**СОДЕРЖАНИЕ.**

Вступление…………………………………………………………..2

Специализация салона……………………………………………...2

подбор персонала………………………………………………….. 3

помещение…………………………………………………………...5

реклама………………………………………………………………6

набор оборудования…………………………………………………6

дизайн…………………………………………………………………7

документы…………………………………………………………….8

используемые источники…………………………………………….9

**ВСТУПЛЕНИЕ.**

Читая работы, предоставленные мне преподавателем, я заметила, большинство девочек, планируя деятельность своего салона, в первую очередь начинают…подбирать дизайн помещения. С точки зрения грамотного бизнес планирования такой подход оставляет желать лучшего, и заранее обречен на неудачу. Прежде чем начать говорить об особенностях оформления интерьера, я считаю необходимостью оценить потенциальную востребованность тех или иных услуг в выбранном для размещения салона месте.

**СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ САЛОНА.**

Мой салон находился бы не далеко от какого-нибудь крупного учебного заведения или в студенческом городке. Конечно в таком случае придется ориентироваться на молодежь.

Как показывает практика, рекламу молодежного салона лучше давать на популярных радиостанциях. По возможности, постаралась с помощью профессионалов сочинить какую-нибудь напевную, веселою песенку, о своем салоне и предлагаемых услугах, и периодически прокручивать ее в эфире. Молодежь охотно «зомбируется» названиями и идеями, которые постоянно на слуху. Хорошо сработает здесь и презентации при открытие, о дате которого можно было бы оповестить с помощью большого яркого плаката в учебного заведении, и создание собственного интернет-сайта с постоянно изменяющейся информацией.

При выборе специализации я не забыла, что для создания имиджа «стильного заведения» необходимо постоянно обновлять перечень самых экзотических услуг: пирсинг, косметический татуаж, компьютерный подбор причесок, мелирование, колорирование, нейл-арт, маскирующий макияж кожи и т.д.; наряду с продажей широкой гаммы декоративной косметики, всевозможных красок и продукции самых «раскрученных" марок.

Чтобы сориентироваться в потребностях клиентуры я бы поинтересовалась графиком занятии, временем большой перемены, окончанием занятий. Это помогло бы мне правильно построить график работы.

## ПОДБОР ПЕРСОНАЛА

Подбор персонала не менее, а даже наверное более важен. Я бы отдала предпочтение молодым, любящим эксперементы и стильно выглядящим мастерам - их имидж и добродушие станет своего рода визитной карточкой моего предприятия. Для этой же цели я бы постоянно обновляла витрину, вывешивала яркие постеры, рекламу предлагаемой продукции и надписи около входа начинающиеся со слов: «только у нас», «впервые в нашем городе», «уникальная услуга» и т.д.

среди моих сотрудников должны быть:

* мастер педикюра – 2 чел. (посменно) 50% от прибыли салона
* мастер маникюра – 2 чел. (посменно) 50% от прибыли салона
* солярий – 2 чел. (посменно) 25% от прибыли салона
* парикмахер – 6 чел. (посменно) 25% от прибыли салона
* уборщица – 1чел. 150 у. е.
* бухгалтер – 1 чел. (не в штате) 170 у. е.
* администратор – 2 чел. (посменно) 200 у. е.

Ни для кого не секрет, что сплоченная команда сотрудников – это львиная доля успеха в бизнесе. По этому от подбора персонала зависит действительно очень многое.

Мне бы очень хотелось, чтобы в моем салоне всегда царила очень дружественная и приятная обстановка. Работник моего салона должен иметь не только замечательный диплом и профессиональную подготовку, ведь репутация востребованного мастера, пользующегося уважением коллег и привязанностью клиентов, совершенно не связана с содержанием документов. Но конечно и полностью уйти от «бумажной работы» не возможно.

Мне бы очень хотелось самостоятельно подбирать персонал, в связи с тем, что это очень сближало бы меня моим рабочим коллективом, плюс ко всему дало бы шанс сэкономить на услугах психолога-профессионала.

Для этого мне понадобится следующая информация:

* пол, возраст, семейное положение (не стоит забывать, что все девушки когда-нибудь выходят замуж и рожают детей, а их дети когда-нибудь болеют)
* образование
* умения и навыки (стоит заранее поинтересоваться с какой линией средств привык работать мастер)
* общее состояние здоровья устойчивость к профзаболеваниям (артрит, склонность к аллергии и тому подобные проблемы со здоровьем вполне могут стать источником неприятностей, так что отнюдь не помешает медицинская книжка)
* дополнительные знания и умения.
* характеристики личности: черты характера, способности (это наверное самая сложная часть работы с подбором персонала. Так как сразу определить книжку по обложке очень сложно - следует воспользоваться услугами профессионала)

# Мои способы поиска персонала

Способов поиска сотрудников существует много, но я бы стала придерживаться следующих правил:

1. Мне кажется не стоит набирать рабочих из своих родственников, друзей и знакомых, т.к. это вызовет определенные трудности (всегда очень сложно высказать претензии давно знакомому человеку, да и уволить старую подругу будет означать конец отношений. не говоря уже о том что ваша дружба может вызвать сплетни со стороны коллег)
2. Так же, по-моему, не столь эффективно давать объявления в специализированных изданиях, в связи с тем, что большая часть откликнувшихся, даже близко не отвечают требованиям работодателей. А если резюме вполне подходит, то половина пунктов были восприняты простой формальностью.
3. обратила бы внимание на тематические разделы вроде «Ищу работу» в журналах, газетах и интернете. Здесь всегда можно подобрать подходящие именно мне качества и пригласить заинтересовавших меня людей на собеседование.
4. Я могла бы доверить работу по подбору профессионалов агентству, но это требует определенных материальных затрат, да и подход к этому делу у них весьма поверхностный.
5. Весьма эффективным мне кажется способ переманивания мастеров из парикмахерских, пообещав им некоторые приоритеты, но такие мастера, уходят также легко, как приходят. Но с этой проблемой вполне можно бороться с помощью контракта.

Немного психологии при подборе персонала.

До окончания собеседования потенциальные сотрудники и представления не имели бы о том какой человек мне нужен. Таким образам ему будет сложно угадать каким он должен быть, чтобы понравиться наверняка. А значит, в сложившейся ситуации неопределенности он неизбежно обнаружит устойчивые черты своего характера.

Мне бы хотелось получить резюме до собеседования, тогда сразу отсеются очень многие варианты, что значительно сэкономило бы мое время. Тем же, кто дошел до собеседования, стоит пройти еще один тест, перед собеседованием я поставлю, не один. А три стула в разных местах. Человек, севший на ближний ко мне стул, более расположен к общению. Общительного мастера предпочтут на 100% клиентов больше, чем человека, который менее общителен и мало пытается выяснить о стиле клиента, ведь это не только внешний признак, но и стиль жизни, внутренние ощущение человека. Хорошо если человек выдерживает прямой взгляд. Это говорит о том, что человек является лидером, более активным и общительным.

Вполне возможно, что не лишнем станет составление анкеты, с перечнем наиболее важных вопросов, ответы на которые я бы предоставила записывать самостоятельно.

**ПОМЕЩЕНИЕ.**

По возможности я бы постаралась выкупить помещение для салона (Расход на выплаты за помещения можно отнести к капитальным), ведь это гораздо быстрее окупаемый вариант. Таким образом я быстрее могла бы достичь прибыльности бизнеса. Однако учитывая что не все могут позволить себе выкупать помещения от 2000$ за кв.м., то в моем бизнес плане я просчитывала бы вариант аренды. Но арендовала бы лишние метры с расчетом, на будущее расширение производства, т.к. если снимать минимальную площадь (70 кв.м.) потом будет не возможно расширять территорию.

Аренда помещения под салон из средних арендных цен на подобную недвижимость на окраинах Москвы и ближайшем Подмосковье от 300$\кв. м. в год. Но если взять, например, коммерческую аренду, то эта цифра может заметно сократиться. Что бы ни стать жертвой аферы, в любом случае надо заключить договор об аренде, официально зарегистрированный в Москомимуществе.

Данный бизнес план предусматривает, что коммунальные расходы уже включены в стоимость аренды. Но нужно иметь в виду, что иногда плата за горячую воду, телефон, отопление и другие коммунальные платежи должны производится отдельно. Значит стоит рассчитывать еще на 100-200$ ежемесячных выплат.

Так же к моим капитальным вложениям я бы добавила деньги на ремонт помещения. Спрашивая у своего директора во сколько ей это обошлось, в ответ я услышала финоменальную сумму: “средний ремонт парикмахерского помещения обхдился в сумму около 140$ за кв. м. еще в 2002 году.” Затраты на приобретение нужного оборудования (эти расценки всегда можно найти в профессиональных журналах.):

* для парикмахерского зала на 3 рабочих места эта сумма коллеблится при средних расценках от 4000$ до 5500$
* для кабинета маникюра от 1000$ до 2500$
* для кабинета педикюра от 1000$ до 2000$
* для солярия от 4000$ до 10000$
* стойка администратора 500-1500$
* кассовый аппарат 150-300$ +30$/мес. - при покупке кассового аппарата необходимо прибавить стоимость с соответствующей компанией на его обслуживание.

**РЕКЛАМА.**

В соответствии с Законом РФ « О рекламе» оформление вывески моего салона является рекламной акцией и требует договора с управой или префектурой района города.

30 у.е. за регистрацию вывески

270 у.е./год за ее размещение

500 у.е.-900 у.е. за изготовление вывески

300 р. за разнос 3000 листовок

**НАБОР ОБОРУДОВАНИЯ.**

-рабочие или парикмахерские туалеты (это все, что стоит перед клиентом во время стрижки);

-кресла (основная характеристика, по которой судят о креслах, - это тип подъемника; различаются: стационарный, пневматический, гидравлический, под сушуар и другие типы подъемника);

-мойки (керамика и пластик );

-сушуары ("сушилки" для волос), климазоны (приборы, улучшающие и ускоряющие процессы химической завивки и окраски волос),

-фены

-профессиональные машинки для стрижки волос

-всевозможные щипцы, плойки, инструменты;

-инструменты: расчески, ножницы, щетки, зажимы, бигуди, машинки, спецодежда, бритвы, полотенца, различные мелочи, которые облегчают жизнь парикмахера;

-расходные материалы (выбор тут весьма велик, поэтому предоставьте его мастеру).

**ДИЗАЙН.**

### Ну вот и закончилась официальная часть работы над салоном, теперь можно расслабиться и дать волю фантазии.

В Москве около 30-40 конкурирующих фирм, которые просто жаждут помочь вам в подборе парикмахерского оборудования, подберут подходящий цвет, определиться со стилем и техническими требованиями.

Поскольку мой салон рассчитан на молодежь, то и оформлять я его хотела бы по последним тенденциям моды.

административная стойка и не высокая перегородка отделяют парикмахерский зал от зала ожидания. Здесь расположено около 6-8 кресел для ожидающих, т. к. молодежь любит ходить везде в большой компании, на стеклянном столике выложены последние номера профессиональных журналов, брошуры с советами по уходу за волосами. Отсюда хорошо видно все что происходит в рабочем зале и всегда можно посоветоваться с сопровождающим. С другой стороны расположен вход в салярий, маникюрный кабилет,комнату для персонала, уборную и клодовую.

Я бы оформила салон оранжевым в сочетании с серым и черным цветами.

В парикмахерском зале расположены три черных кресла на металлической ножке для того что бы приглушить резкость агрессивного оранжевого цвета. С той же целью косметический столик, сделанный из стекла, стоит на стальных изогнутых ножках, плавно перерастающих в обрамление для зеркала. Около зеркал с каждой стороны по две стеклянные полочки для косметики.

С противоположенной стороны установлены две раковины для мытья волос, и сушуар также выполненные с матовым напылением стали.

Что бы ни нарушать, стиль салона спецодежда, пеньюары подставки под расчески и полотенца должны выдаваться администрацией салона.

Так как столик для маникюра нельзя выполнять из стекла, то я предпочту сплошную метлику.

**ДОКУМЕНТЫ.**

* документы о регистрации фирмы
* договор аренды (1100-1600 за юридический адрес+500 за оформление документов)
* заключение СЭС
* заключение пожарной инспекции (около 800р.)
* разрешение на деятельность от районной управы
* разрешение на торговлю сопутствующими товарами
* ассортиментный перечень услуг
* договор на вывоз волос
* договор на обслуживание с прачечной
* договор на техническое обслуживание с ЖЕК или РЭУ
* договор с компанией обслуживающей кассовый аппарат
* наличие мед. книжки у всех сотрудников
* сертификация соответствия (добровольно)

- пакет документов для размещения вывески :

* паспорт на рекламное место
* регистрационная карточка предприятия
* свидетельство о праве на размещение рекламы
* комплект договоров с управой или префектурой города

Используемые источники:

http://www.business-magazine.ru/

http://www.stanford.ru/

журналы: hair’s How разных выпусков

конспект по культуре молодого рабочего

беседа с администрацией парикмахерской№1