

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.02 «Менеджмент»
Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка бизнес - плана салона красоты «Шанель»

УДК 338

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17A20	Кудрявцева Мария Андреевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор кафедры ЭиАСУ	Иванова О.П.	Доктор э.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДиФВ	Гришагин В.М.	к.т.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ЭиАСУ	Трифонов В.А.	к.э.н., доцент		

Результаты работы

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего профессионального образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Юргинский технологический институт
 Направление 38.03.02 «Менеджмент»
 Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой

_____ В.А. Трифонов
 (Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
17A20	Кудрявцева Мария Андреевна

Тема работы:

Разработка бизнес-плана салона красоты «Шанель»	
Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	

Срок сдачи студентом выполненной работы:	27.05.2016г.
--	--------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

<p>Исходные данные к работе <i>(информация об объекте исследования.)</i></p>	<p>Объект исследования: Разработка бизнес-плана салона красоты «Шанель». Салон красоты планируется открыть в г. Тогучин Новосибирской области по адресу улица Островского, 25.</p>
<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(краткая информация о нормативных документах для исследуемого предприятия; определение задач и результатов работы).</i></p>	<p>Основными источниками являлись: Гражданский кодекс Российской Федерации, Налоговый кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 N 66н (ред. от 05.10.2011) «О формах бухгалтерской отчетности организаций», Федеральный Закон от 30.12.2008 № 312 – ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского Кодекса РФ и отдельные законодательные акты РФ», Федеральный закон от 15.12.2001 № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» (в редакции Федерального закона от 03.12.2011 № 379-ФЗ), Федеральный закон от 30 декабря 1995 г. № 225 – ФЗ «О соглашениях о разделе продукции», Федеральный закон от 24 июля 2009 г. № 212 – ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования». Задачей исследования является разработка бизнес-плана салона красоты «Шанель» Результат работы – оценка инвестиций на открытие салона красоты «Шанель» и ожидаемой прибыли.</p>
<p>Перечень графического материала <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i></p>	<p>Презентация представлена в программе Microsoft PowerPoint</p>

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i>	
Раздел	Консультант
«Социальная ответственность»	Гришагин В.М. к.т.н., доцент
Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:	
Реферат	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры ЭиАСУ	Иванова О.П.	д.э.н., профессор		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17A20	Кудрявцева Мария Андреевна		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
17A20	Кудрявцева М.А.

Институт	ЮТИ ТПУ	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	Бакалавриат	Направление/специальность	38.03.02 «Менеджмент»

Срок сдачи студентом выполненной работы:	
--	--

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера 	<p>В данном разделе рассмотрен кабинет директора, который представляет собой помещение площадью 5м², 1 окно, 1 рабочее место.</p> <p>К вредным условиям труда относятся: освещенность, микроклимат, шум, наличие электромагнитных полей.</p> <p>К опасным факторам относятся: электрический ток, опасность возникновения пожаров, землетрясений и других чрезвычайных ситуаций.</p> <p>Негативного воздействия на окружающую природную среду не оказывает, вредных отходов нет, чрезвычайных ситуаций не вызывает. так не относится к производству.</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>Основными нормативными документами являются: ГОСТ 12.0.003 – 74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация», СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение», ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны», ГОСТ 30247.0-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Общие требования», ГОСТ 302247.1-94 «Конструкции строительные. Методы испытаний на огнестойкость. Несущие и ограждающие конструкции», СНиП 21-01-97 «Пожарная безопасность зданий и сооружений», СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 «Гигиенические требования к ПЭВМ и организации работы».</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях; 	<p>Нормирование естественного и искусственного освещения осуществляется в соответствии с СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение» В соответствии со СНиП 23-05-95 для обеспечения зрительного комфорта в помещениях при выполнении подобных зрительных работ требуется необходимая освещённость рабочего места $E = 300$ Лк.</p> <p>Оптимальные микроклиматические условия $T = 22 - 24, ^\circ\text{C}$, $\phi - 40 - 60, \%$, $V \leq 0,2$ м/с. Гигиеническое нормирование параметров микроклимата установлено системой стандартов безопасности труда ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».</p> <p>Нормированные параметры шума определены</p>
--	--

	ГОСТ 12.1.003-83 и санитарными нормами СН 2.2.4/2.1.8.562-86 «Шум на рабочих местах, помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки». Для предотвращения и отсутствия компьютерно-зрительного синдрома необходимо следовать требованиям, которые регламентированы в СанПиН 2.2.2/2.4.1340 – 03 «Гигиенические требования к ПЭВМ и организации работы»
2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров); – готовность участвовать в кризисных ситуациях;	Отдел имеет отдельный вход. На атмосферу, литосферу, гидросферу, работа специалистов не оказывает вредного воздействия, так как не является производством.
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: – анализ правовых норм трудового законодательства; – анализ специальных правовых и нормативных законодательных актов; – анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности;	Основным законодательным актом, регламентирующим правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности персонала организаций, является Конституция Российской Федерации. Статья 37 Конституции РФ гласит: «Каждый имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены». Основные направления в государственной политике в области труда определены в разделе 10 ст. 210 ТК РФ.
Перечень графического материала:	
<i>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</i>	Графическое изображение размещения светильников

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖД и ФВ	В.М. Гришагин	к.т.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17A20	М.А. Кудрявцева		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 84 страницы, 13 таблиц, 3 рисунка, 6 формул, 4 приложения, 22 источника.

Ключевые слова: бизнес – план, анализ, конкуренция, потребитель, косметологические услуги, парикмахерские услуги.

Актуальность выбранной темы, заключается в том, что открытие новой организации позволит улучшить качество жизни людей в городе, за счет увеличения рабочих мест.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является разработка бизнес-плана салона красоты.

Цель ВКР - разработка бизнес- плана салона красоты «Шанель»

Задачи данной работы:

- 1 Проанализировать бизнес - план как способ инвестирования организации и ведения бизнеса с наименьшим риском;
- 2 Разработать бизнес – план для салона красоты «Шанель»;
- 3 Сравнить возможные источники финансирования бизнеса: выявить преимущества и недостатки;
- 4 Обосновать экономическую эффективность открытия салона.

Работа представлена введением, 5 разделами и заключением, приведен список использованных источников.

Выпускная квалификационная работа выполнена в текстовом редакторе Microsoft Word 2010 и представлена на диске CD-R (в конверте на обороте обложки).

Abstract

Final qualification work contains 84 pages, 13 tables, 3 drawings, 6 formulas, 4 applications, 22 sources.

Keywords: business – the plan, the analysis, the competition, the consumer, cosmetology services, hairdresser's services.

The relevance of the chosen theme, is that the opening of the new organization will improve the quality of life in the city, due to the increase of jobs.

The object of study of final qualifying work is to develop a business plan for a beauty salon.

The purpose of the WRC - the development of a business plan "Chanel" beauty salon

The objectives of this work:

1 Analyze the business - plan as a way of investing organization and doing business with the least risk;

2 Develop a business - a plan for the interior "Chanel" beauty;

3 Compare the possible sources of business financing: identify strengths and weaknesses;

4 Substantiate the economic efficiency of the opening interior.

Work is presented by introduction, 5 sections and the conclusion, the list of the used sources is provided.

Final qualification work is performed in a text editor of Microsoft Word 2010 and presented on the disk CD-R (in an envelope on the back of a cover).

Оглавление

Введение	9
1 Обзор литературы	12
1.1 Бизнес-план и его структура	12
1.2 Анализ рынка услуг салонов красоты	15
1.3 Возможные источники финансирования бизнеса	19
2 Объект и методы исследования	23
3 Расчеты и аналитика	24
3.1 Проектируемый вид услуги	24
3.2 Оценка конкуренции и рынка сбыта	25
3.3 Описание услуги	28
3.4 Размер инвестиций при открытии салона красоты	32
3.5 Организационный план	41
3.6 Юридический план	47
3.7 Оценка риска и страхование	49
3.8 Стратегия маркетинга	51
4 Результаты проведенного исследования	56
5 Социальная ответственность	60
5.1 Описание рабочего места	60
5.2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды	61
5.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведенной среды	70
5.4 Охрана окружающей среды	71
5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях	72
5.6 Заключение по разделу «Социальная ответственность»	75
Заключение	77
Список использованных источников	78
Приложение 1 - Анкета	81

Приложение 2 - Опрос	82
Приложение 3 – Анализ конкурентов	83
Приложение 4 - Расходы и доходы салона красоты «Шанель» в год	84

Введение

Каждый, кто планирует открытие бизнеса, должен уметь четко и эффективно планировать свою деятельность, находить источники получения финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсов, а также знать, как рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы организации. При неумении планировать свою деятельность, предприниматель не сможет достигнуть желаемого результата.

Бизнес салонов красоты – быстро развивающаяся отрасль, в которой представлены различные предприятия (салоны красоты, парикмахерские, имидж-студии, студии загара, студии нейл-дизайна, косметологические центры и клиники эстетической медицины). К этой же отрасли можно отнести различные спортивно-оздоровительные предприятия, в том числе и фитнес-центры, а также различные центры коррекции фигуры и косметологические центры [1].

Данная работа планирует разработку бизнес - плана салона красоты в г. Тогучин, который будет предоставлять ряд следующих услуг: скрабирование тела, пилинг лица и ручной массаж, парикмахерские услуги, а так же услуги маникюра и покрытия натуральных ногтей Shellac.

Актуальность выбранной темы, заключается в том, что открытие новой организации позволит улучшить качество жизни людей в городе, за счет увеличения рабочих мест.

Изложение бизнес идеи позволит рассмотреть предполагаемые проблемы деятельности организации, понять, преодолимы ли они. Процесс разработки бизнес – плана дает возможность увидеть весь комплекс будущей деятельности организации.

Данная выпускная квалификационная работа направлена на увеличение рабочих мест за счет открытия новой организации в городе Тогучин. Открытие салона красоты будет являться попыткой улучшить качество жизни людей в городе.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является разработка бизнес - плана салона красоты.

Предмет исследования – оценка инвестиций при разработке бизнес-плана салона красоты.

В 1 разделе описываются процессы теоретических исследований, методы расчета, принципы действия разработанных объектов, их характеристики.

Во 2 разделе приведены: объект и методы исследования.

В 3 разделе приводится содержательный характер научной работы, содержание и применение методик проведения исследования, результаты выполненных расчетов, их статистической обработки, базовые и углубленные профессиональные знания в области финансового менеджмента и менеджмента рисков.

В 4 разделе приведены результаты проведенного исследования.

В 5 разделе были проанализированы проектируемые технологии, устройства, рабочее место на предмет выявления основных техносферных опасностей и вредностей, сформулированы методы минимизации их воздействий и защиты от них.

В заключении изложены результат теоретических исследований и рекомендации по их практическому использованию.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В настоящей работе использованы ссылки на следующие стандарты:

- № 209-ФЗ от 24 июля 2007 г.; № 371-ФЗ от 30 ноября 2011; 26.2, ст. 346.13 НК РФ; ст. 346.25.1 НК РФ; 2.8 ст. 346.43 НК РФ; ст. 346.49 НК РФ; 8, ст. 346,45 НК РФ; ГОСТ 12.0.003-74; ГОСТ 12.1.005-88; ГОСТ Р 50948-96; ГОСТ Р 50949-96; СанПин 2.2.2/2.4.1340-03; СНиП 23-05-95.

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

1 Анализ (от греч. Analysis — разложение): метод научного исследования (познания) явлений и процессов, в основе которого лежит изучение составных частей, элементов изучаемой системы [4].

2 Бизнес-план: план, программа осуществления бизнес операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности [5].

3 Инвестирование (вложение капитала): приобретение активов, от которых ожидается получение дохода, превышающего затраты [6].

4 Инвестор: лицо или организация, совершающее вложение капитала с целью получения прибыли [7].

5 Конкуренция: состязание между субъектами экономических отношений, борьба за рынки сбыта для получения более высокой прибыли, других выгод [8].

6 Организация: группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей [9].

7 Потребитель: гражданин, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы, услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли [10].

8 Финансирование: предоставление фирме краткосрочных либо долгосрочных кредитов [11].

1 Обзор литературы

1.1 Бизнес-план и его структура

Начинающие предприниматели при открытии своего первого проекта часто сталкиваются с проблемой организации и ведения бизнеса. Не обладая достаточным опытом, порой сложно оценить перспективность бизнес - идеи, провести надлежащее планирование и наладить бизнес процессы новой компании.

Планирование бизнеса - это определение целей и путей их достижения, посредством каких-либо намеченных и разработанных программ действий, которые в процессе реализации могут корректироваться в соответствии с изменившимися обстоятельствами. В ходе планирования составляется программный документ (бизнес-план) [5].

Бизнес - план - это программа осуществления бизнес - операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, о самом товаре и его производстве, маркетинге, рынках сбыта, об эффективности операций организации операций и их эффективности [5].

Бизнес - план кратко, точно и понятно описывает предполагаемый бизнес. Является важнейшим инструментом при рассмотрении большого количества различных ситуаций и позволяет выбрать наиболее перспективный желаемый результат.

Основные задачи, которые выполняет бизнес - план:

- 1 Дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный проект.
- 2 Предоставляет информацию лицам, реализующих проект.
- 3 Предоставляет банку полную информацию о планируемом бизнесе и его дальнейшем развитии.

Содержание бизнес-плана и степень его детализации зависят от размеров создаваемого предприятия и сферы, к которой оно относится (производственной или сфере услуг), а также размеров предполагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив расширения дела. Чем шире рынок сбыта, крупнее доля предпринимателя на этом рынке, выше уровень конкуренции, тем более углубленной должна быть проработка всех разделов бизнес-плана.

Бизнес - план помогает ответить на следующий ряд вопросов:

- 1 Каков размер начальных инвестиций?
- 2 Что потребуется, кроме денег, и как это обеспечить?
- 3 Сколько потребуется времени, чтобы организовать и запустить бизнес?
- 4 Каковы будут текущие затраты бизнеса?
- 5 Какие товары и услуги планируется продавать?
- 6 Кто может быть клиентом бизнеса?
- 7 Каковы будут показатели эффективности производства и как их можно повысить?

Ответив на эти вопросы, предприниматель сможет четко и точно спланировать свою деятельность, найти источники получения финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсов. Рассчитав эффективность использования ресурсов, предприниматель решит, принесет ли это дело доходы, которые окупят затраты средств и сил, и стоит ли вообще вкладывать в него средства.

Как правило, бизнес-план включает следующие основные разделы:

- 1 Титульный лист.
- 2 Резюме.
- 3 Краткая информация о предприятии.
- 4 Описание продукта, услуги.
- 5 Оценка (анализ) рынка сбыта и конкуренции.

6 Стратегия маркетинга.

7 Производственный план.

8 Организационный план.

9 Финансовый план.

10 Оценка рисков и страхование.

Очень важно распланировать бизнес именно на бумаге в соответствии с определенными требованиями и провести нужные расчеты - это поможет увидеть предстоящие проблемы и понять, возможно ли их преодолеть.

От правильного понимания начинающего предпринимателя для чего нужен бизнес - план, зависит судьба предприятия, так как бизнес - план является презентацией идеи для инвесторов, вручив который начинающий предприниматель сможет заручиться финансовой и моральной поддержкой. В свою очередь инвесторы и возможные партнеры предпочитают ясность бизнес идеи и хотят знать, во что предстоит вкладывать средства и силы.

Грамотно составленный бизнес - план поможет без труда предпринимателю найти источники финансирования, а инвестору получить гарантии требуемого уровня доходности и минимальный риск.

В последнее время тема инвестиций в бизнесе салонов красоты становится все более популярной. К данной отрасли потянулись не только люди с большим достатком, но и те, кто имеет в собственности небольшое количество средств. Еще пару лет назад серьезные инвесторы не замечали бизнес салонов красоты, считая его менее доходным, в сравнении с вкладами в недвижимость. Впоследствии ими было обращено внимание на минимизацию возможных финансовых рисков в результате диверсификации оказываемых услуг и модернизации оборудования.

Инвестиции, что же это такое? Инвестиции подразумевают, вложение капитала с целью получения прибыли. Можно выделить следующую классификацию инвестиций:

- по объекту инвестирования (реальные, финансовые и спекулятивные).
- по основным целям инвестирования (прямые, портфельные,

интеллектуальные).

- по срокам вложения (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные).
- по форме собственности на инвестиционные ресурсы (частные, государственные, иностранные, смешанные) [13].

1.2 Анализ рынка услуг салонов красоты

Еще двадцать лет назад понятие «салон красоты» большинство из населения страны связывали с дорогими парикмахерскими, которые существовали лишь для обслуживания населения в особых случаях, к примеру накануне свадьбы. Но все же парикмахерские услуги пользовались спросом и были доступны практически каждому. В конце восьмидесятых в СССР насчитывалось примерно 65 тысяч парикмахерских, которые имели в общей сложности 215 тысяч рабочих мест.

Сегодня точное количество салонов и парикмахерских в России не может назвать никто, но, по данным столичного Департамента потребительского рынка и услуг, в этой сфере бытового обслуживания число предприятий, работников и оборот услуг не снижается[3].

В данный момент услугами салонов красоты регулярно пользуются более половины взрослого населения страны. По данным Comcon-Pharma, 42% из них посещает парикмахерские и салоны раз в два-три месяца, а каждый третий – каждый месяц. Удивительно то, что наиболее активные потребители парикмахерских и косметических услуг проживают вообще не в столицах.

К примеру, более 17% жителей Дальнего Востока посещают салоны 2-3 раза в месяц, а вот в Москве таких оказалось всего 5,6%, среди питерцев – 2,3%. Причиной этому может служить в первую очередь дорогая стоимость услуг, особенно в Москве, по сравнению с другими регионами.

Интересно то, что мужчины несколько преобладают в числе потребителей услуг салонов красоты (51,2%) над представительницами прекрасного пола (48,8%).

Наиболее популярными остаются традиционные для нашей страны услуги – укладка, стрижка, химическая завивка волос, окрашивание, маникюр и педикюр. Их предпочитают более 71% россиян, которые пользуются услугами салонов красоты. Что касается косметических услуг таких, как чистка лица, эпиляция, наложение масок и массаж, то, по данным Comcon-Pharma, к ним прибегают всего 2,6%.

Говоря об «услугах салонов красоты» нужно четко понимать, о чем идет речь. Услуги в салонах красоты должны отвечать требованиям, общим для всех организаций красоты. Обязательными требованиями являются - эффективность той или иной процедуры; высокое качество оказания услуги; высокая квалификация специалистов, которые оказывают услугу и др. Сегодня на рынке косметических услуг существует большое количество услуг, которые соответствуют данным требованиям.

Открытие салона красоты – сложный процесс, требующий большого внимания к деталям. Перед открытием салона красоты, необходимо разработать его концепцию и продумать, какие именно услуги он будет предоставлять. Верно организованная рабочая площадь салона – залог успеха. И лучше всего подойдут помещения на первом этаже. Важно помнить о том, что салон красоты должен находиться в хорошей транспортной и пешеходной доступности – что способствует привлечению постоянных клиентов. Перед тем как открыть салон красоты, понадобится нанять квалифицированный обслуживающий персонал, подобрать оборудование для косметических услуг, закупить расходные материалы и косметические средства.

Открытие своего салона красоты, необходимо начать с концепции: какого типа услуги будут предоставлены, тщательно продумать имидж, подобрать комфортабельное помещение. При создании концепции распланировать будущее развитие салона. Изучить потенциальных клиентов и их возможные потребности для формирования будущего прайс-листа и составления бизнес-плана.

Важной составляющей при открытии салона является интерьер, способствующий к расслаблению. В этом помогут оригинальный дизайн и соответствующая музыка.

В бизнесе салонов красоты огромную роль играет человеческий фактор. Зачастую клиент налаживает общение с понравившимся мастером, и далее посещает салон красоты ради его услуг. При открытии салона красоты важно подобрать квалифицированный персонал, коммуникабельных личностей, которые смогут привлечь к себе поток клиентов. Также необходимо изучить ассортимент оборудования у фирм, которые специализируются на индустрии красоты.

Открытие салона красоты должно быть продумано до мелочей. При разработке прайс-листа услуг салона необходимо изучить рынок конкурентов – что за услуги они предлагают. Необходимо предложить своим клиентам нечто особенное, чтобы выгодно отличаться от конкурентов. Также необходимо разработать различные мероприятия по привлечению клиентов к открытию салона красоты.

Многие начинающие в данном бизнесе не обладают опытом управления в индустрии красоты, и имеют малое представление о том, что творится по другую сторону жизни салонов красоты. В результате четверть салонов разоряется в первый год жизни, а еще четверть так и не становятся прибыльными. Но если отнестись всерьез к открытию бизнеса, то уже в первый год можно получить прибыль в пределах тридцати процентов на вложенный капитал. Даже в период кризиса при хорошем менеджменте падение продаж салонов красоты составляет не более 20-30% или не наблюдается вовсе.

Бизнес салонов красоты относится к категории быстрорастущих. В советские времена основной рынок данной отрасли занимали только парикмахерские и всего лишь один Институт Красоты на Новом Арбате. Сегодня же в России более 3 000 салонов красоты, оказывающих кроме обычной стрижки еще и разнообразные косметологические процедуры.

Росту числа салонов красоты способствует то обстоятельство, что в обществе стало неприличным появляться в неопрятном и неухоженном виде. Теперь люди не только красят волосы, стригутся, ухаживают за ногтями, но и борются со стрессами, корректируют фигуру и омолаживают кожу. В салоны потянулась и молодежь, которая стремится привести в порядок цветущую кожу переходного возраста. За последние пять лет тридцать процентов женщин от 30 до 40 лет, помимо услуг парикмахера стали посещать дорогие косметологические услуги – коррекция фигуры, омоложение кожи и другие возможные процедуры.

Клиенты пришли к пониманию, что домашний уход по эффективности несравним с процедурами салонов красоты, к тому же в салонах экономятся силы, время, клиенты получают положительные эмоции от общения с мастерами красоты.

Современное состояние рынка салонов красоты в Новосибирской области

Услуги современных салонов красоты включают:

- Все виды парикмахерского обслуживания (стрижка, укладка, разработка нового имиджа, окрашивание волос, создание причесок, уход за волосами);
- Услуги визажистов (макияж в различных вариациях);
- Косметологические процедуры (уход за кожей тела и лица с применением аппаратных и ручных методик, в том числе лечебные и омолаживающие процедуры) массажные процедуры;
- Маникюрные и педикюрные услуги;
- Моментальный загар и солярий;
- Татуировки и пирсинг;
- SPA-процедуры, объединяющие в себе методики косметологии и массажа, с акцентом на оздоровление организма и релаксацию с помощью натуральных средств, водных процедур и ароматерапии.

За минувшие 2 года рынок салонов красоты в Новосибирске увеличился на 30%. Сейчас в Новосибирскую область приезжает большое количество людей, что создает условия для появления новых организаций, в том числе организаций в сфере социально-бытового обслуживания. Салоны эконом - класса (визит обойдется в 20 - 30\$) занимают 25-30% рынка. Салоны среднего и средневысокого уровня (разовый визит обойдется в 100 - 200\$) занимают 25%. Салоны класса люкс, позиционирующие себя как имиджевые заведения, занимают порядка 15% рынка (разовый визит обойдется в 250 - 300\$).[4]

Новосибирцы, которые посещают салоны красоты, в прошлом году их круг значительно расширился. Произошло это за счет услуг эконом-класса. В этом сегменте количество клиентов увеличилось на 40-50%, но в премиальном произошел спад на 15%.

1.3 Возможные источники финансирования бизнеса

Этот раздел рассмотрен в данной дипломной работе, чтобы мы понимали, какие могут быть источники финансирования.

Так как в наше время, не все предприниматели имеют первоначальный капитал для открытия бизнеса и привлекают денежные средства со стороны.

Источники финансирования - это функционирующие и ожидаемые каналы получения финансовых средств.

Существуют внутренние и внешние источники поступления денежных средств.

Внутренние источники финансирования организации – это ее собственные средства: прибыль и амортизационные отчисления.

Внешние источники финансирования - это заемные, привлеченные и смешанные средства.

Заемные средства:

1 Банковские кредиты - денежная форма кредита, возникающая при передаче денежных средств в долг на условиях срочности, возвратности, платности.

Банковские кредиты могут быть прямыми и косвенными. Прямые кредитные отношения подразумевает прямую связь между банком и кредитополучателем, а косвенное банковское кредитование - предоставление ссуды заемщику через посредника, например, торговую организацию.

2 Коммерческие кредиты - форма кредита, которая породила вексельное обращение. Сторонами сделки выступают юридические лица — хозяйственные субъекты. Способствует развитию безналичного оборота.

Вексель - это традиционный инструмент коммерческого кредита, который бывает простым — прямое обязательство заемщика о выплате кредитору определенной суммы и переводным - приказ кредитора заемщику о выплате долга третьему лицу или предъявителю векселя.

3 Государственный кредит - государство выступает кредитором в лице органов государственной власти и осуществляет кредитование через ЦБ РФ конкретных отраслей и регионов, коммерческих банков при продаже кредитных ресурсов на межбанковском рынке, а также на международном уровне. В роли заемщика государство выступает в процессе размещения государственных займов или при осуществлении операций с государственными ценными бумагами.

4 Частный кредит - кредитная сделка между частными лицами, основанная преимущественно на долговых расписках. Срок сделки зачастую не является строго оговоренным, проценты устанавливаются в меньшем размере, чем в банке; носит дружеский характер, выступает как в денежной, так и в товарной формах [14].

Привлеченные средства:

1 Средства акционеров - учредителей (участников) и тех, кто приобрел акции предыдущих дополнительных эмиссий (выпусков акций).

2 Средства от размещения на фондовом рынке новых выпусков акций.

3 Франчайзинг - система, при которой один экономический объект (например, фирма или даже государство) предоставляет другому экономическому объекту право действовать на рынке от его имени.

Смешанные или нетрадиционные источники финансирования:

1 Выпуск и размещение конвертируемых акций и облигаций.

2 Инновационный кредит - это средства, которые банковское учреждение вкладывает в развитие какой-либо компании на ближайшие 5 лет. Минимальная сумма – 300 тыс. рублей, максимальная – 60 млн., процентная ставка составляет 13,15%. Инновационный кредит направлен на инновации и технологические новинки.

3 Получение форвардных контрактов на поставку осваиваемой продукции со значительно отсроченным сроком поставки и при наличии от заказчика авансовых платежей.

Преимущества внутренних источников финансирования: отсутствие расходов, связанных с привлечением капитала из внешних источников; сохранение контроля за деятельностью предприятия со стороны собственников.

Недостатками использования данного источника финансирования являются его ограниченная и изменяющаяся величина, сложность прогнозирования, а также зависимость от внешних, не поддающихся контролю со стороны менеджмента факторов (например, конъюнктура рынка, фаза экономического цикла, изменение спроса и цен и т. п.).

Преимущества внешних источников финансирования:

1 Приобретение более дорогого объекта по сравнению с собственным капиталом, которым он располагает на момент совершения сделки.

2 Покупка необходимого оборудования в рассрочку дает возможность собственнику выплачивать долг, с процентами из дохода, приносимые услугами организации.

3 Увеличение ставки дохода на собственный капитал за счет выбора оптимальных условий финансирования.

Недостатки внешних источников финансирования:

1 Возвращаемая кредитору сумма превышает полученный заем.

2 Изменение условий займа, заложенных в первоначальном кредитном договоре, может привести к отрицательному финансовому левереджу (отношение заемных и собственных средств).

3 Нарушение графика погашения кредита дает кредитору право обращения взыскания заемных средств.

Не всегда начинающие предприниматели имеют стартовый капитал, поэтому все чаще прибегают к использованию внешних источников финансирования.

2 Объект и методы исследования

Объект исследования: разработка бизнес-плана салона красоты «Шанель».

В выпускной квалификационной работе были использованы следующие методы:

- метод наблюдения – метод научного познания, основанный на восприятии происходящих явления.

- сбора первичной информации - выявление проблем и формулирование целей исследования. Отбор источников, сбор и анализ вторичной информации.

- анализа нормативно-правовой документации - выделение в предмете исследования составных частей и их последующее изучение.

- метод синтеза - соединение исследуемых свойств и признаков предмета исследования в единое целое.

- метод обобщения - на основании свойств предмета, были сделаны соответствующие выводы.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Проектируемый вид услуги

Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке бизнес-плана нового предприятия - салона красоты «Шанель». Салон красоты будет соответствовать стандартам высококласного и квалифицированного обслуживания.

При проектировании и выборе услуги был проведен опрос жителей города Тогучина, из которого были определены услуги, в которых нуждаются потребители. Было опрошено 60 человек. (Приложение А)

При опросе было выявлено: Женщины пользуются услугами салона красоты чаще, чем мужчины. 70% женщин и 30% мужчин.

Парикмахерскими услугами пользуются все мужчины и женщины - 100%.

Маникюрные услуги - 70% из всех опрошенных женщин. Мужчины не пользуются этой услугой в салонах красоты, а предпочитают это делать в домашних условиях самостоятельно.

Из количества опрошенных 65% ответили, что в городе Тогучин недостаточно качественного массажа и различных SPA-процедур, остальные 35% хотели бы получить услугу качественного наращивания ресниц, татуаж, наращивания волос, услуги шоколадного обвертывания.

Услуги, которые пользуются спросом:

Парикмахерские услуги. В это понятие входит все: стрижка, укладка, окрашивание волос, мелирование, колорирование, выпрямление, завивка. Кроме того, уход за кожей головы, маски от выпадения волос, процедуры по восстановлению волос, ламинирование волос. Люди идут в салон красоты в основном для получения именно парикмахерских услуг.

Так же услуга, которая пользуется спросом у жителей города Тогучин, является маникюр. Но пользуются этой услугой все же немного меньшее количество клиентов. Очень востребована сейчас услуга покрытия ногтей Shellac. Ведь многие женщины хотят, чтобы их руки выглядели опрятно.

Данная отрасль в городе развита, насчитывается более 10 салонов красоты. В современной косметологии существует огромное разнообразие различных процедур, но не достаточно тех, которые не только оказывают полезное воздействие на весь организм человека, а еще помогают расслабиться, отдохнуть от забот, снять накопленный стресс и просто отлично поднимают настроение. К таким процедурам можно отнести SPA- процедуры и массаж. В г. Тогучине всего один салон красоты, специализирующийся на этой услуге, что и подтолкнуло на воплощение этой идеи.

3.2 Оценка конкуренции и рынка сбыта

Были использованы следующие методы изучения конкуренции: сбор, анализ и обработка информации о конкурентах.

Конкуренция - соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия купли и продажи, производства товаров или услуг.

В экономической теории различают следующие типы конкурентных рынков:

1 Рынок совершенной конкуренции.

Совершенная конкуренция складывается на рынке, где ни один из участников не может воздействовать на рыночную цену и объем спроса и предложения. Конкуренция среди производителей на данном рынке (со стороны предложения) получила название полиполия, что означает «много продавцов», а конкуренция между покупателями (со стороны спроса) — полипсония, то есть «много покупателей».

2 Рынок несовершенной конкуренции: (олигополистический рынок, рынок монополистической конкуренции, монополия).

Рынок несовершенной конкуренции - это рынок, на котором продавец или покупатель, либо и тот, и другой могут существенно влиять на цены, а следовательно, определять цены с целью извлечения выгоды.

Монополия предполагает, что одно предприятие является единственным производителем продукции, не имеющей аналогов. Покупатели при этом не имеют возможности выбора: они вынуждены приобретать продукцию предприятия-монополиста.

Олигополия - тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество фирм.

Монополистическая конкуренция - это относительно большое количество производителей, предлагающих похожую, но не идентичную (с точки зрения покупателей) продукцию.

Знание различий между ними имеет важное практическое и стратегическое значение, так как тип рынка определяет стратегию поведения на нем.

При оценке конкуренции и рынка сбыта были проведены следующие исследования: анкетирование, опрос, анализ конкурентов.

В г. Тогучин Новосибирской области косметические услуги предоставляют более 10 организаций – рынок конкурентный, он предоставляет наибольшие возможности для самореализации производителям и наибольшую свободу потребителям. Входные и выходные барьеры существуют, но не высоки или не очень высоки. Это указывает на то, что товар каждого производителя отличается какими-то особенностями.

Прежде чем анализировать конкурентов мы их выявили. Прошли по салонам красоты города, посмотрели, какие услуги они предоставляют потребителям, узнали цены на эти услуги. Далее мы провели анализ конкурентов (Приложение В), рассмотрели их конкурентные преимущества. (Приложение А)

Далее был проведен опрос жителей города, в котором участвовали 60 человек. (Приложение Б)

Из этого опроса было выявлено, что почти все салоны красоты в г.Тогучин предоставляют парикмахерские услуги, кроме салона красоты «Светлана».

Маникюрные услуги предоставляют только салоны красоты: «Престиж», «Преображение», «Студия красоты», «Светлана».

В г. Тогучин лишь один салон красоты « Студия красоты» предоставляют СПА – услуги. Однако, осведомленность потенциального клиента о наличии такой услуги довольно низкая. Добраться на общественном транспорте до салона не составит труда, но необходимой площади для парковки личного автомобиля не достаточно.

Салон красоты «Татьяна» и «Жасмин» хоть и находятся в высокой транспортной доступности, но не предоставляют услуг по скрабированию и покрытию Shellac.

Салон красоты планируется открыть по адресу Островского, 25.

Данное месторасположение способствует хорошей транспортной и пешеходной доступности – что способствует привлечению большого потока клиентов. Немаловажным фактором является и то, что салон находится не далеко от остановки и транспортной развязки. Сотрудники и клиенты также легко могут добраться до салона своим ходом. Возле здания бизнес центра оборудована парковка для транспортных средств.

Планируется проведение всего спектра парикмахерских услуг, скрабирования и покрытия ногтей Shellac, предоставление комфортных условий и высококачественных услуг. Чтобы увеличить воздействие на потребителя немаловажное внимание будет уделяться рекламе. Для достижения лучшего результата необходимо сочетание разных способов ее подачи. Качественно поданная реклама способствует привлечению клиентов. Для того чтобы выявить группу потенциальных потребителей, необходимо рассмотреть население города по демографическим параметрам - пол, возраст.

Население города на 1 января 2016 год составило 21 534 человек, из них в среднем 60,5% - трудоспособного населения , 23,5% - люди пенсионного возраста, 16,1% - дети. Из них 49% - мужчин и 51% - женщин (рисунок 1). Из подсчетов вытекает, что в г. Тогучин проживает 13 045 трудоспособного населения.

Возраст потенциальных клиентов

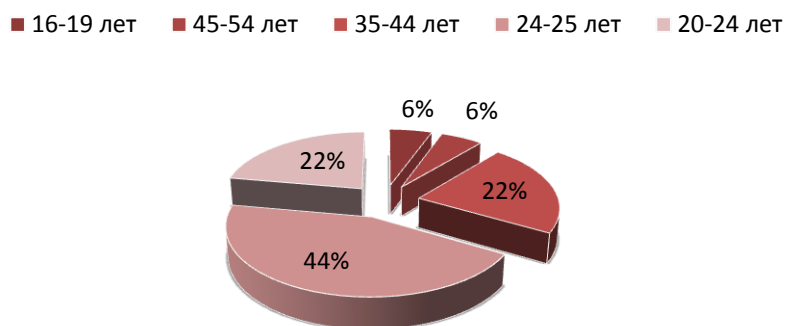


Рисунок 1 - Социально – демографический портрет

3.3 Выбор ассортимента услуг

Салон будет предлагать следующие услуги: скрабирование тела, пилинг лица и ручной массаж, парикмахерские услуги, а так же услуги маникюра и покрытия натуральных ногтей Shellac.

При выборе ассортимента продукции салона красоты «Шанель» и целевой аудитории было проведено анкетирование, чтобы выявить какими услугами салонов красоты чаще пользуются потребители, и какой услуги в городе Тогучин не хватает (приложение А).

Проведя анкетирование населения, была выявлена целевая аудитория, в основном это женщины от 18-50 лет их 70%, остальные 30% мужчины трудоспособно возраста.

Из опрошенных 100 % ответили, что они пользуются парикмахерскими услугами, маникюрными услугами 70% из всех опрошенных женщин.

Мужчины не пользуются этой услугой в салонах красоты, а предпочитают это делать в домашних условиях самостоятельно.

20 % опрошенных ответили, что в салонах красоты пользуются услугой педикюр. 25% опрошенных ответили, что предпочитают пользоваться услугой массажа.

Опрашиваемые респонденты ответили, что тратят на разовое посещение салона красоты: менее 500 рублей-30% человек, 500-1000 рублей-30% человек, 1000-1500-30% человек, более 1500-10%.

На вопрос как часто они посещают салон красоты, респонденты ответили: 1-2 раза в неделю-10%, 1-2 раза в месяц-60%, 1-3 раза в пол года-30%.

Из количества опрошенных 65% ответили, что в нашем городе недостаточно качественного массажа и различных SPA-процедур, остальные 35% хотели бы получить услугу качественного наращивания ресниц, татуаж, наращивания волос, услуги шоколадного обвертывания.

Среди опрошенных респондентов было выявлено, что в городе Тогучин не достаточно услуг: массажа и Spa-процедур. Как уже было сказано, что в городе Тогучин всего один салон красоты «Студия красоты» предоставляет услуги массажа и Spa-процедур. Однако осведомленность потенциального клиента о наличии такой услуги довольно низкая и не всегда есть места на эти процедуры. Это и подтолкнуло на предоставление этих услуг в салоне красоты «Шанель».

Существующие виды ценовой стратегии:

- 1 Стратегия «снятия сливок».
- 2 Стратегия «проникновения на рынок».
- 3 Стратегия «психологические цены».
- 4 Стратегия «следования за конкурентом».
- 5 Стратегия «цена с возмещением издержек производства».
- 6 Стратегия «престижные цены».

Салон красоты «Шанель» будет использовать стратегию «следования за конкурентом».

Стратегия «следования за конкурентом»- линия поведения фирмы, основанная на копировании цены лидера на рынке.

В г. Тогучин лидером на рынке является салон «Студия красоты», он предоставляет потребителям большой спектр услуг, аналогичных нашему салону.

Исходя от цен салона «Студия красоты», на предоставление определенных услуг, в салоне красоты «Шанель» будут производиться ряд услуг по определенной стоимости (таблица 1).

Таблица 1 - Прейскурант цен на услуги салона красоты

Наименование услуги	Стоимость услуги для потребителя, руб.
Скрабирование тела, 30 мин.	400
Пилинг лица, 30 мин.	200
Комплекс услуг (скрабирование + массаж), 2 часа	1 000
Ручной массаж	
Антицеллюлитный классический массаж всего тела, 60/90 мин.	1 200/1 550
Лимфодренажный массаж всего тела, 60/90 мин.	1 150/1 550
Массаж общий (классический), 60/90 мин.	1 150/1 550
Ароммассаж (релакс) общий, 60/90 мин.	1 150/1 550
Массаж спины и воротниковой зоны, 45 мин.	600
Антицеллюлитный массаж ягодично-шортиковой зоны, 60 мин.	1 200
Программа «Упругая попка», 60 мин.	980
Программа «Плоский животик», 60 мин.	980
Программа «Стройные ножки + изящные бедра», 70/80 мин.	1 100
Парикмахерские услуги	
Женские стрижки	
Модельная	От 300-600 (в зависимости от длины волос)
Оформление челки	100
Подравнивание длины	200

Продолжение Таблицы 1 - Прейскурант цен на услуги салона красоты	
Стрижки мужские	
Спортивная	200
Модельная	300
Налысо	100
Детская модельная	250
Сушка, укладка волос	
Сушка волос	100-250 (в зависимости от длины)
Укладка модельная	350-600 (в зависимости от длины)
Бигуди, плойка	400-800 (в зависимости от длины)
Свадебные, вечерние прически	От 1000
Косы плетение	От 300
Окрашивание волос	
Крем-краска Essex ESTEL	От 500-700
Крем-краска Deluxe ESTEL	От 550-750
Осветляющая пудра ESTEL	От 550-750
Эмульсия для удаления краски с волос ESTEL	От 500-700
Мелирование (шапочка)	От 500-800
Мелирование (фольга)	От 800-1200
Химическая укладка волос	
Долговременная укладка LONDA	От 500-850
Био - перманентная завивка ESTEL	От 500-800
Выпрямление волос	От 700-850
Лечение волос	
Лечение волос VITA Termale	От 700-1500
Экронирование волос	От 200-400
Горячее обвертывание	От 400-700

Продолжение Таблицы 1 - Прейскурант цен на услуги салона красоты	
Ампула от выпадения	От 100 р
Маска+кератин+активный комплекс	От 300-450
Термоактиватор+ маска+кератин	От 350-500
Маникюрные услуги	
Маникюр	350
Маникюр+покрытиеShellac+дизайн	700
Маникюр+покрытие обычным лаком+дизайн	450

3.4 Организационный план

В салоне красоты будут работать - директор, 2 парикмахера, мастер-универсал, маникюрный мастер, массажист, один администратор, и уборщица.

Организационная структура управления предприятием имеет следующий вид (рисунок 2)

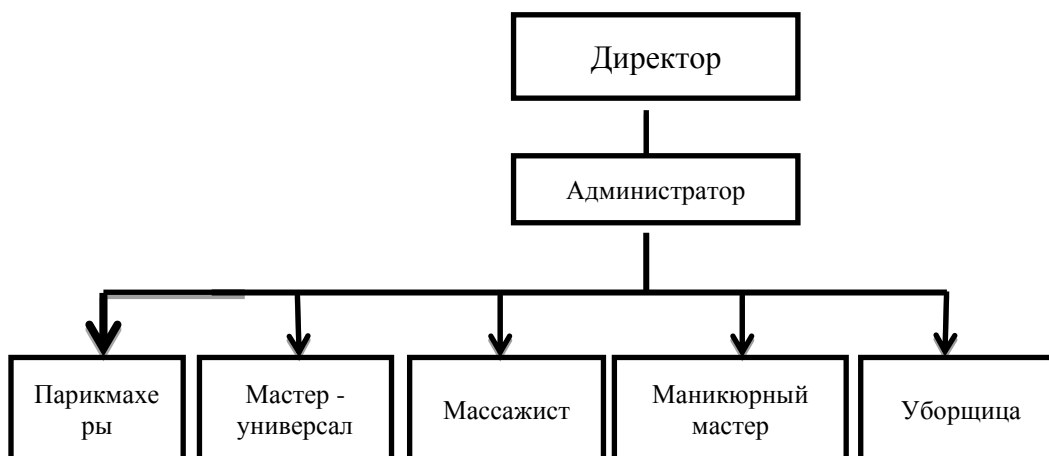


Рисунок 2 – Организационная структура управления салона красоты

Представленная структура является линейно-функциональной, что полностью отвечает потребностям гибкого и оперативного руководства малого предприятия в салонном бизнесе.

Основные функции управленческого персонала определяются действующим законодательством РФ, Учредительными документами предприятия, трудовыми договорами и должностными обязанностями и имеют следующий вид.

1 Директор реализует следующие функции: организует всю работу предприятия; несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива; распоряжается имуществом предприятия; заключает договора; осуществляет поиск поставщиков; разрабатывает и реализует сбытовую и ценовую политику предприятия; принимает и увольняет работников; применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия; ведет бухгалтерию.

2 Администратор подчиняется непосредственно директору салона красоты. Основными задачами администратора является осуществление руководства и координация деятельности салона. В обязанности администратора входит:

- организация, планирование и координация деятельности салона, направленная на сокращение затрат и повышение качества обслуживания клиентов.

- контроль, за эффективным использованием материальных, технических и трудовых ресурсов в процессе деятельности салона.

- обеспечение персонала всеми необходимыми для работы материалами;

- фиксирование произведенных процессов в журналах учета.

- ответы на телефонное обращение клиента.

- работы с персоналом: контроль, за своевременным приходом мастеров на работу, их внешним видом и составление графика.

Администратор салона красоты вправе: наложить штраф на сотрудников, принимать решения в пределах своей компетенции, представлять руководству предложения по совершенствованию своей работы и работы салона.

Администратор несет ответственность за: небрежное, халатное отношение к своим обязанностям; нетактичное отношение к клиентам и персоналу; причинение материального ущерба в определенных действующим трудовым и гражданским законодательством РФ рамках.

3 Парикмахер относится к категории специалистов.

Парикмахер должен знать:

- виды оказываемых услуг;
- правила бытового обслуживания населения;
- современные формы и методы обслуживания в парикмахерских;
- правила и способы выполнения работ по видам парикмахерских услуг;
- направление моды, современные виды стрижек, причесок (мужских, женских и детских);
- основы моделирования причесок;
- способы оформления причесок;
- правила эксплуатации аппаратуры, инструментов и приспособлений;
- ассортимент и виды материалов, которые используют в парикмахерской практике, их применение и назначение;
- свойства и состав препаратов, растворов специального назначения, парфюмерно-косметических средств, их воздействие на волосы и кожу;
- требования к качеству препаратов и материалов;
- норму расхода препаратов, материалов, парикмахерского белья;
- основы физиологии волос и кожи;
- правила гигиены и санитарии;
- правила организации рабочего места;
- правила профессиональной этики обслуживания клиентов;
- указания по безопасному содержанию рабочего места;
- приемы и способы безопасного выполнения работ;
- порядок извещения руководителя о всех недостатках, которые обнаружены во время работы;

- правила оказания первой медицинской помощи пострадавшим при травмировании и внезапном заболевании;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- правила охраны труда, личной гигиены, производственной санитарии и пожарной безопасности.

Парикмахер - мастер-специалист по прическам, стрижке, завивке, бритью. Парикмахер является специалистом, проводящим различные процедуры, связанные с уходом за волосами, кожей головы, моделированием причесок.

Парикмахер имеет право:

- требовать создания условий для выполнения профессиональных обязанностей, в том числе предоставления необходимого оборудования, средств и инвентаря.
- вносить на рассмотрение руководства предложения по организации и координации деятельности салона, направленной на сокращение затрат и повышения качества обслуживания.
- повышать свою профессиональную квалификацию.

Парикмахер несет ответственность за:

- небрежное, халатное отношение к своим обязанностям.
- нетактичное отношение к клиентам.
- нечеткое и несвоевременное выполнение обязанностей.
- причинение материального ущерба салона красоты.

4 Мастер – универсал относится к категории специалистов.

Мастер – универсал должен знать:

- основы анатомии и физиологии, строение и свойства кожи.
- правила обслуживания клиентов и способы оказания доврачебной медицинской помощи.
- правила и способы выполнения работы по скрабированию тела и пилинга лица.
- виды материалов, препаратов, их назначение и нормы расхода.

- правила санитарии и гигиены.

- правила техники безопасности, охраны труда и пожарной безопасности.

Мастер – универсал принимает клиентов в кабинете процедур, выясняет, имеются ли у клиента противопоказания на препараты, проводит процедуры: скрабирования тела, пилинга лица, шоколадного обертывания (полного или частичного), и консультирует клиента по профессиональным вопросам.

Мастер - универсал имеет право:

- требовать создания условий для выполнения профессиональных обязанностей, в том числе предоставления необходимого оборудования, средств и инвентаря.

- вносить на рассмотрение руководства предложения по организации и координации деятельности салона, направленной на сокращение затрат и повышения качества обслуживания.

- повышать свою профессиональную квалификацию.

Мастер универсал несет ответственность:

- небрежное, халатное отношение к своим обязанностям.

- нетактичное отношение к клиентам.

- нечеткое и несвоевременное выполнение обязанностей.

- причинение материального ущерба салона красоты.

5 Массажист относится к категории специалистов. Должен иметь (высшее или среднее) профессиональное образование и специальную подготовку на курсах массажистов.

Массажист должен знать: виды массажа, физиологию и технику видов массажа, психологию профессионального общения, противопоказания к отдельным видам массажа, правила оказания первой медицинской помощи, а так же правила гигиены и санитарии.

Массажист:

- принимает посетителей массажного кабинета, выясняет необходимые сведения о посетителях (травмах, заболеваниях, назначениях врача, противопоказаниях, целях посещения, пр.).
- определяет вид и тип массажа.
- подготавливает массажное оборудование и инвентарь к сеансу массажа.
- определяет «проблемные» места клиента и проводит сеанс массажа (классического, антицеллюлитного, лимфодренажного и иных видов массажа) в соответствии с правилами массажа.
- обеспечивает конфиденциальность информации о клиентах.
- соблюдает морально-правовые нормы профессионального общения, выполняет требования трудовой дисциплины.
- обеспечивает надлежащую чистоту и порядок в массажном кабинете.

Массажист имеет право: получать информацию, необходимую для качественного выполнения функциональных обязанностей; требовать от руководства обеспечения организационно-технических условий, необходимых для исполнения должностных обязанностей; повышать свою квалификацию, аттестоваться на присвоение квалификационной категории.

Массажист несет ответственность за: ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей; правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности; причинение материального ущерба предприятию.

6 Мастер маникюра относится к категории специалистов.

Мастер маникюра должен знать:

- правила выполнения маникюрных работ;
- правила гигиены и санитарии;
- назначение применяемых инструментов, приемы пользования ими и правила их хранения;
- способы приготовления лаков различных цветов и оттенков;

- правила обслуживания клиентов и способы оказания первой медицинской помощи;

- нормы и правила охраны труда и противопожарной защиты;

- правила внутреннего трудового распорядка.

Мастер маникюра имеет право:

- требовать создания условий для выполнения профессиональных обязанностей, в том числе предоставления необходимого оборудования, средств и инвентаря.

- вносить на рассмотрение руководства предложения по организации и координации деятельности салона, направленной на сокращение затрат и повышения качества обслуживания.

- повышать свою профессиональную квалификацию.

Мастер маникюра несет ответственность за: ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей; правонарушения, которые совершены в процессе его деятельности; причинение материального ущерба предприятию.

7 Уборщица относится к категории технических работников.

Уборщица должна знать:

- правила санитарии и гигиены по содержанию убираемых мест;

- устройство и правила эксплуатации обслуживаемого оборудования и приспособлений;

- правила уборки;

- назначение и концентрацию дезинфицирующих и моющих средств;

- режим работы салона красоты.

Уборщица:

- осуществляет уборку закрепленных за ней помещений, коридоров и лестниц, поддерживает закрепленную территорию в чистоте в течение рабочего дня.

- подметает и моет вручную или с помощью приспособлений полы, лестницы, окна и т.д.

- осуществляет сбор и транспортировку мусора и отходов в установленное место.

- осуществляет расстановку урн для мусора, их очистку и дезинфицирование.

- осуществляет чистку, влажную уборку и дезинфицирование душевых, туалетных, гардеробных и других мест общего пользования.

- осуществляет чистку, влажную уборку и дезинфицирование душевых, туалетных, гардеробных и других мест общего пользования.

- осуществляет приготовление моющих и дезинфицирующих растворов.

- получает моющие средства, инвентарь и обтирочный материал.

Уборщица имеет право: запрашивать и получать справочные и другие материалы, необходимые для выполнения обязанностей; требовать от руководства предприятия обеспечения организационно-технических условий, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

Уборщица несет ответственность за: ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей; правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности; причинение материального ущерба предприятию.

Салон красоты планирует принять на работу квалифицированных мастеров. Каждые полгода салон будет предоставлять возможность своим работникам повышать квалификацию, отправляя на различные семинары. Сумма, которая будет выделяться на это, будет накапливаться в течение 6 месяцев с заработной платы сотрудника.

Оплата труда административного персонала и уборщицы построена на основе должностных окладов.

Оплата труда мастера - универсала - прямая сдельная, заработная плата устанавливается по заранее установленной расценке (таблица 2).

Таблица 2 – Административный и производственный персонал

Должность	Количество раб.мест	Дата трудоустройства	з/п в месяц, руб.
Директор	1	01.01.2017	17 000
Мастер-универсал	1	01.01.2017	15 000
Массажист	1	01.01.2017	17 000
Парикмахер	2	01.01.2017	15000
Маникюрный мастер	1	01.01.2017	15000
Администратор	1	01.01.2017	15 000
Уборщица	1	01.01.2017	7 000
Итого			116 000

Если вознаграждение в салоне красоты будет не соответствовать тому, что предлагает рынок на сегодняшний день, сотрудники начнут его покидать. Чтобы избежать потери сотрудников, которые являются ценным ресурсом, салон красоты производит выплаты по заработной плате в размере 15 – 17 тыс. рублей, что является средним уровнем заработной платы по Новосибирской области.

Расчет заработной платы на предприятии является одним из самых трудоемких, объемных и ответственных участков работы. Сложность проведения подсчетов заключается в их персонифицированном характере.

Если вознаграждение в салоне красоты будет не соответствовать тому, что предлагает рынок на сегодняшний день, сотрудники начнут его покидать. Чтобы избежать потери сотрудников, которые являются ценным ресурсом, салон красоты производит выплаты по заработной плате в размере 13 – 15 тыс. рублей, что является средним уровнем заработной платы по Кемеровской области.

Расчет заработной платы на предприятии является одним из самых трудоемких, объемных и ответственных участков работы. Сложность проведения подсчетов заключается в их персонифицированном характере.

Размер отчислений в фонды составит:

- 22% – отчисления в ПФР, страховая и накопительная части.
- 0,2% – отчисления в ФСС по травматизму.

- 2,9% – отчисления в ФСС по временной нетрудоспособности и в связи с материнством.

- 5,1% – отчисления в ФФОМС.

Страховые взносы перестают взиматься, если сумма выплат и вознаграждений в пользу каждого из сотрудников выходит за пороговую величину, установленную на 2016 год в размере 384 000 рублей.

Рассчитаем отчисления по заработной плате сотрудников салона красоты (таблица 3).

Таблица 3 – Расчет заработной платы и отчислений

Персонал	Кол-во раб.мест	з/п одного работника в месяц, руб	Отчисления от з/п, руб.	Общая сумма платежей в месяц на одного работника, руб.	Затраты в год на одного работника, руб.
Директор	1	17 000	5 134	22 134	265 608
Мастер-универсал	1	15 000	4 530	19 530	234 360
Массажист	1	17 000	5 134	22 134	265 608
Администратор	1	15 000	4 530	19 530	234 360
Уборщица	1	7 000	2 114	9 114	109 368
Парикмахер	2	15000	4 530	19 530	234 360
Маникюрный мастер	1	15000	4 530	19 530	234 360
Итого:	8	116000	35 032	151 032	1 812384

3.5 Юридический план

3.5.1 Организационно-правовая форма предприятия

Организационно-правовая форма хозяйствующего субъекта - признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта, фиксирующая способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели деятельности.

По действующему российскому законодательству, на сегодняшний день существуют следующие организационно-правовые формы предприятий:

- государственное предприятие.
- индивидуальный предприниматель.
- товарищество (полное, смешанное, ограниченное товарищество).
- акционерное общество, в т. ч. открытого типа; закрытого типа.

Салон красоты «Шанель» будет работать по организационно-правовой форме индивидуальный предприниматель.

Индивидуальный предприниматель (сокращённо - ИП) - физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Государственная регистрация и дальнейшая деятельность индивидуальных предпринимателей регламентируется Федеральным Законом РФ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» N 129-ФЗ, Гражданским кодексом РФ, другими федеральными законами РФ, а также отдельными постановлениями Правительства РФ.

Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, причём государственная регистрация может быть осуществлена только по месту его официальной постоянной регистрации по месту жительства.

Гражданин, который осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица с нарушением требований о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, не вправе ссылаться в отношении заключённых им при этом сделок на то, что он не является предпринимателем. Суд может применить к таким сделкам правила об их недействительности.

В 2011 году было упрощено требование к оформлению документов: при личной подаче в регистрирующий (налоговый) орган, документы не заверяются у нотариуса и прекращении деятельности индивидуальному предпринимателю не нужно представлять справку из Пенсионного Фонда Российской Федерации (на данный момент реализовано не во всех субъектах). После принятия отчёта, орган ПФР сам представляет справку в регистрирующий (налоговый) орган в электронной форме; при этом в некоторых субъектах даже не требуется предоставление отчёта до закрытия ИП.

ИП обязан платить фиксированный платёж в социальные фонды вне зависимости от дохода.

Статус ИП имеет следующие преимущества по сравнению с регистрацией собственного предприятия:

- упрощенность процессов ликвидации и создания бизнеса;
- использование собственной выручки свободное;
- не нужна печать в любых документах (не только указанных «при наличии»), если в тексте нормативно-правового акта указано обязательное заверение печатью или за исключением бланков строгой отчётности (но, не включая проездные билеты);
- налог на имущество, которое используется в предпринимательской деятельности, не платится;
- порядок ведения учета результатов хозяйственной деятельности и предоставления внешней отчетности упрощенный;
- порядок принятия решений упрощенный (не требуется протоколов, собраний и т. п.);
- регистрировать в налоговой каждое обособленное подразделение не нужно (требуется уведомление местного налогового органа только при применении ЕНВД, патента в ином субъекте РФ или торгового сбора);
- возможно, свободно тратить без дополнительного налогообложения (13% на дивиденды) заработанные деньги;

- может использовать в предпринимательской деятельности банковские карты и счёт, которые оформлены на физическое лицо (если не противоречит договору с банком).

В России ИП на УСНО с работниками представляет следующую отчетность:

1 Форму 4-ФСС (сдается каждый квартал в Фонд социального страхования);

2 Форму РСВ-1 (сдается ежеквартально в Пенсионный фонд РФ);

3 Среднесписочную численность (сдается каждый год в налоговую инспекцию);

4 Декларацию по УСНО (сдается каждый год в налоговую инспекцию);

5 Отчетность по НДФЛ (сдается каждый год в налоговую инспекцию);

6 Отчет в Госкомстат (форма 1-ИП предоставляется каждый год по выборке);

7 Декларацию по НДС (если ИП выступал в качестве агента, сдается каждый квартал в налоговую инспекцию);

8 Журнал учета полученных и выставленных счетов-фактур (при выставлении или получения счетов-фактур в интересах другого лица, сдается каждый квартал в налоговую инспекцию);

9 При осуществлении торговой деятельности на объектах торговли ИП предоставляет уведомление в качестве плательщика сборов (вводится региональным законом).

3.5.2 Вид налогообложения

Выбор оптимального вида налогообложения для предприятий малого бизнеса является важнейшим этапом для начала осуществления бизнеса.

Выбрать систему налогообложения важно на момент регистрации фирмы, так как поменять объект налогообложения по УСН можно только с нового календарного года, также как и перейти с одной системы на другую.

В настоящее время в России основными налоговыми режимами для субъектов малого бизнеса являются: единый налог на вменённый доход, упрощённая система налогообложения и патентная система налогообложения.

Делая окончательный выбор в отношении той или иной системы налогообложения, необходимо отчетливо представлять как их недостатки, так и преимущества и возможность их использования. Салон красоты «Шанель» будет работать по упрощенной системе налогообложения.

Упрощенная система налогообложения (УСНО) организациями и индивидуальными предпринимателями применяется наряду с иными режимами налогообложения, предусмотренными законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Переход организациями и индивидуальными предпринимателями к упрощенной системе налогообложения имеет добровольный характер, что предусмотрено главой 26.2 НК РФ.

Организация имеет право перейти на упрощенную систему налогообложения, если доходы организации по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения не превысили 15 млн. рублей [15].

Организации и индивидуальные предприниматели, желающие перейти на упрощенную систему налогообложения со следующего календарного года, должны уведомить об этом налоговый орган по месту нахождения организации или месту жительства индивидуального предпринимателя не позднее 31 декабря календарного года, предшествующего календарному году, начиная с которого они переходят на упрощенную систему налогообложения.

Вновь созданная организация и вновь зарегистрированный индивидуальный предприниматель также вправе подать заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения в течении пяти дней с даты

постановки на учет в налоговом органе, указанной в свидетельстве о постановке на учет в налоговом органе.

В этом случае организация и индивидуальный предприниматель вправе применять упрощенную систему налогообложения с даты постановки их на учет в налоговом органе, которая указана в свидетельстве о постановке на учет.

Объектом налогообложения признаются:

- доходы.
- доходы, уменьшенные на величину расходов.

Если объектом налогообложения являются доходы организации или индивидуального предпринимателя, налоговой базой признается денежное выражение доходов организации или индивидуального предпринимателя.

В случае, если объектом налогообложения являются доходы организации или индивидуального предпринимателя, уменьшенные на величину расходов, налоговой базой признается денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов [15].

Налоговым периодом признается календарный год.

Отчетными периодами признаются первый квартал, полугодие и девять месяцев календарного года.

Налоговая ставка устанавливается в размере 6 процентов, если объектом налогообложения являются доходы.

Налоговая ставка устанавливается в размере 15 процентов, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15 процентов в зависимости от категорий налогоплательщиков [15].

Организации, применяющие УСНО с 01 января 2013 г. обязаны вести бухгалтерский учет в соответствии с ФЗ "О бухгалтерском учете".

3.6 Оценка риска и страхование

В процессе деятельности предприятия всегда может возникнуть потенциальная возможность потери ресурсов, полной или частичной. На основе анализа и сбора информации о конкурентах, были выявлены следующие риски: появление нового конкурента, стихийные бедствия, кражи и неблагоприятные изменения рыночной конъюнктуры. При открытии салона предусмотреть все, конечно же, невозможно, но некоторые моменты необходимо учесть.

Появление нового конкурента, возможно, не очень сильно отразится на предприятии, если следить за отношениями с клиентами, за качественным выполнением работы сотрудниками, необходимо также после того как бизнес окрепнет следить за расширением спектра услуг и модными тенденциями, ну и конечно самое главное не забывать про хорошую рекламу салона.

Для борьбы со стихийными бедствиями необходимо застраховать имущество салона, чтобы ущерб, причинённый стихийными бедствиями, не повлиял на дальнейшую деятельность предприятия.

Но не лишним будет устройство надёжной системы охраны и страхование имущества.

К неблагоприятным изменениям рыночной конъюнктуры можно отнести снижение жизненного уровня населения, и как следствие падение спроса и снижение цен на услуги предприятия, что может привести к снижению доходов и потере выручки.

Из финансово-экономических рисков наиболее значимыми являются:

- 1 Уход части постоянных клиентов к конкурентам.
- 2 Неудовлетворённость потребителей качеством услуг.
- 3 Неустойчивость спроса.
- 4 Рост цен на сырьё и материалы.
- 5 Зависимость от поставщиков.

Сегодня страховые компании (страховщики) включают в пакет страхования малого бизнеса следующие основные виды страхования: имущественное страхование, страхование ответственности, страхование от перерывов в производстве.

Страхование бизнеса необходимо для того, чтобы минимизировать неприятные последствия после пожара, аварии или увольнения ключевых сотрудников, которые ставят под угрозу не только прибыль салона, но и само его существование.

Методы управления возможными рисками:

1 Уход части постоянных клиентов к конкурентам, это приведет к снижению доходов салона красоты. Удержать постоянных клиентов можно за счет высокого качества предоставляемых услуг, гибкой системой скидок, постоянным расширением ассортимента услуг.

2 Неудовлетворённость потребителей качеством услуг - чтобы этого не случилось, принимать на работу только квалифицированный персонал и выбирать только качественные материалы.

3 Увольнение ключевых работников ведет к потере постоянных клиентов. Предотвратить это можно за счет лояльного отношения к персоналу, а так же введение поощрений за успешную работу.

4 Поднятие цен на сырье и материалы ведет к снижению прибыли салона и потере постоянных клиентов. Предотвратить этот вид риска можно, только если подписать с поставщиком долгосрочный договор поставки с фиксируемыми ценами на сырье и материалы.

Перед открытием салона нужно тщательно рассмотреть все возможные риски, чтобы салон красоты функционировал без потерь, необходимо принять методы борьбы с ними.

3.7 Размер инвестиций необходимых при открытии салона красоты

Определим необходимые инвестиции на реализацию бизнес проекта:

- расходы на оборудование.
- покупка помещения.
- расходы на рекламу при открытии салона.
- прочие расходы (закупка униформы для сотрудников, расходные материалы).

Салон красоты будет располагаться в здании бизнес центра на третьем этаже, по адресу: г. Тогучин, ул. Островского, 25. Помещение площадью 49 кв.м. планируется приобретаться в собственность, за 1 100 000 рублей.

На 49 кв.м салона красоты будут располагаться следующие помещения:

- 1 Кабинет директора.
- 2 Зона приема клиентов (ресепшн).
- 3 Помещение для отдыха и приема пищи сотрудникам.
- 4 Кабинет для скрабирования и массажа.
- 5 Кабинет для парикмахеров и маникюрного мастера.
- 6 Санузел.

Часы работы салона с 10.00 до 19.30, без обеда и выходных.

Затраты на помещение эта первая статья расходов, за тем следуют траты на закупку оборудования и материалов для работы, вторая статья расходов (таблицы 4-6).

Таблица 4 – Стоимость оборудования для процедур скрабирования и массажа

Наименование оборудования	Кол-во, шт	Стоимость, ед. (руб.)	Общая стоимость (руб.)
Кушетка	2	1 200	2200
Шкаф	1	7 000	7000
Тумбочка	1	2 000	2000
Стул	1	1 000	1000
Магнитола с USB	1	900	900
Душевой уголок	1	6 900	6900
Итого		20200	20200

Таблица 5- Стоимость оборудования для парикмахеров и маникюрного мастера

Наименование оборудования	Кол-во, шт	Стоимость, ед. (руб.)	Общая стоимость (руб.)
Стол с зеркалом для парикмахера	2	9800	19600
Стол для маникюрного мастера	1	4500	4500
Парикмахерское кресло	2	6100	12200
Стулья	2	1000	2000
Шкаф для красок и приборов	1	7000	7000
Парикмахерская мойка и кресло	1	12200	12200
Ножницы	2	3500	7000
Фен	2	2000	4000
Утюжок для волос	2	2000	2000
Плойка	2	2000	2000
Щипчики для ногтей	1	1000	1000
УФ лампа для сушки ногтей	1	2000	2000
Стерилизатор приборов	1	2600	2600
Машинка для стрижки	2	2000	4000
Итого		82100	82100

Таблица 6 – Прочие расходы

Наименование оборудования	Кол-во, шт	Стоимость, ед. (руб.)	Общая стоимость (руб.)
Ресепшн	1	6 000	6 000
Диван для клиентов	1	13 000	13 000
Кресло администратора	1	2 000	2 000
Кассовый аппарат	1	3 000	3 000
Шкаф-купе	1	20 000	20 000
Телевизор	1	10 000	10 000
Помещение для отдыха персонала (стулья, стол и пр.)		10 000	10 000
Закупка расходных материалов, униформы для персонала, рабочее белье		90 000	90 000
Итого		154 000	154 000

Так же при открытии салона необходимо оплатить государственную пошлину при постановке на учет в налоговые органы в размере 800 рублей и 500 рублей на печать.

Итого при открытии салона необходимо вложение средств, в размере 1 398 930 рублей.

3.8 Стратегия маркетинга

Маркетинговая стратегия - это элемент общей стратегии компании, который описывает, как компания должна использовать свои ограниченные ресурсы для достижения максимального результата в увеличении продаж и доходности от продаж в долгосрочной перспективе. Мы выбираем стратегию выхода предприятия на рынок, так как салон красоты «Шанель» новое предприятие. При выходе салона красоты на рынок нужно правильно донести до потребителя информацию о нашем салоне, чтобы они пришли именно в наш салон за услугой.

Для разработки маркетинговой стратегии рассмотрим SWOT- анализ. SWOT-анализ – метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект.

Внутренние и внешние факторы делятся на 4 категории:

- 1 Сильные стороны.
- 2 Слабые стороны.
- 3 Возможности.
- 4 Угрозы.

Салон красоты планирует открытие в январе 2017года. Для удовлетворения нужд населения, предоставления рабочих мест в городе и получения прибыли.

Чтобы оценить слабые и сильные стороны салона по отношению к конкурентам, а так же выделить возможности и угрозы рыночной среды, необходимо провести SWOT - анализ (таблица 7). При составлении таблицы SWOT-анализа мы использовали маркетинговые исследования, опрос конкурентов и потребителей, сбор и обработка информации. На основе опроса конкурентов и потребителей, мы выявили и рассмотрели сильные и слабые стороны, возможности и возможные угрозы салона красоты «Шанель».

Сильные стороны: так как салон будет находиться в центре города, и иметь хорошую транспортную и пешеходную доступность, высокую квалификацию персонала, индивидуальный подход к каждому клиенту и систему скидок, это будет привлекать потребителя и являться его сильной стороной. Из слабых сторон мы выявили что: так как салон только что выходит на рынок, его ассортимент будет не настолько насыщен как у конкурентов, будет отсутствовать база постоянных клиентов, отсутствие опыта работы. Из сильных и слабых сторон вытекают возможности и угрозы предприятия. К возможностям можно отнести: расширение ассортимента, увеличение клиентов, за счет внедрения новых услуг, увеличение доли рынка, налаживание долговременных партнерских отношений, все это может привести к увеличению прибыли. К угрозам внешней среды можно отнести: потеря клиентов, спад спроса, появления новых конкурентов, снижение цен у конкурентов, рост налогов, уход с рынка фирмы поставщика, повышение налогов, снижение доходов населения, все это может привести к снижению прибыли салона.

Таблица 7 - SWOT-анализ салона красоты

<p>Внутренние факторы</p>	<p><u>S (Сильные стороны)</u> 1 Хорошая транспортная и пешеходная доступность 2 Высокая квалификация сотрудников 3 Индивидуальный гибкий подход к каждому клиенту 4 Система скидок</p>	<p><u>W (Слабые стороны)</u> 1 Не насыщенный ассортимент по сравнению с конкурентами 2 Отсутствие базы постоянных клиентов 3 Отсутствие опыта работы</p>
<p>Внешние факторы</p>	<p><u>O (Возможности)</u> 1 Расширение ассортимента 2 Расширение количества потенциальных клиентов за счет внедрения новых услуг 3. Увеличение доли рынка 4 Появление новых технологий 5 Наличие налаженных партнерских отношений</p>	<p><u>T (Угрозы)</u> 1 Потеря клиентов 2 Спад спроса 3 Появление новых конкурентов 4 Уменьшение цен на услуги у конкурентов 5 Рост налогов 6 Уход с рынка фирмы поставщика 7 Ухудшение демографической ситуации 8 Снижение доходов населения</p>

Преимуществами салона будут являться высокая квалификация сотрудников, индивидуальный и гибкий подход к каждому клиенту, а так же хорошая транспортная и пешеходная доступность, что в дальнейшем позволит расширить количество потенциальных клиентов, наладить партнерские отношения с поставщиками, расширить ассортимент и внедрить новые технологии. Однако, существуют и недостатки салона – отсутствие опыта работы, собственных средств и появление новых конкурентов, что может привести к спаду спроса на услуги салона, потере клиентов и выручки.

На основании выявленных в ходе анализа факторов далее формируем стратегию и маркетинговую цель.

Маркетинговая цель заключается в построение постоянной клиентской базы, усиление лояльности (доверия) клиентов к салону и увеличение их ценности.

Маркетинговая стратегия салона заключается в привлечении потенциальных клиентов, в том числе клиентов салонов – конкурентов за счет рекламы, предоставления высококачественных услуг, более выгодных условий (индивидуальный подход к каждому клиенту, пешеходная и транспортная доступность, оказание комплекса услуг), скидок и использование недостатков в деятельности конкурентов.

Спрос на услуги данной категории возникает от собственной надобности и потребностей покупателей. Поэтому для поддержания постоянного и высокого спроса на услуги в салоне необходимо проводить следующие маркетинговые мероприятия:

- 1 Проведение регулярных рекламных мероприятий – размещение рекламы об услугах салона красоты «Шанель» на общественном транспорте и ведение собственной колонки в газете.

- 2 Делать скидки для постоянных посетителей при помощи накопительных карт и ваучера (скидка на определенную сумму денег при следующем посещении).

Разработанные маркетинговые мероприятия позволят достичь поставленной цели. При выборе маркетинговых мероприятий, мы основывались на потребителя, как ему будет удобнее получить информацию о салоне красоты.

Реклама в общественном транспорте - в общественном транспорте за день бывает очень много людей, яркая и впечатляющая реклама не останется незамеченной.

Колонка в газете необходима любому салону красоты, там салон может написать об акциях и новых услугах, которые могут привлечь поток клиентов.

Визитки и буклеты – так же могут рассказать о новом салоне красоты.

Сайт салона красоты необходим для более удобного пользования клиентов, каждый клиент без труда может посмотреть услуги салона, выбрать для себя необходимые и записаться на удобное для него время через интернет.

Яркая и большая вывеска - это рекламный ход, который привлекает клиентов.

Накопительные карты и ваучер – очень привлекает клиентов, потому что они могут получить не только услугу, но и скидку на следующее посещение.

Таблица 8 – Затраты на рекламу

Наименование заказной продукции	Количество, шт.	Стоимость, руб. за ед. товара	Стоимость, руб.
Реклама на общественном транспорте	1	7 000	7 000
Колонка в газете	1	950	950 (месяц)
Визитки	100	90 коп.	90
Буклеты	100	90 коп.	90
Создание и оформление сайта	1	5 000	5 000
Создание и оформление вывески	1	18 000	18 000
Банеры	1	280руб за кв.м	1 120
Накопительные карты	100	70	7000
Ваучер	100	20	2 000
		ИТОГО: разовые	40 380
		Ежемесячные	950

На маркетинговые мероприятия необходимо выделить 43 330 рублей при открытии салона красоты, ежемесячно на ведение колонки в газете будет выделяться 950 рублей.

4 Результаты проведенного исследования

Выпускная квалификационная работа разработана в соответствии с требованиями СТО ТПУ 2.5.01 – 2006 «Система образовательных стандартов. Работы выпускные квалификационные, проекты и работы Курсовые. Структура и правила оформления». Полностью соответствует теме, имеет теоретическую и аналитическую часть, личные предложения и рекомендации по созданию салона красоты.

Оценка эффективности инвестиционного проекта

Открытие салона в центре города рассчитано на то, что в центре сосредоточено большое количество людей, магазинов, офисов различных фирм в которых работают женщины, которые не только хотят хорошо выглядеть, но и очень устают после работы. Следовательно, им будет очень приятно всего лишь перейти дорогу и окунуться в мир спокойствия, блаженства и ухода за лицом и телом.

Определим необходимые затраты на реализацию бизнес проекта:
(Приложение Г.)

- расходы на оборудование – 102 300 рублей.
- покупка помещения – 1 100 000 рублей.
- расходы на рекламу при открытии салона – 41 330 рублей.
- прочие расходы(униформа для персонала, материалы, шкаф, диван для посетителей, телевизор, кассовый аппарат, ресепшн) –154 000 рублей.
- государственная пошлина при постановке на учет в налоговые органы - 800 рублей.
- изготовление печати – 500 рублей.

Для реализации проекта необходимо первоначальное вложение финансовых средств в объёме 1 398 930 рублей.

В процессе реализации проекта существуют ежегодные издержки:
(Приложение Г.)

- расходы на коммунальные услуги.

При расчете коммунальных платежей мы провели мониторинг затрат салона конкурентов на коммунальные платежи, приблизительно такой же площадью, как и салон красоты «Шанель» и узнали среднемесячное потребления коммунальных услуг в их салоне. Исходя из этого, мы можем предположить, что в нашем салоне будет такой же расход коммунальных услуг.

Таблица 9 – Расходы на коммунальные услуги

Наименование	Стоимость, руб. с НДС
Потребление электроэнергии	2500
Потребление тепловой энергии	3 500
Потребление горячей воды	1 500
Потребление холодной воды	1 000
Уборка территории	1 000
Вывоз мусора	500
Итого:	10000

Среднемесячный расход потребления электроэнергии в г. Тогучин составляет 2 500 рублей, в год расходы на электроэнергию составят 30 000 рублей, расходы на отопление в месяц составляют 3 500 руб, но так как отопление на летний период отключается, то в год на отопление агентство потратит 31 500 рублей. Потребление горячей воды так же будет производиться не в полной мере, так в июле месяце в г. Тогучин отключается горячее водоснабжение для проведения профилактических работ. Затраты на горячую воду составят 16 500 рублей. На прочие коммунальные расходы салон красоты потратит 30 000 рублей. Всего на коммунальные услуги в год салон красоты затратит 108 000 рублей.

- заработная плата персонала и отчисления во внебюджетные фонды –1 812 384 рублей.

- расходы на рекламу – 10450 рублей.
- расходы на оплату услуг связи – 6000 рублей.
- расходы на материалы – 220 000 рублей.
- фиксированный размер страхового взноса на ОПС – 23 154 рублей
- УСНО – 196560 руб.
- Страховые взносы на ОПС в фикс. размере (исчисленные с суммы доходов плательщика полученной сверх предельной величины дохода- 1 %) – 29760 рублей.

Итого: 2 406 308 рублей в год.

Салон красоты будет осуществлять свою деятельность по упрощённой системе налогообложения, которая предусматривает замену уплаты НДС, налога на прибыль организаций, сбора на обязательное социальное страхование и обязательное государственное пенсионное страхование, а также других налогов и сборов уплатой единого налога, исчисляемого по результатам хозяйственной деятельности организаций за налоговый период. Уплата налога будет производиться по итогам одного календарного года по ставке 6 % от дохода предприятия.

Срок окупаемости – период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на эти инвестиции. Этот показатель определяют последовательным расчетом чистого дохода для каждого периода проекта. Точка, в которой чистый доход примет положительное значение, будет являться точкой окупаемости.

Перед тем как рассчитать срок окупаемости, мы посетили салон красоты конкурентов «Студия красоты» и узнали что, в среднем в месяц их салон посещает 390 человек и их средний чек составляет 700 рублей. Исходя из этого, можно предположить, что наш салон посетит 390 человек в месяц и их средний чек будет 700 рублей.

Рассчитывая, срок окупаемости, мы берем среднюю стоимость услуг салона красоты 700 рублей, умножаем ее на примерное количество человек, которые посетят салон в месяц, 390 человек получаем 273 000 доход в месяц.

Далее чтобы получить доход в год $273\,000 * 12$ месяцев = $3\,276\,000$ доход салона в год.

Чтобы рассчитать срок окупаемости используем формулу:

$$PP = Ko / Пчсг \quad (1)$$

Ko – сумма первоначально вложенных средств.

Пчсг – Чистая прибыль.

Сумму прибыли рассчитываем как разность между средними доходами и расходами (приложение 3).

$$П = 3\,276\,000 - 2\,406\,308 = 869\,692 \text{ рублей.}$$

$$PP = 1\,398\,930 / 869\,692 = 1,6 \text{ лет.}$$

Срок окупаемости бизнеса проекта по открытию салона красоты составит 1 год 6 месяцев.

Рентабельность проекта определяется как соотношение между всеми дисконтированными доходами от проекта и всеми дисконтированными расходами на проект.

$$P_{\text{общ}} = (Пч / С) * 100 \% \quad (2)$$

$P_{\text{общ}} = (869\,692 / 2\,406\,308) * 100\% = 36,14 \%$, что позволяет прогнозировать в дальнейшем расширение бизнеса по трудоустройству молодежи и распространение предложенной бизнес - идеи на другие субъекты Российской Федерации на основании эффективности представленных социально-экономических расчетов.

5 Социальная ответственность

5.1 Описание рабочего места

Объектом проведенного исследования является рабочий кабинет директора салона красоты.

Параметры: ширина – 2,5м, длина – 2м, высота помещения – 3м. Площадь 5 м^2 ($2,5\text{м} \times 2\text{м}$) и объемом 15 м^3 ($2,5\text{м} \times 2\text{м} \times 3\text{м}$).

Имеется 1 окно (размер $1 \times 1,35 \text{ м}$) с жалюзи белого цвета.

Потолок помещения окрашен в белый цвет, стены оклеены красно-белыми обоями, пол бетонный, покрытый ламинатом светлого оттенка.

В данном помещении производятся зрительные работы малой точности.

Напряжение зрения: размеры объекта различения 1 – 5 мм; разряд зрительной работы 5; подразряд зрительной работы Г; контраст объекта с фоном большой; характеристика фона светлый.

Для выполнения этих типов работ существует система общего равномерного освещения, которая состоит из одного светильника типа ШОД. Светильник имеет две лампы типа ЛБ мощностью 80 Вт.

В помещении находится ноутбук ASUS X102BA, который является источником электромагнитного излучения и шума (струйный принтер EpsonStylusPhotoTX650).

В холодное время года в помещении отопление будет осуществляться посредством системы центрального водяного отопления. Из средств пожаротушения в помещении есть ручной углекислотный огнетушитель типа ОУ- 2ВСЕ-01.

Высота рабочей поверхности – 0,75 м.

5.2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды

В данном разделе следует определить влияние всех возможных опасных и вредных факторов, и предусмотреть мероприятия по ограничению воздействия этих факторов. Их классификация дана в стандарте ГОСТ 12.0.003 – 74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация».

Согласно этому стандарту по действию все эти факторы делятся на следующие группы: физические, химические, психофизиологические.

В связи с тем, что на состояние здоровья предпринимателя химические факторы существенное влияние не оказывают, то мы рассмотрим две группы факторов: физические, психофизиологические.

Работа директора напрямую связана с компьютером и соответственно с дополнительным вредным воздействием целой группы факторов, которые существенно снижают производительность труда.

К вредным факторам можно отнести:

1 Недостаточную освещенность. Свет определяет жизненный тонус и ритм человека. Правильно спроектированное и выполненное производственное освещение улучшает условия зрительной работы. Недостаточность освещения приводит к напряжению зрения, чрезмерно яркое освещение вызывает ослепление, а неправильное направление света на рабочем месте может создавать резкие тени и блики. Все эти причины могут привести к несчастному случаю или профзаболеваниям, поэтому важно правильно рассчитать освещенность.

Для обеспечения требуемой освещенности необходимо рассчитать систему освещения на рабочем месте.

Произведем расчет освещения для кабинета, площадью 5 м². Для этого необходимо выбрать источники света, систему освещения, тип светильников, определить освещенность помещения, необходимое количество светильников, коэффициент запаса и мощность источников света.

Для рабочего кабинета наиболее рациональна система общего равномерного освещения, применяемая для тех помещений, где работа производится на всей площади, и нет необходимости в лучшем освещении отдельных участков.

В качестве источников света рационально использовать люминесцентные лампы (открытые двухламповые светильники типа ШОД), применяемые для общего и комбинированного освещения в нормальных помещениях, с хорошим отражением потолка и стен, при умеренной влажности и запыленности.

Значения нормируемой освещенности изложены в строительных нормах и правилах СНиП 23-05-95. Для данного помещения необходима освещенность, которая соответствует зрительной работе малой точности подряда «Г» (характеристика фона – светлый, контраст объекта с фоном – большой, наименьший размер объекта различения равен 1 – 5 мм). Требуемая освещенность E в нашем случае равна 200 Лк.

Полученная величина освещенности корректируется с учетом коэффициента запаса, потому что со временем за счет загрязнения светильников уменьшается световой поток ламп. Выбираем коэффициент запаса 1,5 (люминесцентные лампы в помещении с малым выделением пыли).

Рассчитаем количество и расположение светильников.

В зависимости от типа светильников существует выгодное расстояние между светильниками:

$$l = L / h, \quad (3)$$

Где, L - расстояние между светильниками.

h – высота подвеса светильника над рабочей поверхностью.

Наименьшая допустимая высота подвеса над полом для светильников ШОД равна 2,5 м (высота рабочей поверхности – 0,75 м).

$$h = 2,5 - 0,75 = 1,75 \text{ м.}$$

Значение l для светильников ШОД (от 1,1 до 1,3).

Примем $l = 1,2$.

Отсюда:

$$L = h \cdot 1 \quad (4)$$

$$L = 2,1 \text{ м}$$

Расстояние от стен помещения до крайних светильников может рекомендоваться равным $L/3 = 2,1 / 3 = 0,7 \text{ м}$

Исходя из размеров рассматриваемого кабинета ($A=2\text{ м}$. и $B=2,5\text{ м}$.), размеров светильников ($A=1,2 \text{ м}$ и $B=0,3 \text{ м}$) и расстояния между ними ($2,1 \text{ м}$), определим, что число светильников в ряду должно быть 1, а число рядов 1, т.е. в кабинете директора всего 1 светильник.

Расположение светильников показано на Рисунке 3.

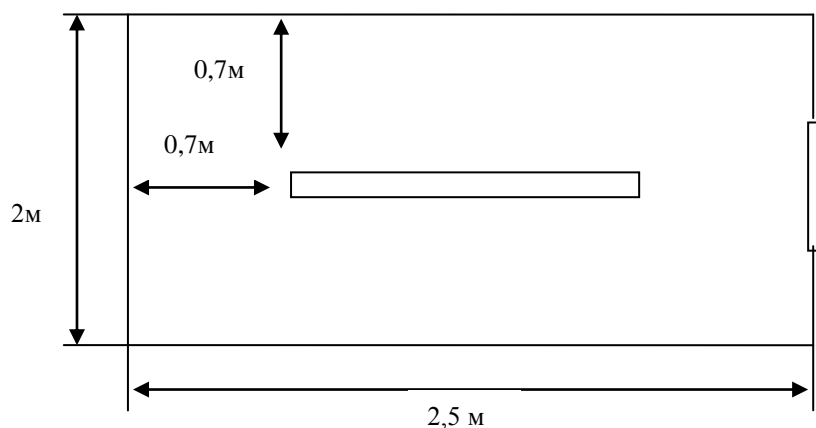


Рисунок 3 – Схема расположения светильников

Произведем расчет осветительной установки. Расчет общего равномерного искусственного освещения выполняют методом коэффициента использования светового потока. Величина светового потока лампы определяется по формуле:

$$\Phi = \frac{E \cdot k \cdot S \cdot Z}{n \cdot \eta} \quad (5)$$

где

Φ - световой поток каждой из ламп, лм.

E – минимальная освещенность, лк.

k - коэффициент запаса.

n - число ламп в помещении.

h - коэффициент использования светового потока (в долях единицы).

Z-коэффициент неравномерности освещения.

Для определения коэффициента использования светового потока необходимо знать индекс помещения i , значения коэффициентов отражения стен $\rho_{ст}$ и потолка $\rho_{п}$ и тип светильника. Индекс помещения определяется по формуле:

$$i = \frac{S}{h(A + B)}, \quad (6)$$

где

S-площадь помещения, m^2

h-высота подвеса светильников над рабочей поверхностью, м.

A, B – стороны помещения, м.

Коэффициент отражения потолка –70%, коэффициент отражения стен – 30%.

Коэффициент использования светового потока при индексе помещения 0,6 равен 0,27.

Коэффициент неравномерности освещения равен $z = 0,9$.

Коэффициент запаса равен $k = 1,5$, т.к. в данном помещении малое выделение пыли.

Площадь помещения S равна $5m^2$ (A=2; B=2,5).

Далее используя все данные, рассчитываем величину светового потока.

Исходя из требований к освещению помещений, выберем ближайшую по мощности стандартную лампу. В данном случае это 2 люминесцентные лампы типа ЛБ мощностью 80 Вт.

Таким образом, мы рассчитали систему освещения, состоящую из одного люминесцентного светильника типа ШОД с люминесцентными лампами типа ЛБ мощностью 80 Вт, построенных в один ряд.

2 Неблагоприятные условия микроклимата. Метеорологические условия рабочего места, или микроклимат, зависят от теплофизических особенностей технологического процесса, сезона года, климата, вентиляции, условий

отопления. К параметрам микроклимата относятся: относительная влажность, скорость, температура, атмосферное давление окружающего воздуха.

Гигиеническое нормирование параметров микроклимата производственных помещений установлено системой стандартов безопасности труда (ССБТ) ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Они едины для всех производств и всех климатических зон с некоторыми незначительными отступлениями.

В рабочей зоне производственного помещения согласно ГОСТ 12.1.005 – 88 могут быть установлены оптимальные и допустимые микроклиматические условия.

Методы снижения неблагоприятного влияния микроклимата регламентируются «Санитарными правилами по организации технологических процессов и гигиеническими требованиями к производственному оборудованию» и осуществляются комплексом санитарно-технических, технологических, организационных и медико-профилактических мероприятий.

Определим оптимальные допустимые нормы микроклимата для рассматриваемого нами помещения. В кабинете используется ПЭВМ, исходя из этого, параметры микроклимата должны соответствовать нормам для помещений с ПЭВМ.

В холодный период года оптимальная температура в помещении категории Iа согласно ГОСТ 12.1.005-88 должна быть 22-24 С°, скорость движения воздуха 0,1 м/с, влажность воздуха 40-60%. В теплый период года температура в помещении 23-25 С°, скорость движения воздуха 0,1 м/с, влажность воздуха 40-60%.

При несоответствии оптимальным параметрам микроклимата помещения для данного вида работ с реальными параметрами, необходимо будет установить кондиционер.

3 Воздействие шума. Шум – совокупность аperiodических звуков различной интенсивности и частоты. С физиологической точки зрения шумом называют любой нежелательный звук, который оказывает вредное воздействие на организм человека.

Предельно допустимый уровень (ПДУ) шума – это уровень фактора, который при ежедневной работе (~40 час в неделю) в течение всего рабочего стажа не должен вызывать заболеваний или отклонений в состоянии здоровья, которые обнаруживаются современными методами исследований в процессе работы или в отдаленные сроки жизни настоящего и последующих поколений. Предельно допустимый уровень шума соответствует 50 дБ. Оптимальный уровень шума – 35дБ. Нормированные параметры шума определены ГОСТ 12.1.003-83 и санитарными нормами СН 2.2.4/2.1.8.562-86 «Шум на рабочих местах, помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки. Уровень уличного шума незначителен. Это обеспечивается звукоизоляцией.

4 Воздействие вредных излучений от монитора и от компьютера. Нормирование ЭМП осуществляют по предельно допустимым уровням напряженности магнитного и электрического полей в зависимости от времени пребывания в нем. СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 «Гигиенические требования к ПЭВМ и организации работы» устанавливает временные допустимые уровни ЭМП, создаваемые ПЭВМ (таблица 10).

Таблица 10 - Временные допустимые уровни ЭМП, создаваемые ПЭВМ

Наименование параметров		
Напряженность электрического поля	В диапазоне частот 5Гц – 2 кГц	25 В/м
	В диапазоне частот 2кГц – 400 кГц	2,5 В/м
Плотность магнитного потока	В диапазоне частот 5Гц – 2 кГц	250 нТл
	В диапазоне частот 2кГц – 400 кГц	25 нТл
Электростатический потенциал экрана видеомонитора		500 В
Напряженность электростатического поля		15 кВ/м

Важным условием безопасности пользователя перед экраном является правильный выбор визуальных параметров дисплея и светотехнических условий рабочего места. Работа с дисплеями при неправильном выборе визуальных параметров приводит к головным болям, зрительному утомлению, значительной физиологической и психологической нагрузке, к ухудшению зрения.

Наиболее часто встречаются мониторы с логотипами MPR-II и TCO. Стандарт MPR-II определяет максимально допустимые величины излучения магнитного и электрического полей и методы их изменения. Стандарт TCO предъявляет более жесткие требования к мониторам, требующий снижения излучений электрических и магнитных полей от монитора настолько, сколько это вообще возможно. TCO'99 выдвигает требования к пожарной и электрической безопасности, конструкционным материалам. Именно поэтому рекомендуется приобретать мониторы, которые соответствуют требованиям TCO'99, как являющиеся наиболее безопасными.

В России требования по безопасности эксплуатации определены ГОСТ Р 50948-96, ГОСТ Р 50949-96 и СанПин 2.2.2/2.4.1340-03. Требования этих стандартов обязательны для любого монитора, продаваемого в РФ.

Таблица 11 - Визуальные параметры ВДТ, контролируемые на рабочих местах

Параметры	Допустимые значения
Яркость белого поля	Не менее 35 кд/кв. м
Неравномерность яркости рабочего поля	Не более +20
Контрастность (для монохромного режима)	Не менее 3:1
Временная нестабильность изображения (мелькания)	Не должна фиксироваться
Пространственная нестабильность изображения (дрожание)	Не более 2 X 10 (-4L), где L – проектное расстояние наблюдения, мм

На данном рабочем месте будет использоваться монитор ASUS диагональю 23 дюйма, соответствующий международному стандарту TCO'99 нормирующему эмиссии электромагнитных полей, а также соответствующий российским нормам СанПин 2.2.2/2.4.1340-03 (таблица 12).

Таблица 12 - Визуальные параметры монитора ASUS X102BA

Параметры	Допустимые значения
Яркость	250 кд/кв. м
Неравномерность яркости рабочего поля	+/-5
Контрастность	800:1
Временная нестабильность изображения (мелькания)	Не фиксируется
Пространственная нестабильность изображения	Отсутствует

Исходя от этого, следует сделать вывод, что использование данного монитора не представляет опасности для здоровья.

5 Не эргономическая организация рабочего места. Работа с компьютером включает самые различные задачи, объединяющиеся следующими факторами: работа производится в сидячем положении и требует внимательного, непрерывного и иногда продолжительного наблюдения. Значит можно выделить несколько рекомендаций по организации оптимального рабочего места, оснащенного компьютером (СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03): высота рабочей поверхности рекомендуется в пределах 680-800 мм. Рабочий стол должен иметь пространство для ног высотой не менее 600 мм, шириной – не менее 500 мм, глубиной на уровне колен – не менее 450 мм и на уровне вытянутых ног – не менее 650 мм.

Большое значение уделяется характеристикам рабочего кресла. Рекомендуется высота сиденья над уровнем пола должна быть в пределах 420-550 мм. Поверхность сиденья рекомендуется делать мягкой, передний край закругленным, а угол наклона спинки рабочего кресла должен быть регулируемым.

Зрительный комфорт может быть достигнут выполнением следующих требований: экран монитора должен находиться от глаз пользователя на расстоянии 600 – 700 мм, но не ближе 500 мм с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов; четкость на клавиатуре, экране и в документах; освещенность и равномерная яркость между окружающими условиями и различными участками рабочего места.

Большое значение также придается правильной рабочей позе пользователя. При неудобной рабочей позе могут появиться боли в суставах, мышцах, сухожилиях. Требования к рабочей позе человека следующие: шея не должна быть наклонена более чем на 20° (между осью "голова-шея" и осью туловища), плечи должны быть расслаблены, локти находиться под углом $80 - 100^\circ$, а предплечья и кисти рук должны быть в горизонтальном положении. Поэтому необходимо: предусматривать по возможности перемену задач и нагрузок, соблюдать перерывы в работе.

Рациональное цветовое оформление производственного интерьера это действенный фактор улучшения жизнедеятельности человека и условий труда.

Разностороннее эмоциональное воздействие цвета на человека позволяет широко использовать его в гигиенических целях. Значит, при оформлении производственного интерьера цвет используют как композиционное средство, которое обеспечивает гармоничное единство помещения и технологического оборудования, как фактор, который создает оптимальные условия для выполнения зрительной работы и работы способствующий повышению работоспособности; как средство ориентации, информации сигнализации для обеспечения безопасности труда.

Поддержание рациональной цветовой гаммы в производственных помещениях достигается правильным выбором осветительных установок, которые обеспечивают необходимый световой спектр.

В процессе эксплуатации осветительных установок необходимо предусмотреть регулярную очистку от загрязнений светильников и остекленных проемов, своевременную замену отработавшей свой срок лампы, контроль напряжений питания осветительной сети, регулярную и рациональную окраску потолка, стен, и оборудования.

Характеристики интерьера: стены оклеены обоями красно – белого цвета, пол бетонный, с паркетом светлого цвета. Потолок побелен. Жалюзи на окне белого цвета вертикальные, полностью закрывающие окно.

Цветовое оформление кабинета будет благоприятно воздействовать на зрение и восприятие человека.

5.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды

1 Защита от электрического тока. Электрические установки, к которым относится практически все оборудование ЭВМ, представляют для человека большую потенциальную опасность, так как в процессе эксплуатации или проведения профилактических работ человек может коснуться частей, находящихся под напряжением.

Требования к устройству защитного заземления и зануления электрооборудования определены «Правилами устройства электроустановок». Защитному заземлению или занулению подлежат металлические части электроустановок, доступные для прикосновения человека. Помещение оснащено средствами защиты от электрического тока. Все электрические приборы и розетки имеют заземление.

Одно из главных требований безопасности является хороший уровень состояния изоляции. Назначение изоляции состоит в том, чтобы предупредить возникновение коротких замыканий и исключить контакт с токоведущими частями.

Обеспечение этих требований будет достигаться применением двойной изоляции токовых частей, защитой элементов осветительных сетей от механических повреждений. Это позволит защитить от поражения электрическим током, обеспечить соблюдение соответствующих норм и правил. Опасность возникновения поражения электрическим током может возникнуть только в случае грубейшего нарушения правил техники безопасности.

5.4 Охрана окружающей среды

Питьевая вода - важнейший фактор здоровья человека. Практически все ее источники подвергаются антропогенному и техногенному воздействию разной интенсивности. Санитарное состояние большей части открытых водоемов России в последние годы улучшилось из-за уменьшения сброса стоков промышленных предприятий, но все еще остается тревожным.

Состояние источников питьевого водоснабжения в Новосибирской области неудовлетворительные, очистка и обеззараживание напрямую связаны с качеством питьевой воды, подаваемой потребителям.

В городе Тогучин питьевая вода подается из городского водоканала, который очищает и распределяет воду, которая поступает из ключей.

Чаще всего низкое качество питьевой воды из централизованных систем водоснабжения связано с повышенным содержанием в ней железа и марганца. Избыток железа природного происхождения характерен для подземных вод Сибири. Кроме того, концентрация железа повышается при коррозии стальных и чугунных водопроводных труб.

Низкое качество питьевой воды сказывается на здоровье населения. Микробное загрязнение нередко служит причиной кишечных инфекций.

Чтобы улучшить снабжение населения питьевой водой, санитарно-эпидемиологические органы совершенствуют санитарное законодательство и нормативную базу, которая устанавливает критерии безопасности питьевой воды. Продолжается работа над проектом Закона РФ «О питьевой воде и питьевом водоснабжении».

5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях

Чрезвычайная ситуация (ЧС) – это обстановка на определенной территории, которая сложилась в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, стихийного или иного бедствия, которые могут повлечь

или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей.

Пожар - неконтролируемый процесс горения, который может сопровождаться уничтожением материальных ценностей и создающий опасность для людей.

При эксплуатации ПЭВМ пожар может возникнуть в следующих ситуациях: перегрузки; короткого замыкания; повышение переходных сопротивлений в электрических контактах; неосторожное обращение работников с огнем; перенапряжение.

Пожары представляют особую опасность, потому что они сопряжены не только с большими материальными потерями, но и с причинением значительного вреда здоровью человека и даже смерти. Известно что, пожар может возникать при взаимодействии горючих веществ, окисления и источников зажигания.

По пожарной опасности объекты в соответствии с характером технологического процесса подразделяют на пять категорий: А, Б, В, Г, Д. Объекты категорий А - легко воспламеняющиеся жидкости с температурой вспышки не более 28 °С в таком количестве, что могут образовывать взрывоопасные, парогазовоздушные смеси; Б - вещества и материалы способные взрываться и гореть при взаимодействии с водой, кислородом воздуха и друг с другом; В — горючие и трудногорючие жидкости, вещества, материалы; Г- горючие вещества и материалы в горячем, раскаленном или расплавленном состоянии, процесс обработки которых сопровождается выделением лучистой теплоты, искр, пламени; Д - негорючие вещества и материалы в холодном состоянии.

При возникновении аварийных ситуаций происходит резкое выделение тепловой энергии, которая может явиться причиной возникновения пожара. На долю пожаров, которые возникают в электрических установках приходится 20%.

Меры пожарной профилактики:

Строительно-планировочные - определяются огнестойкостью зданий и сооружений (выбор материалов конструкций: сгораемые, негоряемые, трудно сгораемые) и предел огнестойкости - это количество времени в течение которого под воздействием огня не нарушается несущая способность строительных конструкций вплоть до появления первой трещины.

Степень огнестойкости зданий и сооружений зависит от сопротивляемости материалов зданий к огню. По огнестойкости здания и сооружения делятся на 4 категории:

I - основные элементы выполнены из негоряемых материалов, а несущие конструкции обладают повышенной сопротивляемостью к воздействию огня.

II - основные элементы выполнены из негоряемых материалов.

III - с каменными стенами и деревянными оштукатуренными перегородками и перекрытиями.

IV - оштукатуренные деревянные здания.

Предел огнестойкости строительных конструкций устанавливается по времени (в минутах) одного или последовательно нескольких, нормализуемых для данной конструкции признаков предельных состояний:

R - потери несущей способности.

I - потери теплоизолирующей способности.

E - потери целостности.

Таблица 13 - Параметры степеней огнестойкости здания

Степень огнестойкости здания	Предел огнестойкости строительных конструкций, не менее					
	Несущие элементы зданий	Наружные стены	Перекрытия между этажами	Покрытия бесчердач.	Внутренние стены	Марши и площадки лестниц
I	R120	RE30	RE160	RE30	REI 120	R60

Продолжение таблицы 13 - Параметры степеней огнестойкости здания						
II	R45	RE15	RE45	RE15	REI 90	R45
III	R15	RE15	RE15	RE15	REI 45	R30
IV	Не нормируется					

Характеристики здания:

По взрывоопасности здание относится к категории "В"; степень огнестойкости здания – II (стены кирпичные, перегородки железобетонные, кровли шиферные);

Имеется: АПС (автоматическая пожарная сигнализация) с датчиками ДТЛ (датчик тепловой линейный) с выводом сигнала на центральный пункт пожарной связи ПЧ №4; пожарные кнопки - извещатели ПКИЛ-9, телефонная связь.

Для осуществления тушения загорания электроустановок и приборов, находящихся под током необходимо иметь углекислотный огнетушитель ОУ-5.

Рабочий коллектив будет проинструктирован с соблюдением мер пожарной безопасности под роспись в журнале по технике безопасности (ТБ), обучен применению имеющихся средств пожаротушения, вызову пожарной охраны при загорании. Инструктаж персонала будет проводится один раз в полугодие.

Землетрясения являются тектоническими опасными явлениями и относятся к ЧС природного характера. Землетрясения - это подземные точки и колебания земной поверхности, которые вызваны в основном геофизическими причинами. При этом происходит разрядка энергии, которая накопилась в недрах. Энергия, которая выделилась на глубине, передается посредством упругих волн в толще земной коры и может достигать поверхности земли, где и происходят разрушения.

Наиболее типичные последствия землетрясений: цунами, наводнения; паника; опасные геологические явления; пожары; травмирование и гибель людей; повреждение и разрушение зданий; транспортные аварии и катастрофы;

выбросы радиоактивных, аварийно - химически опасных и других вредных веществ; нарушение функционирования систем жизнеобеспечения.

Основные параметры, которые характеризуют землетрясения - это интенсивность проявления на поверхности Земли (оценивается в баллах) и глубина очага. На территории России примерно 28% сейсмически опасных районов. Прибайкалье, Камчатка и Курильские острова – районы возможных 9-бальных землетрясений, Южная Сибирь и Северный Кавказ – 8-бальных.

По заключениям многих ученых, сейсмическая активность Земли в ближайшее время будет нарастать. А по данным ГО и ЧС г. Тогучин геологические особенности нашего края таковы, что, даже при интенсивности колебаний грунта в 12 баллов в ближайшем очаге землетрясения, в нашем городе не может быть более 3-4 баллов. Поэтому землетрясение будет сопровождаться лишь легким дребезжанием и колебанием предметов, посуды, стекол, скрипом дверей.

Для защиты от землетрясений будут предусмотрены мероприятия: проведение инструктажа с персоналом на случай возникновения землетрясений и других ЧС, разработан план эвакуации, назначены ответственные, что будет соответствовать требуемым нормам.

5.6 Заключение по разделу «Социальная ответственность»

В результате проведенного анализа опасных и вредных производственных факторов можно сделать вывод, что для исследуемого объекта большинство факторов, потенциально представляющих опасность для здоровья сотрудника, соответствуют нормативным значениям.

В качестве средств пожаротушения должны применяться порошковые и углекислотные огнетушители. Необходимо поддерживать в рабочем состоянии систему кондиционирования воздуха.

Рекомендуется персоналу организации соблюдать все правила и требования безопасности, что приведет к минимизации несчастных случаев и травм или исключит их полностью.

Заключение

Данная выпускная квалификационная работа, направлена на увеличение рабочих мест за счет открытия новой организации в городе Тогучин Новосибирской области по улице Островского, 25. Открытие салона красоты будет являться попыткой улучшить качество жизни людей в городе.

Салон красоты будет предлагать услуги: скрабирование тела, пилинг и ручной массаж, парикмахерские услуги, а так же услуги маникюра и покрытия натуральных ногтей Shellac.

В салоне красоты будут работать - директор, 2 парикмахера, мастер-универсал, маникюрный мастер, массажист, один администратор, и уборщица.

Для организации, оказывающей косметические услуги, оптимальным налоговым режимом будет являться упрощенная система налогообложения.

Салон красоты будет зарегистрирован в органах ИФНС в качестве индивидуального предпринимателя.

Преимуществами салона являются высокая квалификация сотрудников, индивидуальный и гибкий подход к каждому клиенту, расширенный ассортимент косметических услуг, а так же хорошая транспортная и пешеходная доступность.

Для реализации проекта необходимо вложение финансовых средств в объеме 2 406 308 рублей.

Срок окупаемости бизнеса проекта по открытию салона красоты составит 1 год 6 месяцев.

Рентабельность составит 36, 14%, что позволяет прогнозировать в дальнейшем расширение бизнеса по трудоустройству молодежи.

Список использованных источников:

- 1 «Суперприбыльный салон красоты. Как преуспеть в этом бизнесе». М.Кузнецов, Е. Иванова - 2010г. – 233 стр.
- 2 В помощь начинающему предпринимателю. Выбор системы налогообложения. Издательство: Консультант Плюс – 2011г., 48 стр.
- 3 Байкалова А.И. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Томск, 2004. - 53 стр.
- 4 Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://re-port.ru/research/> – загл. с экрана.
- 5 Красивый бизнес по-сибирски [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.fabrikabiz.ru/salon/2/28.php> – загл. с экрана.
- 6 Развитие рынка услуг салонов красоты в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://elit-galand.ru/razvitie-salonov-krasoti>– загл. с экрана.
- 7 Инвестирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://dic.academic.ru> – загл. с экрана.
- 8 Инвестор [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://slovari.yandex.ru> – загл. с экрана.
- 9 Конкуренция [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://tolkslovar.ru> – загл. с экрана.
- 10 Организация [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://infomanagement.ru> - загл. с экрана.
- 11 Потребитель [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://dic.academic.ru> - загл. с экрана.
- 12 Финансирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://tolkslovar.ru> – загл.с экрана.
- 13 Инвестиции и составление бизнес-плана [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.aup.ru/investment/> – загл.с экрана.

- 14 Инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://ru.wikipedia.org> – загл.с экрана.
- 15 Основы финансового менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.cfin.ru/finanalysis/lytnev/index.shtml> – загл.с экрана.
- 16 Заемные средства [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.grandars.ru> – загл. с экрана.
- 17 В помощь начинающему предпринимателю. Выбор системы налогообложения. Издательство: Консультант Плюс – 2009г., 48 стр.
- 18 "Налоговый кодекс Российской Федерации" (НК РФ) Часть 2 от 05.08.2000 N 118-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (действующая редакция).
- 19 Бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов. Савельев Ю.В., Жирнель, Е.В. Петрозаводск 2011 г.,56 стр.
- 20 Безопасность жизнедеятельности: учебное пособие/ В.М. Гришагин, В.Я. Фарберов. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2008. – 347 стр.
- 21 Расчеты по обеспечению комфорта и безопасности: учебное пособие. В.М. Гришагин, В.Я. Фарберов. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2007. – 155 стр.
- 22 СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 "Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы".

Анкета

1 Ваш возраст

- До 20 лет
- 20-45 лет
- От 45 лет

2 Пол

- Мужской
- Женский

3 Какими услугами в салоне красоты вы чаще всего пользуетесь?

- Парикмахерские услуги
- Массаж
- Сра-процедуры
- Педикюр
- Другое

4 Как часто Вы посещаете салон красоты?

- Ежедневно
- 1-2 раза в неделю
- 1-2 раза в месяц
- 1-3 раза в пол года
- Не посещаю

5 Сколько денег вы расходуете на разовое посещение салона красоты?

- Менее 500 рублей
- 500-1000 рублей
- 1000-1500 рублей
- Более 1500 рублей

6 Критерии выбора салона красоты

- Удобное месторасположение
- Рекомендации знакомых
- Наличие рекламы
- Стоимость услуг
- Качество услуг
- Количество услуг

7 Каких услуг по Вашему мнению не хватает в нашем городе?

Опрос

- 1 Какой салон красоты Вы чаще всего посещаете?
- 2 Почему Вы выбрали именно этот салон красоты?
- 3 Какие услуги он предоставляет?
- 4 Устраивает ли Вас его отношение к клиентам?
- 5 Если нет, то, что вас не устраивает?
- 6 Устраивает ли Вас качество обслуживания и качество услуг?
- 7 Какой услугой Вы чаще всего пользуетесь в салонах красоты?

Приложение 3- Анализ конкурентов.

Характеристики	«Марго»	«Татьяна»	«Престиж»	«Преображение»	«Жасмин»	«Наталья»	Студия красоты	«Светлана»	«У Ольги»
Наличие СПА-процедур	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Наличие парикмахерских услуг	+	+	+	+	+	+	+	-	+
Наличие маникюрных услуг	+	-	+	+	-	-	+	+	-
1 Уровень осведомленности о предоставлении СПА – услуг									
- высокий									
- средний									
- низкий							+		
2 Уровень обслуживания (работа с клиентами)									
- высокий							+	+	
- средний	+	+		+					
- низкий			+		+	+			+
3 Транспортная доступность									
- высокий	+	+	+	+	+		+		
-средний								+	
- низкий						+			+

Приложение 4 - Расходы и доходы салона красоты «Шанель» в год.

Квартал	1 квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал			Итог за год
Месяц -> Показатель	1 Январь	2 Февраль	3 Март	4 Апрель	5 Май	6 Июнь	7 Июль	8 Август	9 Сентябрь	10 Октябрь	11 Ноябрь	12 Декабрь	
Доходы от реализации (сумма вырученная с продажи)	273 000	273000	273 000	273 000	273 000	273 000	273 000	273 000	273 000	273 000	273 000	273 000	3276000
Гос. пошлина при постановке на учет в налоговые органы	800												800
Изготовление печати	500												500
Расходы на материалы	154 000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	375300
Расходы на оборудование	102 300												102300
Расходы на рекламу	41330	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	51780
Расходы на приобретение сооружения	1100 000												1100000
Расходы на все виды обязательного страхования работников во внебюджетные фонды	35032	35032	35032	35032	35032	35032	35032	35032	35032	35032	35032	35032	420384
Расходы на оплату услуг связи	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
УСНО	16380	16380	16380	16380	16380	16380	16380	16380	16380	16380	16380	16380	196560
Расходы на коммунальные услуги	10000	10000	10000	10000	10000	6500	6500	6500	10000	10000	10000	10000	108000
Фиксированный размер страхового взноса на ОПС												23154	23154
Фонд зар.платы	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	1392000
Страховые взносы на ОПС в фиксированном размере (исчисленные с суммы доходов плательщика полученной сверх предельной величины дохода – 1 %)	-	2460	2730	2730	2730	2730	2730	2730	2730	2730	2730	29760	23154
Кол-во наемных работников	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8

