



**БИЗНЕС-ПЛАН**  
**кабинета шугаринга (депиляции) и аппаратной**  
**косметологии**

**Контакты разработчика**

Скачать другие бизнес-планы и заказать индивидуальную разработку под Ваш проект можно по ссылке: <https://bzplan.ru>

Email: [enjutin@yandex.ru](mailto:enjutin@yandex.ru)

Телефон: 8 (908) 124-17-86 (WhatsApp, Telegram)

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
1. РЕЗЮМЕ.....	3
2. ОПИСАНИЕ УСЛУГИ .....	5
3. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА .....	8
4. ПЛАН МАРКЕТИНГА .....	10
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН .....	13
6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН .....	15
7. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ .....	18
8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....	19
9. АНАЛИЗ РИСКОВ .....	29

## 1. Резюме

Настоящий бизнес-план подготовлен с целью предоставления комплексной информации о проекте, основных участниках, финансовых прогнозах и иной существенной информации, необходимой для реализации идеи.

Проект рассчитан на открытие **кабинета по оказанию услуг аппаратной косметологии и шугаринга**.

**Инициатор проекта** – Иванова Ирина Ивановна.

**Организационно-правовая форма** инициатора проекта – самозанятость.

На начальном этапе реализации проекта инициатор планирует работать один, сосредоточив в своих руках функции мастера, администратора и маркетолога.

Занятость в рамках проекта будет составлять около 4-5 часов в день, так как параллельно инициатор проекта работает в одном из государственных медицинских клиник города.

**Основной целью** инициатора проекта является получение максимальной прибыли путем осуществления своей деятельности, а также удовлетворение потребностей рынка в качественных услугах аппаратной косметологии и шугаринга.

**Задачи инициатора проекта:**

на 1 этапе деятельности:

- найти наиболее выгодное направление предпринимательской деятельности при относительно малых вложениях;

- наработка опыта в данном виде деятельности;

- наработка своего контингента клиентов.

на 2 этапе:

- увеличение объема оказываемых услуг.

**Социальная эффективность:** при реализации проекта будет дополнительно создано 1 рабочее место (инициатор проекта).

Степень успешности проекта оценивается как достаточно высокая, так как за счет узкой специализации направления бизнеса прямых конкурентов немного, а потенциальных клиентов достаточно предостаточно.

Деятельность по продвижению проекта подразделяется на несколько этапов:

- разработка бизнес-плана и других основополагающих документов;

- аренда помещения;

- планирование работы организации;

- проведение рекламной кампании;

— выход на рынок и завоевание доли на нем.

В процессе осуществления деятельности инициатор проекта планирует возместить часть затрат, связанных с началом предпринимательской деятельности, за счет единовременной финансовой помощи от государства в размере 250 000 рублей.

**Основные характеристики проекта:**

Сумма первоначальных инвестиций по проекту - 285 304 руб.;

Сумма собственных средств - 35 304 руб.;

Выручка от оказания услуг за период реализации проекта составит - 1 588 500 руб.;

Чистая прибыль проекта - 411 576 руб.;

Бюджетная эффективность за период реализации проекта - 63 540 руб.;

Горизонт планирования – 24 месяца;

Интервал планирования - 1 месяц;

Окупаемость проекта - 7 месяцев.

## 2. Описание услуг

В рамках проекта планируется оказывать услуги аппаратной косметологии и шугаринга.

### 1. Аппаратная косметология

Процедуры аппаратной косметологии способны замедлить процессы старения, снижают выраженность морщинок, возвращают упругость и здоровый цвет кожных покровов.

Услуги с применением современного оборудования осуществляются без боли и дискомфортных ощущений, а полученный результат сохраняется надолго.

Благодаря современным методикам ускоряется восстановление тканей, нормализуются обменные процессы, активизируется выработка эластина, гиалуроновой кислоты и коллагена.

При помощи лимфодренажных процедур расширяются кровеносные сосуды, стимулируется отток лишней жидкости, расслабляются мышцы.

Разные виды процедур в сфере аппаратной косметологии избавляют от целого ряда эстетических недостатков без хирургического вмешательства.

К **основным достоинствам** современных методик относятся:

- быстрое и эффективное решение проблем, которые появляются на волосах и коже;
- более выраженный результат по сравнению с другими способами;
- отсутствие болезненности и необходимости применения анестезии;
- для полного восстановления достаточно 1 – 2 дней;
- защита от осложнений и побочных эффектов.

Данное направление косметологии **способствует решению многочисленных проблем лица и тела:**

- появление морщин, складок и заломов;
- образование пигментных пятен и веснушек;
- проявления розацеа и купероза;
- снижение упругости, тонуса и эластичности кожи;
- шелушение, отечность и увеличенные поры;
- акне, угри, черные точки, постакне;
- неравномерный цвет кожных покровов;
- избыточный вес;
- шрамы, целлюлит и стрии;
- тусклость и вялость кожи, птоз;
- нежелательная растительность.

Разные виды процедур в сфере аппаратной косметологии предназначены для коррекции лица и тела. При проведении манипуляций глубина и сила воздействия может регулироваться в соответствии с индивидуальными потребностями каждого пациента.

Как и любые косметологические манипуляции, терапия аппаратами показана не всем.

**Отказаться от нее придется людям с некоторыми патологиями и особенностями:**

- доброкачественные и злокачественные новообразования;
- период вынашивания ребенка и грудного вскармливания;
- инфекционные заболевания с острым течением;
- склонность к аллергии;
- воспалительные процессы;
- индивидуальная непереносимость применяемых препаратов;
- повышенная чувствительность кожи.

## **2. Шугаринг**

Существует два вида сахарной эпиляции: sugaring и sugar waxing.

Последний очень похож на восковую эпиляцию: на кожу наносят полужидкую массу, затем приклеивают салфетку и отрывают от тела резким движением.

Классический шугаринг представляет собой депиляцию при помощи сахарного шарика-«тянучки».

По сравнению с иными видами эпиляции у этой процедуры есть **масса преимуществ**:

- Смесь для шугаринга является гипоаллергенной, так как состоит из натуральных компонентов;
- Сахарная паста идеально подходит для тех, у кого чувствительная склонная к раздражению кожа;
- Благодаря тому, что наносится смесь на небольшие участки тела, болевые ощущения снижаются;
- Сахарный шарик охлаждается до той температуры, когда его можно взять в руки безболезненно, при этом возможность ожога исключается;
- Во время этой процедуры сахарная паста наносится против роста волос, а удаляется по направлению их роста, что в дальнейшем исключает появление воспалений и вросших волос;
- Метод отличается своей дешевизной, так как используются только сахар и лимон.

**Недостатки шугаринга (сахарной эпиляции):**

- Перед проведением такой процедуры следует «отрастить» волоски, в этом случае их удаление пройдет успешнее, длина волос должна быть не менее 3 мм, в идеале – 5 мм. Более

длинный волос паста удаляет, не поломав при этом его. Шугаринг бессилён против удаления коротких волосков (1-2 мм), поэтому для экстренных ситуаций он не подойдет;

- Сахарную «липучку» приходится долго мять пальцами;
- Этот метод не подойдет тем, кто не переносит компонентов сахарной пасты.

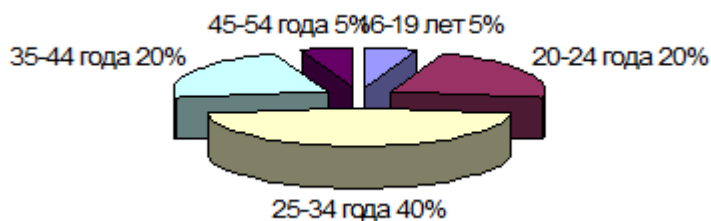
### 3. Исследование и анализ рынка

#### 3.1. Общий анализ рынка

Постоянное население г. Город на сегодня составляет 100 тыс. человек. Преимущественно это люди со средним достатком, заинтересованные в качественных услугах бьюти-индустрии.

Основной целевой аудиторией салонов красоты являются девушки от 20 до 45 лет. Наименее популярны салонные услуги среди подростков (16–19 лет) и пожилой группы населения (45–54). Структура посетителей салонов в разрезе возрастных групп приведена ниже.

Диаграмма 3.1. Возрастная структура посетителей салонов.



По данным сайта статистики, 41% из них посещает салоны раз в два-три месяца, а каждый третий – ежемесячно.

По данным различных статистических исследований, для 30-40% посетителей салонов красоты решающим фактором является расположение в непосредственной близости от места жительства или работы.

Но не только месторасположение салона влияет на его предпочтение. По статистическим данным, 40-50% посетителей большое предпочтение отдает мастеру, услугами которого они уже пользовались. Так, к понравившемуся специалисту данная категория обращается даже, если салон расположен достаточно далеко от места проживания или работы клиента. Также наибольшее влияние на принятие решения о выборе салона оказывают друзья или знакомые, так называемое «сарафанное радио».

Для 20-30% людей приоритетом в выборе салона являются цены оказания услуг, эти люди также готовы посещать салон вне зависимости от его месторасположения.

#### 3.2. Анализ конкурентной среды

На данном рынке в г. Город работают преимущественно небольшие парикмахерские и средние по размеру салоны красоты, предлагающие комплекс различных услуг. По данным сайта органа государственной статистики на протяжении 10 лет наблюдается значительный рост числа игроков в бьюти-индустрии. Этот рост еще более усилился в 2020г. с момента начала выделения значительных государственных ресурсов на поддержку малого бизнеса.



Структура салонного бизнеса в последнее время значительно изменилась, в них становится все больше видов услуг, в том числе медицинских.

Непосредственными конкурентами инициатора проекта являются салоны и кабинеты, оказывающие более-менее качественные услуги по уходу за кожей: «Конкурент 1», «Конкурент 2» и «Конкурент 3».

**«Конкурент 1»** - это салон красоты, оказывающий комплексные услуги. Расположен в центральной части города, услуги аппаратной косметологии и шугаринга представлены, их качество находится на высоком уровне, работают специалисты с большим опытом, цены существенно превышают среднерыночные значения. Инициатор проекта до последнего времени была основным работником данного направления в салоне и смогла накопить большой опыт и сформировать базу преданных клиентов.

**«Конкурент 2»** - это салон красоты, оказывающий комплексные услуги. Находится в спальном районе города, работает в сегменте эконом-класса, цены приемлемые для большинства горожан. Услуги аппаратной косметологии и шугаринга для них являются сопутствующими и еще не до конца поставлены, уровень специалистов слабый, не все необходимое оборудование имеется в наличии.

**«Конкурент 3»** - это кабинет одного специалиста, открыт около 5 лет назад. В основном работает на старых заказчиках, приток новых клиентов идет только за счет «сарафанки». Кабинет расположен в спальном районе, но к ней ездят из любой части города. Цены находятся на среднем уровне, качество услуг очень высокое.

Жизнь показывает, что рентабельный бизнес можно создать только при условии предварительной детальной и профессиональной проработки проекта с расчетом бизнес-плана, нахождением изюминок в ассортименте услуг, в подборе оборудования, в создании особой эмоциональной атмосферы клиентоориентированного сервиса.

Для успешного вхождения в рынок будет принята стратегия предложения услуг высокого качества по ценам немного ниже среднерыночных.

## 4. План маркетинга

### 4.1. Конкуренция на рынке сбыта

Сегодня на данном рынке работают несколько салонов красоты и кабинетов, специализирующийся на услугах аппаратной косметологии и шугаринга. Наиболее серьезными конкурентами являются «Конкурент 1», «Конкурент 2» и «Конкурент 3».

В рамках бизнес-планирования нами проведен SWOT-анализ, результаты которого отражены в нижерасположенной таблице.

Таблица 4.1 - SWOT-анализ проекта

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Выгодное место расположения кабинета;</li><li>2. Новое современное оборудование;</li><li>3. Большой опыт инициатора проекта в этой сфере и наличие определенной клиентской базы.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Сосредоточение в одних руках функций косметолога, администратора и маркетолога;</li><li>2. Наличие сильных действующих конкурентов, уже положительно зарекомендовавших себя на рынке.</li></ol>
Возможности (O)	Угрозы (T)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Увеличение ёмкости рынка бьюти-услуг;</li><li>2. Формирование и укрепление положительного имиджа кабинета и дальнейшее расширение;</li><li>3. Замещение части доли конкурентов за счет «перетока» клиентов.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Появление новых конкурентов;</li><li>2. Расширение перечня услуг у салонов красоты, пока не работающих в этой нише;</li><li>3. Снижение реально располагаемых доходов населения.</li></ol>

### 4.2. Маркетинговый план

Маркетинговая политика реализации бизнес-плана состоит из следующих компонентов:

#### 1. Ценообразование.

Будут использованы следующие методы ценообразования:

- Метод следования за конкурентом. Смысл данного метода: пристроившись «в хвост», крупному конкуренту, завоевать свою долю рынка за счет каких-нибудь дополнительных преимуществ и системой скидок.

- Реальное ценообразование, учитывающее также политику скидок, и механизм корректировки цен с учетом спроса.

Все эти методы преследуют одну цель – привлечение клиента.

Примерный прайс-лист, утвержденный инициатором проекта, приведен ниже.

Таблица 4.2 – Примерные цены на услуги кабинета

Наименование услуги	Цена реализации, руб.
<b>Аппаратная косметология</b>	
RF-лифтинг	150 руб./10 мин.
Ультразвуковая кавитация	200 руб./10 мин.
Ионофорез	150 руб./10 мин.
Микротоковая терапия	150 руб./10 мин.
Гальванотерапия	150 руб./10 мин.
<b>Шугаринг</b>	
Руки до локтя	350
Руки полностью	500
Бикини классика	500
Бикини глубокое	700
Зона подмышек	350
Голень+ колено	750
Ноги выше колена	750
Ноги полностью	1500
Ягодицы	500
Поясница	350
Живот полностью	500
Живот дорожка	200
Лицо полностью	500
Шейная зона	350
Бакенбарды	350
Нос	300
Зона над верхней губой	350

## 2. Схема продаж.

Для привлечения большего количества клиентов инициатор проекта планирует постепенно расширять ассортимент услуг по уходу за кожей.

В самом начале кабинет точно будет обеспечен клиентами, так как у инициатора проекта уже есть наработанная клиентская база, в период подготовки к открытию эта преданная аудитория не сможет посещать мастера, что приведет к смещению загрузки на первый и второй месяца работы кабинета. В дальнейшем для обеспечения плановой загрузки предполагается сделать акцент на повышение маркетинговой активности.

Большие надежды инициатор проекта возлагает на использование CRM-системы, с помощью которой планируется вести запись посещений, рассылать клиентам напоминания о предстоящих визитах, делать постоянным посетителям индивидуальные предложения на дополнительные услуги, глубоко персонализировать маркетинговые действия и т.д.

### **3. Реклама и иные способы продвижения продукции.**

Продвижение услуг кабинета будет осуществляться с помощью рекламы в оффлайне и Интернете, а также использования метода «Цепной реакции», когда один клиент рекомендует мастера другому потенциальному покупателю.

Основной акцент планируется сделать на продвижение в Instagram, где у инициатора проекта уже имеется свое сообщество. Начиная со второго месяца работы, предполагается усилить маркетинговую активность и начать устраивать различные рекламные акции, что позволит в кратчайший срок начать привлекать новых посетителей.

В дальнейшем при недостаточном эффекте предполагается задействовать и другие социальные сети.

### **4. Методы стимулирования продаж.**

Схема стимулирования продаж будет выглядеть следующим образом:

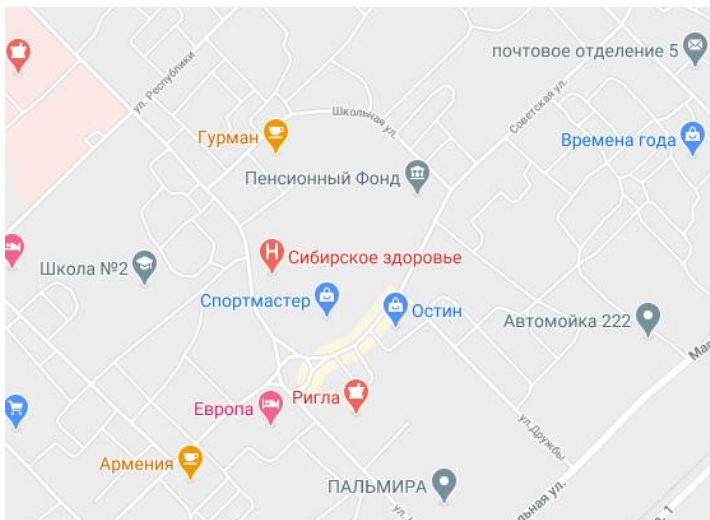
- усиление рекламной компании и проведение различных акций в соцсетях;
- предоставление скидок постоянным посетителям;
- подарки посетителям.

### **5. Формирование имиджа кабинета (PR)**

За счет высокого качества оказываемых услуг постепенно будет формироваться положительный имидж кабинета.

## 5. Организационный план

### 5.2. Местоположение кабинета



Кабинет аппаратной косметологии и шугаринга будет расположен в арендованном помещении площадью 30 кв.м., расположенном по адресу: г. Город, ул. Улица, д. 1.

Это густонаселенный спальный район города, рядом расположена удобная парковка и остановка пассажирского общественного транспорта.

При правильно организованной рекламной компании есть возможность охватить практически всех жителей города.

### 5.3. Организационно-правовая форма

На начальном этапе реализации проекта инициатор планирует работать один, сосредоточив в своих руках функции мастера, администратора и маркетолога.

Занятость в рамках проекта будет составлять около 4-5 часов в день, так как параллельно инициатор проекта работает в одном из государственных медицинских клиник города.

Выбранная организационно правовая форма - самозанятость.

Самозанятость — форма получения вознаграждения за свой труд непосредственно от заказчиков, в отличие от наёмной работы.

### 5.4. Календарный план

Для эффективного распределения времени и ресурсов инициатором составлен календарный план реализации проекта.

Таблица №5.1 - Сводный календарный план

Этапы	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.
Получение субсидии	X			

**Консалтинговая компания «Еньютин и Партнеры»; <https://bzplan.ru>**

Приобретение оборудования	X			
Проведение рекламной компании	X	X	X	X
Открытие предприятия		X		

## 6. Производственный план

### Требования к помещению

В косметологическом кабинете обязательно должно быть отопление, канализация, горячее и холодное водоснабжение и правильно подобранное освещение.

Для комфортной работы целесообразно выбирать кабинет с площадью примерно 20 кв. м. и больше. Санитарно-гигиенические нормы регламентируют минимальную площадь одного рабочего места в кабинете косметолога не менее 12 кв. метров. Поэтому помещение с меньшей площадью не подходит для работы косметолога.

Желательно, чтобы до места было комфортно добираться разными видами транспорта.

При отделке кабинета можно использовать разные варианты дизайна. Однако при этом нужно учитывать требования СЭС к помещениям, где предоставляются косметологические и медицинские услуги.

### Санитарно-гигиенические требования

Любой косметологический кабинет должен соответствовать следующим санитарно-гигиеническим нормам:

1) Минимальная площадь комнаты – 12 кв. м. При этом на каждое кресло должно предусматриваться не менее 6 кв. м. Если же планируется делать инъекции и иные инвазивные процедуры, то потребуются оборудовать еще и дополнительные помещения: раздевалку, комнату ожидания с площадью не меньше 6 кв. м., санузел, техническое пространство для инвентаря, медикаментов и иных требуемых материалов.

2) В кабинете, помимо дневного естественного освещения, должны предусматриваться еще 2 вида освещения: основное искусственное и местное (стационарные лампы).

3) Рекомендуемый температурный режим в помещении +16 ...+21 °С.

4) Для отделки стен могут применяться кафель, краска либо обои, а для пола – кафель, линолеум или кварц-виниловое напольное покрытие. Для отделки потолка можно использовать вододисперсионную краску. При этом допустимо применение только сертифицированных отделочных материалов. Цветовая гамма интерьера должна быть неяркой в пастельных тонах.

5) В помещении должна обеспечиваться достаточная вентиляция. Наличие резких ярко выраженных запахов недопустимо.

6) Для кабинета можно использовать только моющуюся мебель.

### Потребность в оборудовании и других технических средствах

Для нормального функционирования косметологического кабинета потребуется приобрести необходимое оборудование и принадлежности для работы.

Основными критериями при выборе оборудования в рассматриваемой ситуации явились его стоимость, надежность и гарантийные сроки эксплуатации.

При запуске проекта планируется приобрести следующее оборудование и осуществить прочие единовременные расходы.

Таблица №6.1 - Расходы при запуске проекта, руб.:

Статья затрат	Цена	Количество	Сумма
Аппарат Элмикс	52600	1	52600
Аппарат Липолиза SA-6047	69999	1	69999
Гель проводящий "Акугель"	245	5	1225
Кушетка	7200	1	7200
Кольцевая лампа	5000	1	5000
Ширма	6000	1	6000
Моделирующие гели	680	10	6800
Составы для обертывания	1200	10	12000
Масла для массажа	1000	5	5000
Стул мастера	3000	1	3000
Стеллаж	10000	1	10000
Диван для клиентов	6000	1	6000
Контактные гели	700	3	2100
Одноразовое белье	15	100	1500
Простыни одноразовые	9,9	100	990
Перчатки одноразовые	30	100	3000
Набор банок kangzhu для вакуумного массажа	2495	1	2495
Салфетки безворсовые	125	10	1250
Воскоплав	1300	1	1300
Паста для шугаринга			2500
Паста для шугаринга			1500
Лосьен перед депиляцией	750	3	2250
Лосьен после депиляции	900	3	2700
Тальк	250	1	250
Полоски для депиляции	1000	1	1000
Шпатели одноразовые деревянные	250	60	15000
Шпатели металлические	240	5	1200
Чехол на кушетку	80	5	400
Пленка для обертывания	95	5	475
Воск	1390	3	4170
Воск в картридже	130	10	1300
Крем парафин			350



*Консалтинговая компания «Енютин и Партнеры»; <https://bzplan.ru>*

Обучение "Косметолог"	18750	1	18750
Аренда помещения	10000	1	10000
Спецодежда мастера	5000	1	5000
Ремонтно-дизайнерские работы	15000	1	15000
Вывеска	2000	1	2000
Визитки	10	100	1000
Баннер	3000	1	3000
<b>Итого</b>			<b>285304</b>

## 7. Налогообложение

Инициатор проекта будет являться плательщиком налога на профессиональный доход.

Налог на профессиональный доход — это новый специальный налоговый режим для самозанятых граждан, который можно применять с 2019 года. Действовать этот режим будет в течение 10 лет.

Налог на профессиональный доход — это не дополнительный налог, а новый специальный налоговый режим. Переход на него осуществляется добровольно. У тех налогоплательщиков, которые не перейдут на этот налоговый режим, остается обязанность платить налоги с учетом других систем налогообложения, которые они применяют в обычном порядке.

Физические лица и индивидуальные предприниматели, которые переходят на новый специальный налоговый режим (самозанятые), могут платить с доходов от самостоятельной деятельности только налог по льготной ставке — 4 или 6%. Это позволяет легально вести бизнес и получать доход от подработок без рисков получить штраф за незаконную предпринимательскую деятельность.

Суммы предполагаемых к уплате в течение периода бизнес-планирования налогов приведены ниже.

Таблица 7.1. - Бюджетная эффективность проекта

Вид налога, сбора	1 год	2 год	Итого
Налог на профессиональный доход	31 140	35 100	63 540
<b>Итого</b>	<b>31 140</b>	<b>35 100</b>	<b>63 540</b>

## 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### 8.1. Выручка от оказания услуг

Планируется, что косметологический кабинет будет обслуживать посетителей с 1 месяца реализации проекта, так как инвестирование будет произведено в подготовительный период, а уже через 4 месяца инициатор проекта сможет выйти на плановые объемы оказания услуг. Сезонность для данного проекта не закладывалась в силу ряда особенностей. Расчет ежемесячного объема выручки приведен ниже.

Таблица 8.1 - Объем продаж, руб.

Услуга	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.
Аппаратная косметология	4500	4500	4500	7500	7500	7500	7500
Депиляция	52500	52500	52500	60000	60000	60000	60000
<b>Итого</b>	<b>57000</b>	<b>57000</b>	<b>57000</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>

Услуга	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	13 мес.
Аппаратная косметология	7500	7500	7500	7500	7500	7500
Депиляция	60000	60000	60000	60000	60000	60000
<b>Итого</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>

Услуга	14 мес.	15 мес.	16 мес.	17 мес.	18 мес.	19 мес.
Аппаратная косметология	7500	7500	7500	7500	7500	7500
Депиляция	60000	60000	60000	60000	60000	60000
<b>Итого</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>

Услуга	20 мес.	21 мес.	22 мес.	23 мес.	24 мес.	Итого
Аппаратная косметология	7500	7500	7500	7500	7500	<b>171000</b>
Депиляция	60000	60000	60000	60000	60000	<b>1417500</b>
<b>Итого</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>67500</b>	<b>1588500</b>

### 8.2. Затраты на реализацию проекта

Расчет сметы затрат до получения первых поступлений представлен ниже.

Таблица 8.2. - Смета затрат до получения первых поступлений от реализации

№ п/п	Статья затрат	Сумма, руб.
1.	Затраты, связанные с регистрацией предпринимательской деятельности:	0

1.1.	Госпошлина	0
2.	Организационно-технические затраты:	285 304
2.1.	Приобретение оборудования	163594
2.2.	Приобретение расходных материалов	66960
2.3.	Обучение	18750
2.4.	Аренда помещения	10000
2.5.	Спецодежда мастера	5000
2.6.	Ремонтно-дизайнерские работы	15000
2.7.	Реклама	6000
<b>Итого</b>		<b>285 304</b>

Источники финансирования первоначальных вложений в проект представлены ниже.

Таблица № 8.3. - Источники финансирования проекта

№ п/п	Вид источника	Сумма, руб.
1	Единовременная финансовая помощь государства	250 000
2	Собственные денежные средства	35 304
<b>Итого</b>		<b>285 304</b>

Первоначальные затраты, которые планируется покрыть за счёт использования единовременной финансовой помощи государства, представлены ниже.

Таблица 8.4 – Первоначальные затраты, финансируемые за счёт единовременной финансовой помощи.

№ п/п	Наименование затрат	Сумма, руб.
1	Аппарат Элмикс	52600
2	Аппарат Липолиза SA-6047	69999
3	Кушетка	7200
4	Кольцевая лампа	5000
5	Ширма	6000
6	Стул мастера	3000
7	Стеллаж	10000
8	Диван для клиентов	6000
9	Набор банок kangzhu для вакуумного массажа	2495
10	Воскоплав	1300
11	Гель проводящий "Акугель"	1225
12	Моделирующие гели	6800
13	Составы для обертывания	12000
14	Масла для массажа	5000
15	Контактные гели	2100
16	Одноразовое белье	1500

17	Простыни одноразовые	990
18	Перчатки одноразовые	3000
19	Салфетки безворсовые	1250
20	Паста для шугаринга	2500
21	Паста для шугаринга	1500
22	Лосьен перед депиляцией	2250
23	Лосьен после депиляции	2700
24	Тальк	250
25	Полоски для депиляции	1000
26	Шпатели одноразовые деревянные	15000
27	Шпатели металлические	1200
28	Чехол на кушетку	400
29	Пленка для обертывания	475
30	Воск	4170
31	Воск в картридже	1300
32	Крем парафин	350
33	Обучение "Косметолог"	18750
34	Реклама	696
<b>Итого</b>		<b>250000</b>

Первоначальные затраты, которые планируется покрыть за счёт собственных средств инициатора проекта, представлены ниже.

Таблица 8.5 – Первоначальные затраты, финансируемые за счёт собственных средств инициатора проекта.

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование затрат</b>	<b>Сумма, руб.</b>
1	Аренда помещения	10000
2	Спецодежда мастера	5000
3	Ремонтно-дизайнерские работы	15000
4	Вывеска	2000
5	Визитки	304
6	Баннер	3000
<b>Итого</b>		<b>35304</b>

В процессе функционирования кабинета инициатор проекта будет нести следующие текущие затраты.

Таблица №8.6 - Затраты на оказание услуг, руб.:

Статья затрат	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.
Коммунальные услуги	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Аренда		10000	10000	10000	10000	10000	10000
Спецодежда	0	0	0	0	0	0	0
Реклама		3000	3000	3000	3000	3000	3000
Расходные материалы			21640	21640	21640	21640	21640
<b>Итого</b>	<b>2000</b>	<b>15000</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>

Статья затрат	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	13 мес.
Коммунальные услуги	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Аренда	10000	10000	10000	10000	10000	10000
Спецодежда	0	0	0	0	0	5000
Реклама	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Расходные материалы	21640	21640	21640	21640	21640	21640
<b>Итого</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>41640</b>

Статья затрат	14 мес.	15 мес.	16 мес.	17 мес.	18 мес.	19 мес.
Коммунальные услуги	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Аренда	10000	10000	10000	10000	10000	10000
Спецодежда	0	0	0	0	0	0
Реклама	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Расходные материалы	21640	21640	21640	21640	21640	21640
<b>Итого</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>

Статья затрат	20 мес.	21 мес.	22 мес.	23 мес.	24 мес.	Итого
Коммунальные услуги	2000	2000	2000	2000	2000	<b>48000</b>
Аренда	10000	10000	10000	10000	10000	<b>230000</b>
Спецодежда	0	0	0	0	0	<b>5000</b>
Реклама	3000	3000	3000	3000	3000	<b>69000</b>
Расходные материалы	21640	21640	21640	21640	21640	<b>476080</b>
<b>Итого</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>36640</b>	<b>828080</b>

### 8.3. Отчеты о доходах и расходах

Прогноз (отчет) о доходах и расходах необходим для оценки эффективности текущей (хозяйственной) деятельности. Его анализ позволяет также оценить размер чистой прибыли, являющейся одним из основных источников денежных средств, привлеченных на финансирование инвестиционных издержек проекта. Однако наличие и размер чистой прибыли не является единственным критерием успешности реализации инвестиционного проекта, так

***Консалтинговая компания «Енютин и Партнеры»; <https://bzplan.ru>***

как используемые в отчете «доходы» и «расходы», как правило, не отражают действительного движения денежных средств в данном интервале планирования.

Составленный на основании имеющихся данных прогноз (отчет) о доходах и расходах представлен ниже.

Таблица № 8.7. - Прогноз (отчет) о доходах и расходах, руб.

№ п/п	Показатели	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	13 мес.
1.	Выручка от реализации	57000	57000	57000	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500
2.	Себестоимость оказания услуг	287 304	15 000	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	41 640
2.1.	Единовременные расходы	285304												
2.1.1.	Приобретение оборудования	163594												
2.1.2.	Приобретение расходных материалов	66960												
	Обучение	18750												
	Аренда помещения	10000												
	Спецодежда мастера	5000												
	Ремонтно-дизайнерские работы	15000												
	Реклама	6000												
2.2.	Постоянные расходы	2 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	20 000
2.2.1.	Коммунальные услуги	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
2.2.2.	Аренда	0	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
2.2.3.	Спецодежда	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5000
2.2.4.	Реклама	0	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
2.3.	Переменные расходы	0	0	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640
2.3.1.	Расходные материалы	0	0	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640
3.	Прибыль до налогообложения	-230 304	42 000	20 360	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	25 860
4.	НПД	2280	2280	2280	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700
5.	<b>Чистая прибыль</b>	<b>-232 584</b>	<b>39 720</b>	<b>18 080</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>23 160</b>
	<b>Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	<b>-232 584</b>	<b>-192 864</b>	<b>-174 784</b>	<b>-146 624</b>	<b>-118 464</b>	<b>-90 304</b>	<b>-62 144</b>	<b>-33 984</b>	<b>-5 824</b>	<b>22 336</b>	<b>50 496</b>	<b>78 656</b>	<b>101 816</b>



**Консалтинговая компания «Еньютин и Партнеры»; <https://bzplan.ru>**

№ п/п	Показатели	14 мес.	15 мес.	16 мес.	17 мес.	18 мес.	19 мес.	20 мес.	21 мес.	22 мес.	23 мес.	24 мес.	Итого
1.	Выручка от реализации	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	67500	<b>1588500</b>
2.	Себестоимость оказания услуг	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	36 640	<b>1113384</b>
2.1.	<b>Единовременные расходы</b>												<b>285304</b>
2.1.1.	Приобретение оборудования												<b>163594</b>
2.1.2.	Приобретение расходных материалов												<b>66960</b>
	Обучение												<b>18750</b>
	Аренда помещения												<b>10000</b>
	Спецодежда мастера												<b>5000</b>
	Ремонтно-дизайнерские работы												<b>15000</b>
	Реклама												<b>6000</b>
2.2.	<b>Постоянные расходы</b>	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	<b>352 000</b>
2.2.1.	Коммунальные услуги	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	<b>48000</b>
2.2.2.	Аренда	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	<b>230000</b>
2.2.3.	Спецодежда	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>5000</b>
2.2.4.	Реклама	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	<b>69000</b>
2.3.	<b>Переменные расходы</b>	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	<b>476080</b>
2.3.1.	Расходные материалы	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640	<b>476080</b>
3.	Прибыль до налогообложения	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	30 860	<b>475116</b>
4.	НПД	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2700	<b>63540</b>
5.	<b>Чистая прибыль</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>411576</b>
	<b>Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	<b>129 976</b>	<b>158 136</b>	<b>186 296</b>	<b>214 456</b>	<b>242 616</b>	<b>270 776</b>	<b>298 936</b>	<b>327 096</b>	<b>355 256</b>	<b>383 416</b>	<b>411 576</b>	

#### 8.4. Отчет о движении денежных средств

Данный отчет 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. Расчет отчета о движении денежных средств для данного проекта приведен ниже.

Таблица №8.8 – Отчет о движении денежных потоков

Вид денежного потока	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.	9 мес.
Поступления от продаж (выручка)	57000	57000	57000	67500	67500	67500	67500	67500	67500
Постоянные издержки	2 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Налоги	2280	2280	2280	2700	2700	2700	2700	2700	2700
Переменные расходы	0	0	21640	21640	21640	21640	21640	21640	21640
<b>1. Результат от операционной деятельности</b>	<b>52 720</b>	<b>39 720</b>	<b>18 080</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>
Приобретение оборудования	163594								
Приобретение расходных материалов	66960								
Обучение	18750								
Аренда помещения	10000								
Спецодежда мастера	5000								
Ремонтно-дизайнерские работы	15000								
Реклама	6000								
<b>2. Результат от инвестиционной деятельности</b>	<b>285 304</b>								
Собственный капитал (личные вложения)	35 304								
Финансовая помощь	250 000								
<b>3. Результат от финансовой деятельности</b>	<b>285304</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс наличности на начало периода</b>	<b>52 720</b>	<b>52 720</b>	<b>92 440</b>	<b>110 520</b>	<b>138 680</b>	<b>166 840</b>	<b>195 000</b>	<b>223 160</b>	<b>251 320</b>
<b>Баланс наличности на конец периода</b>	<b>52 720</b>	<b>92 440</b>	<b>110 520</b>	<b>138 680</b>	<b>166 840</b>	<b>195 000</b>	<b>223 160</b>	<b>251 320</b>	<b>279 480</b>

*Консалтинговая компания «Еньютин и Партнеры»; <https://bzplan.ru>*

<b>Вид денежного потока</b>	<b>10 мес.</b>	<b>11 мес.</b>	<b>12 мес.</b>	<b>1 квартал</b>	<b>2 квартал</b>	<b>3 квартал</b>	<b>4 квартал</b>	<b>Итого</b>
Поступления от продаж (выручка)	67500	67500	67500	202500	202500	202500	202500	<b>1588500</b>
Постоянные издержки	15 000	15 000	15 000	50 000	45 000	45 000	45 000	<b>352000</b>
Налоги	2700	2700	2700	8100	8100	8100	8100	<b>63540</b>
Переменные расходы	21640	21640	21640	64920	64920	64920	64920	<b>476080</b>
<b>1. Результат от операционной деятельности</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>28 160</b>	<b>79 480</b>	<b>84 480</b>	<b>84 480</b>	<b>84 480</b>	<b>696880</b>
Приобретение оборудования								<b>163594</b>
Приобретение расходных материалов								
Обучение								
Аренда помещения								
Спецодежда мастера								
Ремонтно-дизайнерские работы								
Реклама								
<b>2. Результат от инвестиционной деятельности</b>								<b>285304</b>
Собственный капитал (личные вложения)								<b>35304</b>
Финансовая помощь								<b>250000</b>
<b>3. Результат от финансовой деятельности</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>285304</b>
<b>Баланс наличности на начало периода</b>	<b>279 480</b>	<b>307 640</b>	<b>335 800</b>	<b>363 960</b>	<b>443 440</b>	<b>527 920</b>	<b>612 400</b>	
<b>Баланс наличности на конец периода</b>	<b>307 640</b>	<b>335 800</b>	<b>363 960</b>	<b>443 440</b>	<b>527 920</b>	<b>612 400</b>	<b>696 880</b>	

### 8.5. Показатели эффективности проекта

При оценке проекта были рассчитаны следующие показатели эффективности:

Таблица №8.9 – Показатели эффективности проекта.

Показатель	Значение
Выручка, руб.	1588500
Затраты, руб.	1113384
Затраты переменные, руб.	476080
Затраты постоянные, руб.	637 304
Точка безубыточности, руб.	910 050
Запас финансовой прочности, руб.	678 450
Коэффициент финансовой прочности	0,42
Срок окупаемости, мес.	7

На основании данных можно сделать вывод, что проект является экономически выгодным, и в перспективе инициатор будет получать стабильную прибыль от его реализации.

## **9. Анализ рисков**

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

Нами оценивается вероятность возникновения рисков при реализации проекта, а также устойчивость проекта по отношению к рискам, отнесенным к категории вероятных.

Указанный проект является очень конкурентным и жизнеспособным. К сильным сторонам проекта и его конкурентным преимуществам можно отнести:

- выгодное месторасположение кабинета;
- применение нового оборудования;
- большой опыт инициатора проекта в этой сфере;
- наличие наработанной клиентской базы.

Но в тоже время для работы проекта имеются определенные риски, которые также необходимо отразить в настоящем проекте. Все риски, которые могут возникнуть у инвестора при реализации указанного проекта можно условно подразделить на следующие группы:

1. Технологические;
2. Организационные;
3. Финансовые;
4. Политические.

Под технологическими рисками инвестор подразумевает перебои с приобретением оборудования и расходных материалов у поставщиков. Предупредить и минимизировать указанные риски можно, установив прочные партнерские отношения с несколькими поставщиками.

Под организационными рисками инициатор подразумевает возможные сложности с постановкой текущей работы кабинета. Предупредить и минимизировать указанные риски можно, установив CRM, с помощью которой планируется вести запись посещений, рассылать клиентам напоминания о предстоящих визитах, делать постоянным посетителям индивидуальные предложения на дополнительные услуги, глубоко персонализировать маркетинговые действия и т.д.

Под финансовыми рисками инвестор подразумевает возможное увеличение налоговой нагрузки. Предупредить и минимизировать указанные риски можно, скорректировав ценовую политику кабинета.

Под политическими рисками инвестор подразумевает возможную смену политического режима и дестабилизацию в стране. Предупредить и минимизировать указанные риски инициатор проекта возможности не имеет.

Определить в какую стоимость обойдется возможное предупреждение и минимизация рисков не представляется возможным в связи с множеством факторов и рисков, могущих повлиять на начинаемый бизнес.

## О РАЗРАБОТЧИКЕ

Консалтинговая компания «Енютин и Партнёры» создана в 2011г. аудитором и экономистом Енютиным Андреем Николаевичем.

Мы занимаемся оказанием услуг в сфере бизнес-планирования и финансового консалтинга. Нашими клиентами являются многие компании из России, СНГ и стран дальнего зарубежья.

Наша команда состоит из 5 экспертов, являющихся опытными финансистами и специалистами в области банковского кредитования, что позволяет нам разрабатывать проекты любой сложности.

### Контакты разработчика

Скачать другие бизнес-планы и заказать индивидуальную разработку под Ваш проект можно по ссылке: <https://bzplan.ru>

Email: [enjutin@yandex.ru](mailto:enjutin@yandex.ru)

Телефон: 8 (908) 124-17-86 (WhatsApp, Telegram)