

Бизнес-план салона СПА

Аналитики утверждают, что центры по уходу за внешностью и фигурой лучше всего открывать к началу летнего сезона. Ведь именно тогда, напуганные приближением сезона минимума одежды, люди начинают истерично оздоравливаться, худеть и украшаться. Итак, спрос есть. Давайте формировать предложение.

СПА – это оздоровительный комплекс процедур с использованием морской, термальной, минеральной или пресной воды, морских водорослей, целебных растений и лечебных грязей, программы водолечения, цель которых – гармония тела, души и духа. Также к СПА относятся фитнес-программы, диетические программы, программы регенерации и программы по омоложению кожи лица и тела. Этим словом обозначают также курорты, в которых проводится водолечение.

Само слово СПА произошло от названия бельгийского курорта СПА. С 16 века СПА стал излюбленным местом отдыха бельгийских туристов. С 17 века названием бальнеолечебницы в Британии стали называть минеральные источники, и лишь во второй половине двадцатого столетия слово приобрело новый смысл, теперь словом СПА стали называть Wellness-оазисы в отелях.

"Бизнес на воде и грязи"

Поскольку специалистов по созданию СПА на всех не хватает, то каждый новичок рынка SPA сам себя считает Кулибиным, и изобретает собственную бизнес-модель СПА. Если внимательнее присмотреться к некоторым из открывшихся в период с 2003-его по 2005-й проектам СПА салонов, то ощущение хаоса от сумбурной Шанхайской застройки, дешевых акриловых хаммамов в сочетании с русским сусальным золотом и полнейшего разнобоя в СПА программах "не покинет больше вас".

На стыке 2006-2007 годов СПА рынок постепенно начал переходить от дикого состояния к цивилизованному. Медленно приходит понимание, что прежде чем садиться за бизнес-план СПА салона следует поучиться на ошибках предшественников. Копятся цифры и факты, работают маркетологи и аналитики, развивается СПА консалтинг. Так что не побрезгуйте чужим опытом.

В теории

Когда решение об инвестициях в СПА принято почти окончательно, и у Вас уже сложилось определенное представление о том, что Вы хотите получить в результате, существует единственно правильный алгоритм действий, который позволит Вам реализовать Инвестиционный проект с наибольшей эффективностью.

На первом этапе необходимо создать рабочую группу из людей (организаций), с которыми у Инвестора есть доверительные отношения, для разработки концепции объекта и бизнес плана по его реализации.

Как правильно выбрать помещение, как спроектировать салон так, чтобы каждый метр площади давал доход, как выбрать те услуги, которые востребованы клиентами, и цены, приносящие максимальный доход, как подобрать профессиональный коллектив, как

пройти жернова получения разрешительной документации, как раскрутить салон - на эти и многие другие вопросы придется ответить рабочей группе.

На втором этапе, когда рабочая группа в процессе разработки этого плана подойдет к «пределу уровня своей компетентности», а практически такая ситуация возникает в 90% случаев, необходимо обратиться к специальной компании, которая предложит оптимальный алгоритм дальнейшего развития проекта. В Интернете можно найти множество фирм, предлагающих свои услуги в области открытия СПА.

Пакет документов для открытия салона

Документы о регистрации фирмы (форма собственности и устав).

Договор аренды (с регистрацией в Москомимуществе).

Заключение СЭС.

Заключение пожарной инспекции.

Разрешение на деятельность от районной Управы (выдается бесплатно).

Разрешение на торговлю сопутствующими товарами (выдается районной Управой и заверяется в СЭС).

Ассортиментный перечень услуг.

Договор на вывоз волос (этим занимаются специализированные компании; стоимость такой услуги в Москве составляет около 5 тысяч рублей за полгода, зависит от количества рабочих мест в салоне и частоты вывоза волос).

Договор на обслуживание с прачечной.

Договор на техническое обслуживание с ЖЭКом или РЭУ (электрика, водоснабжение).

Договор с компанией, обслуживающей кассовый аппарат.

Пакет документов на размещение вывески.

Наличие медицинских книжек у всех работающих мастеров.

Сертификат соответствия (выдается на добровольной основе).

Вопрос с НДС

Согласно подпункту 2 пункта 2 и пункту 6 статьи 149 главы 21 части второй Налогового кодекса Российской Федерации медицинские услуги, оказываемые медицинскими организациями и (или) учреждениями, за исключением косметических, при наличии соответствующей лицензии, освобождены от налогообложения НДС. В связи с этим услуги по выполнению пластических операций косметологическими подразделениями медицинских организаций, осуществляющих эти услуги в рамках амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в условиях дневных стационаров и санаторно-

курортных учреждений, а также стационарной медицинской помощи, при наличии соответствующей лицензии, налогом на добавленную стоимость не облагаются. Исключением являются косметические услуги, относящиеся на основании Общероссийского классификатора услуг населению ОК 002-93 к косметологическим и перечисленные под кодовым обозначением 081501 этого классификатора. Короче, при ведении бухгалтерии учтите, что есть косметологические и косметические процедуры. Первые являются медицинскими, не облажаются НДС и имеют методические разрешения Минздрава. Вторые не считаются медицинскими, проводятся бухгалтерией с учетом НДС и не имеют методических рекомендаций. С течением времени первых становится всё больше, и вторые переходят в разряд первых.

Где жить?

Хороших помещений на рынке не хватает. Оценивать предложения, поступающие от риэлторов, приходится очень быстро, иначе есть опасность остаться ни с чем. И выход в этой ситуации только один - использовать более совершенные способы прогнозирования, помогающие избежать грубых ошибок.

Для этого придется всеми правдами и неправдами выяснить, какую выручку дают другие подобные салоны красоты. Скажем, у конкурентов. Что крайне сложное дело. Либо потратиться на привлечение консультантов по созданию салонного бизнеса, что проще, но стоит денег. Уж они то знают, какова экономика десятков салонов красоты.

Оборудование для СПА

Выбор оборудования для СПА - серьезное испытание для будущего владельца. Оборудование - это не только кресла, диваны, шкафчики и тумбочки. Это хаммамы, гидромассажные ванны, косметологические аппараты, капсулы, парикмахерские кресла, и это еще не весь список. В короткой статье нет смысла перечислять весь список к тому же вариаций очень много. Все зависит от вашего вкуса и возможности.

Важно не попасть впросак на отраслевых выставках, где собственно и происходит знакомство многих новичков с поставщиками оборудования. Воздействие идет на все рецепторы первой сигнальной системы человека: слух, зрение и обоняние. Везде протискаешься между посетителями, а продавцы только что за руки не хватают. В целом, царит атмосфера балагана и восточной ярмарки. При этом каждый продавец не гнушается хаять чужой товар, и выставлять свою продукцию лучшей на свете.

В этой ситуации, уставшие от шума, духоты, избытка информации люди плюхаются за переговорный столик и покупают у первого попавшегося поставщика оборудование для всех кабинетов. Хотя известно, что практически нет ни одной фирмы, где вся линейка была бы действительно хороша. Такие поспешные, неразумные закупки оборудования - часто распространенная ошибка при создании салона красоты.

Реалии

Процесс создания салона СПА или оздоровительного Велнес-центра серьезно отличается от процесса создания классического салона красоты. Мало того, что здесь другие требования к параметрам помещения - к размерам, к наличию воды, электричества, вентиляции, но в СПА-салонах совершенно иная организация бизнеса: длинные технологические цепочки, многочасовые программы услуг, по иному строится клиентский сервис. Соответственно, и экономика у СПА-бизнеса имеет свои особенности и отличия.

Поэтому, не имея достаточного опыта е теште себя иллюзиями. Но если все-таки решитесь, позаботьтесь о профессиональном советчике.

Источник: <http://bossbusiness.ru>