



БИЗНЕС-ПЛАН

Барбершопа «Синьор»

Контакты разработчика

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

Email: enjutin@yandex.ru

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

НАПИСАТЬ РАЗРАБОТЧИКУ

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
1. РЕЗЮМЕ	3
2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА.....	5
3. АНАЛИЗ РЫНКА	7
3.1. Общее описание рынка и его целевых сегментов.....	7
3.2. Swot-анализ	8
3.3. Анализ конкурентов.....	8
4. ПЛАН МАРКЕТИНГА	10
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....	12
5.1. Описание местоположения.....	12
5.2. График реализации проекта по периодам	12
6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	13
6.1. Инвестиционные затраты	13
6.2. Операционные затраты проекта.....	14
6.3. Объем оказания услуг.....	15
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	17
7.1. Налогообложение	17
7.2. Прогноз о доходах и расходах	17
7.3. Показатели экономической эффективности.....	19
8. АНАЛИЗ РИСКОВ	20

1. РЕЗЮМЕ

Данный бизнес-план разработан для открытия **барбершопа**. Он содержит описание создаваемого бизнеса и оценку возможности его окупаемости.

Инициатор проекта: Иванов Иван Иванович.

Организационно-правовая форма инициатора проекта: самозанятость.

Местоположение барбершопа «Синьор»: г. Город, ул. Улица, 1, каб. 1.

Режим работы: с 9 до 20 часов 5 дней в неделю по предварительной записи. Выходные: понедельник, вторник.

Инициатор проекта в первый год реализации проекта планирует оказывать услуги самостоятельно без привлечения наёмных сотрудников..

Цель проекта: получение прибыли за счет оказания услуг барбершопа.

Задачами проекта являются:

на 1 этапе деятельности:

- наработка опыта в данном виде деятельности;
- формирование своего контингента потребителей;

на 2 этапе:

- увеличение объемов оказания услуг.

Социальная эффективность проекта:

- поступление дополнительных доходов в бюджет;
- обеспечение самозанятости и получение прибыли инициатором проекта;
- в рамках дальнейшего развития бизнеса возможно его расширение: регистрация в качестве индивидуального предпринимателя и создание новых рабочих мест.

Деятельность по продвижению бизнес-проекта подразделяется на несколько этапов:

- разработка бизнес-плана и других основополагающих документов;

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

- закупка оборудования и материалов;
- планирование работы;
- проведение рекламной кампании;
- выход на рынок и завоевание доли на нем.

В процессе осуществления деятельности планируется возместить затраты, связанные с предпринимательской деятельностью за счет средств социального контракта в размере **350 000 рублей.**

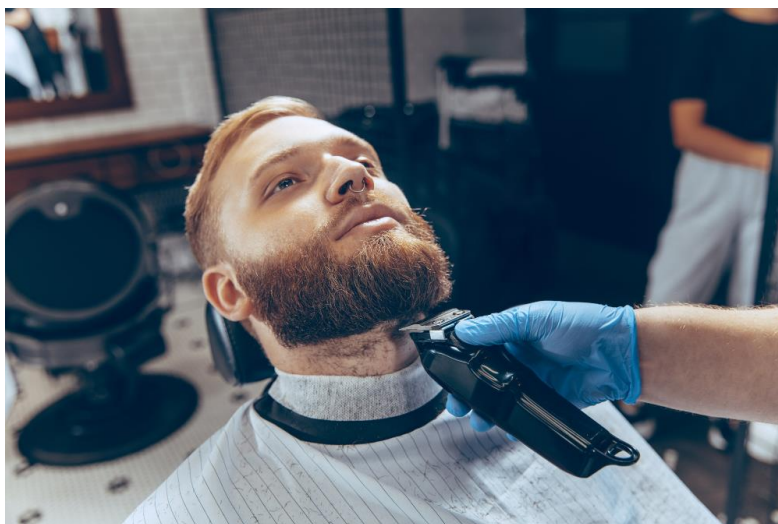
Экономические показатели проекта:

- срок окупаемости проекта – 8 мес.;
- рентабельность инвестиций - 151 %;
- чистая прибыль проекта - 530304 руб.;
- количество созданных рабочих мест – 1;
- горизонт бизнес-планирования – 1 год;
- интервал бизнес-планирования – 1 месяц.

2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА

В рамках реализации проекта Ивановым Иваном Ивановичем **планируется открытие в г. Город барбершопа.**

Инициатор проекта планирует зарегистрироваться в качестве самозанятого и работать без привлечения наемных работников.



Сезонности данный вид деятельности не имеет.

Для ведения рассматриваемой деятельности необходимо обладать организаторскими способностями, умением парикмахера и высокими коммуникативными навыками. Перечисленных навыков вполне хватит для успешного ведения

избранной деятельности.

Цель деятельности в отношении клиентов – это качественное оказание парикмахерских услуг и полное удовлетворение потребности клиентов.




В барбершоппе планируется оказывать следующие услуги:

- моделирование бороды;
- детская стрижка;
- мужская стрижка машинкой;
- мужская стрижка;
- стрижка и бритьё;
- окантовка;
- удлиненная стрижка;
- тонирование седины;
- восковое удаление волос;
- укладка.

Данный перечень не является исчерпывающим.

ЕЩЁ 1000 ГОТОВЫХ БП

ЗАКАЖИТЕ БП ПОД СЕБЯ

+7(908)124-17-86   

Клиенты будут обращаться за услугой по телефону или непосредственно в барбершоп, где будет оказываться услуга.

Первоначально производится опрос о пожеланиях клиента относительно услуги, после согласования всех нюансов исполнитель приступает к оказанию услуг.

При оказании услуг будут использоваться только высококачественные расходные материалы.

3. АНАЛИЗ РЫНКА

3.1 Общее описание рынка и его целевых сегментов

Рынок барбершопов переживает в последнее время мощный подъем с ростом спроса по данному сегменту на 38% за год по данным Forbs. Средний чек также вырос на 17% и составил 1200 рублей.

Барбершопы активно развиваются на российском рынке с 2015 года, и на данный момент это одно из самых перспективных направлений сферы услуг. Благодаря низкой конкуренции и высокому спросу выживает порядка 85% всех вновь открытых заведений этого типа.

Причиной популярности таких заведений стала усталость мужчин от обслуживания в стандартных парикмахерских, где рядом сплетничают девушки или кричат дети. Опросы, проводимые различными исследовательскими центрами, выявили две закономерности:

- сильный пол испытывает неловкость, пользуясь в обычном салоне услугами колориста-парикмахера, специалиста по маникюру и педикюру;
- некомфортная обстановка парикмахерской приводит к тому, что мужчина стремится как можно реже посещать мастера.

В барбершопках возникновение нежелательных обстоятельств исключено, мужчины охотней и чаще посещают их, кроме того, не боясь осуждения со стороны женщин, пользуются всеми услугами.

Согласно проведённого анализа в г. Город имеется 40 барбершопов. Маркетинговое исследование рынка показало, что в количественном выражении основу рынка в г. Город составляют организации эконом-класса.

Количественно средний сегмент занимает 25% рынка, тем не менее, во многих из подобных организаций качество, набор услуг и их стоимость не соответствует параметрам, характерным данным организациям среднего класса. Зачастую организации данного сегмента необоснованно завышают расценки.

На сегодняшний день лишь 4 из существующих барбершопов среднего уровня могут выдержать конкуренцию с новым предпринимателем среднего и выше среднего класса. Таким образом, с учетом ограниченных тенденций развития рынка, оптимальным является работа в среднем ценовом сегменте.

В качестве целевой аудитории будут выступать мужчины со средним уровнем достатка и выше.

3.2. Swot-анализ

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом).

Результаты проведенного Swot-анализа приведены ниже.

Сильные стороны	Слабые стороны
Предложение актуальных и качественных услуг	Отсутствие клиентской базы
Хорошее местоположение	Недостаточный навык рекламного продвижения
Конкурентная цена	Недостаточный бюджет на продвижение бизнеса
Наличие разработанной маркетинговой и рекламной политики	
Возможности	Угрозы
Рост спроса на услугу	Быстрое освоение рынка новыми конкурентами
Расширение ассортимента предлагаемых услуг	Экономическая нестабильность
Расширение бизнеса в перспективе	Снижение уровня жизни населения
Коллаборации с представителями бьюти-сферы	Зависимость от импортного оборудования в связи с санкциями

На основании проведенного SWOT-анализа можно сказать, что ключевыми факторами успеха для инициатора проекта должны стать высокое качество и приемлемые цены оказываемых услуг.

3.3. Анализ конкурентов

Цель конкурентного анализа – составить представление о конкурентах, выявить их сильные и слабые стороны, а также показать конкурентные преимущества компании.

Согласно данным 2ГИС в г. Город на сегодня работает 40 конкурентов разного масштаба. Ключевым конкурентами инициатора проекта являются заведения «Конкурент 1» и «Конкурент 2», расположенные в том же географическом районе.

Анализ основных конкурентов приведен ниже.

Конкуренты	Основные преимущества	Основные недостатки	Основной спектр продукции услуг	Маркетинговые предложения
«Конкурент 1»	1. Более 5 лет на рынке; 2. Потоковое местоположение; 3. Получение услуги без предварительной записи.	1. непрофессионализм мастеров; 2. несоотношение цены и качества; 3. Отсутствие комфорта для клиента. 4. Высокая стоимость услуг.	Все виды услуг барбершопа	Ведут социальные сети и делают предложения подписчикам.
«Конкурент 2»	1. Более 3 лет на рынке.	1. непрофессионализм сотрудников; 2. Низкокачественные материалы и оборудование; 3. Высокая стоимость услуг.	Все виды услуг барбершопа	Работающая программа лояльности.

Исходя из результатов исследования, можно четко определить направление работы для повышения конкурентоспособности. По ассортименту и качеству предлагаемых услуг барбершоп «Синьор» позиционируется не менее привлекательно, чем основные конкуренты. Открываемый бизнес будет выгодно отличаться от существующих более уютом, качеством оказываемых услуг и конкурентной ценовой политикой.

4. ПЛАН МАРКЕТИНГА

Ценообразование – важнейшая составляющая маркетингового плана.

Основной метод ценовой политики – стратегия средних цен, так как вначале нужно зарекомендовать себя.

Планируется, что в течение первого года реализации проекта цены увеличиваться не будут. В перспективе повышение цен будет зависеть от уровня спроса на услуги барбершопа, затрат на материалы и уровня цен у конкурентов.

Сопоставление цен с основными конкурентами приведено ниже.

№ п/п	Наименование услуги	Цена, руб.		
		Барбершоп «Синьор»	Конкурент 1	Конкурент 2
1	Моделирование бороды	400	500	500
2	Детская стрижка	600	800	700
3	Мужская стрижка машинкой	700	800	800
4	Мужская стрижка	900	1000	1000
5	Стрижка и бритьё	1100	1200	1200
6	Окантовка	200	200	200
7	Удлиненная стрижка	1000	1200	1200
8	Тонирование седины	1100	1200	1200
9	Восковое удаление волос	600	800	700
10	Укладка	100	100	100

Основой маркетинговой стратегии инициатора проекта станет формирование постоянной клиентской базы и дальнейшая работа с ней, что позволит существенно снизить маркетинговую активность по привлечению новых клиентов.

Для формирования клиентской базы потребуется обеспечить высокий уровень предоставляемых услуг, приемлемые цены и хорошую транспортную доступность местоположения барбершопа. После завершения формирования клиентской базы стоимость услуг планируется удерживать на уровне средней по городу, до этого она будет ниже, чем у конкурентов. Если заказчики будут удовлетворены предоставленными услугами, они вряд ли захотят искать другого специалиста и дадут положительную рекомендацию своим знакомым.

Основным каналом продвижения услуг станет социальная сеть «ВКонтакте», а также будут подаваться объявления на Авито, Яндекс Услугах и Юле. Также в дальнейшем планируется создание собственного сайта-визитки.

При недостаточной загрузке необходимо будет:

1. Понизить цены. Хорошие скидки привлекут внимание клиентов и увеличат вероятность того, что выбор клиентов остановится именно на услугах барбершопа.
2. Совершенствовать свои услуги. Внедрять новые функции в услуги, чтобы выглядеть привлекательнее услуг конкурентов.

Следуя данному плану, инициатор проекта планирует занять 3% рынка г. Город.



5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Описание местоположения

Местоположение барбершопа удобно для жителей города, в особенности для проживающих в Центральном районе, разместить её планируется по адресу г. Город, ул. Улица, 1, каб. 1.



Барбершоп будет открыт в Торговом центре «Галактика» в самом центре города, в 2 минутах ходьбы от которого находится остановка общественного транспорта.

Помещение площадью 15 м² будет взято в аренду, договор составлен

на 12 месяцев. Состояние арендуемого помещения хорошее, ремонт не требуется.

При правильно организованной рекламной кампании есть возможность охватить практически всех жителей города

5.2. График реализации проекта по периодам

Временные периоды основных этапов реализации проекта будут выглядеть следующим образом.

№ п/п	Наименование этапа проекта	Год			
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
1	Получение социального контракта	v			
2	Регистрация в качестве самозанятого, покупка оборудования, аренда помещения	v			
3	Проведение рекламной компании	v	v	v	v
4	Ведение деятельности	v	v	v	v

6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

6.1. Инвестиционные затраты

Для ведения деятельности планируется осуществить следующие первоначальные вложения.

№ п/п	Наименование	Стоимость за 1 единицу, руб.	Кол-во	Итого, руб.
1	Кресло барбер	80000	1	80000
2	Зеркало	15000	1	15000
3	Мойка для волос	40000	1	40000
4	Парикмахерский стационарный пылесос	20000	1	20000
5	Шейвер WAHL Vanish Shaver Five Star	12500	1	12500
6	Стерилизатор ультрафиолетовый	2600	1	2600
7	Тумба из нержавеющей стали для инструмента	35000	1	35000
8	Полка для инструмента и косметических средств из нержавеющей стали	10000	1	10000
9	Тележка для инструмента	10000	1	10000
10	Стул	4000	4	16000
11	Съёмные навесные лампы для правильного освещения рабочего места	16000	1	16000
12	Барбер пол лампа	3500	1	3500
13	Помада для волос Морской Прибой 100 мл	600	10	6000
14	Крем для волос Морской прибой Black Edition 100 ml	600	10	6000
15	Матирующая паста для волос Морской Прибой Black	500	1	500
16	Шампунь Mint500 Daily Moisturising Shampoo	500	20	10000
17	BOYS TOYS Лосьон После Бритья Сандал И Бергамот	800	4	3200
18	Распылитель Proraso	800	1	800
19	Лосьон после бритья Ментол и Эвкалипт 400 мл.	3000	1	3000
20	Clubman Reserve Tequila Tease After Shave Lotion Лосьон после бритья	2000	1	2000
21	Тальк для барберов 500 гр.	200	5	1000
22	Мыло для бритья Proraso Сандал	600	4	2400
23	Масло для бороды TOYS	420	7	2940
24	Машинка для стрижки wahl	6560	1	6560

25	Аренда	15000	3	45000
Итого:				350000

Указанные расходы в полном объеме будут произведены за счёт средств социального контракта.

6.2. Операционные затраты проекта

В рамках проекта планируются следующие ежемесячные операционные расходы:

Наименование	Стоимость
Реклама	1000
Связь, Интернет	1000
Расходные материалы (масла, шампуни и пр)	5000
Аренда	15000
Итого	22000

6.3. Объем оказания услуг




Объём оказания услуг барбершопа в натуральном выражении приведен ниже.

Услуга	Период												Итого
	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	
Моделирование бороды	10	12	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	162
Детская стрижка	5	7	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	102
Мужская стрижка машинкой	7	9	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	126
Мужская стрижка	6	8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	114
Стрижка и бритьё	7	9	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	126
Окантовка	8	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	138
Удлиненная стрижка	6	8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	114
Тонирование седины	7	9	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	126
Восковое удаление волос	7	9	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	126
Укладка	10	12	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	162
Итого:	73	93	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	1296

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

ЕЩЁ 1000 ГОТОВЫХ БП

ЗАКАЖИТЕ БП ПОД СЕБЯ

+7(908)124-17-86   

6.4. Выручка

Расчёт выручки от реализации проекта приведен ниже.

Услуга	Период												Итого
	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	
Моделирование бороды	4000	4800	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	5600	64800
Детская стрижка	3000	4200	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	61200
Мужская стрижка машинкой	4900	6300	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	88200
Мужская стрижка	5400	7200	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	102600
Стрижка и бритьё	7700	9900	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	138600
Окантовка	1600	2000	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	27600
Удлиненная стрижка	6000	8000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	114000
Тонирование седины	7700	9900	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	12100	138600
Восковое удаление волос	4200	5400	6600	6600	6600	6600	6600	6600	6600	6600	6600	6600	75600
Укладка	1000	1200	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	16200
Итого:	45500	58900	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	827400
Средний чек:	623	633	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	638

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.1. Налогообложение

Организационно правовая форма – самозанятость.

Вид налогообложения: налог на профессиональный доход. Ставка налога 4% от дохода, полученного от физических лиц, 6% от юридических. Нет обязательных взносов. ИП на НПД не обязаны уплачивать страховые взносы, согласно п. 11 ст. 2 закона 422-ФЗ.

Размер налога за год будет составлять из расчета дохода 827400 рублей в год: 33096 рублей ($827400 \times 4\%$).




7.2. Прогноз 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, для привлеченных на финансирование инвестиционных издержек проекта. Однако наличие и размер чистой прибыли не является единственным критерием успешности реализации инвестиционного проекта, так как используемые в отчете «доходы» и «расходы», как правило, не отражают действительного движения денежных средств в данном интервале планирования.

Прогноз (отчет) о доходах и расходах за первый год реализации проекта представлен ниже.

ЕЩЁ 1000 ГОТОВЫХ БП

ЗАКАЖИТЕ БП ПОД СЕБЯ

+7(908)124-17-86   

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.	Итого
Выручка	45500	58900	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	72300	827400
Аренда	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	180000
Расходные материалы/сырье	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	60000
Реклама	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Коммунальные платежи, связь, Интернет	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Налог, 4%	1820	2356	2892	2892	2892	2892	2892	2892	2892	2892	2892	2892	33096
Расходы Итого	23820	24356	24892	24892	24892	24892	24892	24892	24892	24892	24892	24892	297096
Чистая прибыль нарастающим итогом	21680	34544	47408	47408	47408	47408	47408	47408	47408	47408	47408	47408	530304

7.3. Показатели экономической эффективности

Расчёт показателей экономической эффективности приведен ниже.

- 1. Рентабельность инвестиций:** (Прибыль/Сумма инвестиций)
 $530304/350000 \times 100\% = 151\%$.
- 2. Расчет рентабельности продаж:** (Чистая прибыль/Выручка):
 $530304/827400 \times 100\% = 64\%$.
- 3. Период окупаемости:** (Сумма инвестиций/Чистая прибыль x 12 месяцев)
 $350000/530304 \times 12 = 7,9$ (8 месяцев).

8. АНАЛИЗ РИСКОВ

В процессе реализации любого проекта остаются явления, которые могут помешать реализации. Сюда можно отнести события, которые могут произойти с определённой вероятностью и нанести определённый ущерб проекту. Качественный анализ рисков приведен ниже:

Наименование риска (группы рисков)	Возможные последствия реализации риска	Примечания
Недостатки финансово-экономического планирования	Нехватка оборотных средств для реализации проекта	
Недостаточное и несвоевременное финансирование	Нехватка денежных средств для расчетов с поставщиками	
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	Срыв графика реализации проекта	
Рост налогов	Увеличение себестоимости услуг и рост их цены	
Рост инфляции	Падение платежеспособного спроса	
Неисправность оборудования	Срыв работы, потеря заказчиков	
Усиление конкуренции	Потеря потенциальных заказчиков, снижение прибыли	
Снижение спроса	Уменьшение прибыли	

Количественный анализ рисков приведен:

Наименование риска (группы рисков)	Вероятность наступления (0-1)	Значимость риска для деятельности предприятия (0-10 баллов)	Оценка риска (2*3)
Недостатки финансово-экономического планирования	0,3	1,0	0,3
Недостаточное и несвоевременное финансирование	0,2	6,0	1,2
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	0,5	6,0	3,0
Рост налогов	0,5	4,5	2,25
Рост инфляции	0,5	4,0	2,0

Неисправность оборудования	0,3	7,0	2,1
Усиление конкуренции	0,5	5,0	2,5
Снижение спроса	0,4	6,0	2,4

Меры нивелирования рисков и превентивные меры раскрыты ниже:

Наименование риска	Превентивные меры борьбы с риском
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	Работа с проверенными поставщиками
Усиление конкуренции	Расширение рынка сбыта, предоставление скидок клиентам
Снижение спроса	Снижение цен на услуги
Рост налогов	Оптимизация издержек
Неисправность оборудования	Заключение договора на сервисное обслуживание
Рост инфляции	Скидки постоянным клиентам
Недостаточное и несвоевременное финансирование	Поиск дополнительных источников финансирования, инвесторов, обращение в кредитные учреждения
Недостатки финансово-экономического планирования	Обращение к специалистам, получение консультаций у экспертов