

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

Зачетная (экзаменационная) работа
(4 семестр)

Дисциплина: **Управление проектом**
название дисциплины

Курсовая работа
(вид работы)

Тема: Бизнес план парикмахерской
(Название темы)

Выполнил(а):
Косенко Екатерина Сергеевна
(Ф.И.О. студента)
Экономика ЭНУ-1121(2)
(направление, группа)

Проверил(а):

(Ф.И.О. преподавателя)

(дата)

Омск 2023г.



Парикмахерская «Елена»



1. Резюме

Предметом данного бизнес-плана выступает парикмахерская «Елена», которая создается с целью предоставления качественных парикмахерских услуг по приемлемым ценам, как для взрослых, так и для детей.

Парикмахерская «Елена» является частным предприятием, закрытым акционерным обществом с ограниченной ответственностью, принадлежащим одному лицу.

Парикмахерская оказывает услуги: стрижка, окраска, химические завивка, мелирование, тонирование и т.д.

Планируется арендовать однокомнатную квартиру на первом этаже с переделанной планировкой под парикмахерскую по адресу: г.Тирасполь, ул.К.Маркса д.238. Место выбрано не случайно, так как налицо наличие неудовлетворенного спроса на подобные услуги в этом районе

города.

За счет рекламы в виде листовок салон предполагает привлечь как можно больше клиентов.

Возможно намеренное расширение рынка своих услуг за счет увеличения территории обслуживания. Для этого понадобится открытие новых салонов в других городах ПМР.

Клиентами парикмахерской являются жители города. Цены салона ориентированы на клиентов со средним достатком, т.е. со среднемесячной заработной платой. Тем более, что мы предполагаем сохранить цены стабильными, при условии если это же будет гарантировано нашими поставщиками расходного инвентаря, с которым нас связывает соглашение, предусматривающее возможность повышения отпускных цен.

Салон оказывает услуги на высоком уровне, но особо не дорогие, актуальные, престижные, пользующиеся большим спросом.

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

Салон работает с 9-00 до 19-00 без выходных.

Предполагается инвестировать в открытие парикмахерской на два рабочих кресла свои собственные средства в размере 100 000 руб.

2. Описание компании

Парикмахерская «Елена» рассматривает свою миссию

следующим образом: **позволить всем, независимо от достатка следить за своим внешним видом и ухаживать за собой.**

Наша цель – удовлетворить имеющийся неудовлетворенный спрос на данном районе посредством предоставления качественных услуг, индивидуального подхода к каждому клиенту и созданием приятной атмосферы в парикмахерской (интерьер и предложение чая или кофе при ожидании).

Главными задачами парикмахерской является:

4. Качественное предоставление парикмахерских услуг и удовлетворение потребностей клиентов;
5. Обеспечение социально-экономического и материально-технического развития салона посредством активизацию образовательной, производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности.

Планируется, что парикмахерская «Елена» будет оказывать следующие виды услуг:

Парикмахерская предоставляет следующие услуги:

Стрижка женская;

Стрижка мужская;

Стрижка детская

Покраска волос;

Укладка;

Вечерние и свадебные прически;

Мелирование волос.

Несомненно, что «главной» услугой парикмахерской

«Елена» является стрижка. Стрижка волос – одна из самых сложных, но и самых распространенных операций, выполняемых в 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.



Рис. 1, 2. Модные стрижки

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.

При помощи фена, бигуди, электрорасчески,

электрощипцов, массажной щетки можно сделать укладку.



Рис. 2. Модные укладки

Светлый и уютный зал парикмахерской создает благоприятную атмосферу и хорошее настроение. Высококвалифицированные мастера используют индивидуальный подход для работы с каждым клиентом. В помещении есть удобный диван для ожидания, также предлагается чай или кофе. Также предоставляется услуга записи по телефону, что очень удобно для клиентов.

Здание сооружено из кирпича, имеет бетонный пол, покрытый линолеумом, есть система кондиционирования и

отопления.

Имеются пути для подъезда к зданию грузового и легкового транспорта и места для парковки автомобилей клиентов, по желанию клиенты могут оставлять свои автомобили на платной стоянке, которая находится напротив салона.

Здание удобно расположено по отношению к автобусным остановкам.

Мы считаем, что очень важны для клиентов два параметра - удобство и своя неповторимая атмосфера, в которые могут входить:

- возможность записи по телефону;
- кондиционер;
- удобные стулья для ожидания;
- телевизор;
- свежие журналы;
- приятный музыкальный фон;
- интересное оформление, живые цветы, плакаты и т.д.

На парикмахерские услуги всегда есть спрос не зависимо от времени года и доходов населения. Уникальность парикмахерской «Елена» – предоставление детских стрижек, т.е. особый подход к детям, чтобы они не боялись стричься, поэтому используются специальные детские игры.

3. Анализ сбыта

Обзор рынка парикмахерских услуг

Современные парикмахерские, предлагающие широкий

ассортимент процедур, в Тирасполе первыми стали открывать крупные зарубежные производители профессиональной косметики, такие как Ives Rocher и Wella. Позже стали открывать свои салоны и другие компании. Ежегодный рост рынка в последние годы составляет по оценкам экспертов - 25-30%

В салонах красоты, по оценкам участников рынка, остается две трети от тех сумм, которые тираспольчане ежегодно расходуют на парикмахерские и косметологические услуги. По данным консалтингового агентства «Менеджмент-Салон», сегодня в Тирасполе действует около 200 салонов красоты (парикмахерских, косметологических кабинетов, студий причесок), ежемесячно продающих свои услуги на 5 млн. долларов, и каждый месяц в Тирасполе появляются 1-2 новых салона различного направления и ценового уровня. По данным того же агентства, основной возраст салонов красоты составляет 5–10 лет. Молодые парикмахерские пока составляют относительно небольшую часть рынка, а старожилов – единицы

ПАСПОРТ РЫНКА

Объем рынка: 60-70 млн руб.

Рентабельность: 30%

Количество игроков: около тысячи одиночных парикмахерских и салонов причесок; с полдесятка сетей салонов

Цены: от 40 руб. до 200 руб. за стрижку

Стратегическим рынком для парикмахерской является население возрастом от 3 до 60 лет (Рис.4). Население

составляет большой рынок сбыта парикмахерских услуг. В 2011 году в основном был спрос на укладку волос, что стоит около 50-200 руб. сегодня первое место занимает стрижка (40- 60 руб.) Для поддержания своих позиций необходимо постоянно следить за новыми тенденциями.

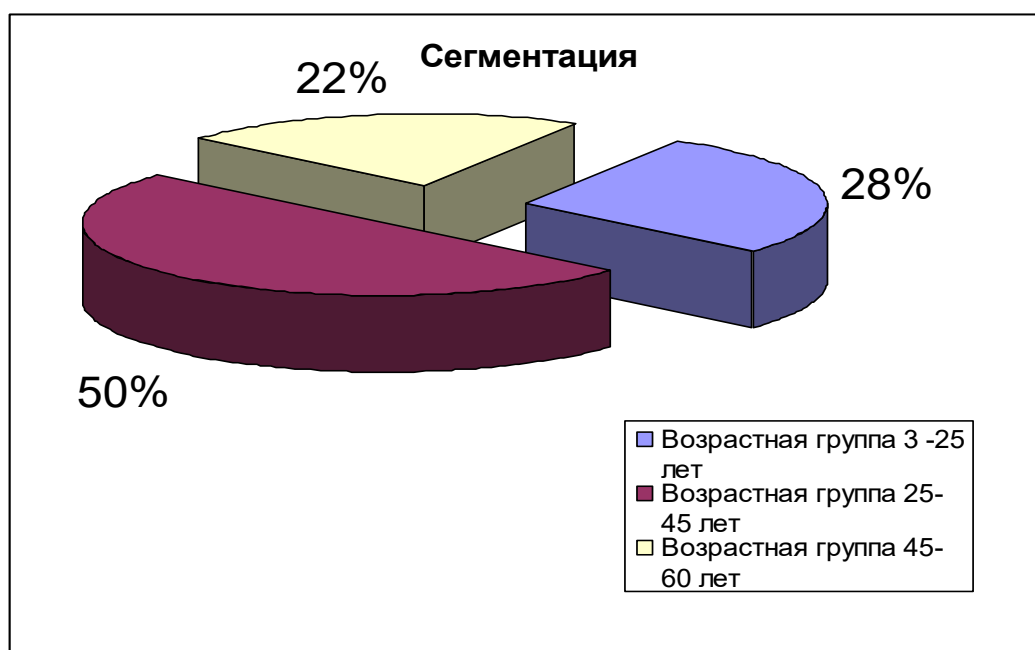


Рис. 4. Сегментация рынка парикмахерских услуг
г.Тирасполь

Возрастная группа 3 -25 лет

Продажа на данном сегменте составляет 28% от общей продажи услуг. Этот сегмент больше ориентирован на новые тенденции в прическах и стрижках.

Возрастная группа 25-45 лет

Эта группа ориентирована больше как на укладки, так и на покраску волос. В общем, продажа услуг на данном сегменте составляет 50%.

Возрастная группа 45-60 лет

Этот сегмент больше всего ориентирован на покраску волос и на стрижки – 22% от продажи парикмахерских услуг.

4. Стратегия развития

У парикмахерской «Елена» имеются три прямых конкурента, расположенных в том же районе. Это парикмахерские: «Локон», «Орхидея» и «Твой стиль». Остальные парикмахерские расположены в других районах, большой конкуренции для салона представлять не будут.

Наглядно, для представления общей картины на конкурентном рынке в данной отрасли в городе Тирасполь, в отдельном районе можно увидеть в приведенной ниже таблице:

Таб. 1. Анализ конкурентов парикмахерской «Елена»

КОНКУРЕНТЫ	СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ КОНКУРЕНТОВ	СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ САЛОНА «Елена»
Парикмахерская «Локон»	<i>Сильные стороны:</i> Высокий уровень обслуживания; Есть маникюрные услуги; Работает косметолог. <i>Слабые стороны:</i> Высокие цены предоставляемых услуг; Малая численность специалистов, что не позволяет обслужить больше клиентов.	<i>Сильные стороны:</i> Высокий уровень обслуживания; Предоставляются маникюрные, массажные услуги; Приемлемые цены; Удачное расположение салона; Специалистам предоставляется возможность повышения квалификации. <i>Слабые стороны:</i> 1. Пока не предоставляется больше никаких дополнительных услуг.
Парикмахерская «Орхидея»	<i>Сильные стороны:</i> Высокий уровень обслуживания; Предоставляются маникюрные услуги; Предоставляются косметические услуги; Удачное расположение салона. <i>Слабые стороны:</i> Высокие цены на услуги;	

Салон «Твой стиль»	<p><i>Сильные стороны:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень обслуживания; 2. Предоставляются маникюрные услуги; 3. Предоставляются косметические услуги. <p><i>Слабые стороны:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокие цены предоставляемых услуг; 2. Маленькое помещение; 3. Размещение салона отдалено от остановок. 	
--------------------	---	--

Если проанализировать внутреннюю среду парикмахерской «Елена», то получим следующие данные: парикмахерская оснащена современным оборудованием, имеет возможность обучения персонала новым технологиям, а также замене устаревающего оборудования на более усовершенствованное.

Высокий уровень обслуживания является одним из решающих факторов в выборе клиента пользоваться услугами данной парикмахерской.

Большим плюсом является высокий уровень корпоративной культуры, достигаемый за счет жестко регламентированных должностных инструкций, поощрений, премий и проводимых обязательных конкурсов, организуемых среди сотрудников парикмахерской не менее одного раза в квартал.

Правила корпоративной культуры:

1. Обязательный выход на работу.
2. Не допускается опозданий.
3. Не допускается оставлять рабочее место, более чем на пять минут.

4. Не допускается уход с рабочего места раньше времени.
 5. Нельзя заниматься личными делами в рабочее время.
 6. Выход на работу строго по графику.
 7. Опрятный внешний вид.
 8. Вежливое обращение с клиентами.
 9. Качественное обслуживание клиентов.
 10. Быстрое обслуживание клиентов.
 11. Обязательное участие в конкурсах, проводимых г.Тирасполь раз в квартал.
 12. Различные поощрения за занятие первого места в конкурсе парикмахерской.
 13. Уважительное отношение к коллегам по работе и начальству.
 14. Безоговорочное подчинение начальству.
 15. Поздравление сотрудников с праздниками (день рождения, 8 марта, новый год, 23 февраля).
 16. Различные премии по итогам работы.
 17. Не допускается задерживать сотрудников на рабочем месте больше продолжительности их рабочего времени, без их согласия или за дополнительную плату.
 18. Не допускается превышение полномочий начальства к сотрудникам.
 19. Не допускается неуважительного отношения начальства к сотрудникам.
 20. Проведение корпоративных вечеринок.
- Недостатком является малый спектр услуг, который планируется расширить в течение первых двух лет существования.

В связи с тем, что предприятие новое, оно еще не успело

завоевать высокого имиджа на рынке, и по этой же причине прибыльность предприятия не велика.

На первый год существования парикмахерская «Елена» выбрала стратегию проникновения на рынок, суть которой заключается в привлечении как можно наибольшего количества клиентов. Для привлечения клиентов планируется использовать проведение открытия парикмахерской (презентация). На презентации все клиенты получают различные подарки (профессиональные шампуни, краски и разнообразные средства по уходу за волосами), а также 50% скидку на услуги парикмахерской. Будут использоваться следующие каналы рекламы: реклама на транспорте, реклама в средствах массовой информации до открытия предприятия, рекламные вывески, презентация парикмахерской. Решающую роль на этапе проникновения на рынок должна сыграть низкая цена на услуги.

Стратегия развития парикмахерской «Елена»

1. Обучить сотрудников новым технологиям в области парикмахерского искусства.
2. Расширить спектр услуг: плетение косичек, наращивание волос, закрепление накладок и т.д.
3. Ввести систему скидок и льгот постоянным клиентам по картам "любимого клиента".
4. Оказывать услуги и изученные новые технологии на высоком уровне.
5. Повысить эффективность рекламной политики путем анализа и применения современных и эффективных методов.
6. Добиться высокого имиджа предприятия.
7. Преобразовать парикмахерскую в салон красоты №1.

В дальнейшем, при достижении своих целей, «Елена» может использовать стратегию интегрированного роста, а именно стратегию горизонтальной интеграции, так как парикмахерское искусство широко востребовано, им неоднократно пользуется все население, а новые салоны имеют обыкновение быстро повышать цену, а так же прослеживается ухудшение качества обслуживания. Поможет в этом также широкий спектр услуг, новые технологии в парикмахерском искусстве, переквалификация обычных парикмахеров в парикмахеров – стилистов, что поможет клиентам подобрать их индивидуальный стиль по их предпочтению.

5. Производственный план

Производить ремонт и модернизацию помещения парикмахерская будет со средств, взятых в банке. Для этого планируется нанять квалифицированных рабочих. Предполагаемая сумма, выделенная на это, составляет 50 000 рублей. Для закупки необходимого для работы оборудования, мебели, а также мелкого инструмента и инвентаря, предприятие собирается использовать средства, взятые в кредит в банке.

Производить подбор персонала салон будет исключительно при рассмотрении резюме и по рекомендательным письмам.

На поставку сырья и расходного материала салон-парикмахерская заключит договоры с торговыми фирмами, предварительно воспользовавшись услугами юридических лиц.

За счет рекламы салон предполагает привлечь как можно больше клиентов.

- Аренда однокомнатной квартиры на первом этаже с улучшенной планировкой для парикмахерской (5 уе. за кв. м.)
30 кв.м. – 150 уе. в месяц. = 1 670 руб.

- Оборудование (Табл.2)

Оборотные фонды предприятия

№ п/п	МАТЕРИАЛЫ И СЫРЬЁ	ЕД. ИЗМЕ- РЕНИЯ	КОЛ-ВО	ЦЕНА ЗА ЕД., руб.	СУММА, руб.
1.	Расчески разные	шт.	10	15	150
2.	Расческа массажная	шт.	4	20	80
3.	Ножницы разные	шт.	6	50	300
4.	Краска для волос, разная	Коробка	15	40	600
5.	Шампунь	Флакон	2	50	100
6.	Сред-ва для химической завивки	Набор	5	30	150
7.	Бигуди:				
	– крупные	Набор	2	30	60
	– средние	Набор	2	30	60
	– мелкие	Набор	2	30	60
8.	Сред-ва для укладки волос:				
	– лак	Флакон	4	26	104
	– гель	Флакон	3	20	60
	– воск	Флакон	2	20	40
	– пенка	Флакон	4	23	92
	Полотенце	шт.	8	20	160
9.	Мелкий инструмент и инвентарь	шт.	4	30	120
	Итого:	–	–	434	2136

Туб. 3. Годовая сумма амортизации основных фондов

№ п/п	ОБОРУДОВАНИЕ	СУММА В МЕСЯЦ, в руб. ПМР.	СУММА В ГОД, в руб. ПМР.
1.	Машинка для стрижки	16,67	200
2.	Фен	11,1	133,3
3.	Шкаф-тумбочка	13,88	166,66
4.	Кресло с гидравликой	11,1	133,33
5.	Мойка с креслом	16,67	200
6.	Зеркало (1x2,5)	2,78	33,33
7.	Компьютерный стол	6,94	83,33
8.	Журнальный столик	6,94	83,33
9.	Мягкая мебель	27,77	333,33
10.	Набор для гардероба	13,88	166,66
11.	Компьютер	25	300
	ИТОГО	152,73	1832,76

* В среднем срок службы каждого вида оборудования 3 года (компьютер 5 лет).

- Прочие расходы: телефон, Интернет, канцтовары – 350 руб. в месяц.

6. Организационный план

Парикмахерская «Елена» будет работать с 8-00 до 19-00 (без обеда), в выходные воскресенье и субботу с 9-00 до 16-00. В штат входят: четыре мастера-универсала, 1 мастер маникюра, уборщица. Директор салона исполняет обязанности администратора и бухгалтера.

Мастера в салоне работают посменно: первая смена работает с 8-00 до 14-00, вторая смена – с 14-00 до 19-00, в выходные с 9-00 до 16-00 первая смена поочередно меняются.

Рабочий день уборщицы не нормирован, поэтому по соглашению она имеет право приходить проводить влажную уборку салона во время смены, т.е. в 14-00 и к концу рабочего дня, т.е. в 18-00. Раз в неделю в ее обязанности входит генеральная уборка.

Рабочий день директора также не нормирован.

Несомненно, предприятие сильно своим персоналом. Грамотные руководители и квалифицированные исполнители могут вывести из прорыва даже самое неэффективно работающее предприятие, а плохие кадры, наоборот, - разорить процветающее.

Поэтому предприятие планирует принять на работу квалифицированных мастеров. Каждые полгода салон будет

предоставлять возможность своим работникам повышать квалификацию, отправлять на различные семинары в города Одесса, Москва и др. Сумма, которая будет выделяться на это, будет накапливаться в течение 6 месяцев.

В будущем парикмахерская планирует открыть мастер-класс, где будут обучаться профессионализму молодые мастера. Это принесет дополнительную прибыль предприятию.

Для получения прогрессивного результата от деятельности салона, мастера должны быть высококвалифицированными работниками, стаж работы должен быть не менее двух лет в данной отрасли.

Основные требования, предъявляемые директору в данной отрасли:

- директор должен быть грамотным, образованным, желательно знающим основы бухгалтерского учета и юриспруденции;
- человеком, знающим свою работу, готовым помочь сотруднику решить любую производственную проблему;
- быть понимающим, знающим, интересующимся модой;
- быть вежливым и тактичным.

Основные требования, предъявляемые мастерам универсалам:

- быть высококвалифицированными рабочими;
- вежливыми;
- готовыми проконсультировать любого желающего клиента.

Основные требования, предъявляемые уборщице:

- вовремя приходить на работу;
- быстро и добросовестно выполнять свою работу.

Оплата труда мастеров – 40% от прибыли.

Оплата труда директора и уборщицы – прямая сдельная, т.е. заработная плата устанавливается по заранее установленной расценке.

7. Финансовый план

Впервые три месяца предполагаются поступления от предоставляемых услуг в размере 15 000 - 20 000 руб., в дальнейшем планируется увеличивать выручку на 10% ежеквартально .

Постоянные издержки.

В экономической теории все издержки принято подразделять на переменные и постоянные.

Постоянные затраты не зависят в пределах некоторых границ (часто определяемых мощностью установленного оборудования) от объемов производимой продукции. К ним принято относить все затраты, связанные с приобретением машин, механизмов, оборудования, зданий, сооружений. К ним же относится постоянная арендная плата и налоги, заработная плата администрации и других управленческих работников.

1) Заработная плата персонала (4 парикмахера): 10 000 руб.

2) Стоимость аренды: 1 500 руб./мес;

3) Коммунальные платежи (электроэнергия, холодная и горячая вода и отопление): $30,00 + 20,00 + 50,00 + 200,00 = 300$ руб/мес;

4) Расходы на связь:

- интернет : 115 руб./мес;

- проводная телефонная связь: 100 руб./мес;

5) Амортизация оборудования: 152,73 руб. /мес.

Итого постоянные издержки составят примерно 13 000

руб./мес.

Переменные издержки.

К переменным относятся все затраты, которые меняют свою величину в зависимости от объемов производства. Это затраты на сырье, материалы, топливо, электроэнергию, заработную плату сотрудников, которые осуществляют предоставление услуги, а также затраты, связанные с временной арендой.

1) Сырье и материалы (оборотные фонды): 2136 руб.
/месс.

2) Расходы на канцелярские принадлежности: 100 руб./мес.

3) Реклама : 3000 листовок – 300 руб.

Переменные издержки составят: 2536 руб.

Рассчитаем точку безубыточности по формуле:

$$T_{\text{без}} = Z_{\text{пост}} / (\text{Цед.} - Z_{\text{перем.ед.}})$$

$$Z_{\text{пост}} = 13\,000 \text{ грн.}$$

$$\text{Ц } 1 \text{ ед.} = 50 \text{ грн.}$$

$$Z_{\text{перем.ед}} = 2536 / (20 * 30) = 4,28$$

$$T_{\text{без}} = 13\,000 / (50 - 4,28) = 285$$

Т.о. для того, чтобы парикмахерской покрыть все свои затраты необходимо в месяц как минимум обслуживать 285 клиентов или 10 клиентов в день (двумя парикмахерами, т.е. один парикмахер должен в день обслуживать минимум 4 клиентов). При этом предприятие не будет получать прибыль, а только сможет покрыть постоянные и переменные затраты.

8. Оценка риска и страхования

Быстрая изменчивость внешней среды может привести к большим отклонениям и погрешностям прогнозных значений от фактических, что приведет к бессмысленности предоставленных расчетов. Поэтому в такой ситуации необходимо планировать на краткосрочный период и постоянно вносить корректировки при малейших изменениях конъюнктуры рынка.

Политические и внешние. Прежде всего это нестабильная политическая ситуация в Украине, которая влечет за собой постоянные законодательные изменения относительно ведения бизнеса (н-р, налоговый кодекс), что заставляет всех предприятий постоянно находится в напряжении и проводить мониторинг принятых законов, законодательных актов и различных поправок в законах. Во-вторых это цены на сырье, которые напрямую влияют на цены предоставляемых услуг.

Мероприятия по снижению рисков. В первую очередь необходимо быть всегда готовым к быстрым и качественным изменениям во внешней среде для того, чтобы быть конкурентоспособным на рынке предоставляемых услуг. Также необходимо оптимизировать свои затраты путем рационального использования ресурсов и распределения прибыли.