

Бизнес – план парикмахерской

Введение

Развитие сектора малого предпринимательства является стратегической необходимостью повышения политической, экономической и социальной стабильности российской общества. Малое предпринимательство способствует увеличению налогооблагаемой базы для бюджетов всех уровней, снижению уровня безработицы, насыщению рынка разнообразными товарами и услугами.

Сфера малого бизнеса оказывает все большее воздействие на развитие экономики, процессы ее стабилизации. На сегодняшний день малое предпринимательство переходит от стартового этапа к этапу развития. Важное значение имеют эффективность деятельности малых предприятий, активизация производственной и инновационной деятельности. Результаты обследований подтверждают такие экономические преимущества малых предприятий как: быстрая адаптация к рыночным условиям; низкая задолженность перед бюджетом и по выплате заработной платы; низкий уровень издержек производства и реализации, в том числе накладных расходов.

Актуальность заключается в исключительной роли социальной функции сферы малого предпринимательства. В настоящее время значительная часть населения страны частично или полностью живут на доходы от деятельности в сфере малого предпринимательства. При возрастающей напряженности на рынке труда малый бизнес остается одной из основных возможностей создания новых рабочих мест.

Предметом исследования является планирование предпринимательской деятельности.

Объектом исследования является парикмахерская «Магия»

Целью работы является разработка бизнес-плана открытия парикмахерской.

Курсовая работа состоит из введения, резюме, 16 разделов бизнес-

плана, заключения, приложений, списка использованных источников.

Во введении определяется актуальность темы, предмет и объект, цели и задачи курсовой работы, теоретическую, нормативную, методологическую и информационную базу.

Резюме и 16 разделов бизнес-плана выполнены в соответствии с требованиями, представленными в методических указаниях, с учетом дополнительной информации, изменений в законодательстве и адаптации требований к выбранному виду деятельности.

Резюме

Целью данного проекта является открытие парикмахерской «Магия».

Организационно – правовая форма – индивидуальное предпринимательство.

Парикмахерские услуги считаются услугами постоянного спроса, поэтому открытие салонов – достаточно выгодный бизнес. По данным управления по развитию потребительского рынка администрации города, спрос на подобные услуги в Котласе на данный момент увеличивается.

Для открытия парикмахерской берется в аренду бывшее помещение квартиры на первом этаже, расположенное на улице Кузнецова. Расположение очень выгодное, так как рядом находится множество магазинов, жилых домов и автобусных остановок, то есть высокая концентрация и сосредоточение потоков людей.

Клиентами являются жители ближайших домов, района, а также постоянные клиенты мастеров.

В парикмахерской будут работать 6 мастеров в две смены. Организацией процесса занимается управляющая, она же индивидуальный предприниматель.

Для закупки оборудования берется кредит в Севергазбанке.

Проект окупается через три месяца.

1. Предварительная рыночная оценка бизнес-идеи

В настоящее время рынок парикмахерских услуг в России еще только развивается. По заверениям специалистов, он будет активно расти еще в течение десяти лет.

Парикмахерские условно можно разделить на три типа:

- 1) Элитные салоны.
- 2) Салоны среднего класса.
- 3) Салоны низкого уровня.

На сегодняшний день наибольший интерес представляют элитный салон и салон среднего уровня, так как именно эти два типа салонов являются наиболее перспективными. Открывать новый салон низкого уровня при современной конкуренции, по заверениям парикмахеров, нецелесообразно. Действительно, цены в таких салонах низкие. Некоторым клиентам только они и по карману, ведь далеко не каждый может выложить приличную сумму за хорошую стрижку. Клиентами таких салонов являются люди, относящиеся к малообеспеченным слоям населения. Однако рынок полностью насыщен салонами такого уровня, а качество работы оставляет желать лучшего.

На сегодняшний день на российском рынке парикмахерских услуг преобладают салоны низкого уровня, а у клиентов в сознании прочно укрепилось мнение, что только так и могут работать современные парикмахерские. Клиента надо приучать к мысли, что за свои деньги он может не только получить удовольствие от процесса стрижки, но и сделать себе прическу, которую душа пожелает.

Наиболее перспективными можно назвать салоны среднего уровня сразу по нескольким причинам: парикмахерские именно такого уровня в недалеком будущем составят большинство. Основная масса людей, которые желают подстричься, будут приходить именно в эти салоны.

Парикмахерская среднего класса имеет достаточно хорошее

оборудование, приличный антураж, невысокие (по сравнению с элитным салоном) цены, профессиональные мастера. Средний салон может быть более или менее высокого класса. Все зависит от оборудования, профессионализма мастеров, цен на услуги.

Центр города, На первом этаже располагается парикмахерская «Магия». Двери ведут прямо в зал. Зал разбит на две части: холл и рабочий зал на три места.

Борьбу за клиента можно выиграть за счет цен и культуры обслуживания. К тому же цены в салонах такого типа относительно невысокие, а профессиональные мастера и культура обслуживания оставляют приятные впечатления у клиента. Так что небольшая реклама, качественное обслуживание и цены в конце концов сделают свое дело - клиенты предпочтут «Магию».

Персонал состоит из шести мастеров-универсалов и управляющей. Управляющая является индивидуальным предпринимателем, и сама выполняет все функции по общему руководству деятельностью, по ведению учета и сдаче отчетности.

Работники, оказывающие парикмахерские услуги имеют специальное профессиональное образование, аттестованы в соответствии с квалификацией, регулярно проходят повышение квалификации и участвуют в конкурсах мастеров парикмахерского искусства.

Парикмахерская имеет удобное местонахождение с аккуратной прилегающей территорией, располагается в красиво оформленном здании с системой кондиционирования воздуха и автоматическим поддержанием оптимальных значений температуры и влажности, поблизости имеется площадка для парковки автомобилей.

Удобная планировка помещений и уютный интерьер, выполненные в едином стиле, имеются специально оборудованное место для личных вещей, туалетные комнаты для клиентов.

Рабочие места оснащены комплектом оборудования, инструментов,

приспособлений, отвечающих требованиям безопасности, производственной санитарии, эстетики и эргономики.

Клиентами салона-парикмахерской являются жители города. Цены салона ориентированы на клиентов со средним достатком. Салон оказывает услуги на высоком уровне, но особо не дорогие, актуальные, престижные, пользующиеся большим спросом. Салон работает с 9-00 до 19-00, без выходных.

Прибыль формируется как разность между объемом реализации услуг и затратами на покупку товаров с учетом собственных издержек.

Главной целью парикмахерской «Магия» является удовлетворение потребностей своих клиентов посредством:

- высококвалифицированных специалистов, постоянное повышение их квалификации;
- высоким качеством оказания услуг;
- использование современного оборудования и расходных материалов;
- высокого сервиса обслуживания;
- разнообразия предлагаемых услуг и др.

2. Анализ заинтересованных сторон

Таблица 1 Анализ заинтересованных сторон

Заинтересованные Стороны	Роль/интерес заинтересованной стороны	Реализация интересов
Основные заинтересованные стороны - непосредственная целевая группа жители микрорайона	Будут давать нам основной объем товарооборота	Желание хорошо выглядеть
Полезные партнеры -Поставщики сырья -Поставщики оборудования	Будут поставлять нам необходимые расходные косметические товары, инструменты и оборудование	

3. Планировочная матрица

Составим планировочную матрицу на основании полученной в ходе исследования информации в разрезе разделов бизнес-плана согласно выданному заданию (таблица 3).

Таблица 3. Планировочная матрица (в разрезе разделов бизнес-плана)

Наименование Раздела	Вопросы, требующие изучения	Источники	Метод изучения
Краткая характеристика ситуации в отрасли	Темпы роста рынка - государственная поддержка отрасли отсутствует	Интернет, аналитика на сайтах, посвященных вопросам красоты Нормативная база	- изучение, ознакомление; - анализ;
Продукция	Потребительские предпочтения современных жителей небольших городов	Интернет	Изучение
Конкуренты	Ассортимент услуг конкурентов, их ценовую политику, рекламную кампанию, технологии работы		Личное наблюдение
Производства	Рынок современного оборудования для парикмахерских, а также новые технологии обработки волос, лечения	Интернет	Изучение
Инвестиции	Кредитные предложения различных банков	Сайты банков,	Личные встречи с кредитными экспертами
Юридическое сопровождение	Изменения в нормативно – правовой базе	Интернет	Изучение
Налоги	Будущая налоговая политика государства, изменения и нововведения	Сайты ФНС, Минфина и прочее	Изучение

4. Краткая характеристика ситуации в отрасли

Парикмахерские услуги считаются услугами постоянного спроса, поэтому открытие салонов – достаточно выгодный бизнес. По данным управления по развитию потребительского рынка администрации города,

спрос на подобные услуги в Котласе на данный момент увеличивается. Все парикмахерские можно разделить на три типа: небольшие заведения, ориентированные на массового потребителя с невысоким уровнем дохода, салоны с расширенным набором смежных услуг, относящихся к средней ценовой категории, а также элитные салоны-парикмахерские, ориентированные на обеспеченного клиента. Об этом свидетельствует и увеличение количества парикмахерских: с 480 в прошлом году до 517 в этом.

Общий рост благосостояния жителей умножает число потенциальных клиентов более дорогих салонов, этому же способствует мода на гламур, завладевшая умами части россиян. Основные расходы на организацию парикмахерского салона - это затраты на аренду помещения, обучение персонала, приобретение оборудования, заработную плату мастерам, расходы на рекламу и приобретение материалов. Время окупаемости такой парикмахерской составляет около 3 лет.

Обычная парикмахерская имеет гораздо большую пропускную способность, поскольку времени на создание прически уходит меньше, мастеров работает больше, и учитывая, что цены здесь намного ниже, чем в элитных салонах, число клиентов здесь естественно выше.

5. Описание продукции, работ, услуг

Красивые волосы – одно из самых главных украшений, то, чем так щедро одарила природа, надо беречь и правильно за ними ухаживать, а мастера-специалисты помогут правильным советом по уходу за волосами и выборе стрижки или прически.

Несомненно, что «главной» услугой салона-парикмахерской «» является стрижка. Стрижка волос – одна из самых сложных, но и самых распространенных операций, выполняемых в салонах-парикмахерских. От качества стрижки зависит внешний вид прически и ее долговечность. Стрижку волос называют фундаментом прически. В последнее время

стрижка как самостоятельная операция выполняется все реже. Поэтому наши специалисты мастерски выполняют прически, ведь они придают уверенность в себе и хорошее настроение.

Самый быстрый способ изменить себя и изменить настроение – это окраска волос. Какой краской или оттеночным шампунем воспользоваться, какой цвет выбрать или какой фирме отдать предпочтение – в этом опять помогут разобраться мастера салона. Превращение милой блондинки в жгучую брюнетку – это дело очень серьезное, поэтому если клиенты не готовы к таким изменениям, можно воспользоваться такими услугами, как мелирование или тонирование, а наши мастера помогут акцентировать отдельные пряди по всей прическе.

Если клиенты не хотят кардинально менять свою внешность, они могут просто воспользоваться такой услугой, как мытье головы – это тоже ответственная процедура, потому что нужно правильно уметь подобрать шампунь, а затем правильно высушить волосы.

При помощи фена, бигуди, электрорасчески, электрощипцов, массажной щетки можно сделать укладку.

Под услугами парикмахерских понимается результат непосредственного взаимодействия организации и клиента, а также собственной деятельности организации по удовлетворению эстетических и гигиенических потребностей клиента.

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.

В месте оказания услуг парикмахерских потребителю в наглядной и доступной форме должна быть предоставлена необходимая и достоверная

информация об услугах, которая в обязательном порядке должна содержать:

- перечень оказываемых услуг и форм их предоставления;
- обозначения стандартов, обязательным требованиям которых должны соответствовать услуги;
- сроки оказания услуг;
- гарантийные сроки на услуги;
- цены на оказываемые услуги и сведения о порядке и форме оплаты;
- образцы договоров (квитанций) об оказании услуг;
- перечень категорий потребителей, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании услуг;
- адрес и телефон подразделения по защите прав потребителей органа местного самоуправления;
- Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации, утверждённые постановлением Правительства РФ от 15.08.1997. №1025;
- книга отзывов и предложений.

При оказании парикмахерских услуг перед работой с каждым новым потребителем лицо, оказывающее услугу, обязано вымыть руки с мылом.

Перед началом технологического процесса оказания таких услуг парикмахерских, как химическая завивка, окраска волос, бровей и ресниц, лицо, оказывающее услугу, должно проверить кожу клиента на чувствительность к используемым материалам, т. е. провести биологическую пробу на чувствительность.

Обслуживание должно производиться продезинфицированным инструментом.

Для обслуживания каждого потребителя должны использоваться чистые бельё и салфетки.

Температура воды, используемой при оказании услуг парикмахерских, в том числе косметических, должна быть не менее 38 °С, но не более 50 °С.

При оказании услуг по уходу за кожей лица и тела исполнитель услуг кроме специального профессионального должен иметь и медицинское

образование не ниже среднего.

Изделия косметические, используемые при оказании услуг парикмахерских, должны иметь сертификат соответствия и быть использованы до окончания срока их годности.

6. Оценка конкурентоспособности

Для того, чтобы оценить конкурентов, необходимо собрать о них информацию.

1. Проводим границу. Очерчиваем на карте города зону ближнего окружения - от трех до пяти километров в радиусе нашей парикмахерской.

2. Сканируем. В очерченной зоне ни один салон красоты, парикмахерская и другие предприятия, в которых есть хотя бы одна услуга, пересекающаяся с нашей парикмахерской не должны быть оставлены без внимания.

3. Выбираем объем данных, которые нам требуются. Информация - штука дорогая, и зачастую собрать излишнее данные - напрасно выкинутые деньги и время. Если нам требуются только данные о линейке услуг и ценах, то иногда это просто выложено на сайте конкурента. Быть может, нам требуется понять, какое оборудование на вооружении у конкурента, какие косметические линии используются, каким образом построен клиентский сервис, какова загрузка салона - здесь уж точно не обойтись без посещения салона конкурентов, и желательно чтобы это сделал профессионал, которые смог бы увидеть гораздо больше

4. Выбираем технологии мониторинга конкурентов - решаем, будем ли мы заходить в каждый салон, или только звонить туда по телефону, стоит ли засылать на процедуры разведчиков. Нужно решить, делать ли это самостоятельно или пригласить в разведчики экспертов салонного бизнеса.

5. Периодически повторяем разведку. Однократность - пустое дело. Мониторить конкурентов нужно несколько раз в год, поэтому чтобы не

забылось - назначаем ответственного сотрудника и выбираем периодичность, с которой мы будем следить за действиями конкурентов. Меняются ли цены, проводятся ли специальные акции, меняется ли линейка услуг, появляется ли новое оборудование и специалисты - все это не должно ускользать от недремлющего ока сотрудника, которому поручена роль начальника разведки.

Таблица Оценка конкурентоспособности

№ п/п	Показатель	«Магия»	Конкурент	
			«Летуаль»	«Волшебница»
I	Товар и услуга			
1.2	Качество стрижки	10	6	6
1.3	Качество окраски	10	8	6
1.4	Качество завивки	10	8	6
1.5	Другие услуги	8	8	10
1.6	Инструменты	10	8	6
1.7	Косметические средства	8	10	6
II	Каналы сбыта			
2.1	Прямая доставка	10	10	10
III	Стоимость			
3.1	Уровень цены	10	10	10
3.2	Система скидок в зависимости от: - постоянные клиенты;	10	8	7
IV	Расчеты с покупателями	10	10	10
V	Реклама			
5.1	Использование средств массовой информации	7	6	5
5.2	Наружная реклама	10	6	4

У парикмахерской «Магия» существует масса вариантов достижения конкурентного преимущества, при этом конкурировать приходится:

- Руками специалистов. Лучшие мастера принесут нам самую большую прибыль
- Оборудованием. Отчасти альтернатива "золотым ручкам" мастеров.
- Технологиями. Современные технологии стрижки и ухода за

волосами. Чем быстрее клиент увидит результат, тем больше шансов опередить конкурента. Иногда - навсегда.

- Косметическими линиями. Чем лучше эффект от косметических средств, участвующих в процессе, тем более удовлетворенным почувствует себя клиент

- Упорядочением - самый емкий вариант достижения конкурентного преимущества. Здесь и разработка пакетов услуг, расширение границ обслуживания, формирование из разрозненных мастеров единой команды и т.п.

- Просвещением - ведь не секрет, что покупая услугу клиент не знает, чем это обернется для него. Не сожгут ли волосы, не останется ли следов на коже и т.п. Снимая страх и неуверенность у потребителя можно достичь той степени доверия, которая станет конкурентным преимуществом.

- Клиентским сервисом - если цены в схожих по уровню салонах красоты примерно равны, то вступает в силу более тонкие материи - чистота, уют, "вкусность" кофе и т.п. В конце концов, успех парикмахерского бизнеса во многом зависит от эмоций клиента.

- Ценами. Самый вредный способ конкуренции, способный бумерангом вернуться к тому, кто первый дернул цены вниз. Сегодня я снизил цены, отобрав у конкурента нескольких особенно чувствительных к цене клиентов, а завтра он сделает цены ниже, чем мои, вернув этих же клиентов себе. А в результате мы оба проиграли.

7. Стратегия маркетинга

Организация рекламы. На начальном этапе деятельности необходимо информировать потенциальных покупателей, особенно живущих в данном микрорайоне о парикмахерской и ее особенностях. Это можно сделать своими силами с помощью листовок на цветной бумаге, которые можно положить в почтовые ящики ближайших домов.

Открытие парикмахерской планируется масштабно. На презентации – открытии планируется проведение мастер – класса одного из лучших мастеров города, музыкальное сопровождение – живая музыка, по окончании – фуршет. На открытие приглашены известные люди, телевидение, пресса и т.д

Заключение

Историческое развитие парикмахерского искусства, его изменения обусловлены, с одной стороны, общим стилем эпохи, с другой модой. Основное направление стиля определенной эпохи проявляется в единстве художественных признаков всех видов искусств. Парикмахерское искусство является одним из видов прикладного искусства, поэтому ее стиль выражает общую направленность стиля той или иной эпохи.

Актуальность данной работы заключается в том, что предпринимательство является существенным элементом финансового менеджмента и аудита, что для небольших предприятий сферы обслуживания является первостепенным. Практически все предприятия сферы услуг, в том числе и парикмахерских, применяют методы финансового анализа для принятия управленческих решений об определении организационно-правовой формы деятельности предприятия.

Руководство анализирует финансовые отчеты, статистику с целью повышения доходности капитала, обеспечения стабильности финансового положения парикмахерской, обеспечение ее клиентурой, анализируют направления по снижению издержек. Это позволяет минимизировать свои риски участников предприятия по поставляемому в парикмахерскую оборудованию и расходных материалов. Качество принимаемых решений в значительной степени зависит от качества их аналитического обоснования.

Основная цель исследовать технологию организации оказания парикмахерских услуг и выявить ключевых и наиболее информативные параметры, дающие объективную и точную картину финансового состояния парикмахерской, ее прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с кредиторами.