

Biznesplan

salonu fryzjerskiego

Pomaga planować działalność i kontrolować realizację. Pozwala aktualizować założenia i lepiej zarządzać przedsięwzięciem.

*Ewa Mielcarek
Iwonna Widzyńska-Golacka*

Przygotowanie biznesplanu pomaga wyrobić sobie lepsze spojrzenie na całość przedsięwzięcia, zaplanować działania oraz przewidzieć możliwe efekty. Jeśli rozpoczęcie działalności wymaga uzyskania tzw. zewnętrznych źródeł finansowania – np. kredytu – jego sporządzenie jest niezbędne.

Pomoże określić wartość biznesu, uzyskać kredyt, kontrolować odpowiednie wykorzystanie funduszy, zarządzać przedsięwzięciem. Jeżeli plan biznesowy powstaje z myślą o banku, najważniejsze są aspekty finansowe (np. czy założenia są realistyczne, czy płynność finansowa jest wystarczająca dla pokrycia spłaty kredytu, jaka część planowanej inwestycji finansowana jest ze środków własnych, kiedy dług może być w całości spłacony, jaka jest wrażliwość projektu na zmiany zachodzące w otoczeniu firmy).

Jeśli jest pisany dla celów własnych – może się on koncentrować przede wszystkim na szczegółach związanych z uruchomieniem i działaniem salonu.

Jakkolwiek podstawowe elementy składowe planu biznesowego są względnie stałe, to jednak zakres opracowania poszczególnych fragmentów może być różny, w zależności od celu, któremu ten dokument ma służyć. Biznesplan powinien zawierać:

1. Opis przedsięwzięcia
2. Analizę rynku
3. Strategię marketingową
4. Organizację salonu
5. Analizę ryzyka i możliwości
6. Finansowanie
7. Prognozy finansowe

Jak rozpocząć?

Zanim się przystąpi do pisania samego dokumentu, warto zastanowić się, co zostało zrobione, a co należy zrobić.

Można zastosować następującą metodę. Należy przygotować tak dużo kartek papieru, ile jest pozycji w planie biznesowym. Każdą z kartek powinno się opatrzyć nagłówkiem i zanotować wszystkie niezbędne i znane fakty. Na-

Bogna Pisanko
szkoleniowiec
z firmy Great
Lengths uczy
przedłużania
włosów

stępnie informacje układa się w logiczną całość. Pozwala to na zebranie i uporządkowanie pomysłów, ujawnieniu luk i słabości, a przedsięwzięcie tylko na tym zyska.

Opis przedsięwzięcia

Jest to jeden z ważniejszych elementów opracowania. Pisany jest zwykle na końcu i obejmuje zwięzły skrót informacji zawartych w całym biznesplanie. W tej części należy przede wszystkim opisać główne wnioski z przeprowadzonych analiz i upewnić ewentualnego kredytodawcę, że projekt zakończy się sukcesem. Powinny się tutaj znaleźć takie elementy jak: nazwa salonu, dane teleadresowe, forma własności, rodzaj świadczonych usług oraz sprzedawanych produktów, wysokość niezbędnych środków finansowych wraz ze sposobem ich wykorzystania oraz dane dotyczące spodziewanych zysków.

Analiza rynku

Od rzetelnego rozpoznania rynku i jego możliwości zależeć będzie powodzenie przedsięwzięcia. Kluczową sprawą będzie przeprowadzenie badań, które mają na celu zebranie jak największej ilości informacji o rynku usług fryzjerskich. Przystępując do tego zadania, należy się m.in. zastanowić, jakie jest zapotrzebowanie na tym rynku, kim będą klienci salonu, ilu ich będzie, jakie usługi będzie świadczył salon, jakie są oczekiwania klientów co do jakości usług, czy w okolicy znajduje się zakład oferujący podobne usługi, jaka jest jego oferta, jakie są perspektywy rozwoju na najbliższe lata? Na wzrost wiarygodności przeprowadzonych badań korzystnie wpłyną statystyki liczbowe. Część danych dostępna jest w Internecie. Powinno się również odwiedzić miejscowy urząd statystyczny. Najcenniejszym źródłem informacji będzie jednak obserwacja bezpośredniej konkurencji.



Strategia marketingowa

Szeroko rozumiany marketing jest podstawą sukcesu przyszłej działalności. Składa się na niego szereg decyzji i działań, które będą miały na celu odróżnienie oferowanych produktów lub świadczonych usług od ofert konkurencji. Strategia marketingowa zawiera więc informację o asortymencie (usługach lub produktach), polityce cenowej, określa przewagę konkurencyjną produktów lub usług i ich sprzedaży. Należy przeanalizować m.in., jakie produkty i/lub usługi będzie oferował salon, czy działalność będzie się koncentrowała wyłącznie na świadczeniu usług fryzjerskich, czy będzie też obejmowała usługi dodatkowe (jak np. kosmetykę, pielęgnację paznokci, masaże, solarium), na jakim poziomie będą się kształtować ceny świadczonych usług, czy i jaka będzie polityka rabatowa (karnety, zniżki dla stałych klientów), w jaki sposób salon będzie się reklamował (ogłoszenia w prasie, reklamy radiowe, plakaty, broszury, ulotki), w jakiej dzielnicy będzie się znajdował punkt i jaki będzie jego styl i wystrój. Należy pamiętać, że kluczowym źródłem przewagi konkurencyjnej, który warunkuje sukces, jest jakość świadczonych usług i obsługi klienta. Warto również zastanowić się, czym nasz salon będzie wyróżniał się spośród innych.

Biznes

salonu fryzjerskiego

Organizacja salonu

Ustala ona formę, w jakiej ma funkcjonować zakład, uwzględnia niezbędne pozwolenia wymagane przez przepisy prawa, określa materiały i źródła zaopatrzenia oraz zawiera dane dotyczące zatrudnienia. Biznesplan powinien wyjaśniać, jakie osoby są ważne dla powodzenia przedsięwzięcia, czy wszystkie kluczowe stanowiska są obsadzone, w jaki sposób zamierza się przeprowadzić proces rekrutacji, jakie wymagania będą stawiane wobec pracowników, jak będą oni wynagradzani, w jaki sposób zamierza się zwiększyć zaangażowanie pracowników w sprawy firmy (np. poprzez wprowadzenie systemu premii i nagród). Plan biznesowy powinien również regulować kwestię dbałości o bezpieczeństwo i higienę pracy (np. wymóg noszenia uniformu) oraz kwestię szkoleń dla pracowników.

Analiza ryzyka i możliwości

Ten fragment wiąże się ze wskazaniem głównych problemów i zagrożeń projektu oraz ma na celu przedstawienie okoliczności uzasadniających jego realizację. Ryzyko ekonomiczne płynie z wielu stron, należy się wystrzegać zbyt optymistycznego, ale nie powinno się również unikać wskazania głównych zagrożeń. Analiza problemów i możliwości ma zwykle kształt uproszczonej analizy SWOT (Siły, Wady, Okazje, Trudności). Pierwsze dwa elementy tej analizy opisują wewnętrzny potencjał i słabości salonu fryzjerskiego (np. atrakcyjna lokalizacja, doświadczenie w kierowaniu firmą, kompleksowość oferowanych świadczeń, możliwość świadczenia usług w domu klienta, profesjonalna obsługa, duże koszty związane z uruchomieniem działalności, trudności w utrzymaniu płynności finansowej). Pozostałe dwa odnoszą się



Uśmiechnięty
stylista
to skarb

do ryzyka, trudności i okazji wynikających z otoczenia zewnętrznego (np. ograniczenia prawne, zmiana struktury wiekowej ludności).

Finansowanie

To oczywiste, że bank będzie chciał dokładnie poznać rodzaj i wielkość funduszy potrzebnych do zrealizowania pomysłu. W tym celu należy przedstawić szczegółowy plan finansowy, podając, jaki jest całkowity koszt realizacji przedsięwzięcia i wymieniając poszczególne pozycje kosztorysu.

Przykładowe koszty dla zakładu fryzjerskiego z trzema stanowiskami dla stylistów fryzur i manikiurzystki, przy założeniu, że punkt będzie się znajdował w centrum dużego miasta (dzierżawa), przedstawiają się następująco:

Kapitał niezbędny do uruchomienia przedsięwzięcia (orientacyjne koszty początkowe):

1. Prace remontowo-adaptacyjne lokalu ok. 10 000 zł
2. Wyposażenie salonu
 - meble tworzące stanowiska pracy ok. 10 000 zł
 - urządzenie do nowoczesnej trwałej ok. 3 000 zł
 - suszarki ręczne (3 szt.) ok. 1 500 zł
 - suszarki stojące (2 szt.) ok. 4 000 zł
 - fotele fryzjerskie (2 szt.) ok. 6 000 zł
 - stanowisko do mycia głowy ok. 3 000 zł
 - lustra ok. 4 000 zł
 - nożyczki, szczotki, grzebienie, maszynki fryzjerskie, miseczki, pędzle, rękawice, ręczniki, itp. ok. 4 000 zł
 - wyposażenie pomocnicze ok. 700 zł



Eleganckie wejście do salonu sieci salonów patronackich Alfaparf

Pięknie urządzony salon to wysokie koszty – sieć salonów patronackich Alfaparf



- odzież ochronna pracowników ok. 600 zł
- urządzenie do pielęgnacji paznokci ok. 1 000 zł
- 3. Sprzęt (komputer, telefon, drukarka)
- komputer i oprogramowanie służące do doboru kolorów i fryzur ok. 6 000 zł
- kasa fiskalna ok. 2 000 zł
- drukarka ok. 800 zł
- aparat telefoniczny (baza + 2 słuchawki) ok. 700 zł
- 4. Opłaty urzędowe ok. 300 zł
- Łączne koszty początkowe: ok. 57 600 zł
- Miesięczne orientacyjne koszty działalności
- 1. Zakup materiałów i produktów ok. 2 500 zł
- 2. Wynagrodzenia i prowizje ok. 8 000 zł
- 3. Czynsz i media ok. 2 000 zł
- 4. Podatki i ubezpieczenia (w tym ZUS) ok. 3 500 zł
- 5. Opłaty abonamentowe, prowizje, odsetki
- usługi telekomunikacyjne ok. 150 zł
- odsetki i prowizje bankowe ok. 700 zł
- 6. Amortyzacja ok. 1 500 zł
- 7. Reklama ok. 1 000 zł
- 8. Szkolenia dla pracowników ok. 500 zł
- Łączne miesięczne koszty działalności wynoszą: 19 850 zł, a roczne: 238 200 zł
- Razem koszty początkowe i koszty działalności w skali roku: 295 800 zł

Następnie powinno się wymienić spodziewane źródła finansowania (przychody), pamiętając, by były one prawdopodobne i udokumentowane. Dla banku istotną informacją będzie wielkość zaangażowanych środków własnych. Jeżeli zgromadzony kapitał okaże się niewystarczający, należy przedstawić, jaki jest udział środków obcych, w jaki sposób się go pozyska oraz na co zostanie przeznaczony. W planie biznesowym powinny się również znaleźć informacje, jakie będą oczekiwane obroty za pierwszy rok, jaki będzie oczekiwany zysk (strata) netto za pierwszy rok, jaka część kwoty kredytu zostanie spłacona w pierwszym

roku działalności salonu, jaki jest termin spłaty całości kredytu oraz jakie są plany na drugi rok działalności. Szacując całkowite roczne obroty dla tego samego zakładu, można założyć, że będą to następujące wartości:

Miesiąc	Wielkość popytu	Czynniki decydujące o popycie	Proc. docelowych obrotów	Obroty w złotych
Styczeń	Mały	Początek działania	50	15 000
Luty	Średni	Karnawał	70	21 000
Marzec	Średni	Jakość usług	80	24 000
Kwiecień	Średni	Okres przedświąteczny	100	30 000
Maj	Średni	Promocje	100	30 000
Czerwiec	Średni	Reklama	100	30 000
Lipiec	Mały	Okres urlopowy	60	18 000
Sierpień	Mały	Okres urlopowy	55	16 500
Wrzesień	Mały	Obniżka cen u konkurentów	65	19 500
Październik	Średni	Jakość usług	90	27 000
Listopad	Średni	Jakość usług	100	30 000
Grudzień	Silny	Okres przedświąteczny	120	36 000
Całkowite obroty przedsiębiorstwa w ciągu roku				297 000

Biznesplan

salonu fryzjerskiego

Z porównania przychodów i kosztów wynika, jaki jest wynik finansowy inwestycji (czyli zysk lub strata brutto). W tym wypadku już w pierwszym roku działalności zakład ten osiągnął zysk na poziomie 1 200 zł brutto (obroty: 297 000 zł – koszty: 295 800 zł = zysk/strata: 1 200 zł brutto). Wiele przedsięwzięć przynosi początkowo straty, co wynika w dużej mierze z wysokich nakładów początkowych, niezbędnych do uruchomienia firmy. Ważne jest natomiast, aby zakład był rentowny (przynosił zyski) w długim okresie.

Prognozy finansowe

Bardzo trudno jest określić wielkość przychodów (a co za tym idzie zysków i strat) w nieistniejącej jeszcze firmie, zwłaszcza w perspektywie dłuższej niż rok. Nawet eksperci prawie zawsze się mylą, ale to nie powód, aby nie dokonywać szacunków. Najlepszym sposobem jest wykorzystanie do tego celu danych pochodzących z innych firm, działających już na tym rynku. Należy pamiętać, by nie opierać się wyłącznie na komputerowych czy księgowych wyliczeniach pełnych liczb i procentów. Przedstawiając prognozowane koszty, trzeba pamiętać, że np. dodatkowo zatrudniany personel to także dodatkowe koszty. Nowy etat będzie generował oprócz wynagrodzenia nowe wydatki na ubezpieczenie, wyposażenie stanowiska pracy oraz dodatkowe koszty związane z wdrożeniem i przeszkoleniem pracownika. Planując np. wydatki na promocję, należy przygotować się do tego znacznie wcześniej, niż będzie się podejmowało działania. Kosztów reklamy nie pokrywa się zwiększonymi dochodami ze sprzedaży usług, ponieważ zyski odnotuje się dopiero z pewnym opóźnieniem, kilka miesięcy po wydatkach na reklamę.

Plan powinien pomóc w zaplanowaniu działalności, kontroli poszczególnych etapów realizacji. Jego wartością są bowiem decyzje, do jakich on prowadzi. To oczywiście oznacza, że aby stworzyć plan warty wysiłku, trzeba będzie zgodnie z nim postępować. Niezależnie od czasu (miesiąc, kwartał) konieczne jest regularne śledzenie wyników i analizowanie różnic pomiędzy planem a bieżącymi wynikami. Pozwoli to zaktualizować wcześniejsze założenia i lepiej zarządzać całym przedsięwzięciem w przyszłości.



Dobry gust i prostota tworzą piękny wystrój salonu
- sieć salonów patronackich Alfaparf