Министерство образования и науки Украины

Харьковский национальный экономический университет

Кафедра информатики и компьютерной техники

Отчет о лабораторной работе

на тему: «Бизнес-план парикмахерской»

Выполнила:

Руководитель:

Харьков, 2010



**1.** **Резюме**

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

Парикмахерская «Белая Орхидея» 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:

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 по всему городу.

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 10 000 гривен.

1. **Описание компании**

**Миссия – «Мы работаем для Вас, чтобы Вы выглядели каждый день, и каждый час просто класс!!!»**

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:

1. Качественное предоставление парикмахерских услуг и удовлетворение потребностей клиентов;
2. Обеспечение социально-экономического и материально-технического развития салона посредством активизацию образовательной, производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности.
3. **Услуги**

Парикмахерская предоставляет следующие услуги:

* Стрижка женская;
* Стрижка мужская;
* Стрижка детская
* Покраска волос;
* Укладка;
* Вечерние и свадебные прически;
* Мелирование волос.

**3.1. Описание услуг**

Несомненно, что «главной» услугой парикмахерской «Белая Орхидея» 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.

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.

**3.2. Сервис**

### Светлый и уютный зал парикмахерской создает благоприятную атмосферу и хорошее настроение. Высококвалифицированные мастера используют индивидуальный подход для работы с каждым клиентом. В помещение 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.

**3.3. Привлекательность и преимущества**

Парикмахерские услуги имеют свои особенности, которые необходимо учитывать:

Отличительные признаки услуг

Неосязаемость

Неотделимость от источника

Несохраняемость

Непостоянство качества

1. Неосязаемость, т.е. парикмахерские услуги невозможно увидеть, попробовать до момента их приобретения. Доверие клиента можно укрепить сделав будущую услугу:

1) реальной, а именно показать клиенту современные парикмахерские каталоги и журналы;

2) желанной, а именно описать стрижку ( покраску, мелирование), ее эстетические преимущества.

2. Непостоянство качества. Необходимо помнить, что качество услуг колеблется в широком диапазоне в зависимости, кто предоставляет услугу. Один и тот же мастер делает по-разному одну и туже стрижку. В свою очередь клиент всегда стремится к максимально высокому качеству услуг.

3. Неотрывность услуги от ее исполнителя.

Преимущество данной парикмахерской является создание комфортных условий для посетителей и предоставление детских стрижек с уникальным подходом к каждому ребенку.

1. Несохраняемость. Услугу нельзя сохранить для дальнейшей продажи или использования.

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.

**3.4. Уникальность**

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

**4. Маркетинг**

**4.1. Емкость рынка, сегментация, прогноз развития**

Объем мирового рынка профессиональных парикмахерских услуг оценивается в 150 млрд долл. в год. По данным исследований, в США на долю сетей приходится более 80% доходов всех парикмахерских и салонов красоты.



Обзор украинского рынка

Современные салоны красоты, предлагающие широкий ассортимент процедур, в Украине первыми стали открывать крупные зарубежные производители профессиональной косметики, такие как Ives Rocher и Wella. Позже стали открывать свои салоны и украинские 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 одесситы ежегодно расходуют на парикмахерские и косметологические услуги. По данным консалтингового агентства «Менеджмент-Салон», сегодня в Харькове действует около 350 салонов красоты (парикмахерских , косметологических кабинетов, студий причесок), ежемесячно продающих свои услуги на 10 млн. долларов, и каждый месяц в Харькове появляются 1-2 новых салона различного направления и ценового уровня. По данным того же агенства, основной возраст салонов красоты составляет 5–10 лет. Молодые салоны красоты пока составляют относительно небольшую часть рынка, а старожилов – единицы

Салоны эконом-класса представляют собой как правило обычные парикмахерские

Салоны среднего и средневысокого уровня ( ориентируются на бизнес-клиентов). Они отличаются от салонов эконом-класса большим набором услуг, в том числе косметических, и более высоким социальным статусом клиентов. Наценка на услуги в них Салоны класса люкс сегодня позиционируют себя как имиджевые или корпоративные заведения.

VIP-салоны больше напоминают закрытые клубы для избранных - фейс-контроль, расположение только в центре города. Как правило, прайс-лист не ограничивается обычными услугами - здесь есть и собственный ресторан, где клиенты могут отдохнуть

после процедур, своя банька или сауна. Спрос на услуги салонов красоты достаточно высок и продолжает сегодня расти, по мнению специалистов рынка, ежегодно увеличивается на 20%.

**ПАСПОРТ РЫНКА**

* Объем киевского рынка: 600-700 млн грн.
* Рентабельность: 30%
* Количество игроков: около тысячи одиночных парикмахерских и салонов причесок; с полдесятка сетей салонов
* Цены: от 10 грн. до $200 за стрижку

Украинский рынок парикмахерских услуг четко структурирован по цене. Кроме элитного сегмента, на нем действуют салоны бизнес- и эконом-класса. Самую нижнюю и массовую ценовую категорию занимают обычные парикмахерские, зачастую рассчитанные на два-три рабочих места. Подстричься в таких заведениях можно за 10-20 грн., в то время как в салоне эконом-класса базовый комплект «стрижка+укладка» стоит 50-100 грн., в среднем ценовом сегменте, т.е. салоне бизнес-класса, аналогичная услуга потянет на 150-350 грн., а элитные салоны берут с клиентов от 500 грн. и выше.

**Сегментация**

Стратегическим рынком для парикмахерской является население возрастом от 3 до 60 лет (Рис.1). Население составляет большой рынок сбыта парикмахерских услуг. В 2009 году в основном был спрос на укладку волос, что стоит около 30-50 грн. сегодня первое место занимает стрижка (30-40 грн.). Для поддержания своих позиций необходимо постоянно следить за новыми тенденциями.



Рис. 1. Сегментация парикмахерских услуг

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.

**4.2. Конкуренты**

У парикмахерской «Белая Орхидея» имеются две прямых конкурента, расположенных в том же районе. Это парикмахерская по адресу ул. Б.Кольцевая, д.16 и салон красоты, расположенный по адресу бул. С. Грицевца, д. 6. Всего в городе Харькове насчитывается более 338 парикмахерских, которые расположены в других районах, большой конкуренции для салона представлять не будут.

Наглядно, для представления общей картины на конкурентном рынке в данной отрасли в городе Харькове можно увидеть в приведенной ниже табл.1.



**4.3. Ценообразование**

Далее в данной работе будут рассмотрены вопросы ценового поведения и конъюнктура рынка в процессе хозяйственной деятельности, предложен метод ценообразования, направленный на сокращение издержек, расчет полных затрат и установление прибыли, который позволит ежемесячно проводить анализ экономической эффективности салона «Соната».

Любая организация, большая или маленькая, производственная или коммерческая, при установлении цен на свои услуги (товары) должна учесть в них все понесенные затраты, связанные с этими услугами (товарами), и назначить при этом такие цены на них, которые бы обеспечили не только покрытие всех затрат, но и принесли реальную прибыль. В процессе ценообразования парикмахерских услуг в данном салоне необходимо использовать ценовой метод полных затрат - это метод формирования цен на основе всех затрат, которые вне зависимости от происхождения списываются на единицу того или иного изделия (услуги). Главное достоинство метода полных издержек заключается в его простоте. Основой определения цены являются издержки производства на единицу продукции (услуги), к которым добавляется необходимая прибыль. Кроме того, данный метод позволяет установить предел цены, ниже которого она может опускаться только в исключительных случаях или разработать систему скидок. Конечно, данный метод имеет и недостатки, хотя для малых предприятий этот метод самый оптимальный.

**4.4. Прогноз объема продаж**

Таблица 3

Средняя норма обслуживания клиентов в парикмахерской 1 парикмахером табл. 2 ( у нас 2 парикмахера работают в смену).

Таблица 2

Прогноз объема продаж парикмахерских услуг

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Услуги парикмахерской «Белая Орхидея» | Средняя норма времени обслуживания, мин. | Средняя стоимость услуги, грн./час | Средняя выручка, грн. / день |
| 60 | 50 | 500 \* 2 = 1000 |

Парикмахерская работает без выходных в среднем 30 дней в месяц, время работы в день – 10 часов

10час.\*60мин/60мин=10 клиентов обслужит салон в день ( 1 парикмахер);

10\*50\*2 =1000 грн. средняя выручка в день.

1000\*30 = 30 000 гривен ежемесячная выручка.

1. **Производство**

- Аренда однокомнатной квартиры на первом этаже с улучшенной планировкой для парикмахерской (50грн за кв. м.) 30 кв.м. – 1 500 грн. в месяц.

- Оборудование (Табл.3) 

Оборотные фонды предприятия

Таблица 4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | МАТЕРИАЛЫ И СЫРЬЁ | ЕД.  ИЗМЕ-  РЕНИЯ | КОЛ-ВО | ЦЕНА ЗА  ЕД., грн. | СУММА,  Грн. |
| 1.  2.  3.  4.  5.  6.  7.  8.  9. | Расчески разные  Расческа массажная  Ножницы разные  Краска для волос, разная  Шампунь  Сред-ва для химической завивки  Бигуди:  – крупные  – средние  – мелкие  Сред-ва для укладки волос:  – лак  – гель  – воск  – пенка  Полотенце  Мелкий инструмент и инвентарь | шт.  шт.  шт.  Коробка  Флакон  Набор  Набор  Набор  Набор  Флакон  Флакон  Флакон  Флакон  шт.  шт. | 10  4  6  15  2  5  2  2  2  4  3  2  4  8  4 | 10  12  50  20  30  6  10  10  10  25  14  20  23  20  10 | 100  48  300  300  600  30  20  20  20  100  48  40  92  160  40 |
|  | Итого: | – | – |  | 1918 |

Годовая сумма амортизации основных фондов

Таблица 5

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | ОБОРУДОВАНИЕ | СУММА В МЕСЯЦ, в грн. | СУММА В ГОД, в грн. |
| 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 (1х2,5) | 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 грн в месяц.

1. **Организация, управление, персонал**

Персонал парикмахерской будет включать:

- директора ( по совместительству парикмахер);

- 3-х парикмахеров,

Все сотрудники будут подчиняться непосредственно директору парикмахерской.

Парикмахерская будет работать на едином налоге, поэтому необходимо обратить внимание на то, что в соответствии со ст. 6 Указа № 746 плательщики единого налога освобождаются от платы за торговый патент. Кроме того, следует отметить, что предоставление парикмахерских услуг не требует приобретения лицензии и не подлежит обязательной сертификации. В законопроекте предусмотрено, что «единщики» не платят: НДС (за исключением тех, кто работает по ставке 3 %) и Налог на прибыль предприятий.

Документация: Получение сертификата (лицензия не требуется), разрешение СЭС, разрешение пожарной инспекции. Затраты на организацию бизнеса (государственную регистрацию и др.) примем в размере 300 грн.

1. **Капитал**

Предполагается инвестировать в открытие парикмахерской на два рабочих кресла свои собственные средства в размере 10 000 гривен.

1. **Финансовые показатели**

**8.1. Прогноз поступлений от предоставления услуг**

Впервые три месяца предполагаются поступления от предоставляемых услуг в размере 30 000 гривен, в дальнейшем планируется увеличивать выручку на 10% ежеквартально (табл. 6).

Таблица 6

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период | 1 мес. | 2 мес. | 3 мес. | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| Поступления, грн. | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 99 000 | 108 900 | 119 790 |

**8.2. 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) и социальные отчисления: 30 000\*0,35\* 1,38,5 = 14 542,5 грн/мес;

2) Стоимость аренды: 1 500 грн/мес;

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

4) Расходы на связь:

- интернет (безлимит): 100 грн/мес;

- мобильная связь: 150 грн/мес;

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

6) Единый налог: 100 грн./мес.

Итого постоянные издержки составят 16845,23 грн./мес. либо 202142.76 грн/год.

**8.3. 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): 1918 грн./мес.

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

3) Реклама : 3000 листовок – 300 грн.

Переменные издержки составят 2318 грн.

Единоразовые выплаты:

Организация бизнеса 300,00 грн

Вывеска 200 грн

Затраты на организацию бизнеса (государственную регистрацию и др.) примем в размере 300 грн.

**8.4. Оценка экономической эффективности**

Далее необходимо проанализировать показатели эффективности инвестиций, в рамках которого рассчитаем показатели чистого приведенного дохода, периода окупаемости, индекса доходности и др.

Чистый приведенный доход – разница между приведенной к настоящему моменту суммой поступлений от реализации проекта и суммой инвестиционных и других дисконтованих расходов, которые возникают в ходе реализации проекта.

Рассчитаем ставку дисконта по формуле:

R = IR + MRR\*RI, где (1.2)

IR - темп инфляции, примем на равные 15% для Украины – в год, 1,2% - в месяц;

MRR - минимально рентабельная норма прибыли, примем на равные 16%;

RI - коэффициент, который учитывает степень инвестиционного риска. Следует отметить, что в современных условиях каждое предприятие должно учитывать разнообразные факторы риска, которые могут отрицательно повлиять на его хозяйственную деятельность.

R = 0,0125 + 0,16\*1,12 = 0,0125+0,179 = 0,28 или 28%.

ЧДД = 37 972,72 грн.

Индекс (коэффициент) доходности также позволяет соотнести объем инвестиционных затрат с будущим чистым денежным потоком по проекту. Расчет такого показателя осуществляется по формуле:

**,**

где ИД – индекс доходности по инвестиционному проекту.

ИД = 5,22

5,22>1, что свидетельстует о рациональности реализации данного проекта.

Далее рассчитаем период окупаемости инвестиций. Период окупаемости является одним из наиболее распространенных и понятных показателей оценки эффективности инвестиционного проекта.

ПО = 10,0723 месяца или 10 месяцев и 2 дня

Период окупаемости меньше срока реализации проекта, что дополнительно подтверждает целесообразность организации данного бизнеса.

Рассчитаем точку безубыточности по формуле:

Тбез = Зпост / (Цед.-Зперем.ед.)

Зпост = 16845,23 грн.

Цед. = 50 грн.

Зперем.ед = 2318/(20\*30) = 3,68

Тбез = 16845,23 /(50 – 3,68) = 364

Т.о. для того, чтобы парикмахерской покрыть все свои затраты необходимо в месяц как минимум обслуживать 364 клиента или 12 клиентов в день (двумя парикмахерами, т.е. один парикмахер должен в день обслуживать минимум 6 клиентов). При этом предприятие не будет получать прибыль, а только сможет покрыть постоянные и переменные затраты.

1. **Риски**

**9.1 Погрешность**

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 коньюктуры рынка.

**9.2. 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.

**9.3. 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 использовании ресурсов и распределения прибыли.