

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ
УГЛИЧСКИЙ АГРАРНО-ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

Бизнес-план

**Учебно-производственного комплекса «Индустрия красоты» на базе
ГПОАУ ЯО «Угличского аграрно-политехнического колледжа»**

ВВЕДЕНИЕ

Учась и работая непосредственно в стенах учебного заведения, студент сможет ориентироваться в условиях современного рынка и организовать эффективную практическую деятельность по своей будущей профессии. Учебно-производственный комплекс Угличского аграрно-политехнического колледжа, опирается на специфику требований ФГОС к общим и профессиональным компетенциям выпускников по специальности «Индустрия красоты», «Парикмахер», программы учебных и производственных практик, материально-технической базы образовательной организации и анализа востребованности услуг на рынке труда.

С развитием индустрии красоты, люди стали больше времени уделять внешнему виду. Каждый старается быть более привлекательным в своем кругу общения. Ухоженный внешний вид играет важную роль в восприятии человека окружающими. Красота и здоровье – то, к чему стремится современный человек. Поэтому салоны красоты пользуются стабильно растущим спросом.

Цель: Открытие студии красоты эконом-класса в рамках учебно-производственного комплекса на базе ГПОАУ ЯО «Угличского аграрно-политехнического колледжа»

Этапы бизнес-плана по открытию салона красоты

Вместе с тенденцией по качественному уходу за собой растет и рынок салонов красоты. Поэтому открытие такого бизнеса является весьма актуальным, и чтобы преуспеть в высоко-конкурентной бьюти-сфере, необходимо выполнить все этапы.

Этапы предварительного этапа:

1. Оформление документов;
2. Бюджетирование;
3. Выбор помещения;
4. Приобретение оборудования, инвентаря, расходных материалов;
5. Набор сотрудников;
6. Рекламная кампания и продвижение салона.

Оформление документов

В связи с тем, что УПК (студия красоты) является структурным подразделением образовательной организации ГПОАУ ЯО «Угличский аграрно-политехнический колледж», то часть видов деятельности отдельно вести нет необходимости и штат сотрудников колледжа частично возьмет на себя дополнительные обязанности в рамках своей трудовой деятельности (отдел кадров, бухгалтерия, юрист, технический персонал). Для ведения деятельности достаточно включение в лицензию необходимых ОКВЭДов: 96.02, 96.04, 96.09 для салона красоты, дающих право ведения предпринимательской деятельности в данном направлении. В связи с тем, что помещения являются собственностью колледжа, нет необходимости оплачивать аренду помещений и коммунальные услуги и др.

Рассмотрим список расходов для запуска проекта.

Бюджет открытия салона красоты

- Косметический ремонт помещения – 50 тысяч рублей;
- Расходы на рекламу и оформление – 20 тысячи рублей;
- Приобретение оборудования и техники, доставка, сборка и установка – 150 тысяч рублей;
- Первоначальный закуп товара – 50 тысяч рублей.

Таким образом, на открытие студии красоты потрачено 270 тысяч рублей в качестве первоначальных вложений.

Также стоит рассчитать стоимость ежемесячных расходов, начиная со 2 месяца:

1. Расходные материалы – 20 тыс. рублей;
2. Зарплата сотрудников – 40 тыс. рублей;
3. Реклама - 5 тыс. рублей;
4. Амортизация оборудования – 5 тыс. рублей;
5. Прочее – 5 тыс. рублей.

Итого, ежемесячные расходы составят: 75 тысяч рублей.

Выбор помещения

От правильно выбранного месторасположения напрямую зависит спрос, а значит и прибыль салона. Поэтому первым условием при выборе места будет хороший трафик вблизи от рассматриваемого помещения. Вторым важным фактор – наличие конкурентов неподалеку. Если в районе уже есть несколько салонов, то вероятность захвата доли рынка намного меньше. Рентабельность планируемой студии красоты также зависит от локации.

Помещение обязательно соответствует требованиям СанПиН, технический персонал колледжа проводит в нем ежедневную влажную уборку, есть комната для дезинфекции и подсобка - санузел техникума. Для 3 рабочих мест будет достаточно 52 м².

Также есть дополнительные преимущественные параметры:

- Наличие студии красоты находится на 1 этаже.
- На фасаде здания есть место для вывески и рекламного баннера, который будет хорошо просматриваться с дальнего расстояния.
- Соседство с жилой зоной и магазинами.

Приобретение оборудования, инвентаря, расходных материалов

Необходимый список оборудования и инвентаря:

1. Парикмахерские кресла – 4 штуки по 20 тыс. рублей
2. Стойка на ресепшн – 20 тыс. рублей
3. Диван для клиентов в зону ожидания – 15 тыс. рублей
4. Тележки парикмахерские передвижные – 2 штуки по 8500 тыс. рублей
5. Тумбочки, полки, витрины – 30 тыс. рублей
6. Фены, плойки, другие инструменты – 30 тыс. рублей
7. Зеркала, лампы – 50 тыс. рублей
8. Стерилизатор – 5 тыс. рублей
9. Прочий инвентарь -5 тыс. рублей
10. Стол, стулья (зона отдыха для мастеров) – 10 тыс. рублей

Общая стоимость оборудования и инвентаря выйдет от 262 тысячи рублей.

К этому необходимо добавить расходные материалы – кремы, сыворотки, краски, шампуни, бальзамы, лаки, одноразовые воротники и салфетки, которые обойдутся примерно в 20 000 рублей.

Итого: 282000 руб.

Прием сотрудников

Успешность салона красоты во многом зависит от профессионализма мастеров. Навыки сотрудников влияют на популярность салона и его рентабельность. Так как одна из задач УПК является отработка практических навыков студентами – практикантами, поэтому и спектр предоставляемых клиентам услуг будет достаточно широким.

Услуги

В салоне-парикмахерской будут оказываться следующие услуги:

1. Женская стрижка;
2. Мужская стрижка;
3. Детская стрижка;
4. Модельная стрижка;
5. Укладка;
6. Мытье головы;
7. Окрашивание волос;
8. Колорирование;
9. Биозавивка;
10. Бритье;
11. Ахитектура бровей;
12. Оформление причёсок;
13. Макияж.

Для открытия потребуются следующий штат сотрудников:

1. Администратор/оператор – заработная плата от 20 000 рублей
2. 3 парикмахера от 15 000 рублей каждому мастеру+ бонусы.

В первое время отдельного человека на должность администратора нанимать не планируется. Его обязанности будет выполнять мастер,

свободный в определенное время. Только после выхода на 100% отдельный человек станет необходим.

Для парикмахеров больше подойдет сменный график работы 2/2 с 9:00 до 18:00. Работу администратора выполняет свободный мастер или наставник, основная задача которого – встреча и коммуникация с клиентами. Уборщица техникума работает ежедневно по 2 часа. Бухгалтерия колледжа выполняет все необходимые операции и финансовую отчетность. Остальные функции по управлению студией выполняет руководитель УПК. Для стимулирования основных сотрудников можно использовать частично сдельную оплату с получением % от стоимости выполненной услуги.

Рекламная кампания и продвижение салона

Чтобы повысить посещаемость салона красоты, нужно запустить рекламную кампанию. Перед этим, в первую очередь, следует проанализировать конкурентов, выявить их недостатки. После чего – определить главные преимущества своего салона, которые помогут завлечь потенциальных клиентов.

Каналы привлечения посетителей:

1. Реклама в СМИ
2. Сайт компании
3. Социальные сети
4. Рекламные объявления
5. Интернет-карты – Яндекс и Гугл
6. Наружная реклама (баннеры, вывески, плакаты)

Наиболее эффективным инструментом маркетинга является сарафанное радио, поэтому навыки мастеров играют главную роль. С помощью сайта можно улучшить имидж своего салона, увеличить число постоянных клиентов.

Частью рекламной кампании является также оформление вывески салона красоты, которая должна быть яркой и запоминающейся. Дополнительно можно разработать фирменный логотип. Также перед открытием стоит проработать программу лояльности для клиентов студии.

Существуют различные стратегии продвижения.

Финансовые расчеты. Сроки окупаемости бизнеса

Для расчета прибыли и окупаемости проекта необходимо сформировать доходную часть, исходя из средней стоимости чека в салоне красоты. На первоначальном этапе она снижена, с повышением уровня квалификации, расширением спектра услуг, обеспечением в полной мере оснащением расходными материалами профессиональной линии, будет увеличена стоимость услуг.

Себестоимость услуг

Основная себестоимость услуг – оплата работы персонала. Их заработная плата будет составлять 50% от стоимости оказываемых услуг. Соответственно, чем больше работает мастер, тем больше будет сумма его заработной платы.

Прейскурант цен салона красоты

Женские стрижки

Стрижка (короткие волосы)	300
Стрижка (волосы средней длины)	350
Стрижка (длинные волосы)	400
Химическая завивка (короткие волосы)	500
Химическая завивка (волосы средней длины)	800
Химическая завивка (длинные волосы)	1000

Стрижка челки	150
Коррекция длины	100

Мужские стрижки

Стрижка (одной насадкой)	100
Стрижка насадками	200
«Модельная»	300
Стрижка усов	100
Стрижка бороды	150

Другие виды услуг

Укладка	400
Прическа	500 - 800
Окрашивание в один тон	500
Окрашивание в 2 и более цветов (короткие волосы)	600
Окрашивание в 2 и более цветов (волосы средней длины)	800
Окрашивание в 2 и более цветов (длинные волосы)	1000
Мелирование (короткие волосы)	600
Мелирование (волосы средней длины)	800
Мелирование (длинные волосы)	1000
Сложное окрашивание	800-1200

Количество постоянных клиентов со временем будет увеличиваться, поэтому срок окупаемости может уменьшиться. Если подсчитать прибыль по результатам первого года, то она составит 200 000 рублей. Рентабельность салона составит около 20%, Срок окупаемости – 2 года.

SWOT-анализ

Для успешной работы и оценки конкурентоспособности студии красоты, был проведен анализ ее сильных и слабых сторон.

Сильные стороны:

- Широкий спектр услуг;
- Мастера практиканты и мастер-профессионал.

Слабые стороны:

- Отсутствие известности на рынке.
- Начинающие мастера.

Трудности:

• Большое количество парикмахерских, вследствие чего будет сложно в первое время привлечь достаточное количество клиентов.

Возможности:

- Расширение количества предоставляемых услуг;
- Привлечение самых высококлассных мастеров;
- Организация мастер-классов для начинающих мастеров, для повышения их квалификации и привлечения внимания к студии красоты;
- Увеличение количества уникальных дорогостоящих услуг.

Рекламная стратегия

Чтобы максимально быстро распространить информацию об открытии студии красоты, планируется выполнение следующих мероприятий:

- Создание сайта/группы в социальных сетях с подробной информацией об оказываемых услугах и уровне цен, фотографиями и видео работами мастериц. На сайте можно получить всю необходимую информацию, а также записаться на удобное время к нужному мастеру.
- Оформление фасада вокруг входа светящейся вывеской наверху, большим баннером, а также вывеской вокруг входа.
- Распространение визиток парикмахерской.

- Выдача карт постоянных клиентов.
- Запуск рекламного ролика на радио.

Заключение

Таким образом, чтобы открыть салон красоты с нуля, потребуются немалые вложения, тщательная подготовка помещения для соответствия всем санитарным нормам и упорная работа по созданию репутации салона и подготовки мастеров. В первый год стоит развивать клиентскую базу, чтобы в дальнейшем, за счет постоянных клиентов, иметь устойчивое положение на рынке труда.