

2021

Бизнес-план вывода на рынок РФ нового косметического бренда



Оглавление

1. Резюме	3
1.1. Сущность результатов бизнес-планирования	3
1.2. Планируемые показатели эффективности	3
1.3. Источники финансирования	4
2. Сведения об инициаторе проекта	5
3. Определение основной идеи и целей проекта	5
4. Обзор рынка	6
5. Маркетинговый план	14
5.1. Концепция маркетинга	14
5.2. План продаж	16
5.3. Тактика маркетинга	17
5.3.1. Продукт	17
5.3.2. Каналы сбыта	17
5.3.3. Ценообразование	17
5.3.4. Реклама и продвижение	17
6. Организационный план	19
6.1. Разрешительные документы	19
6.2. Штатное расписание	19
6.3. Календарное осуществление проекта	20
7. Материальные ресурсы	21
7.1. Инвестиционные расходы	21
7.2. Косвенные расходы	21
7.3. Прямые расходы	21
7.4. Налоговое окружение	22
8. Финансовый анализ	22
8.1. Бюджет доходов и расходов	22
8.2. Бюджет движения денежных средств	23
8.3. Прогнозный баланс	23
8.4. Финансовые показатели	24
8.5. Показатели эффективности	24
8.6. Анализ безубыточности	25
8.7. Анализ чувствительности	25

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. Резюме

1.1. Сущность результатов бизнес-планирования

Инициаторы проекта планируют заключить дистрибьюторский контракт на поставку продукции под брендом XXX, организовать на территории РФ, Казахстана и Беларуси продвижение и продажи продукции через свою сбытовую сеть.

Анализ рынка показывает, что потенциал рынка достаточен для достижения уровня продаж, обеспечивающего рентабельность проекта. Следовательно, при условии эффективной работы на рынке проект будет экономически успешным.

Цель проекта – выполнение плана закупок продукции и организация продаж, обеспечивающих рентабельность бизнеса.

Инициаторы проекта планируют за * года развития проекта достичь выручки в *,*** млн. USD и получить прибыль в размере *,*** млн USD.

Кроме того, в результате реализации проекта будет выстроена торговая и образовательная сети для продажи продукции XXX на рынке РФ.

1.2. Планируемые показатели эффективности

В следующей таблице приведены показатели экономической эффективности проекта.

Таблица 1. Показатели эффективности инвестиций

Показатели	Единица измерения	Значение
Ставка дисконтирования	%	**
Период планирования	мес.	**
Чистый Доход без учета дисконта (PV)	USD	* *** **
ВНД (IRR), % в год.	%	***, *%
Чистый Дисконтированный Доход (NPV)	USD	* *** **
Чистый Дисконтированный Доход (NPV) с терминальной стоимостью (TV)	USD	* *** **
Срок окупаемости с дисконтом	мес.	*
Индекс доходности за период планирования		** *

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности свидетельствует об инвестиционной привлекательности проекта, о чем говорят следующие данные:

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода (ЧДД), составляющее более * млн. USD без учета терминальной стоимости и более *,* млн. USD с учетом терминальной стоимости.
- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД), составляющее ***,*%.
- Проект окупается в течение * месяцев с учётом дисконта.

- Индекс доходности гораздо больше *.

Таким образом, **проект является экономически эффективным и может быть рекомендован к реализации.**

1.3. Источники финансирования

Общая стоимость проекта ** *** USD.

Источник финансирования – собственные средства.

Таблица 2. Направления финансирования, USD.

.....

.....

Рисунок 1. Структура финансирования по направлениям вложений

2. Сведения об инициаторе проекта

.....

3. Определение основной идеи и целей проекта

Инициаторы проекта планируют заключить дистрибьюторский контракт на поставку продукции под брендом XXX, организовать на территории РФ, Казахстана и Беларуси продвижение и продажи продукции через свою сбытовую сеть.

Анализ рынка показывает, что потенциал рынка достаточен для достижения уровня продаж, обеспечивающего рентабельность проекта. Следовательно, при условии эффективной работы на рынке проект будет экономически успешным. Для этого инициаторам проекта необходимо после заключения контракта:

-

Цель проекта – выполнение плана закупок продукции и организация продаж, обеспечивающих рентабельность бизнеса.

Инициаторы проекта планируют за * года развития проекта достичь выручки в *,*** млн. USD и получить прибыль в размере *,*** млн USD.

Кроме того, в результате реализации проекта будет выстроена торговая и образовательная сети для продажи продукции XXX на рынке РФ.

4. Обзор рынка

В последние годы объём продаж на рынке косметики и парфюмерии растёт в денежном выражении примерно в темпе инфляции¹:

¹ *****/**/*****.*/**/_

*****/**/*****/2019/**/***** _***** _***** _***** _*****.***

Рисунок 8).

.....

Рисунок 8. Выручка от предоставления услуг парикмахерскими и салонами красоты в России, тыс. рублей

По структуре размера предприятий, генерирующих выручку от предоставления услуг салонов красоты, большую часть занимают

К микропредприятиям относятся организации со среднесписочной численностью работников до ** человек и выручкой до *** млн рублей в год, а к малым – со среднесписочной численностью работников до *** человек и выручкой до *** млн рублей в год.

Рисунок 9. Структура распределения салонов красоты и парикмахерских по размеру организации, %

.....

Малые и микропредприятия генерируют **% выручки от оказания услуг парикмахерских и салонов красоты⁴ (см. Рисунок 9). Такое распределение связано не только с тем, что отрасль представлена большим количеством маленьких организаций, но и с тем, что часть салонов красоты и парикмахерских работают в тени, т.е. занижают данные о выручке и среднесписочной численности работников в целях уменьшения налоговой нагрузки.

Рисунок 10. Структура распределения салонов красоты и парикмахерских по ценовым сегментам по России, %

.....

В своей ориентированности на потребителя салоны красоты формируют динамичную линейку тарифов, согласно которым то или иное предприятие относится к определенному ценовому сегменту. Большая часть предприятий остается на уровне среднего сегмента рынка, обеспечивая себе стабильный приток клиентов. Против **% салонов среднего класса конкурируют салоны с демократичными ценами на услуги, забирая на себя **% рынка. Оставшаяся доля сферы услуг остается за премиум-сегментом, включающим в себя высокое качество обслуживания и максимум дополнительного сервиса (см. Рисунок 10).

Вершина рейтинга остается за На втором месте Тройку лидеров замыкают⁵.

Кроме того, согласно прогнозам, увеличение количества центров, в которых оказывается широкий спектр услуг, может быть остановлен сменой тренда потребителя в сторону более узкоспециализированных салонов красоты⁶.

Также стоит не забывать о том, что ряд базовых услуг по уходу за собой оказывается мастерами на дому. Несмотря на невозможность численно оценить

4 *****/***** ***/*****/*****_*****_*****_*****-2018/

5 *****/***** ***/*****_*****_*****_*****/

6 *****/***** ***/*****/*****_*****_*****_*****-2018/

объем данного рынка, эксперты прогнозировали до пандемии все больший отказ потребителей от такого рода услуг в пользу сервиса, качества и безопасности, обеспечиваемых салонами красоты.

Клиентов салонов красоты возможно классифицировать в соответствии с данными характеристиками:

- пол,
- возрастная категория,
- занятость,
- состав семьи,
- социальный уровень.

Целевая аудитория салона красоты –

Рисунок 11. Структура распределения посещаемости салонов красоты по возрасту, %

.....

Услуги салона красоты одинаково востребованы как среди одиноких, так и среди замужних женщин с детьми и без детей, а основными мотивами к посещению салона красоты можно назвать стремление красиво и молодо выглядеть, несмотря на недостаток свободного времени.

Таблица 3. Частота посещения женщинами салонов красоты

.....

Около **% опрошенных в рамках проведенного агентством ... исследования женщин посещают салон красоты * раз в месяц или * раз в два месяца. Еще **% делают это раз в несколько месяцев (см. Таблица 3).

Согласно исследованиям компании, наибольшим спросом в услугах салонного бизнеса пользуются традиционные базовые услуги –⁷.

Основным критерием выбора салона красоты респонденты маркетинговых исследований называют⁸.

По данным маркетингового исследования компании ... клиенты салонов красоты среднего и выше среднего класса при выборе учитывают следующие факторы:

-

Важно отметить, что рекламу салонов красоты замечают от **% до **% женщин. При этом, рекламу в газетах и журналах используют как источник получения информации о салонах красоты респонденты старше ** лет⁹. Потенциальные клиенты более молодого возраста узнают об услугах салонов

⁷ ****://*****_****/*****_*****_*_*****_*****_*****_*****_*_**_****

⁸ ****://*****_*****_**/****/*****_*****_*****/

⁹ ****://****_****_**/*****/*****/2311/28207/****_*****_****?*****=2&*****_*

Объём продаж	***	****	****
--------------	-----	------	------

5.3. Тактика маркетинга

5.3.1. Продукт

Помимо поставок товара (* линии: профессиональная и для домашнего использования) планируется организовать

Будет организована доставка товара

Требования потребителя к продукту:

-

5.3.2. Каналы сбыта

Продажи будут организованы

-

5.3.3. Ценообразование

На данном рынке целесообразно применять метод ценообразования

5.3.4. Реклама и продвижение

Продвижение среди торговых партнёров будет организовано путём

-

Основной метод продвижения продукции среди салонов красоты –

Для продвижения бренда XXX на рынке конечных потребителей будет использована реклама.

Ядро целевой аудитории:

-

В рекламных обращениях к целевой аудитории будет сделан акцент на следующие ценности:

В рекламных материалах бренда будет использован русифицированный фирменный стиль XXX.

Основными каналами продвижения и привлечения клиентов будут следующие:

- **Продвижение в сети Интернет**

В качестве продвижения в сети Интернет нужно рассматривать следующие направления:

- SEO-продвижение сайта,
- Таргетированная реклама,
- SMM-продвижение,
- Контекстная реклама,
- Реклама в СМИ и Медиа,

Таблица 9. Ставки косвенных расходов

.....

7.3. Прямые расходы

В прямые расходы войдут:

- закупочные цены,
- расходы на таможенную и логистику в среднем размере **% от закупочных цен.

Наценка при продаже товаров будет составлять ***% исходя из покупательской способности рынка и статистики конкурентных цен.

Товар будет закупаться ежемесячно в соответствии с планом закупок - см. Таблица 5.

7.4. Налоговое окружение

Проект рассчитан с применением упрощённой системы налогообложения, база расчёта налога УСН – доходы, ставка *%.

Ставка страховых взносов – **% от ФОТ.

8. Финансовый анализ

Экономические расчеты выполнены путем разработки финансовой модели проекта в программном обеспечении Microsoft Excel.

Таблица 10. Условия расчета

Показатели	Значения
Валюта расчёта	USD
Прогнозный период, лет	*
Ставка дисконта, %	**%
Инфляция непродовольственных товаров, % в год	*%

8.1. Бюджет доходов и расходов

Таблица 11. Бюджет доходов и расходов, тыс. USD по годам

Статья	ИТОГО	*	*	*
Выручка	* ***	***	* ***	* ***
Расходы	* ***	***	***	***
Валовая прибыль	* ***	***	***	***
Амортизация	**	*	*	*
Страховые взносы	**	**	**	**
Прибыль до налога	* ***	***	***	***
Выплаты налога УСН	***	**	**	**
Чистая прибыль	* ***	***	***	***
Чистая прибыль с накоплением итога	*	***	***	* ***

Как видно из таблицы, компания показывает устойчивую операционную прибыль с первого года работы.

8.2. Бюджет движения денежных средств

Таблица 12. Бюджет движения денежных средств, тыс. USD по годам

Статья	ИТОГО	*	*	*
Основная деятельность				
Поступления от основной деятельности	* **	***	* **	* **
Выручка	* **	***	* **	* **
Выбытия от текущей деятельности	* **	***	***	***
Закупка и логистика	* **	***	***	***
Косвенные расходы	***	**	***	***
Налоги:	***	**	**	***
Страховые взносы	**	**	**	**
Налог УСН	***	**	**	**
Сальдо от основной деятельности	* **	***	***	***
Инвестиционная деятельность				
Поступления	**	**	*	*
Вложение средств во внеоборотные активы	**	**	*	*
Субсидии на пополнение оборотного капитала	**	**	*	*
Выбытия	**	**	*	*
Итого поток по инвестиционной деятельности	**	**	*	*
Финансовая деятельность				
Поступления	*	*	*	*
Выбытия	*	*	*	*
Итого поток по финансовой деятельности	*	*	*	*
Денежные средства на начало периода	*	*	***	***
Итого поступления денежных средств	* **	***	* **	* **
Итого оттоки денежных средств	* **	***	***	***
Денежные средства на конец периода	*	***	***	* **
Денежный поток от проекта	* **	***	***	***
Чистый денежный поток с накоплением итога	*	***	***	* **

БДДС показывает (см. Таблица 12), что при выбранном графике финансирования проект не испытывает трудностей с денежными средствами на всём периоде планирования. К концу периода планирования сумма свободных денежных средств составляет более **, * млн USD.

8.3. Прогнозный баланс

Таблица 13. Прогнозный баланс, тыс. USD по годам

Статья	*	*	*
НМА	**	**	*
Запасы	**	**	**
Денежные средства	***	***	* **
СУММАРНЫЙ АКТИВ	***	***	* **
Капитал	**	**	**
Нераспределенная прибыль	***	***	* **
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	***	***	* **

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса (см. Таблица 13) начинает накапливаться со *-го года и составляет более почти *,* млн USD. к концу периода планирования.

8.4. Финансовые показатели

Таблица 14. Показатели рентабельности по годам

Показатели	*	*	*
Коэффициент рентабельности валовой прибыли	**%	**%	**%
Коэффициент рентабельности операционной прибыли	**%	**%	**%
Коэффициент рентабельности чистой прибыли	**%	**%	**%

Как видно из приведенной выше таблицы, компания имеет высокие показатели рентабельности.

8.5. Показатели эффективности

В следующей таблице приведены показатели экономической эффективности проекта.

Таблица 15. Показатели эффективности инвестиций

Показатели	Единица измерения	Значение
Ставка дисконтирования	%	**
Период планирования	мес.	**
Чистый Доход без учета дисконта (PV)	USD	* *** **
ВНД (IRR), % в год.	%	***, *%
Чистый Дисконтированный Доход (NPV)	USD	* *** **
Чистый Дисконтированный Доход (NPV) с терминальной стоимостью (TV)	USD	* *** **
Срок окупаемости с дисконтом	мес.	*
Индекс доходности за период планирования		**,*

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности свидетельствует об инвестиционной привлекательности проекта, о чем говорят следующие данные:

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода (ЧДД), составляющее более * млн. USD без учета терминальной стоимости и более *,* млн. USD с учетом терминальной стоимости.
- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД), составляющее **%,*%.

- Проект окупается в течение * месяцев с учётом дисконта.
- Индекс доходности гораздо больше *.

Таким образом, **проект является экономически эффективным и может быть рекомендован к реализации.**

8.6. Анализ безубыточности

Расчет уровня безубыточности представлен в следующей таблице.

Таблица 16. Расчет уровня безубыточности, USD.

Показатели	Среднее значение за период расчета	**%	**%
Средняя выручка, USD. в мес.	** ***	** ***	** ***
Средние расходы, USD. в мес.:			
Средние постоянные расходы, USD. в мес.	* ***	* ***	* ***
Средние переменные расходы, USD. в мес.	** ***	* ***	* ***
Средняя прибыль до налогов, USD. в мес.	** ***	-**	***

Как видно из приведенной выше таблицы, проект допускает сохранение безубыточности при падении выручки до **% от запланированной.

8.7. Анализ чувствительности

Анализ чувствительности показывает, что проект обладает низкой чувствительностью к изменению исходных параметров – см. Таблица 17.

Даже при снижении объёма продаж на **% проект остаётся окупаемым.

Наценка может быть снижена в * раза, но проект будет окупаться.

Увеличение косвенных расходов оказывает ещё меньшее воздействие на показатели экономической эффективности проекта.

Таблица 17. Анализ чувствительности

Объём продаж, USD	**%	**%	**%	***%
ЧДД, USD	*** ***	*** ***	*** ***	* *** ***
Срок окупаемости, мес.	**	**	*	*
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	**	**	*	*
Уровень наценки	**%	**%	**%	***%
ЧДД, USD	*** ***	*** ***	*** ***	* *** ***
Срок окупаемости, мес.	**	**	*	*
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	**	**	*	*

Уровень косвенных расходов	***%	***%	***%	***%
ЧДД, USD	** ***	*** ***	*** ***	* *** ***
Срок окупаемости, мес.	**	**	**	*
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	**	**	**	*