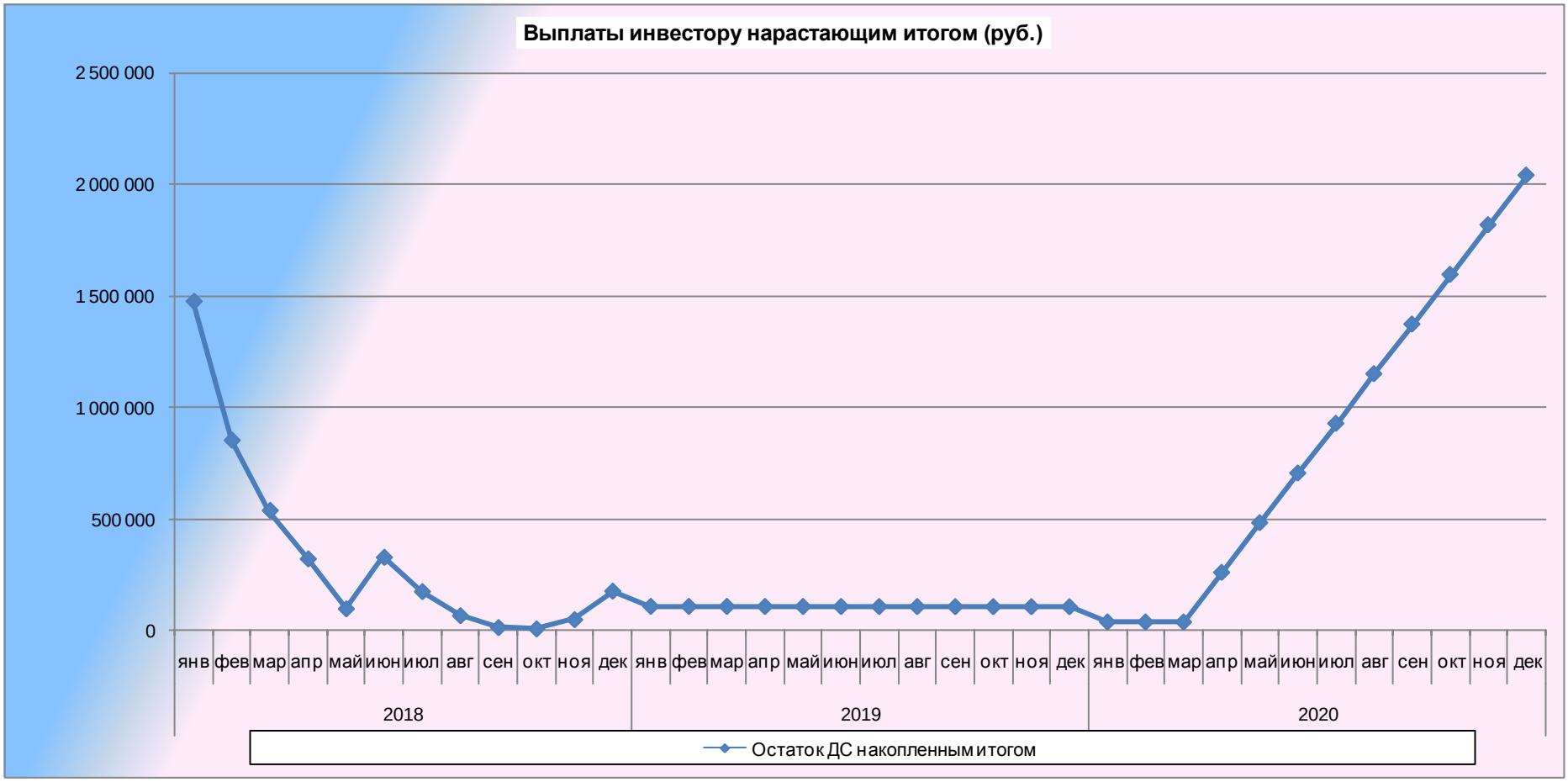


График 24. Выплаты инвестору нарастающим итогом.

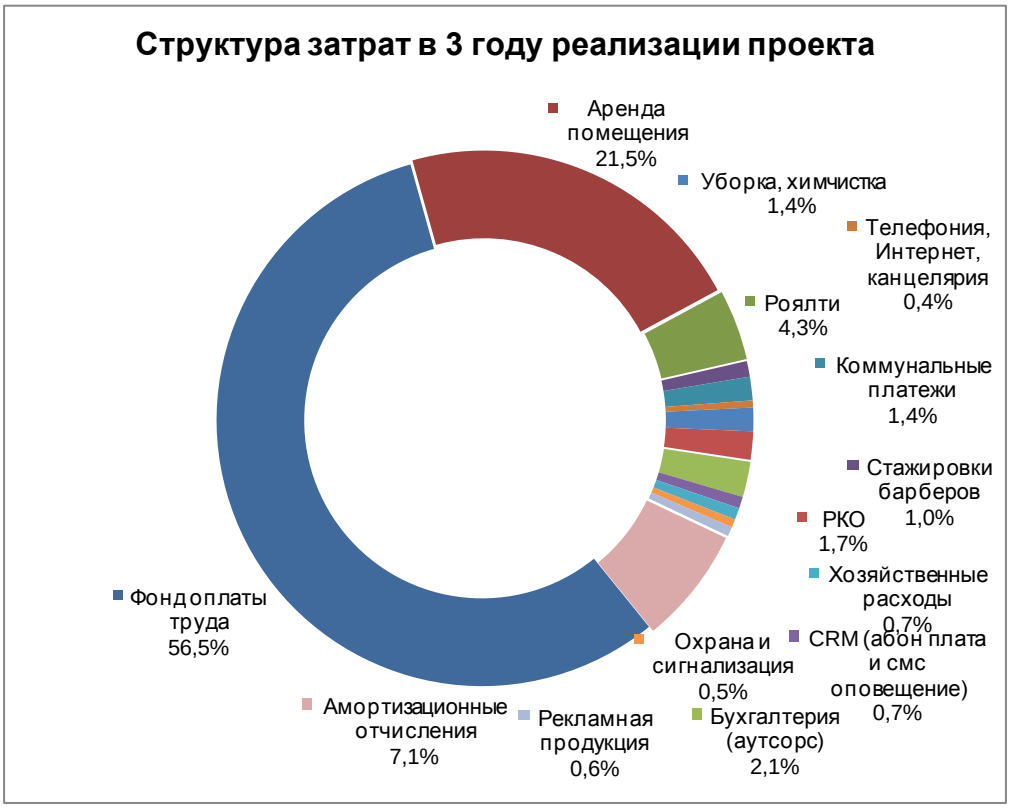


10.7. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ПРОЕКТА

Таблица 42. Финансовый анализ проекта (3-й год).

	Финансовый анализ												
все расчеты в руб.	**2020**												
	янв	**фев**	**мар**	**апр**	**май**	**июн**	**июл**	**авг**	**сен**	**окт**	**ноя**	**дек**	**Итого, руб.**
Порядковый номер месяца	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Поступления от основной деятельности	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**1 081 080**	**12 972 960**
Выбытия на текущую деятельность:	**771 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**691 928**	**8 383 135**
Фонд оплаты труда	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	394 595	4 735 145
Аренда помещения	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 800 000
Роялти	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360 000
Стажировки барберов	80 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80 000
Коммунальные платежи	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
Телефония, Интернет, канцелярия	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
Уборка, химчистка	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
РКО	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	144 000
Бухгалтерия (аутсорс)	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	180 000
CRM (абон плата и смс оповещение)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Хозяйственные расходы	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
Охрана и сигнализация	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	42 000
Рекламная продукция	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	48 000
Амортизационные отчисления	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	49 833	597 990
Прибыль от текущей деятельности	**309 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**4 589 825**
Налог на прибыль	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чистая прибыль	**309 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**389 152**	**4 589 825**
Рентабельность продаж 3 года, %	35,38%												
Рентабельность продаж в целом по проекту, %	6,65%												
Рентабельность активов в целом по проекту, %	18,53%												

Диаграмма 16. Структура затрат в 3 году реализации пректа.



Как видно из диаграммы, большую долю в структуре затрат проекта на 3-м году реализации занимают ФОТ **– 56,5**% и аренда помещения – **21,5**% всех затрат.

Общий вывод

Бизнес-пан разработан на высоком профессиональном уровне, содержит все необходимые разделы и дополнительные сведения, повышающие его информативность и убедительность для инвесторов.

Проект демонстрирует экономическую эффективность, является привлекательным для инвестирования и направлен на более качественное удовлетворение потребностей населения в красоте и уходе.

11. ПРИЛОЖЕНИЯ

11.1. ГОСТ Р 51142-98 УСЛУГИ БЫТОВЫЕ. УСЛУГИ ПАРИКМАХЕРСКИХ. ОБЩИЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

ГОСТ Р 51142-98

Группа Р07

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Услуги бытовые

УСЛУГИ ПАРИКМАХЕРСКИХ

Общие технические условия

Services. Hairdressing services. General specifications

ОКС 03.080
ОКСТУ 031

Дата введения 1998-07-01

1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящий стандарт распространяется на услуги парикмахерских, оказываемые организациями независимо от их организационно-правовой формы, а также индивидуальными предпринимателями (далее - исполнители услуг парикмахерских).
Стандарт устанавливает общие технические требования к качеству услуг парикмахерских, классификацию услуг парикмахерских и требования к исполнителям услуг парикмахерских в соответствии с их категорией.
Настоящий стандарт является основополагающим при разработке нормативных документов на конкретные виды услуг парикмахерских.
Требования безопасности изложены в разделах 6, 7.
(Измененная редакция, Изм. N 1).

2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие стандарты:
ГОСТ 28498-90 Термометры жидкостные стеклянные. Общие технические требования. Методы испытаний
ГОСТ 1770-74 (СТ СЭВ 1247-78, СТ СЭВ 4021-83, СТ СЭВ 4977-85) Посуда мерная лабораторная стеклянная. Цилиндры, мензурки, колбы, пробирки. Технические условия

(Измененная редакция, Изм. N 1).

3 ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:
3.1 Услуги парикмахерских - результат непосредственного взаимодействия организации и клиента, а также собственной деятельности организации по удовлетворению эстетических и гигиенических потребностей клиента.
3.2 Потребитель услуг парикмахерских - гражданин (клиент), получающий, заказывающий или имеющий намерение получить или заказать услуги парикмахерских для личных нужд.
3.3 Исполнитель услуг парикмахерских - организация, независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги парикмахерских по уходу за волосами, кожей лица и тела, ногтями, выполняющие постижерные работы (Парикмахерская, Салон-парикмахерская, Салон красоты или Салон-парикмахерская "Люкс").
(Измененная редакция, Изм. N 1).
3.4 Материалы - косметические и парфюмерные товары и препараты, используемые в процессе оказания услуг парикмахерских, а также постижерное сырье.
3.5 Услуга по уходу за волосами - физическое и химическое воздействия на волосы или кожу головы в целях удовлетворения потребностей клиента.
3.6 Услуга по уходу за кожей лица и тела (косметическая услуга) - физическое и химическое воздействия на кожу лица и тела, брови и ресницы клиента в целях их омоложения, а также придания лицу индивидуальной выразительности с использованием средств декоративной косметики для удовлетворения эстетических потребностей клиента в соответствии с модой.
3.7 Услуга по уходу за ногтями и кожей кистей рук и стоп ног (маникюр, педикюр) - физическое и химическое воздействия на ногти и кожу кистей рук и стоп ног для их оздоровления и защиты в целях удовлетворения гигиенических и эстетических потребностей клиента.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
3.8 Массаж - физическое воздействие для омоложения лица и шеи клиента.
3.9 Постижерные работы - изготовление и ремонт париков, накладных усов, бород, бакенбард, полупариков, накладок, кос, шиньонов и украшений из волос по индивидуальным заказам клиента.
3.10 Технологический процесс оказания услуги парикмахерских - совокупность операций по удовлетворению эстетических и гигиенических потребностей клиента, выполняемых в соответствии с технологической документацией на данный вид услуги.
3.11 Качество услуги парикмахерских - совокупность характеристик услуги парикмахерских, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности клиента.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
3.12 Качество обслуживания - совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей клиента.

3.13 Технический документ на услугу парикмахерских - документ, устанавливающий технические, технологические, конструкторские и другие характеристики услуги парикмахерских.

4 КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ ПАРИКМАХЕРСКИХ

4.1 Настоящий стандарт предусматривает классификацию услуг парикмахерских [1] по технологическому признаку, месту проведения работ и уровню обслуживания клиентов.
4.2 По технологическому признаку услуги парикмахерских делят на:
- услуги по уходу за волосами;
- услуги по уходу за кожей лица и тела;
- услуги по уходу за ногтями и кожей кистей рук и стоп ног (маникюр, педикюр);
- массаж лица и шеи;
- постижерные работы.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
4.3 По месту проведения работ услуги парикмахерских делят на:
- услуги, оказываемые в организации (стационарно);
- услуги, оказываемые на базе клиента (выездные услуги).
4.4 По уровню качества услуги парикмахерских подразделяют на:
- услуги салонов красоты (салонов-парикмахерских "Люкс")
- услуги салонов-парикмахерских;
- услуги парикмахерских.
4.4.1 Перечень требований к исполнителям услуг парикмахерских в соответствии с их категорией приведен в приложении А. Перечень может быть использован для установления категории исполнителя услуг парикмахерских или как основа для разработки конкретной системы категорирования.
4.4, 4.4.1 (Измененная редакция, Изм. N 1).

5 ОБЩИЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

5.1 Услуги парикмахерских должны соответствовать требованиям настоящего стандарта.
5.2 Помещения, где проводят прием и оформление заказов от клиентов, должны соответствовать [2].
5.3 Услуги парикмахерских характеризуются показателями безопасности, экологичности и функциональными показателями.
Показатели безопасности и экологичности оценивают в соответствии с нормативными документами, устанавливающими эти показатели.
Функциональные показатели оценивают на основе нормативных документов, отражающих показатели назначения, а также на основе мнения клиентов.
5.4 Материалы (косметические, парфюмерные товары и препараты, постижерное сырье) и технологическое оборудование, вошедшие в Перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации [3], должны иметь сертификат соответствия и быть использованы согласно требованиям нормативных документов организаций-изготовителей.
5.5 Работник, оказывающий услуги парикмахерских (далее - работник), должен иметь специальное профессиональное образование и должен быть аттестован в соответствии

с квалификацией.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
5.5а Рабочее место работника должно быть оснащено комплектом оборудования, инструментов, приспособлений, отвечающих требованиям безопасности, производственной санитарии, эстетики и эргономики.
(Введен дополнительно, Изм. N 1).
5.6 Обязательными условиями для оказания услуг парикмахерских являются:
- документально подтвержденный профессиональный уровень мастерства работника и его знание требований безопасности, правил обслуживания и санитарных норм;
- наличие технологического оборудования, инструментов и материалов;
- наличие нормативных и технических документов на конкретные виды услуг парикмахерских.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
5.7 Техническое обслуживание и ремонт электрооборудования, используемого при оказании услуг парикмахерских, осуществляют в соответствии с нормативной и технической документацией организаций-изготовителей электрооборудования.

6 ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

6.1 В парикмахерских любой категории должны быть обеспечены: безопасность жизни и здоровья клиента, санитарно-гигиенические и технологические требования в соответствии с [2], [4], [5], [6], [7], а также с нормами, утвержденными региональными центрами государственного и санитарно-эпидемиологического надзора.
6.2 При оказании услуг парикмахерских должны быть соблюдены следующие требования безопасности:
6.2.1 Срок использования материалов по назначению должен соответствовать сроку годности, установленному изготовителем и [8].
6.2.2 При использовании материалов и проведении технологических процессов оказания услуг парикмахерских необходимо учитывать противопоказания и индивидуальную особенность клиента в соответствии с [5].
6.2.3 Перед началом технологических процессов оказания таких услуг парикмахерских, как химическая завивка, окраска волос, бровей и ресниц, необходимо проверить кожу клиента на чувствительность к используемым материалам в соответствии с технологией на данный вид услуг парикмахерских [5].
6.2.4 Нормы времени, расхода материалов и последовательность технологических операций должны быть соблюдены в соответствии с технологией на данный вид услуг парикмахерских.
6.2.5 Используемые инструменты и приспособления должны проходить обязательную дезинфекцию в соответствии с [5], [6].
6.2.6 Белье, применяемое при обслуживании клиентов, должно регулярно проходить санитарную обработку или быть одноразовым. Повторное применение использованного белья не допускается [5].
6.2.7 Температура воды, используемой при оказании услуг парикмахерских, в том числе косметических, должна соответствовать технологии на данный вид услуг с учетом индивидуальных особенностей клиента. При отсутствии технологического описания температурных режимов воды конкретного вида услуг парикмахерских температура

воды должна быть не менее 38 °С, но не более 50 °С.
6.2.6, 6.2.7 (Измененная редакция, Изм. N 1).
6.2.8 Реализация, применение и хранение материалов, составленных по индивидуальному рецепту и не имеющих гигиенических заключений, не допускаются.
6.3 При оказании услуг по уходу за волосами необходимо соблюдать дополнительные требования наряду с установленными в 6.2:
6.3.1 При химической завивке и окраске волос химическими красителями необходимо строго соблюдать состав, концентрацию и время воздействия (выдержки) применяемых химических препаратов в соответствии с технологией конкретных видов услуг с учетом индивидуальной структуры волос клиента. При отсутствии технологического описания указанных характеристик должны выполняться требования 6.3.2, 6.3.3, 6.3.4.
6.3.2 Концентрация (массовая доля) специального состава (фиксажа) при химической завивке волос не должна превышать 5%.
6.3.1, 6.3.2 (Измененная редакция, Изм. N 1).
6.3.3 Значение показателя концентрации ионов водорода (pH) препаратов для завивки волос должно быть от 7 до 11.
6.3.4 При окраске волос химическими красителями массовая доля пероксида (перекиси водорода) должна быть от 0,2 до 18,0%.
6.4 При оказании услуг по уходу за кожей лица и тела необходимо соблюдать дополнительные требования наряду с установленными в 6.2:
6.4.1 Работники должны иметь наряду со специальным профессиональным и медицинское образование не ниже среднего.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
6.4.2 При окраске бровей и ресниц массовая доля перекиси водорода в препарате должна быть не более 3%. Проверка на чувствительность кожи при оказании этой услуги - в соответствии с технологией на данный вид услуги [5].
6.4.3 Маски, предназначенные для ухода за кожей лица, следует применять в соответствии с инструкцией по использованию препарата с учетом типа кожи, ее чувствительности и физиологической особенности клиента.
6.4.4 Массаж лица и шеи, косметические услуги следует осуществлять в строгом соответствии с инструкциями и с учетом индивидуальных особенностей клиента.
6.4.5 При оказании услуг парикмахерских, предусматривающих воздействие ультрафиолетовых лучей, высоких температур, необходимо наличие рекомендации от лечащего врача клиента.
6.5 Услуги по уходу за ногтями и кожей кистей рук (маникюр) и уходу за ногтями и кожей стоп ног (педикюр) должны отвечать требованиям 6.2, а также санитарно-гигиеническим нормативам (использование кровоостанавливающих препаратов, стерилизаторов и т.д.).
6.6 Постижерные работы следует выполнять по техническим описаниям и образцам-моделям, изготовленным из натурального и синтетического материала (волос) в соответствии с нормативными документами.

7 ТРЕБОВАНИЯ К ЭКОЛОГИЧНОСТИ УСЛУГ ПАРИКМАХЕРСКИХ

7.1 Экологическая безопасность услуг парикмахерских должна быть обеспечена соблюдением установленных требований охраны окружающей среды, в частности

требований к техническому состоянию и содержанию помещений, вентиляции, водоснабжению и канализации согласно [4], [5], [6].
7.2 Отходы производства должны быть утилизованы в соответствии с [5].

8 МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ

8.1 Проверку соблюдения требований настоящего стандарта при оказании услуг парикмахерских осуществляют с помощью органолептических, аналитических и социологических методов контроля.
(Измененная редакция, Изм. N 1).
8.2 Проверку соблюдения требований раздела 5 и пунктов 6.2.8, 6.4.3-6.4.5, 6.5, 6.6, 7.1, 7.2 следует осуществлять непосредственно в организации. Указанные требования должны соответствовать требованиям [2], [3], [4], [5], [6], [7], а также требованиям технических документов на услуги парикмахерских.
8.3 Проверка соблюдения требований по 6.2.1-6.2.6, 6.3.1, 6.3.3, 6.4.1, 6.4.2 должна быть осуществлена на основе анализа нормативных и технических документов на оказываемые услуги парикмахерских и фактического состояния процесса оказания услуг парикмахерских.
8.4 Проверку по 6.2.7 осуществляют с помощью термометра по ГОСТ 302.
8.5 Проверку по 6.3.4 в случае приготовления раствора парикмахером осуществляют по техническому документу (методике) с использованием мерной посуды в соответствии с ГОСТ 1770 или аналогичной мерной посуды по нормативной и технической документации.
8.6 Проверку по 6.3.2 осуществляют с помощью часов.

Таблица 43. Перечень требований к исполнителям услуг парикмахерских в соответствии с их категорией.

Требования к исполнителю услуг парикмахерских	Салон красоты (Салон-парикмахерская "Люкс")*	Салон-парикмахерская**	Парикмахерская***
1 Соответствие услуг обязательным требованиям, определенным законом или в установленном им порядке; наличие подтверждения соответствия услуг обязательным требованиям, если такое подтверждение предусмотрено законом или в установленном им порядке	+	+	+
2 Соответствие услуг требованиям настоящего стандарта (для парикмахерской - только обязательным требованиям)	+	+	+
3 Соответствие исполнителя в целом особому стилю или направлению парикмахерского искусства и/или образу "Салона высокого качества" (учитываются специфика	+	+	-

выполнения услуг, используемых материалов и оборудования; особенности оформления здания и зала обслуживания; соответствие внешнего вида и культуры поведения работников стилю исполнителя)			
4 Оформление и оборудование здания и залов обслуживания			
4.1 Использование декоративных элементов и/или ярко выраженное соответствие оформления предприятия определенному художественному стилю	+	+	-
4.2 Наличие вывески со световыми элементами оформления	+	-	-
4.3 Наличие системы кондиционирования воздуха с автоматическим поддерживанием оптимальных значений температуры и влажности	+	+	-
5 Состав услуг и дополнительный сервис			
5.1 Номенклатура оказываемых услуг парикмахерских - количество групп технологическому признаку:	Не менее трех	Не менее двух	Не менее одной
5.2 Возможность организации для клиента в одно посещение комплекса технологически совместимых услуг парикмахерских (например: стрижка, косметические услуги, маникюр, педикюр)	+	+	-
5.3 Дополнительные услуги:			
- возможность предварительной записи на обслуживание	+	+	-
- наличие картотеки и специального обслуживания для отдельных групп клиентов	+	-	-
- оказание консультационных услуг	+	+	-
- предложение прохладительных напитков, кофе и др.	+	-	-
- реализация сопутствующих товаров, в т.ч. косметических и парфюмерных товаров	+	-	-
6 Использование прогрессивных технологий, оборудования и инструментов, современных материалов	+	+	-
7 Состав и квалификация работников			
7.1 Наличие подтверждения о профессиональном образовании	+	+	+
7.2 Регулярное повышение квалификации работников:			
- не менее одного раза в год	+	+	-
- не менее одного раза в два года	-	-	+

7.3 Состав работников по уровню образования и квалификации:	+	-	-
7.3.1 Парикмахеры-модельеры (не менее 25% от общей численности парикмахеров), парикмахеры 5-го и 4-го разрядов, косметики 4-го разряда, а также маникюрши 2-го разряда и педикюрши 2-го разряда, имеющие стаж работы по специальности не менее двух лет	-	+	-
7.3.2 Парикмахеры-модельеры, парикмахеры 5-го и 4-го разрядов (не менее 50% от общей численности парикмахеров), а также косметики, маникюрши 2-го разряда и педикюрши 2-го разряда, имеющие стаж работы по специальности не менее одного года	-	-	+
7.3.3 Парикмахеры, косметики, маникюрши, педикюрши (при наличии соответствующих услуг)	+	-	-
7.4 Участие работников в конкурсах, фестивалях парикмахерского искусства, выставках; выполнение профессиональных работ для театральных представлений, других мероприятий, требующих творческого подхода к оказанию услуг парикмахерских и т.п.			
8 Наличие у исполнителя документального подтверждения повышенного качества оказываемых услуг: сертификата соответствия; свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, фестивалях парикмахерского искусства, выставках; положительных отзывов потребителей и т.п.	+	+	-
9 Реализация администрацией исполнителя политики, направленной на обеспечение стабильности работы предприятия и высокого качества услуг (например: наличие постоянных поставщиков материалов, препаратов, оборудования; организация администрацией исполнителя мероприятий, повышающих квалификацию работников; наличие элементов маркетинга услуг, наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование и т.п.)	+	+	-

* Салон красоты (Салон-парикмахерская "Люкс") обеспечивает на высоком художественном уровне выполнение услуг парикмахерских любой сложности и повышенного качества, включая выполнение оригинальных, уникальных стрижек и причесок, а также оказывает другие виды услуг парикмахерских, соответствующих современному и перспективному направлению моды и индивидуальным запросам клиентов.

** Салон-парикмахерская обеспечивает выполнение художественных причесок, стрижек и других видов услуг парикмахерских, соответствующих направлениям моды и индивидуальным запросам клиентов.

*** Парикмахерская оказывает услуги парикмахерских любых видов.

Примечание - Знак "+" означает, что выполнение требований предусмотрено, знак "-" - выполнение требований не предусмотрено.

ПРИЛОЖЕНИЕ А. (Измененная редакция, Изм. N 1).

11.2. САНПИН 2.1.2.2631-10 ДЛЯ ПАРИКМАХЕРСКИХ

Постановление Главного государственного санитарного врача РФ
от 18 мая 2010 г. N 59
"Об утверждении СанПиН 2.1.2.2631-10"
12. С изменениями и дополнениями от:
27 января 2014 г., 10 июня 2016 г.

Зарегистрировано в Минюсте РФ 6 июля 2010 г.
Регистрационный N 17694

Настоящие СанПиН вводятся в действие с 1 августа 2010 г.

Приложение

Санитарно-эпидемиологические правила и нормы
СанПиН 2.1.2.2631-10
"Санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги"
(утв. постановлением Главного государственного врача РФ от 18 мая 2010 г. N 59)
С изменениями и дополнениями от:
27 января 2014 г., 10 июня 2016 г.

I. Область применения и общие положения

1.1. Санитарные правила и нормы (далее - санитарные правила) разработаны в соответствии с законодательством Российской Федерации.
1.2. Санитарные правила устанавливают обязательные санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги.
Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 1.3 внесены изменения
1.3. Санитарные правила предназначены для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, деятельность которых связана с проектированием, строительством и эксплуатацией объектов коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, а также органов, уполномоченных осуществлять федеральный государственный санитарно-эпидемиологический надзор.
1.4. Настоящие санитарные правила не распространяются на отделения реконструктивно-пластической хирургии, косметические отделения и клиники, клиники и отделения по лечению заболеваний кожи и подкожной клетчатки, косметологические, массажные кабинеты и солярии в составе лечебно-профилактических учреждений.
Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 1.5 внесены изменения
1.5. Контроль за соблюдением настоящих санитарных правил осуществляется органами, уполномоченными осуществлять федеральный государственный санитарно-эпидемиологический надзор в соответствии с законодательством Российской Федерации.
1.6. Допускается применение, хранение и реализация посетителям организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, парфюмерно-косметических средств и средств по уходу за волосами, ногтями, кожей, имеющих документы, подтверждающие в установленном порядке безопасность используемой продукции.

II. Требования к размещению организаций

2.1. Организации коммунально-бытового назначения, оказывающие парикмахерские и косметические услуги, могут размещаться как в отдельно стоящем здании, так и в пристроенном, встроенно-пристроенном к жилым и общественным зданиям (в составе предприятий бытового обслуживания и общественных торговых центров, центров красоты и здоровья, бань, гостиниц и других общественных зданий).

Информация об изменениях:

Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 2.2 внесены изменения

2.2. Допускается размещение организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, на первых этажах жилых зданий либо на двух этажах (первый и второй) при наличии изолированного входа от жилой части и автономной системы вентиляции, в подвальных и цокольных этажах зданий, в торговых центрах и комплексах без естественного освещения, при условии соблюдения гигиенических требований к воздухообмену помещений и параметров микроклимата, использования ламп дневного света с улучшенной цветопередачей и выполнения мероприятий, предусмотренных гигиеническими требованиями к организации технологических процессов, производственному оборудованию и рабочему инструменту.

2.3. В общественных зданиях - домах отдыха, санаториях, интернатах, организациях здравоохранения и социального обслуживания, предназначенных для постоянного проживания престарелых и инвалидов, центрах социального обслуживания, медицинских организациях, в том числе в стационарах, для обслуживания пациентов и персонала - допускается размещение организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, на любых этажах при соблюдении требований настоящих санитарных правил.

III. Требования к устройству и оборудованию помещений

3.1. Исключен.

3.2. В помещении организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, должно быть выделено помещение, либо специальное место для дезинфекции, предстерилизационной очистки и стерилизации инструментов, оборудованное раковиной с подводкой горячей и холодной воды.

3.3. Кабинеты - косметический, педикюра, массажа, солярий, пирсинга, татуажа - должны размещаться в отдельных помещениях.

3.4. Допускается размещение отдельных рабочих мест для маникюра в помещениях общественных зданий, в том числе торговых центров, при соблюдении гигиенических требований к воздухообмену помещений и параметров микроклимата.

Информация об изменениях:

Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 3.5 внесены изменения

3.5. Допускается совмещение в одном изолированном кабинете выполнения услуг маникюра и педикюра при условии организации одного рабочего места мастера маникюра-педикюра.

Информация об изменениях:

Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 3.6 внесены изменения

3.6. В педикюрных кабинетах должно быть не менее 2-х ванн для ног с подводкой горячей и холодной воды и отдельная раковина для мытья рук. Допускается наличие одной ванны с использованием одноразовых вкладышей. Для педикюрных кабинетов, оказывающих услуги только аппаратного педикюра, по технологии не предусматривающего использование воды, обязательная установка ванн для ног не требуется.

3.7. В косметических кабинетах допускается организация до 3 рабочих мест при условии их изоляции перегородками высотой 1,8-2,0 м.

3.8. Рабочие места оборудуются мебелью, позволяющей проводить обработку моющими и дезинфицирующими средствами.

3.9. Рабочие места парикмахеров оборудуются креслами, туалетными столами с раковинами для мытья волос. При наличии отдельного помещения или специального места для мытья волос допускается установка туалетных столиков без раковин.
3.10. Парикмахерские должны иметь подсобные, вспомогательные и бытовые помещения (гардеробные, комнаты отдыха и приема пищи, санузлы, кладовые), а также помещения или место для хранения инвентаря, мусора и остриженных волос.
3.11. Допускается совмещение комнаты приема пищи с гардеробной для персонала при численности работников в смене менее 10 человек, а также совмещение вестибюля с гардеробом для посетителей и залом ожидания.
3.12. Помещения для хранения чистого белья и парфюмерно-косметических средств оборудуются стеллажами или шкафами; для грязного белья - емкостями с крышками, покрытие которых позволяет проводить их мытье и дезинфекцию.
3.13. На рабочем месте допускается хранение парфюмерно-косметической продукции, используемой в течение рабочей смены, с учетом соблюдения требований к условиям хранения, указанным в инструкции по применению.

Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 3.14 внесены изменения

3.14. Постижерные работы должны проводиться в изолированном помещении, площадь которого и набор оборудования принимаются с учетом объема и характера проводимых работ.

IV. Требования к оборудованию и содержанию соляриев

4.1. Допускается использование аппаратов ультрафиолетового излучения (соляриев) как с вертикальным, так и с горизонтальным расположением ультрафиолетовых ламп различных типов (высокого и низкого давления) в любой их комбинации. Оборудование с диапазоном ультрафиолетового излучения УФ-С в соляриях не допускается.
4.2. Все аппараты (солярии) должны иметь технические паспорта и инструкции на русском языке, а также документы, подтверждающие в установленном порядке безопасность используемой продукции.
4.3. Необходимая площадь помещения, где установлена кабина солярия, рассчитывается по формуле $S_1 + S_2$, где S_1 - площадь, занимаемая самим аппаратом (согласно техническому описанию), S_2 - зона для раздевания в соответствии с приложением 1 к настоящим санитарным правилам.
4.4. В состав помещений, где расположены кабины соляриев, при отсутствии других услуг, оказываемых данной организацией, должна входить рабочая зона оператора (приложение 1). При предоставлении организациями иных бытовых и косметических услуг зона оператора может быть оборудована совместно с зоной приема посетителей. Если услуги солярия предоставляются в автоматическом режиме (без участия оператора с использованием монетоприемника и/или картоприемника), то зона оператора не требуется. Персонал и посетители должны иметь доступ к умывальнику и санузлу.
4.5. Зона оператора оборудуется пультом дистанционного управления солярием (соляриями), исключающими самовольное изменение времени сеанса клиентом.
4.6. Помещение для эксплуатации соляриев должно быть оборудовано приточно-вытяжной вентиляцией с механическим побуждением, обеспечивающей 3-4-кратный воздухообмен в час. В случае установки моделей, оборудованных собственной системой вентиляции, допускается организация естественного притока воздуха в помещение.
4.7. Температура и влажность воздуха в кабине солярия должны соответствовать требованиям технической документации на данный аппарат, но не превышать +28°С. Температура воздуха в помещении, где размещается кабина солярия, должна соответствовать +18-24°С.
4.8. Замена ламп должна производиться при нормативной выработке часов, указанной в техническом паспорте ламп, с обязательной отметкой в журнале. Информация об очередной замене должна быть доступна посетителям солярия и располагаться на видном месте. Отработанные лампы должны направляться в специализированные организации для их утилизации в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

4.9. Отделка помещений солярия должна предусматривать возможность проведения влажной уборки и дезинфекции.
4.10. После каждого сеанса все поверхности кабины солярия, с которыми контактировал посетитель, должны быть обработаны дезинфицирующими средствами, прошедшими государственную регистрацию в установленном порядке. При использовании вертикального солярия посетителям должны предоставляться одноразовые полотенца для выстилания пола кабины или одноразовые тапочки.
4.11. Необходимо проводить периодическую очистку вентиляционных отверстий внутри аппарата по мере загрязнения.
4.12. Уровни физических факторов, воздействующих на персонал и посетителей соляриев, не должны превышать гигиенические нормативы:
- напряженность электромагнитного поля не более 25 В/м;
- напряженность электрического поля тока промышленной частоты (50 Гц) - не более 0,5 кВ/м.
4.13. Допустимая интенсивность ультрафиолетового излучения для изделий бытового назначения облучательного действия не должна превышать 1,9 $Вт/м^2$ в диапазоне 280-315 нм и 10 Вт $м^2$ в диапазоне 315-400 нм. Излучение в диапазоне 200-280 нм не допускается.
4.14. До сведения потребителей должна быть доведена следующая информация:
- о необходимости внимательного ознакомления с инструкцией по инсоляции;
- о необходимости в обязательном порядке использовать специальные очки во избежание повреждения глаз УФ лучами;
- об обязательном определении во избежание повреждений кожного покрова времени экспозиции (сеанса) с помощью таблицы с описанием фототипов человека и других условий облучения в зависимости от них (таблица с описанием фототипов человека должна быть доступна посетителям и располагаться на видном месте);
- о воздействии некоторых косметических средств и лекарственных препаратов на изменение (повышение или понижение) чувствительности к ультрафиолетовому облучению и связанными с этим ограничениями;
- о соблюдении 48-часового интервала между двумя первыми сеансами;
- предупреждение о необходимости консультации у врача для определения возможности принятия процедур инсоляции;
- о канцерогенной опасности ультрафиолетового излучения;
- о необходимости использования косметических средств для загара в солярии во избежание неблагоприятного воздействия ультрафиолетового излучения;
- о запрете на посещение солярия лицами, не достигшими 18 лет;
- о перечне заболеваний, при которых принятие данной процедуры ограничено или противопоказано (меланома, онкологические заболевания).

V. Требования к внутренней отделке помещений

5.1. Материалы (водостойкие краски, эмали, кафельные и глазурованные плитки, материалы с ламинированным покрытием и другие), используемые для отделки помещений организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, должны иметь документы, подтверждающие в установленном порядке безопасность используемой продукции.
5.2. Поверхности стен, потолков и полов, наружная и внутренняя поверхность мебели должны быть гладкими, легко доступными для влажной уборки и устойчивыми к обработке дезинфицирующими средствами.
5.3. Покрытие полов в организациях коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, в том числе солярия (линолеум, метлахская, керамо-гранитная плитка, дощатые (окрашенные), паркетные полы и другие), должно быть гладким и позволяющим проводить влажную уборку с использованием моющих и дезинфицирующих средств.

VI. Требования к водоснабжению и канализации

6.1. Организации коммунально-бытового назначения, оказывающие парикмахерские и косметические услуги, должны быть оборудованы системами централизованного водоснабжения, в том числе горячего, и канализации.
6.2. Качество используемой воды должно соответствовать гигиеническим требованиям к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения.
6.3. При отсутствии в населенном пункте централизованных систем водоснабжения и канализации организации коммунально-бытового назначения, оказывающие парикмахерские и косметические услуги, оборудуются автономными системами.
Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 пункт 6.4 изложен в новой редакции
6.4. При отсутствии централизованного горячего водоснабжения допускается установка как проточных, так и непроточных водонагревающих устройств.
6.5. Все производственные и санитарно-бытовые помещения оборудуются стационарными санитарно-техническими приборами.

VII. Требования к микроклимату помещений

7.1. В организациях коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, должно обеспечиваться соблюдение параметров микроклимата, указанных в приложении 2 к настоящим санитарным правилам.
7.2. Нагревательные приборы должны иметь гладкую поверхность, позволяющую осуществлять влажную уборку. Отопительные приборы следует размещать в местах, доступных для очистки, осмотра и ремонта.
7.3. Не допускается использование вентиляционных камер в качестве подсобных помещений и кладовых.
7.4. В помещениях организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, следует предусматривать общеобменную механическую приточно-вытяжную вентиляцию с кратностью воздухообмена, указанной в приложении 3 к настоящим санитарным правилам. Система вентиляции для всех помещений организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, может быть общей, за исключением подсобных и санитарно-бытовых помещений.
7.5. В организациях коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, с количеством рабочих мест не более 3 (за исключением кабинета мастера по наращиванию ногтей и косметического кабинета), в том числе расположенных на нежилых этажах жилых зданий, допускается неорганизованный воздухообмен за счет проветривания помещений через открывающиеся фрамуги или естественная вытяжная вентиляция.
7.6. Рабочее место мастера по наращиванию ногтей оборудуется местной принудительной вытяжной вентиляцией.
7.7. Оборудование систем вентиляции и кондиционирования не следует располагать смежно, над и под помещениями с постоянным пребыванием людей.
7.8. Все вентиляционные установки должны иметь паспорта и проходить планово-предупредительный ремонт в соответствии с рекомендациями фирмы-изготовителя.
7.9. Уровни физических факторов на рабочих местах должны соответствовать гигиеническим требованиям к микроклимату производственных помещений, санитарным нормам шума на рабочих местах, в помещениях общественных зданий.

VIII. Требования к искусственному и естественному освещению

8.1. Освещенность на рабочих местах должна соответствовать гигиеническим нормативам, указанным в приложении 4 к настоящим санитарным правилам.
8.2. Для общего и местного искусственного освещения производственных и вспомогательных помещений могут быть использованы лампы накаливания, люминесцентные и галогенные лампы с защитной арматурой, светодиодные, компактные люминесцентные лампы.

8.3. На всех рабочих местах маникюрных и педикюрных кабинетов, кабинетов декоративной косметики должно быть предусмотрено комбинированное освещение (общее и местное). На рабочих местах в помещениях парикмахерских допускается применение общего освещения.

IX. Требования к содержанию помещений и организации санитарно-гигиенического и противоэпидемического режима работы

9.1. Все помещения и оборудование должны содержаться в чистоте. В организациях коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, необходимо осуществлять профилактическую дезинфекцию, включающую обеззараживание поверхностей помещения, мебели, оборудования, воздуха, инструментов, белья, спецодежды и других предметов, используемых в работе, а также дезинсекцию и дератизацию.
9.2. В целях проведения профилактической дезинфекции, предстерилизационной очистки и стерилизации должны применяться физические методы и/или химические дезинфекционные средства, прошедшие государственную регистрацию в установленном порядке.
Все манипуляции, которые могут привести к повреждению кожных покровов и слизистых оболочек, осуществляются с применением стерильных инструментов и материалов. Изделия многократного применения перед стерилизацией подлежат предстерилизационной очистке.
Разрешается применение дезинфекционных средств, дезинфекционного и стерилизационного оборудования, имеющих документы, подтверждающие в установленном порядке безопасность используемой продукции.
9.3. Не допускается наличие грызунов и бытовых членистоногих (насекомых, клещей) во всех основных и подсобных помещениях.
9.4. Влажная уборка помещений (протирка полов, мебели, оборудования, подоконников, дверей) должна осуществляться не менее двух раз в день (в том числе, по окончании работы) с использованием моющих и дезинфицирующих средств или средств, обладающих одновременно моющим и дезинфицирующим действием.
Для уборки основных и вспомогательных помещений, а также санузлов должен быть выделен отдельный уборочный инвентарь. Уборочный инвентарь (ведра, тазы, ветошь, швабры) маркируют с указанием помещений и видов уборочных работ, используют строго по назначению, обрабатывают и хранят в специально выделенном помещении (или шкафчике). По окончании уборки инвентарь обрабатывают моющими и дезинфицирующими средствами и просушивают.
9.5. Не реже одного раза в неделю во всех помещениях должна быть проведена генеральная уборка в соответствии с графиком, утвержденным администрацией. Во время генеральной уборки моют и обрабатывают дезинфицирующими растворами стены, пол, плинтусы, двери, окна, мебель и оборудование.

Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 9.6 внесены изменения

9.6. Остриженные волосы собирают в закрывающийся совок непосредственно у кресла и складывают в герметичные емкости (одноразовые полиэтиленовые пакеты для мусора или мешки из крафт-бумаги), а затем мешок или пакет закрывают, перевязывают, хранят в подсобном помещении и удаляют (утилизируют) вместе с твердыми бытовыми отходами.
9.7. При обнаружении вшей (педикулеза) у клиента в процессе обслуживания необходимо прекратить манипуляцию и направить клиента в специализированное учреждение (санитарный пропускник) для проведения противопедикулезных мероприятий и консультации. Инструменты и белье, использованные при обслуживании, подвергают дезинсекции средствами от вшей (педикулицидами) в форме концентрата эмульсии согласно инструкции по применению средства. Волосы собирают в герметично закрывающийся пакет или мешок и также обрабатывают педикулицидом, после чего удаляют (утилизируют).
9.8. Не допускается повторное использование пакетов и мешков для мусора и их вытряхивание в контейнер для бытовых отходов.

9.9. Для предупреждения распространения парентеральных гепатитов, ВИЧ-инфекции, туберкулеза, грибковых заболеваний и других инфекций проводится дезинфекция и стерилизация применяемых изделий и инструментов.
9.10. Для обслуживания клиентов должно использоваться только чистое белье. Запас чистого белья (полотенца, салфетки, простыни и другое) должен быть в количестве, обеспечивающем его индивидуальное применение для каждого клиента. Хранение чистого, использованного белья, парфюмерно-косметических, а также моющих и дезинфицирующих средств должно быть раздельным. Хранение чистого белья на открытых стеллажах или на рабочих местах допускается только в индивидуальной упаковке.
Разрешается использование одноразовых шапочек, накидок, полотенец, простыней, салфеток. Пеньюары из синтетической ткани должны применяться только с чистой хлопчатобумажной салфеткой или одноразовым подворотничком.
9.11. После каждого клиента использованное белье подлежит стирке, а при необходимости и дезинфекции (при угрозе распространения инфекционных и паразитарных заболеваний), а одноразовое - удалению (утилизации).
9.12. Стирка использованного белья и рабочей одежды должна проводиться централизованно. Допускается организация стирки использованного белья непосредственно в парикмахерской при наличии отдельно выделенного помещения со специальным оборудованием. Рабочая и личная одежда персонала должна храниться раздельно.

Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 9.13 внесены изменения

9.13. Удаление остриженных волос с шеи и лица клиента должно проводиться чистой индивидуальной салфеткой или ватным тампоном. Допускается использование кисточек для удаления остриженных волос только при условии их дезинфекции после каждого клиента.
9.14. При выполнении химической завивки смачивание волос раствором проводится тампоном, сменяемым после каждого клиента.
9.15. Зажимы, бигуди, колпаки и сетки для химической завивки волос, шапочки для мелирования моют под проточной водой с моющими средствами после каждого клиента.
9.16. Расчески, щетки, ножницы для стрижки волос моют под проточной водой после каждого клиента, помещают в стерилизаторы, разрешенные к использованию в установленном порядке и имеющие инструкцию по применению на русском языке, или в растворах дезинфицирующих средств по режиму, применяемому при грибковых заболеваниях.
9.17. Съемные ножи электрических бритв протирают дважды (с интервалом 15 мин) тампоном, смоченным в дезинфицирующем растворе, не вызывающем коррозию, в концентрациях, применяемых при вирусных гепатитах.

Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 9.18 внесены изменения

9.18. Подушка, подкладываемая под ногу при проведении педикюра, должна иметь клеенчатый чехол, который после каждого использования протирается ветошью, смоченной дезинфицирующим раствором, в концентрации и с экспозицией, применяемой для дезинфекции при грибковых заболеваниях. Допускается использование одноразовых чехлов.
9.19. Ванны для ног и ванночки для рук после каждого клиента должны подвергаться дезинфекции при полном погружении в дезинфицирующий раствор в соответствии с инструкцией по применению используемого средства по режиму, применяемому при грибковых заболеваниях.
9.20. При выполнении маникюра и педикюра должны использоваться одноразовые непромокаемые салфетки для каждого посетителя, которые после использования подлежат дезинфекции и удалению (утилизации).

Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача России от 27 января 2014 г. N 4 в пункт 9.21 внесены изменения

9.21. Для парикмахерских залов и кабинетов для маникюра, педикюра, пирсинга, пилинга, татуажа, косметических услуг должен быть определен минимальный набор типовых инструментов, либо сменных одноразовых элементов инструмента для обслуживания одного клиента. На одно рабочее место следует иметь не менее трех таких наборов.
9.22. Инструменты для маникюра, педикюра, татуажа, пирсинга, пилинга, марлевые салфетки, ватные шарики, а также другие расходные материалы стерилизуют в стерилизаторах, упакованными в стерилизационные упаковочные материалы, разрешенные к применению в установленном порядке и в них же хранят. Допускается стерилизация инструментов в неупакованном виде при условии, что они будут использованы в течение часа или храниться в стерилизаторах.
9.23. Электроды к косметическому оборудованию и приборам протирают дважды тампоном, смоченным в дезинфицирующем растворе (с интервалом 15 мин), не вызывающем коррозию, в концентрациях, применяемых при вирусных гепатитах.
9.24. Инструменты, используемые для манипуляций, при которых возможно повреждение кожных покровов или слизистых оболочек (маникюр, педикюр, татуаж, пирсинг, пилинг, косметические услуги) после каждого клиента без предварительного промывания водой помещают в дезинфицирующий раствор. Дезинфекцию осуществляют по режиму, применяемому при вирусных гепатитах. После окончания дезинфекции инструменты подвергают предстерилизационной очистке и стерилизации.
9.25. Оборудование, аппаратура и материалы, используемые для стерилизации инструментов, должны иметь документ, подтверждающий их безопасность при использовании и инструкцию по применению на русском языке.
9.26. Для организации противоэпидемического режима и повседневного контроля режима дезинфекции, предстерилизационной очистки и стерилизации инструментов, используемых при маникюре, педикюре, татуаже, пирсинге, пилинге и косметических услугах, руководителем организации назначается работник, прошедший обучение.
9.27. Для обеспечения дезинфекционных мероприятий должен быть запас средств для дезинфекции, предстерилизационной очистки и стерилизации, прошедших государственную регистрацию в установленном порядке.
9.28. Емкости с рабочими растворами средств должны быть снабжены крышками, иметь четкие надписи с указанием названия средства, его концентрации, назначения, даты приготовления рабочего раствора. В целях профилактики профессиональных заболеваний кожи, глаз и верхних дыхательных путей у работников необходимо:
- обеспечить централизованное приготовление рабочих дезинфицирующих растворов в специальных помещениях с механической или естественной приточно-вытяжной вентиляцией (при наличии отдельного помещения), либо в специально оборудованном месте;
- насыпать сухие дезинфицирующие средства в специальные емкости с постепенным добавлением воды;
- максимально использовать исходные дезинфицирующие препараты в мелкой расфасовке;
- плотно закрывать крышками емкости с рабочими дезинфицирующими растворами. Все работы с ними выполнять в резиновых перчатках;
- неукоснительно соблюдать мероприятия по безопасности труда в соответствии с инструкцией на применяемое дезинфицирующее средство и с использованием средств индивидуальной защиты.
9.29. Администрация организации коммунально-бытового назначения, оказывающей парикмахерские и косметические услуги, обязана обеспечить, в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, проведение предварительных (при поступлении на работу) и периодических медицинских осмотров*, необходимые условия по предупреждению неблагоприятного влияния производственных факторов на работников, обеспечение персонала специальной одеждой и средствами индивидуальной защиты.

Информация об изменениях:
Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 10 июня 2016 г. N 76 в пункт 9.30 внесены изменения

9.30. С целью профилактики заражения парентеральными гепатитами и ВИЧ-инфекцией все манипуляции, при которых может произойти загрязнение рук кровью, следует проводить в резиновых перчатках. Во время работы все повреждения кожных покровов должны быть изолированы напальчниками, лейкопластырем.

В целях личной профилактики работники должны быть обеспечены аптечкой для оказания первой помощи.
Работники обязаны соблюдать следующие правила личной гигиены:
- перед началом и после окончания обслуживания клиента тщательно мыть руки мылом;
- в косметических кабинетах для обработки рук применять кожные антисептики, разрешенные к использованию в установленном порядке;
- осуществлять уход за кожей рук, используя защитные и смягчающие кремы, лосьоны;
- осуществлять окраску волос в резиновых перчатках;
- не курить и не принимать пищу на рабочем месте.

X. Требования к обращению с отходами производства и потребления

10.1. Производственные отходы должны храниться в специальных, плотно закрытых мусороприемниках.
10.2. Остриженные волосы должны собираться в закрытые емкости, которые устанавливаются в подсобном помещении.
10.3. Хранение люминесцентных ламп, ламп соляриев и бактерицидных ламп осуществляется в подсобных помещениях в упаковках в соответствии с требованиями санитарного законодательства. Вывоз и утилизация люминесцентных ламп осуществляется в соответствии с гигиеническими требованиями к размещению и обезвреживанию отходов производства и потребления. Не допускается удаление ламп на контейнерные площадки для бытовых отходов.

* Федеральный закон от 30.03.1999 N 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, N 14, ст. 1650, 2002, N 1 (ч. 1), ст. 2; 2003, N 2, ст. 167; N 27 (ч. 1), ст. 2700; 2004, N 35, ст. 3607; 2005, N 19, ст. 1752; 2006, N 1, ст. 10; N 52 (ч. 1), ст. 5498; 2007 N 1 (ч. 1), ст. 21; N 1 (ч. 1), ст. 29; N 27, ст. 3213; N 46, ст. 5554; N 49, ст. 6070; 2008, N 24, ст. 2801; N 29 (ч. 1), ст. 3418; N 30 (ч. 2), ст. 3616 N 44, ст. 4984; N 52 (ч. 1), ст. 6223; 2009, N 1, ст. 17.)

Приложение 1
к СанПиН 2.1.2.2631-10

Состав и площади помещений парикмахерских, косметических, маникюрных, педикюрных и массажных кабинетов, соляриев

Исключено

Приложение 2
к СанПиН 2.1.2.2631-10

Таблица 44. Параметры микроклимата помещений организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги.

Период года	Категория работ по уровню энергозатрат, Вт	Температура, °С	Температура поверхностей, °С	Относительная влажность воздуха, %	Скорость движения воздуха, м/сек
Холодный период (среднесуточная температура наружного воздуха ниже +10°С)	Iб (140-174)	+21-23	+20-24	40-60	Не более 0,1
Теплый период года (среднесуточная температура наружного воздуха +10°С и выше)	Iб (140-174)	+22-24	+21-25	40-60	Не более 0,1

Примечания:
- температура воздуха в теплый период года может быть не более чем на 3°С выше наружной расчетной температуры для проектирования вентиляции;
- в помещениях для сушки волос и мытья головы температура воздуха должна быть не ниже +22°С;
- для обеспечения допустимых и оптимальных параметров микроклимата парикмахерские залы и косметические кабинеты рекомендуется оборудовать кондиционерами.

Приложение 3
к СанПиН 2.1.2.2631-10

Таблица 45. Принципы осуществления и кратность воздухообмена в зависимости от назначения помещений организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги.

Наименование помещений	Кратность воздухообмена		Принцип осуществления воздухообмена
	приток	вытяжка	
Залы парикмахерского обслуживания, кабинеты маникюра, педикюра, косметический кабинет, массажный кабинет	2	3	Вытяжка общеобменная из верхней и нижней зоны; приток подается рассредоточено в верхнюю зону
Помещение для мытья головы и сушки волос	-	-	По расчету на удаление тепло- и влагоизбытков
Зал ожидания	По балансу со смежными помещениями		
Кладовые (подсобные помещения)	-	0,5	
Гардеробная		1	
Комната отдыха и приема пищи	2	3	
Помещение администрации			60 куб. м /ч на 1 чел.
Санузлы			50 куб. м/ч на 1 унитаз 25 куб. м/ч на 1 писсуар
Душевые			75 куб. м/ч на 1 душевую

Приложение 4
к СанПиН 2.1.2.2631-10

Таблица 46. Уровни искусственной освещенности в основных и вспомогательных помещениях организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги.

N п/п	Наименование помещений	Разряд и подразряд зрительной работы	Относительная продолжительность зрительной работы при направлении зрения на рабочую поверхность, %	Искусственное освещение	
				освещенность на рабочей поверхности от системы общего освещения, лк	Коэффициент пульсации, %
1	Косметические кабинеты, косметологические кабинеты, процедурные кабинеты	А 1	Не менее 70	500	10
2	Кабинеты маникюра и педикюра	А 1	Не менее 70	500	10
3	Парикмахерские	А 2	Менее 70	400	10

	залы				
4	Помещения для мытья и окраски волос, сушки волос	А 2	Менее 70	400	10
5	Массажные кабинеты, солярий	Б 2	Менее 70	200	20
6	Комната для отдыха персонала	Д	Независимо от продолжительности зрительной работы	200	-
7	Помещения для посетителей	Д	Независимо от продолжительности зрительной работы	200	-
8	Кабинеты администратора			не менее 150	
9	Коридор, холл, душевая, санузел			75	

Примечание:
- указанные в таблице нормы искусственного освещения принимаются при наличии в рабочих залах естественного освещения. При отсутствии естественного освещения искусственное освещение должно составлять не менее 500 лк.

12. О РАЗРАБОТЧИКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Благодарим Вас за приобретение готового бизнес-плана барбершопа по франшизе!

Экспертно-консультационный центр «Инвест-Проект» был образован в 2006 г. для разработки бизнес-планов инвестиционных проектов и технико-экономических обоснований, проведения маркетинговых исследований, консультирования по вопросам повышения эффективности управления бизнесом, оценки стоимости материальных и нематериальных активов.

Наша миссия: внедрение новейших методов бизнес-планирования и маркетинга в практику для повышения эффективности экономики России.

С 2006 года ЭКЦ «Инвест-Проект» успешно разработал более **650** бизнес-планов и ТЭО на общую сумму более **1000 млрд.** (**1 трлн.**) **руб.** для таких отраслей, как:

- Красота и Здоровье, Фитнес
- Медицина
- Образование
- Общественное питание
- Полиграфия
- Производство, промышленность
- Развлечения, досуг
- СМИ, Реклама
- Сельское хозяйство
- Строительство, недвижимость
- **Сфера обслуживания**
- Сырье, Материалы, Упаковка
- Торговля
- Транспорт, логистика
- Финансы, страхование
- IT и телекоммуникации
- другие отрасли.

Кредитные организации, для которых были успешно разработаны бизнес-планы:

- «ВЭБ»,
- «Сбербанк»,
- «ВТБ»,
- «Россельхозбанк»,
- «Промсвязьбанк»,
- «Уралсиб»,
- «Московский Индустриальный Банк»,
- «Траст»,
- «РосАгроЛизинг»,
- зарубежные банки (США, Германия, Япония, Китай, Южная Корея).

Бизнес-планы, разрабатываемые ЭКЦ «Инвест-Проект», учитывают ключевые требования заказчиков, банков, инвесторов, органов власти, других заинтересованных сторон, при этом дают существенно больше полезной информации, поэтому принимаются с первого предъявления без поправок или с минимальными уточнениями.

Более 10 лет мы делаем экономику проектов правильной!

ООО ЭКЦ «Инвест-Проект» | ОГРН 5087746325431 | www.expertcc.ru | +7 (495) 760.96.92.