



Доклад

Уважаемые члены комиссии! Вашему вниманию предлагается курсовая работа на тему: «Разработка проекта по открытию компании «Салон красоты»(слайд 1)

Объектом исследования является- салон красоты. Предмет исследования-

организация и открытие малого предприятия- салон красоты.(слайд 2)

Целью работы является- оценить целесообразность (эффективность) организации салонного бизнеса. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты организации бизнеса;
- разработать по проект по организации компании «Салон красоты»;
- оценить экономическую эффективность организации салонного бизнеса.(слайд 3).

Актуальность исследования (слайд 4):

Салон красоты- это предприятие бытового обслуживания, занимающееся предоставлением парикмахерских и косметических услуг населению. Салонный бизнес- это бурно развивающаяся отрасль. Широкая популярность данного бизнеса привлекает новых инвесторов и в то же время отпугивает их наличием серьезной конкуренции. В настоящее время этот вид бизнеса получает активное развитие не только в крупных городах. Люди стали активно заниматься своей внешностью, услуги предприятий салонного бизнеса стали более востребованными, при этом активно развиваются и новые направления услуг предприятий бытового обслуживания населения в сфере парикмахерского искусства и косметологии. Создание успешно развивающегося и прибыльного предприятия– важная и непростая задача, которую ставит перед собой каждый руководитель и владелец.

Интерес к инвестированию в салонный бизнес достаточно высокий, который проявляют как очень обеспеченные слои населения, так и те, кому удалось скопить минимальный капитал для открытия салона красоты. Эксперты отмечают, что если еще недавно подобные средства чаще всего просто вкладывались в недвижимость, то теперь инвесторы стали искать иные возможности выгодных вложений свободных средств. Быстро меняются условия, растет число салонов, созданных талантливыми предпринимателями и новичками, привносящими в этот бизнес что-то новое. Появляются все новые "изюминки" - в видах услуг, в подаче их клиентам, появляются новые виды косметики и оборудования, совершенствуются процедуры управления, растут требования к организации клиентского сервиса. Привлекательность данного бизнеса заключается в том, что финансовые риски можно минимизировать, уходя от ручного труда к аппаратным методикам, ставя хороший учет, занимаясь стандартизацией технологических процессов, используя маркетинговые и управленческие технологии, заимствованные из

других, более продвинутых отраслей, в т.ч. отраслей материального производства.

Анализ рынка бытовых и парикмахерских услуг (слайд 5):

Салоны красоты относятся к предприятиям бытового обслуживания. В настоящий момент в целом по России и Санкт-Петербургу в частности наблюдается рост объема потребления бытовых услуг населению, в том числе и растет доля парикмахерских и косметических услуг. При этом замечено, что в Санкт-Петербурге темпы роста этих услуг гораздо выше, чем в общем по России. Так, в частности динамика показала, что средний рост за последние годы по оказанию парикмахерских и косметических услуг в России составил 1-2% в год, тогда как в Санкт-Петербурге в 2010-2011 г.г. он составил 10,1% и 4,3% соответственно. Ориентировочное число салонов в России насчитывается около 30000 ед., при этом 10% рынка приходится на салоны г. Москвы. Рынок салонного бизнеса- является быстрорастущим и имеет большой потенциал роста. Поэтому организация салонного бизнеса будет иметь большие перспективы.

В связи с тем, что салонный бизнес является рынком чистой конкуренции, каждое вновь открытое предприятие предлагает все больше новых услуг на высоком уровне. Несмотря на то, что сегодня салоны красоты предлагают достаточно большой ассортимент основных и дополнительных услуг, по прежнему наибольшим спросом пользуются традиционные парикмахерские услуги- стрижка и покраска.

Понятие бизнес-планирования (слайд 6):

Планирование необходимо для организации бизнеса или корректировки существующей деятельности организации и является одним из важнейших процессов, от которого зависит эффективность деятельности компании. При осуществлении планирования ставятся задачи, определяются материальные, трудовые и финансовые средства для их достижения и сроки исполнения, а также последовательность их реализации. Основная форма бизнес-планирования – составление бизнес-плана. Бизнес-план – план развития вида бизнеса, основанный на стратегическом анализе и вытекающий из стратегических решений по виду бизнеса. Основными информационными разделами бизнес-плана являются: концепция, обзор, резюме; описание продукта; анализ рынка, маркетинг и продажи; план производства; организационный план; юридический план, финансовый план; риски проекта и их минимизации. Потребность в бизнес планировании возникает при открытии нового дела; репрофилирование существующей фирмы, выбор новых видов деятельности; подготовка заявок для получения кредитов; обоснование предложений по приватизации государственных предприятий.

Организационно-производственные мероприятия открытия салона красоты (слайд 7):

В работе было проведено исследование по открытию салона красоты в Санкт-Петербурге. Планируется, что данный салон будет организован физическим лицом- индивидуальным предпринимателем. Для организации салона красоты необходимо помещение, индивидуальный предприниматель имеет в собственности помещение квартирного типа в многоквартирном доме на 1 этаже, данное помещение выведено из жилого фонда, площадь составляет 54 кв. м. В этом помещении и планируется организовать салон красоты, при этом важно отметить, что площадь, на которой планируется организовать

салон красоты- не требует капитального ремонта, поэтому затраты на его осуществление не предусмотрены.

Основными видами затрат, направленные на организацию салона красоты являются: затраты на покупку оборудования, на рекламные мероприятия, направленные на продвижение услуг салона и затраты на подбор кадров в организацию.

Маркетинговая стратегия организации салона красоты (слайд 8)

Для продвижения услуг Салона красоты невозможно обойтись без разработки маркетинговых мероприятий, которые включают в себя: рекламную деятельность, направленную на продвижение услуг салона красоты, разработка товарной и ценовой стратегии, стратегии стимулирования сбыта услуг салона.

В салоне красоты планируется оказывать следующие виды услуг: парикмахерские, косметические, солярий, маникюр, педикюр.

Для продвижения салона красоты планируется: создать собственный сайт компании, размещать объявления на различных сайтах объявлений , размещать рекламу в газете «Из рук в руки» Санкт-Петербург.

По ценовой политике планируется разработка цен по всем видам услуг на уровне среднеотраслевой цены (по г. Санкт-Петербургу).

Для стимулирования услуг планируется услуги солярия оказывать по сниженным ценам, при покупке абонемента на несколько посещений.

Финансирование и экономическая эффективность от организации салона красоты (слайд 9):

Для организации работы салона красоты необходимо набрать штат работников в количестве 14 человек. При этом планируется , что все работники будут получать заработную плату в процентах от выручки, только

труд администратора и уборщицы будет оплачиваться по окладу, вне зависимости от товарооборота предприятия.

Общая сумма финансирования мероприятий для организации салона красоты составила 677,8 тыс. руб. Финансирование будет осуществляться за счет собственных источников финансирования, так как предприниматель имеет некоторые личные сбережения, которых будет достаточно для открытия собственного бизнеса.

Выводы (слайд 10):

Проведенная экономическая эффективность проекта показала, что при прогнозируемых объемах продаж, предприятие получит чистую прибыль в сумме 330 тыс. руб. Расчет чистой прибыли является прогнозным, поэтому в случае уменьшения или увеличения прогнозируемых объемов продаж, произойдут изменения показателя прибыли в ту или иную сторону. Насколько эффективен будет бизнес и каковы будут доходы предпринимателя покажет время.

Доклад окончен! Спасибо за внимание! (Слайд 11)

