

Министерство образования и науки Российской Федерации
Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Южно – Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
в г. Нижневартовске
Кафедра «Общепрофессиональные и специальные дисциплины по экономике»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

 /Н.В. Зяблицкая/

25 апреля 2016 г.

ЗАДАНИЕ

на выпускной квалификационный проект студента

Халиловой

Заирой Зумрудиновной

Группа НвФл-415

1 Тема проекта

Разработка бизнес-плана открытия студии красоты

(на примере ООО «Pretty women»)

утверждена приказом по университету от 15 апреля 2016 г. № 661

2 Срок сдачи студентом законченной работы 23 мая 2016 г.

3 Исходные данные к проекту

Учебная и методическая литература

Материалы периодической печати

Официальные статистические данные

4 Перечень вопросов, подлежащих разработке

1 Резюме проекта

2 Общая характеристика проектируемого предприятия и отрасли

3 SWOT- анализ студии красоты

4 Организационный план ООО « Pretty woman»

5 Производственный план

6 Маркетинговый план

7 Финансово-инвестиционный план проекта студии красоты

5 Иллюстративный материал (плакаты, альбомы, раздаточный материал, макеты, и др.)

1 Основные виды деятельности ООО «Pretty women»

9 Сущность внедрения аппарата DERMACHEK

2 Организационная структура ООО «Pretty women»

10 Эффективность внедрения аппарата DERMACHEK

3 SWOT-Анализ

11 Оценка внедрения аппарата DERMACHEK для повышения эффективности работы салона

4 Примерный дизайн студии красоты ООО «Pretty women»

5 Уровень востребованности услуг, предоставляемых салонами красоты

6 Затраты студии красоты ООО «Pretty women»

7 Эффективность проекта

8 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий

Общее количество иллюстраций 11

6 Дата выдачи задания 25 апреля 2016г.

Руководитель

/Ю.Н. Черанёва/

Задание принял к исполнению

/З.З.Халилова /

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов выпускного квалификационного проекта	Срок выполнения этапов проекта	Отметка о выполнении руководителя
1 Введение	25.04.2016	выполнено
2 Глава 1-3	28.04.2016	выполнено
3 Глава 4-6	29.04.2016	выполнено
4 Глава 7	04.05.2016	выполнено
5 Заключение	05.05.2016	выполнено
6 Библиографический список	07.05.2016	выполнено
7 Приложения	08.05.2016	-
8 Графическая часть	10.05.2016	выполнено
9 Презентация доклада защиты проекта	11.05.2016	выполнено
10 Оформление проекта	15.05.2016	выполнено
11 Рецензирование	17.05.2016	выполнено
12 Защита проекта	14.06.2016	

Заведующий кафедрой _____



_____/Н.В. Зяблицкая/

Руководитель проекта _____



_____/Л.О. Черанёва/

Студент _____



_____/З.З. Халилова/

АННОТАЦИЯ

Халилова З.З. Разработка бизнес-плана открытия студии красоты (на примере ООО «Pretty women». – Нижневартковск: филиал ЮУрГУ, НвФл-415, 114 с., 22ил., 38 таб., библиогр. список – 26 наим., прил.-9., 11 л. слайдов

Объектом исследования выступает студия красоты ООО «Pretty women» в г. Нижневартковск.

Предметом исследования является обоснование и оценка инвестиционных вложений открытия студии красоты ООО «Pretty women».

Цель дипломного проекта состоит в оценке финансово-инвестиционной деятельности ООО «Pretty women» и оценка внедрения аппарата DERMACHECK .

Для достижения поставленной цели в дипломной работе ставятся следующие задачи:

- разработка общей характеристики предприятия;
- оценка эффективности финансовых вложений в открытие студии красоты;
- оценка эффективности финансовых вложений внедрения аппарата DERMACHECK.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА (Разработала Халилова З.З.).....	10
2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТИРУЕМОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ (Разработала Зайцева К.Д.).....	12
3 SWOT-АНАЛИЗ СТУДИИ КРАСОТЫ (Разработала Халилова З.З.).....	17
4 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ООО «Pretty woman» (Разработала Зайцева К. Д.).....	20
5 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН (Разработала Халилова З.З.).....	29
6 МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН (Разработала Зайцева К.Д.).....	45
7 ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА СТУДИИ КРАСОТЫ (Разработала Халилова З.З.).....	52
7.1 Сущность инвестиционного мероприятия	52
7.2 Методические основы оценки эффективности инвестиционных проек- тов.....	55
7.3 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий.....	59
7.4 Анализ чувствительности проекта к риску	67
7.5 Оценка проекта внедрения аппарата DERMACHECK для повышения эффективности работы студии (Разработала Зайцева К.Д.).....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	80
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	83
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Технологическая карта оказания услуги	85
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Оснащение помещений предприятия.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ В. План салона красоты «Pretty woman»	88
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Анкета клиента.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Прейскурант.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Должностная инструкция парикмахера.....	97
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж. Инструкция маникюра и педикюра.....	102
ПРИЛОЖЕНИЕ З. Инструкция по охране труда для маникюрщицы.....	105
ПРИЛОЖЕНИЕ И. Действие аппарата DERMACHECK	113

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена несколькими причинами. Во-первых, тем, что сфера услуг в нашей стране является одной из самых быстроразвивающихся и наиболее перспективных отраслей российской экономики. Социальная значимость сферы услуг, относительно небольшие затраты на входе в рынок, сравнительно быстрая окупаемость – все это делает создание предприятия сферы услуг достаточно привлекательным видом бизнеса.

Во-вторых, используя прогрессивные технологии и высокопроизводительное оборудование, широко развитая сеть салонов красоты и парикмахерских имеет большие возможности для того, чтобы делать людей красивыми в соответствии с возрастом, профессией, состоянием здоровья людей, а также климатическими условиями.

В-третьих, стремительное расширение сферы услуг и усиливающаяся конкуренция требуют от салонов красоты и парикмахерских совершенствования организации производства, в том числе и путем внедрения новых современных технологий, способствующих повышению качества услуг. Повышение эффективности сферы услуг основывается на общих для всего народного хозяйства принципах интенсификации производства – достижении высоких результатов при наименьших затратах материальных и трудовых ресурсов.

В свою очередь, реализация всякого предпринимательского замысла нуждается в построении плана, который включал бы в себя детальную программу проведения задуманной бизнес-операции с выделением отдельных этапов ее осуществления и приведением необходимых финансовых и иных расчетов. Если предпринимательский замысел нуждается в привлечении заемных дополнительных ресурсов, то необходимо его финансовое обоснование в виде бизнес-плана.

Главной задачей бизнес-плана является по возможности точное прогнозирование будущих действий, направленных на реализацию проекта, контроль операций и регламентирование затраченных финансовых, трудовых и прочих ресурсов.

Таким образом, существует объективная необходимость для малых предприятий вкладывать полученную прибыль и дополнительные средства в расширение бизнеса, обновление оборудования, технологии, значительные ресурсы должны инвестироваться в переподготовку персонала, инновационное развитие. Рентабельное коммерческое предприятие можно создать только при условии предварительной детальной и профессиональной разработки бизнес-плана инвестиционного проекта.

Итак, целью данной работы является разработка бизнес-плана по открытию салона красоты.

В рамках цели предполагается решить определенные задачи:

- дать характеристику предприятия и разработать его производственную программу;
- разработать комплекс маркетинговых мероприятий для создаваемой организации;
- провести разработку процесса оказания услуг в выбранном сегменте;
- провести расчет структурных подразделений предприятия;
- разработать финансовый план данного проекта;
- провести оценку экономических результатов проекта и анализ чувствительности проекта к риску.

Объектом изучения является салон красоты ООО «Pretty woman», предметом – разработка бизнес-плана по открытию данного салона красоты.

В процессе исследования применялись научные и специальные методы экономических исследований, а именно диалектический метод, системный и процессный подходы, анализ литературных данных, обобщения, описания, расчетно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы.

Для написания работы использовалась литература отечественных авторов по вопросам бизнес-планирования и инвестиций. Для построения теоретической части исследования особую помощь оказали работы таких ученых, как Андрушевская Е.Р., Баринов В.А., Горемыкин В.А., Касьяненко Т.Г., Липсиц И.А., Морош-

кин В.А., Нефедов Ю.В., Царев В.В., Уткин Э.А., Христофорова И.В. и др.

Работа включает в себя введение, семь глав, заключение, список использованных источников и приложения. В работе разработан бизнес-план проекта открытия салона красоты и проведена оценка экономических результатов проекта и анализ чувствительности проекта к риску. В заключении представлены выводы по всей работе.

1 РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Одним из самых удачных видов бизнеса на сегодняшний день являются салоны красоты. Конечно, конкуренция впечатляет и чтобы удержаться на плаву, следует немало постараться, но это с лихвой окупается.

Салонный бизнес называют самым быстроразвивающимся на сегодняшний день. Это обусловлено не только тем, что люди стали охотнее расходовать деньги на имидж, хотя и это явление имеет место, особенно в промышленных центрах. Рынок такого рода услуг неисчерпаем и, как утверждают аналитики и владельцы небольших предприятий этого направления, далеко не переполнен. Небольшая парикмахерская, маникюрный или массажный кабинет, солярий или косметический кабинет, расположенный даже на расстоянии нескольких десятков метров от такого же, приносит стабильный доход и не остается без клиентов в случае правильной организации работы, удачной рекламы и разумной ценовой политики.

Рынок салонов красоты перспективен и рентабелен, свободная доля рынка оценивается в четверть от достигнутого. Состояние на рынке характеризуется как монополистическая конкуренция. Отрасль является высококонкурентной и высококонцентрированной, но все участники имеют примерно равные возможности на рынке.

Полное и сокращенное наименование открываемого предприятия: общество с ограниченной ответственностью «Pretty woman» (ООО «Pretty woman»).

Отрасль экономики, в которой работает предприятие: парикмахерские и косметические услуги, оказываемые организациями коммунально-бытового назначения.

Суть предлагаемого предпринимательского проекта: открытие салона красоты.

Приоритетные виды деятельности предприятия: стрижка, укладка, завивка, прически (мужской и женский зал), маникюр, педикюр, косметологические услуги, солярий, перманентный макияж.

Рынок, сегмент рынка: рынок салонов красоты эконом-класса г. Нижневартовска.

Количество работников на предприятии: 17 человек.

Основные цели предприятия в соответствии с проектом: основной целью деятельности предприятия является извлечение прибыли, а также расширение рынка услуг.

Итак, данным бизнес-планом предполагается открытие салона красоты ООО «Pretty woman» в г. Нижневартовске. Открытие салона будет финансироваться полностью за счет личных средств собственников на сумму 3930 тыс. руб.

2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТИРУЕМОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ

Проектируемое предприятие, салон красоты ООО «Pretty woman» основан на частной собственности и направлен на обслуживание населения, а именно оказание косметологических, парикмахерских, маникюрных и педикюрных услуг, услуг солярия. Также в салоне планируется делать перманентный макияж.

Краткая характеристика организации представлена в таблице 2.1

Таблица 2.1 – Краткая характеристика проектируемого салона красоты ООО «Pretty woman»

Показатели	Содержание и количественные характеристики
Наименование организации	Салон красоты ООО «Pretty woman»
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
Юридический адрес предприятия	г. Нижневартовск, ул. Мира, д. 15, кв. 94
Фактический адрес предприятия	г. Нижневартовск, ул. Мира, д. 15, кв. 94, 1-й этаж
Жизненный цикл организации (этап развития)	Стадия проникновения на рынок
Виды деятельности, сегмент рынка	Парикмахерские и косметические услуги, оказываемые организациями коммунально-бытового назначения
Основные виды продукции и услуг	Стрижка, укладка, завивка, прически (мужской и женский зал), маникюр, педикюр, косметологические услуги, солярий, перманентный макияж
Среднесписочная численность персонала	17 чел.

Организационно-правовая форма предприятия – общество с ограниченной ответственностью. Оно имеет самостоятельный баланс, расчётный счёт в банке, печать со своим наименованием. Деятельность компании осуществляется на принципах самоокупаемости и самофинансирования и полной ответственности за последствия своей финансово-хозяйственной деятельности.

На создаваемом предприятии должны быть следующие документы:

- свидетельство о государственной регистрации;

- Устав, учредительный договор, решение о создании ООО;
- документы, подтверждающие принадлежность объекта (помещения салона) ООО (договор аренды);
- свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;
- приказ о назначении главного бухгалтера;
- документы, подтверждающие сертификацию оборудования, расходных материалов (косметических средств) и услуг;
- товарно-транспортные накладные на все косметические средства;
- санитарные книжки для работников;
- трудовые соглашения или договоры о найме работников предприятия;
- ассортиментный перечень оказываемых услуг и др.

Всалоне должна быть размещена в удобных для ознакомления местах следующая информация для клиентов:

- информация на вывеске о фирменном наименовании организации, её юридическом адресе, типе, классе, режиме работы предприятия;
- информация о государственной регистрации;
- информация об услугах: перечень услуг и условия их оказания;
- цены и условия оплаты услуг;
- обозначения нормативных документов, требованиям которых должны соответствовать услуги;
- сведения о сертификации услуг;
- правила оказания услуг в доступной и наглядной форме;
- текст Закона РФ «О защите прав потребителей»;
- книга отзывов и предложений.

Предприятие является самостоятельным хозяйствующим субъектом, имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в учреждениях банков, печать со своим наименованием, бланки, фирменное наименование, товарный знак. Основная цель предприятия – получение прибыли от своей деятельности для удов-

летворения материальных, трудовых и социальных потребностей участников и работников. Предприятие отвечает за результаты своей деятельности и выполнение обязательств перед потребителями, бюджетом, банками, оказывает высококачественные услуги населению.

Специализация проектируемого салона красоты «Pretty woman» – обслуживание населения. Специфика оказания услуг определяет особенности организации рабочих мест в салоне. Это отличие вызвано структурой и особенностями процесса оказания услуг. Рабочие места занимают небольшую площадь, компактно оснащены всеми необходимыми приспособлениями, инструментами, оборудованием и расходными материалами.

По территориальному признаку ООО «Pretty woman» принадлежит к самостоятельным городским предприятиям. Занимаемая площадь – 70 м². Общая численность сотрудников – 17 человек.

Режим работы предприятия – с 10⁰⁰ до 20⁰⁰.

График сменности персонала – 3 дня через 3 дня.

ООО «Pretty woman» имеет определенную систему организационно-регламентирующих документов, которая закладывает основу системы менеджмента в организации. Основными структурообразующими документами являются штатное расписание и должностные инструкции. Однако эта система не может обеспечить эффективного функционирования организации без разработки соответствующих нормативных и регламентирующих документов, определяющих цели, задачи каждого структурного блока, связи, формирующие рациональные информационные потоки, соответствие между ответственностью и полномочиями руководителей в пределах выделенных ресурсов.

Качество оказываемых услуг салона красоты «Pretty woman» высокое, соблюдаются все нормы и правила оказания услуг. В работе используются только качественные материалы известных и хорошо себя зарекомендовавших фирм как Holly Land, AlterEgo, Wella, OPI, Creative, Magirey, Gevol, Matrix, LUQUIAS, Lakme и др.

Бизнес салонов красоты можно отнести к виду деятельности, которые находятся в сфере существенных рисков. По оценкам BusinesStat, в 2014 г. объем рынка услуг парикмахерских и салонов красоты в России увеличился по сравнению с 2013 г. на 1% и составил 160 млн. услуг. Незначительный рост показателя вызван снижением платежеспособности населения. При этом традиционно наибольшим спросом данные услуги пользовались в крупных городах, где люди активнее следят за своим внешним видом.

Как указывают авторы, в 2015-2016 гг. объем рынка услуг парикмахерских и салонов красоты будет сокращаться и составит 144 млн. услуг в 2016 г. Снижение показателя произойдет под влиянием уменьшения числа потребителей услуг и частоты пользования данными услугами, сокращения количества парикмахерских и салонов красоты из-за роста налогов и повышения стоимости аренды.

В докризисный период стоимостный объем рынка рос более высокими темпами и в 2014 г. оборот рынка услуг парикмахерских и салонов красоты превысил уровень 2013 года на 10%. Как предполагается в выводах сделанных в отчете BusinesStat, с 2015 г. на рынке салонов красоты в России будут наблюдаться рост числа салонов эконом-класса и усиление конкуренции в данном сегменте, постепенное появление крупных игроков, включая сетевые проекты.

Следует отметить, что конкуренция среди салонов красоты г. Нижневартовска достаточно велика, среди потенциальных конкурентов создаваемого салона следует особо отметить те предприятия, которые находятся в этом же микрорайоне: это салоны красоты «Римма», «Анжелика», «Александрия», «Престиж», «Велла-Стиль», эстетик-студия «Ангел» и др.

Круг горожан, посещающих салоны красоты, в 2015 г. значительно расширился. Произошло это за счет услуг эконом-класса. В этом сегменте количество клиентов увеличилось на 40-50%, в то время как в премиальном – спад на 15%.

Таким образом, рынок салонов красоты г. Нижневартовска насыщен, но продолжает расти, главным образом, за счет маленьких организаций. В структуре рынка все большую долю занимает эконом-класс. Количество игроков в этом сег-

менте будет увеличиваться. В этом сегменте компании будут улучшать качество обслуживания, расширять ассортимент услуг за счет новых программ, накопительные и бонусные программы для постоянных клиентов. ООО «Pretty woman» планирует занять нишу салонов красоты эконом-класса.

3 SWOT-АНАЛИЗ СТУДИИ КРАСОТЫ

Для исследования конкурентной позиции салона красоты проведем SWOT-анализ (таблица 3.1), для этого составим список слабых и сильных сторон салона красоты «Pretty woman», а также список угроз и возможностей. После составления перечня сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей, нужно установить линии связей в матрице SWOT, для этого необходимо в каждом поле матрицы установить и проанализировать все парные комбинации сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами во внешней среде.

Таблица 3.1 – SWOT-анализ ООО «Pretty woman»

	Возможности	Угрозы
	1. Положительная экономическая динамика в сфере косметологических, парикмахерских услуг, услуг маникюра; 2. Увеличение количества людей, желающих улучшить свой образ.	1. Усиление конкуренции на данном сегменте рынка; 2. Рост цен, значительная инфляция, приводящая к увеличению платы за коммунальные услуги, рост цен на косметические средства и т.д. 3. Падение спроса на данные услуги вследствие ухудшения экономической ситуации.
Сильные стороны: 1. Высокий сервис и качество обслуживания; 2. Сравнительно доступные цены, предоставление скидок, проведение акций; 3. Высокий уровень корпоративной культуры; 4. Взаимозаменяемость и высокая квалификация персонала.	СИВ 1 – 1 2 – 1 4 – 1 1 – 2 2 – 2	СИУ 1 – 1 2 – 1 4 – 1 1 – 2 1 – 3 2 – 3
Слабые стороны (W): 1. Ограниченный размер капитальных вложений для дальнейшего развития; 2. Отсутствие собственного сайта, недостаточное использование рекламных средств.	СЛВ 1 – 1 2 – 2	СЛУ 2 – 1 1 – 2 2 – 3

Продолжение таблицы 3.1

СИБ	Стратегия совершенствования или создания новых конкурентных преимуществ. Стратегия «продукт – рынок» – выпуск новой продукции или услуги, выход на новые рынки продукции (услуг)
СИУ	Стратегия «продукт – рынок». Стратегия совершенствования (повышение прибыли за счет существующей конъюнктуры рынка)
СЛВ	Стратегия постепенного совершенствования
СЛУ	Поддерживающая стратегия

Поле СИБ показывает, какие сильные стороны необходимо использовать, чтобы получить отдачу от возможностей во внешней среде.

Поле СЛВ показывает, за счет каких возможностей внешней среды организация сможет преодолеть имеющиеся слабости.

Поле СИУ показывает, какие силы необходимо использовать организации для устранения угроз.

Поле СЛУ показывает, от каких слабостей необходимо избавиться, чтобы попытаться предотвратить нависшую угрозу.

Исходя из полученных данных SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что конкурентными преимуществами салона «Pretty woman» является высокое качество обслуживания и сравнительно невысокие цены.

Итак, салону «Pretty woman» следует использовать следующие стратегии.

СИБ-стратегии:

1. Высокое качество обслуживания, доступные цены, предоставление скидок постоянным клиентам, дальнейшее развитие салона красоты позволит завоевать лидерство на данном сегменте рынка;

2. Обучение и развитие персонала даст дополнительные преимущества по сравнению с конкурентами.

СИУ-стратегии:

1. Высокий сервис, умеренные цены позволят снизить риск невостребованности услуг и минимизировать влияние конкуренции на данном сегменте рынка;

2. Оказание комплекса самых разных услуг ослабит конкуренцию со стороны других салонов.

СЛВ-стратегии:

1. Создание резервного фонда, формируемого за счет чистой прибыли, для целей дальнейшего расширения салона, переподготовки и обучения персонала;
2. Активная рекламная кампания.

СЛУ-стратегии:

1. Необходимо быстрое реагирование на внешние угрозы посредством изучения потребностей клиентов, конкурентной среды;
2. Экономное расходование средств без ухудшения качества обслуживания.

Таким образом, основополагающей стратегией, исходя из проведенного SWOT-анализа, является стратегия «продукт – рынок», а именно стратегия совершенствования (повышение прибыли за счет существующей конъюнктуры рынка). Она предполагает высокий сервис, умеренные цены и оказание комплекса самых разных услуг, что позволит снизить риск невостребованности услуг и минимизировать влияние конкуренции на данном сегменте рынка.

4 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ООО «Pretty woman»

Большую роль в эффективности работы любого предприятия играет его кадровый потенциал.

В организационной структуре предприятия условно можно выделить несколько отделов (рисунок 4.1).

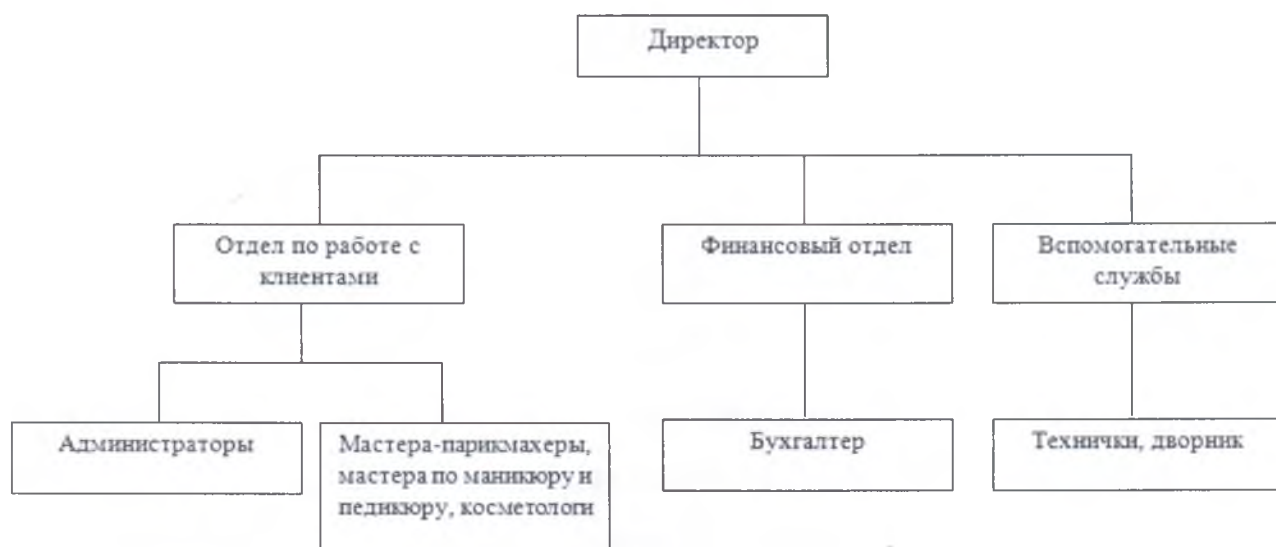


Рисунок 4.1 – Организационная структура салона красоты «Pretty woman»

Как видно из данных рисунка 4.1, в организационной структуре проектируемого предприятия выделены следующие отделы:

1) высшее руководство – директор (он же собственник бизнеса – 50%). В обязанности директора входит координация всех подразделений предприятия, заключение договоров, работа с поставщиками, работа с рекламациями, выполнение некоторых функций менеджера по персоналу (отбор и прием на работу, увольнение и т.д.). Директор также следит за исполнением распоряжений, приказов, устанавливает нормы, правила работы предприятия;

2) отдел по работе с клиентами. В состав данного отдела входят администраторы (2 чел.), мастера-парикмахеры (6 чел.), косметологи (2 чел.), мастера маникюра и педикюра (2 чел.).

В обязанности администраторов входит:

- координация работы сотрудников;
- ответы на звонки и ведение записи клиентов;
- консультации клиентов по услугам салона: по стоимости; по показаниям и противопоказаниям к проведению процедур; по предлагаемой салоном продукции;
- продажа косметики и средств для домашнего ухода;
- контроль наличия необходимых средств, исправности аппаратуры;
- проведение расчетов с клиентами, работа с кассой.

Мастера (специалисты) осуществляют свои функции. Их следует отнести к основному производственному персоналу. Профессионализм специалистов очень важен, поскольку чаще всего клиент идет не в конкретный салон, а к конкретному мастеру. Каждый мастер должен иметь опыт работы, все необходимые лицензии и сертификаты (в т.ч. косметологи должны иметь высшее медицинское образование). Также будет приветствоваться наличие собственных постоянных клиентов;

3) бухгалтер (он же второй собственник бизнеса – 50%) осуществляет ведение финансовой отчетности, начисляет заработную плату сотрудникам, ведет бухгалтерский и управленческий учет и т.д.;

4) вспомогательные службы – уборщицы (технички) (2 чел.), дворник (он же выполняет функции грузчика, подсобные работы) (1 чел.).

Общее количество сотрудников составляет 17 чел.

Таким образом, действующая организационная структура рассматриваемой организации – линейно-функциональная. Она подходит для таких небольших предприятий, как салон красоты «Pretty woman», поскольку некоторые недостатки подобных структур на небольших предприятиях отсутствуют.

Основными преимуществами данной организационной структуры являются:

- четкая система взаимных связей функций и подразделений;
- четкая система единоначалия – один начальник сосредотачивает в своих руках руководство процессами, имеющих всеобщую цель;

- ясно выраженная ответственность;
- быстрая реакция исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящих отделов;
- согласованность действий исполнителей;
- оперативность в принятии решений;
- простота организационных форм и четкость взаимосвязей.

Следует также отметить, что коллектив салона преимущественно женский.

Необходимое количество рабочих мест $K_{р.м.}$ для оказания услуг рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{р.м.} = \frac{M \cdot H_{вр}}{T} \quad (1)$$

где M – количество услуг в день, шт.;

$H_{вр}$ – норма времени на услуги парикмахерских, мин;

T – продолжительность работы салона, мин.

Расчет количества рабочих мест для оказания проектируемых услуг (парикмахерские услуги и услуги по маникюру и педикюру) представим в виде таблицы 1.

Таблица 4.1 – Расчет количества рабочих мест

Наименование услуги	Кол-во услуг в день, шт.	Норма времени на выполнение услуги, Н _{вр} , мин.	Количество рабочих мест, К _{р.м.} шт.
1 Парикмахерские услуги женского зала			
1.1 Стрижка на короткие волосы	4	35	0.2
1.2 Стрижка на длинные волосы	4	45	0.3
1.3 Стрижка на средние волосы	5	40	0.33
1.4 Подравнивание	3	20	0.1
1.5 Окраска волос в 1 тон	3	90	0.45
1.6 Мелирование (колорирование)	2	140	0.46
1.7. Укладка	2	60	0,2
1.8. Плетение кос	1	20	0,03
1.9. Прическа вечерняя	1	90	0,15
Итого парикмахерские услуги женского зала			
2 Парикмахерские услуги мужского зала			
2.1 Стрижка под машинку	4	20	0.13
2.2 Стрижка модельная	9	45	0.67
2.3 Стрижка детская	3	30	0.15
2.4 Массаж головы	4	20	0.13
Итого парикмахерские услуги мужского зала	20		1
3 Маникюр			
3.1 Маникюр гигиенический без покрытия	1	60	0.1
3.2 Маникюр гигиенический с покрытием	2	35	0.11
3.3 Маникюр японский	1	120	0.2
3.4 Маникюр европейский	1	60	0.1
3.5 Наращивание ногтей	2	120	0.4
3.6 Аппаратный маникюр	1	70	0.12
Итого услуги по маникюру	8		1
4 Услуги по педикюру			
4.1 Педикюр без покрытия ногтей лаком	1	100	0,18
4.2 Педикюр с покрытием ногтей лаком	1	110	0.18
4.3 Дизайн ногтей	1	40	0.06
4.4 Аппаратный педикюр	2	120	0.4
Итого услуги по педикюру	5		1
Всего	58		6

Полный перечень персонала проектируемого предприятия с указанием функций исполнителей представлен в виде таблицы 4.2

Под организацией рабочего места понимают систему мероприятий по созданию на рабочем месте необходимых условий для достижения высокопроизводительного труда при минимальной утомляемости и наиболее

полном использовании технических возможностей оборудования. Организация рабочих мест должна соответствовать:

- санитарным нормам и правилам;
- нормам технологического проектирования;
- требованиям охраны труда и техники безопасности.

Таблица 4.2 – Персонал предприятия

Исполнитель	Количество исполнителей в день, чел.	Группа производственного процесса
Парикмахер	6	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Мастер по маникюру и педикюру	2	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Косметолог	2	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Уборщица	2	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Администратор	2	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Бухгалтер	1	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Управляющий	1	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения
Дворник	1	Непроизводственные объекты бытового и коммунального обслуживания населения

Рабочее место в салоне предназначено для обслуживания посетителей, оно организуется так, что позволяет мастеру выполнять весь комплекс услуг. Кроме того, организация рабочего места должна обеспечивать комфортность потребителю.

Прием на работу будет производиться на основании заключенных трудовых договоров. Подбор персонала руководитель салона планирует осуществлять с учетом следующих требований:

- наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
- наличие опыта работы по профилю не менее 3 лет;
- ответственность, дисциплинированность;

– внимательное отношение к клиентам.

Должностные инструкции парикмахера и специалиста по маникюру и педикюру представлены в приложениях 6 и 7.

Директору, бухгалтеру, администраторам, дворнику (он же выполняет обязанности грузчика и подсобного рабочего), уборщицам будут установлены оклады. В перспективе по мере увеличения доходов салона планируется премировать сотрудников в размере 20% от выручки.

Фонд заработной платы косметологов, парикмахеров и мастеров по маникюру и педикюру будет составлять 30% от выручки, т.е. каждому из специалистов будет установлена заработная плата в размере 30% от выручки по оказанным услугам.

Открытие салона красоты планируется на июнь 2016 г. (приобретение, монтаж оборудования и прочие мероприятия по обустройству салона производятся в январе-мае 2016 г.).

План по персоналу, расчет заработной платы на месяц при полной производственной мощности детально представлен в таблице 4.3

Таблица 4.3 – План по персоналу салона красоты «Pretty woman»

В тыс. руб.

Должность	Кол-во	Заработная плата, руб.	Заработная плата с учетом кол-ва, руб.	Страховые взносы, руб.
Косметологи, специалисты-парикмахеры и специалисты по маникюру и педикюру	10	41 760	417 600	125 280
Директор	1	50 000	50 000	15 000
Бухгалтер	1	30 000	30 000	9 000
Администраторы	2	30 000	60 000	18 000
Уборщицы	2	15 000	30 000	9 000
Дворник	1	15 000	15 000	4 500
ИТОГО по персоналу	17	-	602 600	180 780

Таким образом, месячный фонд оплаты труда в месяц составляет 602 600 руб., страховые взносы составляют 180 780 руб. В первый год реализации инве-

стиционного проекта размер заработной платы носит постоянный характер, премирование по результатам деятельности планируется в ближайшей перспективе, после увеличения объемов продаж.

Главной задачей директора салона «Pretty woman» является обеспечение комфортных и безопасных условий труда работникам предприятия. Организации индустрии красоты, где мастера имеют дело с химикатами, различным оборудованием и инструментом, относят к разряду заведений, где при несоблюдении определенных инструкций и правил вероятно получение производственной травмы и нанесение вреда здоровью.

Рассмотрим организационные мероприятия по формированию безопасных условий труда для работников салона «Pretty woman»:

1. Обязанностью директора салона является проведение первичных (при приеме на работу) и периодических медицинских осмотров, для этого нужно составить поименные списки, а также провести ряд организационных мер по взаимодействию с медицинским учреждением;

2. При приеме на работу сотрудников, а также в процессе работы нужно провести целый ряд инструктажей по охране труда. Среди них вводный инструктаж, инструктаж на рабочем месте, противопожарный инструктаж, инструктаж по электробезопасности и оказанию первой доврачебной помощи, а также инструктажи по профессиям и виду работ – для специалистов парикмахеров и маникюрстов. По окончании инструктажа необходимо внести записи в соответствующий журнал по охране труда;

3. Необходимо разработать и подписать следующие приказы по охране труда: об ответственном за охрану труда (директор салона «Pretty woman») и на проведение периодического медицинского осмотра. Также должны быть утверждены перечни и списки по охране труда: перечень инструкций по охране труда, профессий работников, подлежащих предварительным и периодическим медицинским осмотрам;

4. Необходимо провести специальную оценку условий труда в салоне красо-

ты (это новая процедура, которая заменяет аттестацию рабочих мест по условиям труда);

5. Обучение сотрудников правилам охраны труда и последующая проверка полученных знаний должны носить систематический характер;

6. Работодатель обязан обеспечить работников средствами индивидуальной защиты – обязательно в салоне должен быть огнетушитель, медицинская аптечка.

В целом, создание благоприятных условий труда в салоне красоты будет способствовать повышению работоспособности и качеству работы мастеров.

Самому мастеру нужно знать, как уберечь себя от профессиональных заболеваний, а также несчастных случаев, которые могут произойти во время работы. Научить этому могут нормативные документы, которые направлены на то, чтобы мастер знал, какие моменты в его работе могут грозить определенным видом опасности.

Инструкции по охране труда специалистов-парикмахеров и специалистов по маникюру и педикюру представлены в таблице 8 и 9.

Таким образом, парикмахеры и мастера по маникюру и педикюру салона красоты «Pretty woman» должны постоянно помнить, что во время работы они обязаны строго выполнять правила безопасности труда на рабочем месте, которые направлены не только на охрану здоровья населения, но также и на самого мастера.

Также руководителю салона красоты для обеспечения эффективной работы салона, повышения его конкурентоспособности необходимо:

1. Обеспечить высшее качество сервисного обслуживания клиентов;
2. Обеспечить формирование команды профессионалов: компетентность, преданность предприятию, креативность;

3. Формирование особой атмосферы салона. Решение задачи обеспечения высокого качества сервисного обслуживания клиентов тесно связано с формированием команды профессионалов и формированием особой атмосферы салона.

Чтобы создать сплоченную команду, руководитель салона красоты должен:

- четко сформулировать корпоративную культуру предприятия и обслуживания клиентов, например, меры поощрения и наказания, рабочие обязанности сотрудника и другое;
- распределить функции, права и обязанности среди сотрудников;
- активно привлекать сотрудников к вопросам, связанным с повседневной деятельностью предприятия;
- максимально использовать инициативу и внутренний потенциал сотрудников;
- ввести справедливую, открытую, прозрачную систему оценки труда, поощрений и наказаний.

Помимо формальных способов, руководитель предприятия может способствовать созданию дружественной атмосферы в коллективе за счет проведения корпоративных мероприятий в честь праздников, а также поздравление сотрудников с днем рождения от всего персонала.

Таким образом, при решении рассмотренных задач, руководителю салонного бизнеса удастся создать необходимые условия для увеличения мотивации своих работников к эффективному труду. Это будет способствовать не только улучшению деятельности внутри салона красоты, но и привлечет новых клиентов за счет повышения квалификационных возможностей персонала и приятной, спокойной атмосферы внутри организации.

5 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Исходными данными для расчета структурных подразделений предприятия сервиса является плановый объем реализации услуг – количество всех проектируемых услуг за определенный период времени (производственная программа). Производственная программа проектируемого предприятия представлена в таблице 5.1

Таблица 5.1 – Производственная программа салона красоты «Pretty woman»

Наименование услуги	Количество услуг за смену, шт.	Удельный вес услуг, %
1 Парикмахерские услуги женского зала		
1.1 Стрижка на короткие волосы	4	
1.2 Стрижка на длинные волосы	4	
1.3 Стрижка на средние волосы	4	
1.4 Подравнивание	2	
1.5 Окраска волос в 1 тон	2	
1.6 Мелирование (колорирование)	2	
1.7. Укладка	2	
1.8. Плетение кос	1	
1.9. Прическа вечерняя	1	
Итого парикмахерские услуги женского зала	22	37,9
2 Парикмахерские услуги мужского зала		
2.1 Стрижка под машинку	3	
2.2 Стрижка модельная	4	
2.3 Стрижка детская	1	
2.4 Массаж головы	1	
Итого парикмахерские услуги мужского зала	9	15,5
3 Маникюр		
3.1 Маникюр гигиенический без покрытия	1	
3.2 Маникюр гигиенический с покрытием	2	
3.3 Маникюр японский	1	
3.4 Маникюр европейский	1	
3.5 Наращивание ногтей	2	
3.6 Аппаратный маникюр	1	
Итого услуги по маникюру	8	13,8
4 Услуги по педикюру		
4.1 Педикюр без покрытия ногтей лаком	1	
4.2 Педикюр с покрытием ногтей лаком	1	
4.3 Дизайн ногтей	1	
4.4 Аппаратный педикюр	2	
Итого услуги по педикюру	5	8,6

Продолжение таблицы 5.1

Наименование услуги	Количество услуг за смену, шт.	Удельный вес услуг, %
5 Косметологические услуги		
5.1 Перманентный макияж	1	
5.2 Уходовые программы по лицу	5	
5.3 Уходовые программы по телу	2	
Итого косметологические услуги	8	13,8
6 Солярий	6	10,4
Всего	58	100,0

Итак, салон красоты «Pretty woman» предоставляет следующие услуги:

1. Услуги мастеров-парикмахеров: стрижка, укладка, прическа, окрашивание, мелирование, колорирование, ламинирование, терапевтические процедуры для волос (ампульное, SPA-процедуры на основе натуральных масел), химическая завивка волос, кератиновое восстановление, выравнивание волос, плетение;

2. Услуги мастера маникюра: классический, европейский, аппаратный, SPA-маникюр, комбинированный маникюр, наращивание ногтей гелем, акрилом, укрепление ногтей биогелем, гель-лаком (Shellac, Kodi), парафинотерапия, массаж рук;

3. Услуги мастера педикюра: классический, европейский, аппаратный, SPA-педикюр, комбинированный педикюр, парафинотерапия, укрепление ногтей биогелем, гель-лаком (Shellac, Kodi), массаж ног;

4. Косметологические услуги: перманентный макияж, уходовые программы по лицу (маски, косметический массаж лица, пилинги, скрабирование, мезотерапия и др.), уходовые программы по телу (обертывания, пилинги, массаж);

5. Солярий.

Производственный состав предприятия включает в себя образующие его рабочие кабинеты и вспомогательные помещения, прямо или косвенно участвующие в процессе оказания услуг. По принципу участия в оказании услуг выделяют основное производство, вспомогательное, обслуживающее хозяйство.

Основное производство включает подразделения для создания основного продукта (услуги):

- парикмахерские залы;
- кабинеты маникюра и педикюра;
- кабинет косметолога;
- солярий.

Вспомогательное производство создает необходимые условия для бесперебойной работы основных подразделений, т.е. оснащает их оборудованием и инструментом, материалами, поддерживает их в работоспособном состоянии, обеспечивает энергоресурсами.

Помещения предприятий парикмахерских и косметических услуг в зависимости от назначения можно разделить на четыре группы.

К первой группе производственных помещений относятся: парикмахерский зал, кабинеты для маникюра и педикюра, косметологический, массажный кабинеты. Помещения для обслуживания посетителей обычно занимают 50-60% общей площади предприятия.

Помещения второй группы в салоне – это залы ожидания, прихожая с гардеробной, кассы или стойка администратора. Они обычно занимают около 20% общей площади предприятия. Большая часть помещений второй группы отводится под залы ожидания.

К третьей группе относятся помещения для хранения парфюмерии и других материалов, используемых в парикмахерских работах; помещения для хранения уборочного инвентаря; прачечные. Для сгораемой и несгораемой парфюмерии предусматриваются отдельные кладовые. Чистое и грязное белье хранится отдельно: чистое – на стеллажах; грязное, предварительно очищенное от волос – в ящиках с крышками.

К четвертой группе помещений относятся гардероб для обслуживающего персонала с личными шкафами для отдельного хранения верхней и рабочей одежды, препаратов, инструментов и приспособлений; кабинет управляющего; душевые; уборные; комнаты отдыха; отдельное помещение для приема пищи и др.

Перечень помещений проектируемого предприятия с указанием их назначения и основных функций приводится в таблице 5.2

Таблица 5.2 – Состав и назначение помещений салона красоты

«Pretty woman»

Наименование подразделения, помещения	Назначение и основные функции подразделения, помещения
Парикмахерские залы	Помещение для непосредственной работы с клиентом по оказанию парикмахерских услуг
Кабинет маникюра и педикюра	Помещение для оказания клиентам услуг по маникюру и педикюру
Кабинет косметолога	Помещение для оказания клиентам косметологических услуг
Солярий	Помещение для оказания клиентам услуг солярия
Зал ожидания	Помещение для посетителей, где они могут подождать своей очереди к мастеру
Гардеробная	Помещение предназначенное для хранения уличной одежды
Стойка администратора	Место, где администратор ведет запись и расчет клиентов
Помещение для хранения парфюмерии	Помещение для хранения рабочих материалов, инструментов, приспособлений а также парфюмерии и других косметических средств необходимых мастерам в работе
Помещение для хранения уборочного инвентаря	Помещение для хранения моющих, чистящих и дезинфицирующих средств и приспособлений
Гардероб для персонала	Помещение предназначенное для хранения уличной, домашней и рабочей одежды персонала
Комната отдыха	Помещение для отдыха персонала совмещено с функцией столовой
Уборные	Помещение для отправления естественных нужд

Среди помещений проектируемого салона выделяют основные производственные подразделения, которые непосредственно участвуют в процессе обслуживания клиента, такие как: контактная зона администратора; парикмахерские залы; кабинет маникюра; кабинет педикюра; косметологический кабинет.

Таким образом, в проектируемом предприятии запланированы все необходимые для оказаний качественных услуг помещения.

В соответствии с ГОСТ Р 51142-98 технологический процесс оказания услуги парикмахерских – это совокупность операций по удовлетворению эстетических и гигиенических потребностей клиента, выполняемых в соответствии с технологической документацией на данный вид услуги. Процесс оказания услуг на пред-

приятных отраслей включает в себя действия по обслуживанию клиента.

В общем виде процесс оказания парикмахерских услуг можно разделить на четыре составляющие: прием заказа, выполнение услуги, оплата услуги клиентом и реализация сопутствующих товаров (если таковая предусмотрена на предприятии). Выполнение услуги в свою очередь включает: подготовительные работы, основные работы, заключительные работы.

Подготовительные работы включают в себя подготовку рабочего места, инструментов, аппаратуры, белья, принадлежностей и необходимых для оказания услуги материалов, мытье рук, дезинфекцию инструментов и др. К основным относятся непосредственно работы по укладке, стрижке, окрашиванию, завивке и т.д. К заключительным работам относятся вычесывание мелких остриженных волосков (только при стрижке), снятие парикмахерского белья с клиента, смахивание волос с его лица и шеи (только при стрижке), оформление карточки клиента, наведение порядка на туалетном столике и т.п.

Чтобы более подробно ознакомиться с производственной деятельностью салона красоты «Pretty woman», в работе представлена технология выполнения услуги мелирования.

Мелирование имеет ряд преимуществ перед окрашиванием волос в один цвет:

- оживление прически, благодаря переходам цветов;
- обновление образа без кардинального изменения цвета;
- редкое подкрашивание корней, всего 2-3 раза в год, в зависимости от длины волос;
- при правильно подобранном способе окрашивания подходит абсолютно всем женщинам без исключения.

Мелирование волос – один из наиболее популярных методов, который подразумевает обесцвечивание (осветление) отдельных прядок. Техника выполнения мелирования разнообразна – мелирование через шапочку, мелирование на фольгу и т.д.

и т.д.

Техника мелирования волос через шапочку. Мелирование через шапочку очень популярный и наиболее простой метод (рисунок 5.1). Для такого способа подходят короткие волосы и волосы средней длины, главное, чтобы на них не было каких-либо укладочных средств.



Рисунок 5.1 – Мелирование волос через шапочку

Грязные сухие волосы расчесываются по направлению прически, на голову надевается шапочка и через отверстия при помощи крючка наружу вытягиваются одинаковые по толщине прядки. Чем толще будут вытаскиваться прядки, тем гуще получится само мелирование. Прядки можно вытаскивать через одно отверстие, что сделает мелирование менее густым, но более видимым, особенно на темных волосах. Очень важно, чтобы отверстия в шапочке не были рваными, в противном случае прядки будут вытаскиваться различными по толщине, а осветляющий состав затечет под шапочку, что даст эффект крупных светлых пятен по всей голове.

На вытянутые пряди наносится осветляющий состав и выдерживается нужное количество времени. Затем, не снимая шапочки, состав смывается водой с шампунем. На осветленные прядки наносится бальзам или кондиционер, но которому стягивается шапочка. Бальзам споласкивается уже вместе со всеми волоса-

Если мелированные прядки получились желтоватыми, то их можно «отбелить» химическим красителем цвета блондин с пепельным оттенком. В этом случае при смывании осветляющего состава используется только вода и немного шампуня. Шапочка не снимается. Осветленные прядки высушиваются феном, и на них по шапочке наносится химический краситель. По желанию можно использовать другой цвет и оттенок краски.

Техника мелирования волос с использованием страйпера. Мелирование с использованием страйпера применяется на любой длине волос, при этом прядки можно осветлить от корней, чего невозможно добиться при мелировании через шапочку. Мелирование волос выполняется по горизонтальным проборам (рисунок 5.2).

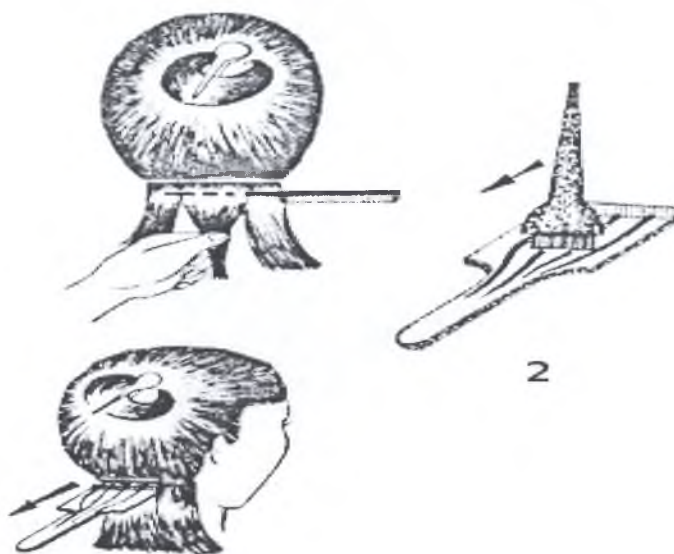


Рисунок 5.2 – Техника мелирования волос с использованием страйпера

По краю роста волос отделяется небольшая прядь шириной 5-6 см, захватывается левой рукой и при помощи хвостика расчески через одинаковое расстояние отделяются 4-5 тонких прядок. Отделенные прядки должны иметь одинаковую толщину. Прядки укладываются на страйпер, который располагается вплотную к голове зубцами вверх, и на них наносится блондоран. Очень важно, чтобы краситель был густым, жидкий краситель не даст никакого результата. Блондоран наносится на прядки густым слоем, затем страйпер убирается, при этом осуществляется снятие с прядок лишнего красителя зубцами страйпера, т.е. страйпер как бы

расчесывает прядки, но один раз. Операция повторяется на соседних прядях.

На первую окрашенную прядь опускается вторая, она остается нетронутой. Мелирование продолжается на третьей пряди. Таким образом, через один, мелирование выполняется до макушки. Свободно лежащие окрашенные прядки не испачкают красителем неокрашенные волосы.

Следующий вид мелирования рассмотрим более подробно.

Технология мелирования на фольгу. Мелирование на фольгу выполняется на длинные волосы и волосы средней длины. Этот метод позволяет регулировать ширину и насыщенность осветляемых прядок, и место их расположения (рисунок 5.3).

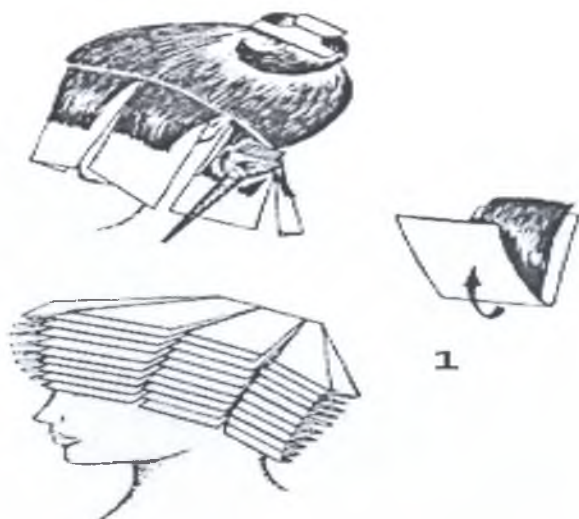


Рисунок 5.3 – Технология мелирования на фольгу

Технологическая карта услуги представлена в приложении 1.

Традиционное мелирование на фольгу – одинаковое расположение тонких осветленных прядок по всей голове – выполняется по технологии мелирования страйпером, только под отделенные тонкие прядки подкладывается фольга, которая должна быть немного шире и длиннее в два раза окрашиваемых прядок. По подложенной фольге на прядки наносится густой слой блондорана, после чего фольга сворачивается пополам. Толщина и место расположения прядок регулируются по желанию.

Довольно популярным в последнее время считается осветление широких или небольших прядей у пробора.

Довольно популярным в последнее время считается осветление широких или небольших прядей у пробора.

Для этого волосы делятся на пробор, от которого симметрично отделяются нужные по ширине прядки. Количество и ширина прядей регулируются по желанию: это могут быть 3 широкие или 7-8 тонких прядок с каждой стороны от пробора. Но особенно модным вариантом считаются две прядки, осветленные у лица. Под окрашиваемые выделенные пряди подкладывается фольга, по которой на пряди наносится блондоран. Фольгу можно не складывать, соответственно длина фольги в этом случае должна быть немного больше длины пряди.

Также при мелировании используются следующие методики, представленные на рисунке 5.4

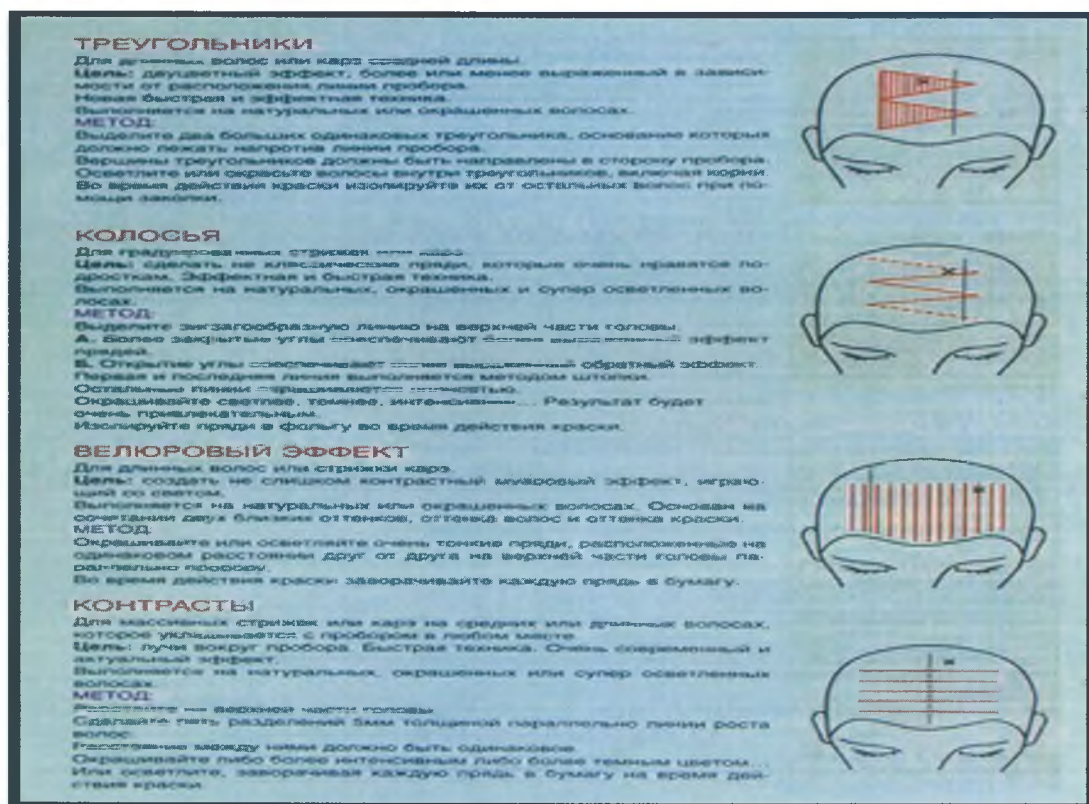


Рисунок 5.4 – Методики мелирования

Следующий вопрос, который необходимо отметить, – это имидж салона. Для салонов красоты порой остро стоит проблема: «Как привлечь клиентов?»

Задача имиджа – создать легко запоминающийся образ, побуждающий к дей-

ное большинство названий парикмахерских и салонов красоты приходится на имена собственные. Это часто имеет смысл, если собственник сам является топ-мастером, имя которого хорошо известно, при этом он работает в салоне.

Как правило, большинство владельцев рассматривают парикмахерский зал как большую открытую зону, но желательно, чтобы она не была проходной. Маникюрный и педикюрный зал также желательно выделить в отдельное помещение, но если это невозможно, поможет тонкая полупрозрачная декоративная перегородка. Комнату для персонала и подсобку нужно наоборот максимально скрыть от глаз клиента.

Входную группу важно организовать так, чтобы администратор мог налить чай клиенту, при этом не упуская из вида рецепцию и входную дверь. Шкаф для верхней одежды должен быть легко доступен клиентам, но в то же время лучше, чтобы он располагался подальше от входа: так случайные прохожие не будут иметь возможность украсть дорогостоящую шубу.

Если клиента встречает красивая, стильная рецепция с комфортной диванной зоной, в такой обстановке вероятнее, что он без лишних замечаний согласится подождать мастера, оканчивающего работу с предыдущим клиентом. А прозрачная стеклянная витрина в этой же зоне дополнительно простимулирует продажи домашних уходов, которые также приносят многим салонам значительную прибыль.

Примерный дизайн помещения для маникюра и педикюра представлен на рисунке 5.5



Рисунок 5.5 – Дизайн помещения салона красоты «Pretty woman»
для маникюра и педикюра

Дизайн парикмахерского зала салона представлен на рисунке 5.6



Рисунок 5.6 – Дизайн парикмахерского зала «Pretty woman»

Дизайн косметологического кабинета салона представлен на рисунке 5.7



Рисунок 5.7 – Дизайн косметологического кабинета «Pretty woman»

Таким образом, в первую очередь дизайнер должен ориентироваться на требования СНИПов и ГОСТов. Второй по важности показатель – удобство клиента. Стилизацию в салоне помогут создать картины или постеры определенной тематики, вазы, украшения, композиции из цветов и другие элементы декора. Но важно помнить, что никакое дизайнерское решение не должно повлиять на полноценную освещенность рабочего места мастера.

Поскольку открываемый салон красоты «Pretty woman» – салон эконом-класса, дизайн должен быть простым. Лучше всего подойдет классический стиль, в котором преобладают мягкие, светлые тона.

При разработке дизайн-проекта салона необходимо учитывать в обязательном порядке:

- эргономику;
- колористическое решение;
- качественную вентиляционную систему;
- поддержание комфортного температурного режима в любое время года;
- правильно рассчитать освещение, особенно рабочих зон;

- рассчитать максимальную нагрузку на электросеть;
- возможность подводки водопровода и канализации практически во все помещения салона и т.д.;
- надо хорошо разбираться в назначении и потребностях того или иного кабинета (эстетических и практических);
- соблюдать рекомендации СЭС по устройству помещений парикмахерских.

Проектируя салон красоты, требуется создать такие условия для обслуживания клиентов и сотрудников, при которых повышается производительность труда, комфорт клиентов, снижается утомляемость, поддерживается хорошее настроение и др.

Также необходимо обеспечить грамотное освещение помещения, что очень важно для салона красоты, так как мастерам, работающим в данной сфере необходим правильный, грамотно выстроенный свет, от чего зависит качество выполненной работы и удовлетворенность клиента.

Выбор оборудования осуществляют в соответствии с принятым количеством исполнителей (приложение Б).

При подборе оборудования необходимо учитывать следующие критерии:

1. Эффективность результата проводимой процедуры на приобретенном оборудовании и как следствие – удовлетворенность клиента, желание вновь посетить салон красоты, рекомендации знакомым, уверенность в работе персонала;
2. Надежность в работе, эксплуатация без поломок, разного рода неожиданностей и сбоев;
3. Оптимальное соотношение цена – качество;
4. Выбор фирмы поставщика – прежде чем заключить контракт на поставку выбранного Вами оборудования для салона красоты, нелишне было бы убедиться, а не с фирмой ли однодневкой. Выполняют ли они свои обязательства, начиная с поставки, монтажа и заканчивая сервисным обслуживанием? Дает ли поставщик гарантию на аппаратуру, и кто будет обслуживать аппаратуру в случае ее выхода

из строя? Достигаемая цель – заключая контракт с надежной, проверенной фирмой – поставщиком, Вы приобретаете надежного партнера, на которого всегда можно положиться в сложных ситуациях, не затрачивая при этом дополнительно время и деньги для их устранения.

Площадь и габаритные размеры помещений, а также объемно-планировочные и конструктивные решения зданий и помещений определяются перечнем парикмахерских услуг и их мощностью, и должны соответствовать действующим нормативам.

Площадь помещений салона красоты представлена в таблице 5.3

Таблица 5.3 – Площадь помещений салона красоты «Pretty woman»

Наименование помещений	Норма площади на 1 рабочее место, м ²	Количество рабочих мест	Расчетная площадь помещения, м ²
Парикмахерский зал	8	3	24
Кабинет маникюра и педикюра	10,5 (6+4,5)	2	9
Косметологический кабинет	10,5 (6+4,5)	2	9
Кабинет для солярия	1,5+1*(n-10)	1	3
Зал ожидания	3+1,5*(n-10)	6	12
Гардеробная	3+0,3*(n-10)	6	3
Помещение для хранения парфюмерии	1,5+1*(n-10)	1	3
Тамбур входа	1,5+1*(n-10)	6	1,5
Гардероб и комната для персонала	1,5	6	1,5
Итого			66

Примечание: n – количество мастеров в одну смену.

Примерная планировка салона красоты исходя из рассчитанных площадей представлена в приложении 3.

Открытие салона красоты планируется на апрель 2016 г. (регистрационные процедуры бизнеса, приобретение, транспортировка и монтаж оборудования, ремонт и подготовка арендуемого помещения салона планируется произвести в январе-марте 2016 г.). Календарный план представлен в таблице 5.4

Таблица 5.4 – Календарный план организации бизнеса

В тыс. руб.

Название этапа	Длительность этапа, дней	Начало этапа	Конец этапа	Стоимость, руб.
1. Подготовка бизнес плана	11	21.01.2016	31.01.2016	-
2. Регистрация бизнеса	17	01.02.2016	17.02.2016	30 000
– предварительный этап (образование ООО)	2	18.02.2016	19.02.2016	-
– оформление и сбор документов для налоговой	10	20.02.2016	29.02.2016	15 000
– регистрация (оплата госпошлин)	1	01.03.2016	01.03.2016	7 000
– открытие расчетного счета	3	02.03.2016	04.03.2016	5 000
– изготовление печати	1	05.03.2016	05.03.2016	3 000
3. Прочие подготовительные процедуры	24	06.03.2016	29.03.2016	570 000
– оформление договора аренды помещения на 3 мес.	1	30.03.2016	30.03.2016	-
– договор на установку охранной и пожарной сигнализации	2	31.03.2016	01.04.2016	20 000
– ремонт помещения	14	02.04.2016	21.04.2016	970 000
– покупка и установка мебели, оргтехники, прочее оснащение	7	22.04.2016	28.04.2016	820 000
4. Монтаж оборудования	23	29.04.2016	21.05.2016	180 000
– подбор и покупка оборудования	8	22.05.2016	29.05.2016	650 000
– доставка оборудования (бесплатно)	10	30.05.2016	08.06.2016	-
– монтаж и наладка оборудования	5	09.06.2016	13.06.2016	30 000
5. Найм персонала	3	14.06.2016	06.06.2016	-
6. Аттестация и обучение персонала	7	07.06.2016	13.06.2016	20 000
7. Приобретение косметических препаратов и расходных материалов у поставщиков	6	14.06.2016	18.06.2016	800 000
8. Начало оказания услуги		20.06.2016		

Далее представлено более детально, для чего необходимы инвестиции при открытии салона красоты (таблица 5.5).

Таблица 5.5 – Потребность в инвестициях согласно проектно-сметной документации

В тыс. руб.

Наименование показателей	Всего по проектно-сметной документации, тыс. руб.
Инвестиции по утвержденному проекту, в т.ч.	3 930
– оснащение парикмахерского зала (инструменты, инвентарь, мебель)	990
– оснащение кабинета маникюра и педикюра (инструменты, инвентарь, мебель)	890
– оснащение кабинета косметолога (оборудование, инвентарь, мебель)	1 200
– регистрация бизнеса и расходные материалы	370
– прочее оснащение (мебель, оргтехника)	480

Таким образом, финансирование открытия салона «Pretty woman» осуществляется за счет собственных средств – регистрационные процедуры бизнеса, приобретение, транспортировка и монтаж оборудования, ремонт и подготовка арендуемого помещения салона составят 3 930 тыс. руб.

6 МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Стремление салона красоты эффективно функционировать на данном сегменте рынка должно происходить, учитывая современные условия и на основе современных методов управления, таких как маркетинг. В этой сфере действуют свои «правила игры», а задействованные участники имеют опыт конкурентного соперничества и выживания в годы экономических кризисов.

Неотъемлемой частью успешного функционирования предприятия салонного бизнеса на рынке косметологических услуг является разработка комплекса маркетинговых стратегий. Главная задача эффективной стратегии обеспечить целевому потребителю доступную информацию о предоставляемых услугах, преимуществах перед конкурентами, а также обеспечение наиболее легкого и удобного доступа к производителю услуг.

Сегментация является одним из ключевых направлений исследования рынка в рамках концепции маркетинга в организации. Она подразумевает ориентацию на определенную конъюнктуру, деление рынка на родственные участки, внутри которых изменения конъюнктуры несущественны и наблюдаются довольно устойчивые связи между спросом и предложением.

Салон красоты «Pretty woman» ориентирован, прежде всего, на потребителей со средним и ниже среднего уровня достатком.

Как уже упоминалось, создаваемый салон красоты «Pretty woman» будет действовать в достаточно острой конкурентной среде. На данном сегменте рынка г. Нижневартовска в районе, где будет работать салон, функционирует более 20 салонов красоты и парикмахерских. Среди потенциальных конкурентов создаваемого салона следует особо отметить те предприятия, которые находятся в этом же микрорайоне: это салоны красоты «Римма», «Анжелика», «Александрия», «Престиж», «Велла-Стиль», эстетик-студия «Ангел» и др. Очевидно, что конкуренции не избежать. Целесообразно в данном случае провести балльную оценку потенциальных конкурентов салона красоты «Pretty woman» (таблица 6.1).

Таблица 6.1 – Балльная оценка конкурентов салона красоты «Pretty woman»

Критерии	Значимость критерия	Оценка	Общая оценка с учетом критерия	Доля значимости критерия
«Престиж»				
1. Качество услуг;	0,25	4	1	0,26
2. Месторасположение;	0,2	4	0,8	0,21
3. Уровень цен;	0,2	5	1	0,26
4. Уровень обслуживания;	0,15	3	0,45	0,12
5. Устойчивость клиентской базы;	0,1	4	0,4	0,10
6. Обстановка, интерьер.	0,1	2	0,2	0,05
ИТОГО	1		3,85	1
«Анжелика»				
1. Качество услуг;	0,25	4	1	0,26
2. Месторасположение;	0,2	5	1	0,26
3. Уровень цен;	0,2	3	0,6	0,15
4. Уровень обслуживания;	0,15	4	0,6	0,15
5. Устойчивость клиентской базы;	0,1	3	0,3	0,08
6. Обстановка, интерьер.	0,1	4	0,4	0,1
ИТОГО	1		3,9	1
«Римма»				
1. Качество услуг;	0,25	4	1	0,23
2. Месторасположение;	0,2	5	1	0,23
3. Уровень цен;	0,2	4	0,8	0,19
4. Уровень обслуживания;	0,15	4	0,6	0,14
5. Устойчивость клиентской базы;	0,1	4	0,4	0,09
6. Обстановка, интерьер.	0,1	5	0,5	0,12
ИТОГО	1		4,3	1
Эстетик-студия «Ангел»				
1. Качество услуг;	0,25	5	1,25	0,26
2. Месторасположение;	0,2	4	0,8	0,17
3. Уровень цен;	0,2	4	0,8	0,17
4. Уровень обслуживания;	0,15	5	0,75	0,16
5. Устойчивость клиентской базы;	0,1	5	0,5	0,11
6. Обстановка, интерьер.	0,1	5	0,5	0,11
ИТОГО	1		4,6	1
«Велла-Стиль»				
1. Качество услуг;	0,25	5	1,25	0,26
2. Месторасположение;	0,2	5	1	0,21
3. Уровень цен;	0,2	4	0,8	0,17
4. Уровень обслуживания;	0,15	5	0,75	0,16
5. Устойчивость клиентской базы;	0,1	5	0,5	0,10
6. Обстановка, интерьер.	0,1	5	0,5	0,10
ИТОГО	1		4,8	1
Салон «Pretty woman»				
1. Качество услуг;	0,25	5	1,25	0,27
2. Месторасположение;	0,2	5	1	0,22
3. Уровень цен;	0,2	5	1	0,22
4. Уровень обслуживания;	0,15	5	0,75	0,16
5. Устойчивость клиентской базы;	0,1	1	0,1	0,02
6. Обстановка, интерьер.	0,1	5	0,5	0,11
ИТОГО	1		4,6	1

Таким образом, расчет комплексных показателей конкурентоспособности салона красоты «Pretty woman» (общей оценки с учетом значимости критерия) указывает на его высокий потенциал и перспективы развития. Салон может составить конкуренцию не только качеством услуг и удобным месторасположением. Уровень цен, а также обслуживание (культура персонала) находятся примерно на одном уровне во всех исследуемых организациях.

В целом, салону красоты «Pretty woman» следует уделять повышенное внимание маркетинговой деятельности, стратегическими целями которой являются:

- 1) поступательное развитие на данном сегменте рынка бытовых услуг г. Нижневартовска;
- 2) экономное расходование средств без ухудшения качества обслуживания;
- 3) расширение оказываемых услуг, в частности, оказание новых услуг косметолога (аппаратная косметология).

Достижение этих стратегических целей маркетинга обеспечивается, прежде всего, за счет следующих методов: планирования ассортимента косметических товаров и услуг, эффективной системы ценообразования, формирования каналов сбыта, организации рекламы и стимулирования продаж.

Планирование оказываемых услуг должно происходить на основе данных маркетинговых исследований, а также директору и администраторам салона необходимо изучать требования клиентов к товарам и услугам, изучать и анализировать как жалобы и претензии к качеству обслуживания, так и положительные отзывы. Это можно делать посредством анкетирования (образец анкеты представлен в приложении 4).

Поскольку в настоящее время цена является одним из основных факторов, определяющим конкурентоспособность предприятия, выработка ценовой политики чрезвычайно важна (прейскурант услуг салона на парикмахерские услуги и услуги маникюра представлен в приложении 5).

В данной области маркетинговых исследований салона «Pretty woman» можно выделить следующие главные направления их проведения:

- 1) анализ фактически сложившихся рыночных цен;
- 2) изучение ценовой политики конкурентов.

Также следует проводить активную рекламную кампанию, задачами которой являются:

- поддержание позитивного образа фирмы и расширение круга клиентов;
- создание эффективного информационного поля (донесение до потенциальных клиентов информации об услугах, акциях, скидках, предлагаемых сертификатах и т.д.).

Эффективными мероприятиями в данной области будут создание интернет-сайта салона красоты «Pretty woman», раздача листовок, буклетов, флаеров и т.д.

Большое влияние на конкурентоспособность предприятий сферы услуг оказывает ассортимент предлагаемых услуг.

Один из основных вопросов ассортиментной политики – определение услуг, наиболее предпочтительных для успешной работы салона на рынке и обеспечивающих экономическую эффективность его деятельности в целом.

Задачами ассортиментной политики являются:

- удовлетворение запросов потребителей;
- оптимизация финансовых результатов предприятия, когда формирование ассортимента основывается на ожидаемой рентабельности и объеме прибыли;
- завоевание новых клиентов путем расширения ассортимента услуг.

Особое внимание нужно уделить роли администратора. Он должен быть вежливым, доброжелательным, помимо основных в его обязанности входит: обзванивать клиентов за день до заказанной услуги, сообщать о новых предложениях и скидках, делать небольшие подарки на день рождения. На постоянных клиентов рекомендуется заводить специальные карточки, в которых указываются их предпочтения в музыке, запахах и т.д.

Для реализации проекта целесообразно провести маркетинговые исследования. В частности для изучения рынка салонов красоты был проведен социологический опрос, какие услуги наиболее востребованы населением. Для этого было

опрошено 100 человек (все опрошенные – женщины в возрасте от 18 до 55 лет, жители ул. Мира г. Нижневартовска).

По результатам опроса получены следующие данные:

- парикмахерские услуги – 44 респондента;
- услуги косметолога – 13 респондентов;
- солярий – 12 респондентов;
- услуги массажа – 3 респондента;
- маникюр – 28 респондентов.

Как представлено на диаграмме на рис. 6.1, наиболее востребованными являются 3 вида услуг: парикмахерская – 44% и услуги маникюра – 28%, таким образом, создаваемому салону следует уделить особое внимание оказанию именно этих услуг. Но также в перспективе необходимо развивать косметологические услуги.

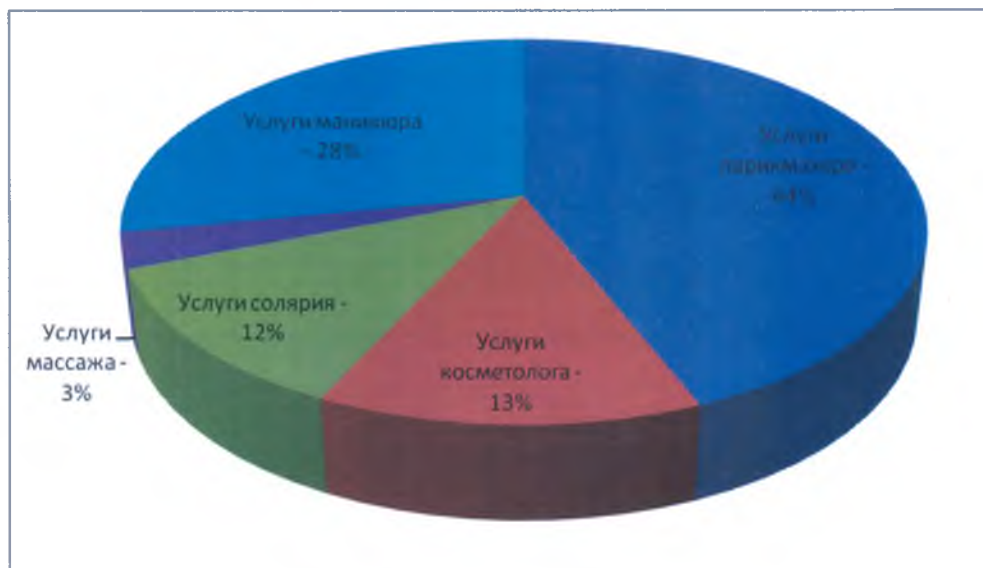


Рисунок 6.1 – Уровень востребованности услуг, предоставляемых салонами красоты

Можно подытожить, что в целях успешного конкурентирования салону красоты «Pretty woman» следует использовать следующие методы маркетинга:

- 1) систематическое исследование потребностей (исходя из объемов продаж определенных товаров и услуг) и мнений клиентов путем опроса или анкетирования (ориентация на потребителя);
- 2) изучение конкурентной среды и достижений конкурентов;
- 3) планирование бюджета маркетинга (например, расходов на рекламу) и проведение контроля над всеми мероприятиями практического маркетинга;
- 4) анализ ценовой политики конкурентов и эффективное ценообразование.

План раскрутки салона «Pretty woman» должен состоять из нескольких этапов:

- так как салон находится в спальном районе, основной задачей является задача привлечь жителей близлежащих домов. Это можно сделать путем размещения рекламных плакатов на улицах (растяжки, ситилайты, баннеры). Этот способ позволит сформировать постоянный поток посетителей;
- для закрепления лояльности клиентов к салону необходимо предоставлять постоянным клиентам скидки, дисконтные карты;
- реклама в интернете – это размещение баннеров на региональных сайтах, реклама в социальных сетях, создание собственного сайта. Данный этап может привлечь жителей других районов, но, для того, чтобы данный шаг был небесполезным, необходимо рекламировать какую-то конкурентную услугу (это может быть что-то необычное для других районов, либо услуга с более низкой стоимостью, чем у конкурентов);
- реклама в местных глянцевах журналах, ориентированных на женское население;
- выпуск красочных буклетов с примерами работ и ценами;
- в будние дни с 10:00 до 12:00 посетителям салона оказывать услуги по стрижке по сниженным ценам (студенты, пенсионеры, домохозяйки);
- обязательное наличие терминала для оплаты услуг банковскими карточками, это позволит клиентам оплачивать услуги кредитными средствами.

Таким образом, привлечение клиентов в целом осуществляется по трем основным направлениям:

- личные рекомендации;
- наружная реклама;
- интернет.

Целенаправленная работа салона по привлечению новых клиентов возможна только при наличии стратегии, учитывающей все три направления (также возможны регулярные публикации в журналах, партнерские программы и т.д.). Здесь важна и клиентская политика салона, предусматривающая программы лояльности (бонусные системы, выбор программ, гибкость ценовой политики, клубная система для клиентов и т.д.).

7 ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА СТУДИИ КРАСОТЫ

7.1 Сущность инвестиционного мероприятия

Итак, салон красоты «Pretty woman» должен отвечать следующим требованиям:

- общая площадь не менее 54 кв. м;
- отапливаемое помещение, наличие душевой.

План продаж в первый год реализации проекта представлен в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – План продаж салона красоты «Pretty woman»

В тыс. руб.

Показатели	Ед. изм.	2016 г.				
		Всего	по кварталам			
			I	II	III	IV
Количество услуг	услуга	9620	0	800	3600	5220
Средняя цена реализации за услугу	руб.	800	0	800	800	800
Средняя цена реализации за услугу (без НДС)	руб.	678,0	0	678,0	678,0	678,0
Доходы от продаж	тыс. руб.	7696,0	0	640,0	2880,0	4176,0
Доходы от продаж (без НДС)	тыс. руб.	6522,0	0	542,4	2440,7	3539,0

Среднее количество проданных услуг салона при выходе на полную мощность в 4-м квартале будет составлять в месяц примерно 1740 услуг (в смену в среднем 58 оказанных услуг), стоимость услуги в среднем составляет 800 рублей. В итоге в высокий сезон предприятие будет ежемесячно зарабатывать 1179,7 тыс. руб. (за вычетом налога на добавленную стоимость).

План продаж на 5 лет реализации проекта представлен в таблице 7.2.

Таблица 7.2 – План продаж салона «Pretty woman» на 2016-2020 гг.

В тыс. руб.

Показатели	Ед. изм.	2016	2017	2018	2019	2020
Количество услуг	услуга	9620	20880	20880	20880	20880
Средняя цена реализации за услугу	руб.	800	800	800	800	800
Средняя цена реализации за услугу (без НДС)	руб.	678,0	678,0	678,0	678,0	678,0
Доходы от продаж	тыс. руб.	7696,0	16704,0	16704,0	16704,0	16704,0
Доходы от продаж (без НДС)	тыс. руб.	6522,0	14156,6	14156,6	14156,6	14156,6

Постоянные расходы салона включают затраты на оплату труда, страховые взносы, коммунальные расходы, ТМЦ, хозяйственный инвентарь, содержание помещений, охрану труда, услуги связи (включая Интернет), затраты на техобслуживание оборудования), расходы на рекламу и т.д.

Переменные расходы – косметические препараты, расходные материалы (составляют 12,5% от стоимости услуги).

Издержки на заработную плату и страховые взносы в месяц составят 30% от выручки (с учетом НДС) для косметологов, мастеров-парикмахеров и специалистов по маникюру и педикюру, а также следует учитывать оклады остального персонала салона (расчеты на 1 месяц представлены в организационном плане данного бизнес-плана). Коммунальные расходы планируются в пределах 2-4 тыс. руб. в месяц в зависимости от сезона, затраты на техобслуживание оборудования – 3 тыс. руб./квартал. Расходы на аренду помещения составляют 600 руб./кв.м. (площадь 70 кв.м) – 42 тыс. руб./мес.

Таблица 7.3 – Затраты салона красоты «Pretty woman»

В тыс. руб.

Наименование	Сумма, тыс. руб.
1. Оборудование	
1.1. Оснащение парикмахерского зала (инструменты, инвентарь, мебель)	990,00
1.2. Оснащение кабинета маникюра и педикюра (инструменты, инвентарь, мебель)	890,00
1.3. Оснащение кабинета косметолога (оборудование, инвентарь, мебель)	1 200,00
1.4. Регистрация бизнеса и расходные материалы	370,00

Продолжение таблицы 7.3

Наименование	Сумма, тыс. руб.
Итого	3 450,00
2. Прочее оснащение	480,00
Всего	3 930,00

Таблица 7.4 – Амортизационные отчисления

В тыс. руб.

Наименование	Стоимость оборудования, тыс.руб.	норма годовой амортизации	Сумма, тыс.руб.
Стоимость основных фондов, тыс.руб.	3 930,00	20%	786,00

Таким образом, чистая прибыль за год ожидается в районе 98,6 тыс. руб., рентабельность продаж по чистой прибыли – 1,5% (таблица 7.5).

Таблица 7.5 – Текущие затраты

В тыс. руб.

Наименование	Всего, тыс.руб.
1. Материальные затраты	492,00
1.2 Сырье и материалы (расходные материалы)	90,00
1.3 Энергетические ресурсы	32,00
1.4 Аренда	370,00
2. Затраты на оплату труда	637,00
3. Социальные выплаты	191,10
4. Амортизация основных фондов	786,00
5. Прочие затраты	100,00
Итого затрат:	2 206,10
Текущие издержки без амортизации	1 420,10

Таким образом, самые существенные операционные расходы (помимо оплаты кредита и налогов) – затраты на оплату труда и страховые взносы. При низком спросе на услуги салона, в первую очередь, следует минимизировать именно их.

Мастера-парикмахеры, мастера по маникюру и педикюру и косметологи могут привлекаться на неполный рабочий день, что значительно сократит фонд заработной платы.

7.2 Методические основы оценки эффективности инвестиционных проектов

Для оценки коммерческой эффективности проекта используются следующие показатели:

- чистый доход (ЧД);
- чистый дисконтированный доход (ЧДД);
- индекс доходности (ИД);
- внутренняя норма доходности (ВНД).

Чистый доход предприятия от реализации инвестиционного проекта представляет собой разницу между поступлениями (притоком средств) и выплатами (оттоком средств) предприятия в процессе реализации проекта применительно к каждому интервалу планирования.

Выплаты предприятия делятся на капитальные (единовременные) затраты и текущие затраты. К капитальным затратам относятся расходы, которые направлены на создание производственных мощностей и разработку продукции. Капитальные затраты носят единовременный характер и производятся, как правило, на начальном этапе реализации проекта, который принято считать нулевым этапом.

Текущие затраты – это расходы на приобретение сырья, материалов и комплектующих, оплату труда работников предприятия, другие виды затрат, относимые на себестоимость продукции. Текущие затраты осуществляются в течение всего времени жизни проекта.

Поступления – это результат деятельности предприятия в процессе осуществления проекта в виде выручки от реализации произведенной продукции.

Разница между результатами деятельности предприятия и его текущими затратами составляет доход от текущей деятельности предприятия.

Для оценки величины реального дохода, полученного предприятием за период реализации проекта (его жизненный цикл), необходимо уменьшить суммарный текущий доход предприятия на величину капитальных затрат, т.е. «очистить» результаты деятельности предприятия от всех затрат, связанных с их достижением. Полученная разность и представляет собой чистый доход от реализации проекта.

Использование в практике оценки инвестиционных проектов величины чистого дисконтированного дохода как производного от рассмотренного выше показателя чистого дохода вызвано очевидной неравноценностью для инвестора сегодняшних и будущих доходов. Иными словами, доходы инвестора, полученные в результате реализации проекта, подлежат корректировке на величину упущенной выгоды в связи с «замораживанием» денежных средств, отказом от их использования в других сферах применения капитала.

Для того чтобы отразить уменьшение абсолютной величины чистого дохода от реализации проекта в результате снижения «ценности» денег с течением времени, используют коэффициент дисконтирования, который рассчитывается по следующей формуле:

$$d = \frac{1}{(1 + E)^t}, \quad (2)$$

где E – норма дисконтирования (ставка дисконта);

t – порядковый номер временного интервала получения дохода.

Принятый способ расчета коэффициента дисконтирования исходит из того, что наибольшей «ценностью» денежные средства обладают в настоящий момент.

Для сравнения вариантов инвестиционного проекта, а также для сравнения различных инвестиционных проектов используется ряд общепринятых показателей. К ним относятся: чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности (ИД), внутренняя норма доходности (ВНД), срок окупаемости.

Чистый дисконтированный доход - это сумма текущих эффектов (разницы результатов и затрат) за весь период планирования, приведенная к начальному

шагу;

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) \times \alpha_t - K \quad (3)$$

где R_t – результаты, достигаемые на t -ом шаге расчета;

Z_t – затраты, осуществляемые на t -ом шаге расчета, при условии, что в них не входят капиталовложения;

α_t – коэффициент дисконтирования.

Сумма дисконтированных капиталовложений (K), вычисляется по формуле:

$$K = \sum_{t=0}^T K_t \times \alpha_t \quad (4)$$

где K_t – капиталовложения на t -ом шаге.

В случае если ЧДД проекта положителен, проект эффективен, если отрицателен – неэффективен. Чем больше ЧДД, тем эффективнее проект.

Индекс доходности – это отношение приведенного эффекта к приведенным капиталовложениям:

$$\text{ИД} = \frac{1}{K} \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) \times \alpha_t \quad (5)$$

Если ИД больше единицы, проект эффективен, если ИД меньше единицы – неэффективен.

Внутренняя норма доходности – это норма дисконта (E), при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям, то есть E находится из уравнения:

$$\sum_{t=0}^T \frac{Rt - 3 + t}{(1 + E)t} = T \sum_{t=0} \frac{Kt}{(1 + E)t} \quad (6)$$

Найденное значение $E_{внд}$ (ВНД) сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал. В случае, когда ВНД равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал, капиталовложения в данный инвестиционный проект оправданы, и может рассматриваться вопрос о его принятии. В противном случае капиталовложения в данный проект нецелесообразны.

Срок окупаемости – это минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого ЧДД становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

При осуществлении проекта выделяется три вида деятельности: инвестиционная, операционная и финансовая.

В рамках каждого вида деятельности происходит приток и отток денежных средств. Разность между ними называется потоком денежных средств.

Сальдо денежных потоков – это разность между притоком и оттоком денежных средств от всех трех видов деятельности.

Положительное сальдо денежных потоков на t -ом шаге определяет излишние денежные средства на t -ом шаге. Отрицательное – определяет недостающие денежные средства на t -ом шаге.

Необходимым критерием осуществимости инвестиционного проекта является положительность сальдо накопленных денежных потоков в любом временном интервале, в котором осуществляют затраты и получают доходы. Отрицательная величина сальдо накопленных денежных потоков свидетельствует о необходимости привлечения дополнительных собственных или заемных средств и отражения этих средств в расчетах эффективности.

7.3 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий

Для осуществления проекта требуется произвести единовременные затраты в сумме 3930 тыс. руб., в т.ч.:

- оснащение парикмахерского зала (инструменты, инвентарь, мебель);
- оснащение кабинета маникюра и педикюра (инструменты, инвентарь, мебель);
- оснащение кабинета-косметолога (оборудование, инвентарь, мебель);
- регистрация бизнеса;
- аренда помещения;
- расходные и косметические материалы;
- прочее оснащение (мебель, оргтехника).

В основу расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта лежат следующие условия:

- продолжительность периода планирования принята в 7 лет (7 шагов);
- в качестве шага планирования берется 1 год;
- цены и нормы не изменяются в течение периода планирования;
- норма дисконта установлена 19% из условий: ключевой ставки ЦБ РФ на 01.01.2016 г. – 11%; риска недополучения прибыли 8%.

Сделанные предположения характеризуют оценку эффективности проекта как предварительную, требующую уточнения в дальнейшем.

Результаты расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта представлены в таблицах 7.6 – 7.10

Таблица 7.6 – Поток денежных средств от инвестиционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Ито- го за пе- риод	
	0	1	2	3	4	5	6	7		
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023		
1. Расходы на приобретение активов, всего	3930,00									- 3930, 00
в том числе:										
за счет собственных средств	3930,00									
за счет заемных средств.	0,00									0,00
2. Поток реальных средств										
2.1. По шагам	- 3930,00									- 3930, 00
2.2. Нарастающим итогом	- 3930,00	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	
3. Поток дисконтированных средств										
3.1. По шагам	- 3930,00									- 3930, 00
3.2. Нарастающим итогом	- 3930,00	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	- 3930,0 0	

Расчет эффективности инвестиционного проекта мы начали с экономического описания инвестиционной (таблица 7.6), операционной (таблица 7.7) и финансовой деятельности (таблица 7.8), возникающих в связи с проектом).

Итоговые данные этих таблиц были использованы при расчете сальдо денежных потоков (таблица 7.9).

Таблица 7.7 – Поток денежных средств от операционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период	
	0	1	2	3	4	5	6	7		
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023		
1. Экономический эффект от реализации услуг	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	24 000,00
2. Текущие издержки	1 420,10	1 420,10	1 420,10	1 420,10	1 420,10	1 420,10	1 420,10	1 420,10	1 420,10	11 360,80
3. Амортизация основных средств	786,00	786,00	786,00	786,00	786,00	786,00	786,00	786,00	786,00	6 288,00
4. Валовый доход	793,90	793,90	793,90	793,90	793,90	793,90	793,90	793,90	793,90	6 351,20
5. Налог на прибыль (20%)	158,78	158,78	158,78	158,78	158,78	158,78	158,78	158,78	158,78	1 270,24
6. Чистая прибыль	635,12	635,12	635,12	635,12	635,12	635,12	635,12	635,12	635,12	5 080,96
7. Поток реальных средств										
7.1. По шагам	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	11 368,96
7.2. Нарастающим итогом	1 421,12	2 842,24	4 263,36	5 684,48	7 105,60	8 526,72	9 947,84	11 368,96		
8. Поток дисконтированных средств										
8.1. По шагам	1 421,12	1 194,22	1 003,54	843,32	708,67	595,52	500,44	420,53		6 687,36
8.2. Нарастающим итогом	1 421,12	2 615,34	3 618,88	4 462,20	5 170,87	5 766,39	6 266,82	6 687,36		

Выручка от реализации рассчитывается исходя из количества услуг и цены на них. Предположим, что выручка каждый год повышается на несколько процентов, из следующих факторов: объема реализации, уровня средне реализационных цен и так далее.

Таблица 7.8 – Поток денежных средств от инвестиционной и операционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Поток реальных средств (ЧРД)									
1.1. По шагам	- 2 508,88	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	7 438,96
1.2. Нарастающим итогом.	- 2 508,88	- 1 087,76	333,36	1 754,48	3 175,60	4 596,72	6 017,84	7 438,96	
2. Поток дисконтированных средств(ЧДД)									
2.1. По шагам	- 2 508,88	1 194,22	1 003,54	843,32	708,67	595,52	500,44	420,53	2 757,36
2.2. Нарастающим итогом.	- 2 508,88	- 1 314,66	- 311,12	535,20	1 240,87	1 836,39	2 336,82	2 757,36	

Таблица 7.9 – Поток денежных средств от инвестиционной и операционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Поток реальных средств (ЧРД)									
1.1. По шагам	- 2 508,88	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	7 438,96
1.2. Нарастающим итогом.	- 2 508,88	- 1 087,76	333,36	1 754,48	3 175,60	4 596,72	6 017,84	7 438,96	
2. Поток дисконтированных средств(ЧДД)									

Продолжение таблицы 7.9

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
2.1. По шагам	- 2 508,8 8	1 194,2 2	1 003,5 4	843,3 2	708,67	595,52	500,44	420,53	2 757,3 6
2.2. Нарастающим итогом.	- 2 508,8 8	- 1 314,6 6	-311,12	535,2 0	1 240,8 7	1 836,3 9	2 336,8 2	2 757,3 6	

Таблица 7.10 – Сальдо денежных потоков

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Поток реальных средств									
1.1. По шагам	1 421, 12	1 421, 12	1 421, 12	1 421, 12	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	11 368,9 6
1.2. Нарастающим итогом (СРД).	1 421, 12	2 842, 24	4 263, 36	5 684, 48	7 105,6 0	8 526,7 2	9 947,8 4	11 368, 96	

Далее определим внутреннюю норму доходности данного инвестиционного проекта. При ставке дисконтирования $a = \text{ВНД ЧДД}$ обращается в ноль (или $\rightarrow 0$). Для оценки эффективности проекта значения ЧДД необходимо сопоставлять с нормой дисконта (a). Инвестиционные проекты, у которых $\text{ВНД} > a$, имеют положительную ЧДД и поэтому эффективны. Проекты, у которых $\text{ВНД} < a$ имеют отрицательный ЧДД и поэтому неэффективны. При этом ставка внутренней нормы доходности составила 108%. Таким образом, проект по открытию салона «Pretty woman» эффективен.

Рассчитаем значение ЧДД для различных значений нормы дисконтирования, результаты расчётов сведём в таблицу 7.11

Таблица 7.11 – Норма дисконта и чистый дисконтированный доход.

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
0	-2 508,88	1 421,12	1 421,12	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	7 438,96
0,1	-2 508,88	1 291,93	1 174,48	1 067,7 1	1 970,6 4	1 882,4 0	1 802,1 9	1 729,2 6	4 409,73
0,2	-2 508,88	1 184,27	986,89	822,4 1	685,3 4	571,1 2	475,9 3	396,6 1	2 613,68
0,3	-2 508,88	1 093,17	840,90	646,8 5	497,5 7	382,7 5	294,4 2	226,4 8	1 473,26
0,4	-2 508,88	1 015,09	725,06	517,9 0	369,9 3	264,2 4	188,7 4	134,8 1	706,89
0,5	-2 508,88	947,41	631,61	421,0 7	280,7 2	187,1 4	124,7 6	83,17	167,01
0,6	-2 508,88	888,20	555,13	346,9 5	216,8 5	135,5 3	84,71	52,94	- 228,58
0,7	-2 508,88	835,95	491,74	289,2 6	170,1 5	100,0 9	58,88	34,63	- 528,18
0,8	-2 508,88	789,51	438,62	243,6 8	135,3 8	75,21	41,78	23,21	- 761,50
0,9	-2 508,88	747,96	393,66	207,1 9	109,0 5	57,39	30,21	15,90	- 947,52
1	-2 508,88	710,56	355,28	177,6 4	88,82	44,41	22,21	11,10	-1 098,86
0,5200	-2 508,88	934,95	615,10	404,6 7	266,2 3	175,1 5	115,2 3	75,81	78,25
0	-2 508,88	1 421,12	1 421,12	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	1 421,1 2	7 438,96
0,1	-2 508,88	1 291,93	1 174,48	1 067,7 1	1 970,6 4	1 882,4 0	1 802,1 9	1 729,2 6	4 409,73

Значение ВНД приведено на рисунке 7.1

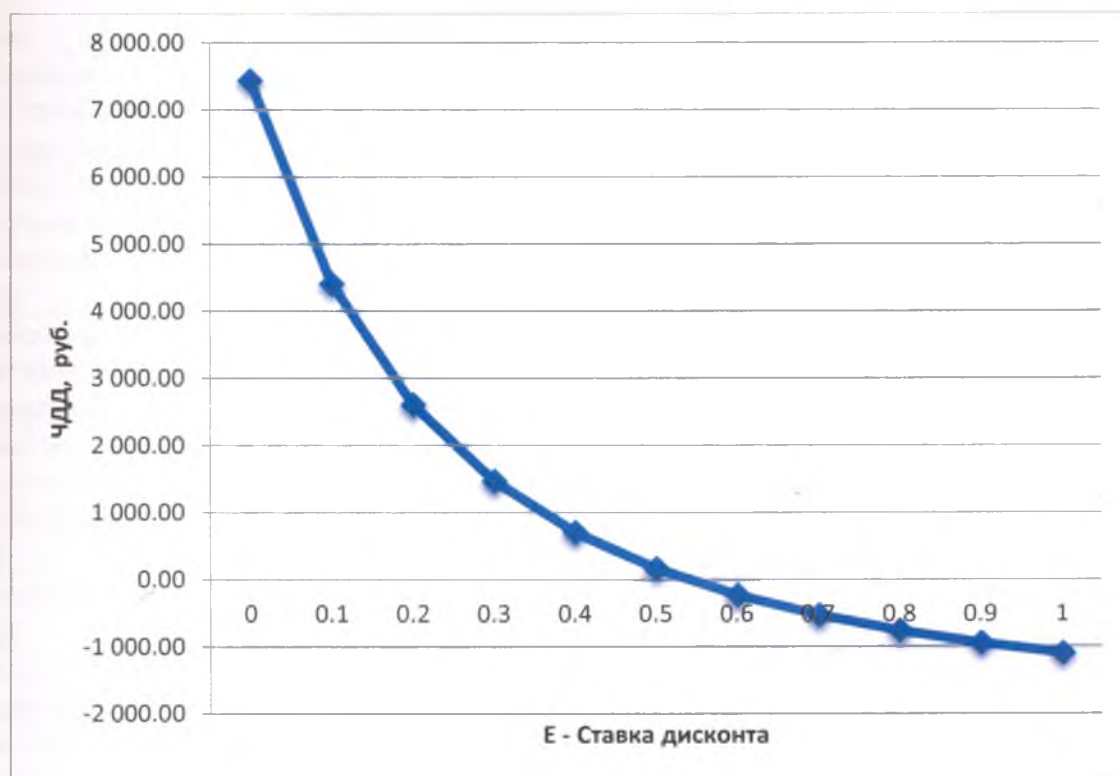


Рисунок 7.1 – Значение внутренней нормы доходности проекта

В результате получены следующие показатели коммерческой эффективности проекта:

- сумма инвестиционных вложений – 3930 тыс. руб. – окупается в течение 1,9 года;
- чистая прибыль за первый год реализации проекта составила 635,12 тыс. руб.;
- в целом, с 2016 по 2021 гг. чистый дисконтированный доход составил 6687,36 тыс. руб.;
- индекс доходности проекта составил 1,7;
- ставка внутренней нормы доходности составила 52%.

В свою очередь, эффективность проекта за 7 лет представлена в таблице 7.12

Таблица 7.12 – Расчет эффективности инвестиционного проекта

Показатель	0	1	2	3	4	5	6	7
Поток реальных средств от инвестиционной деятельности	-3 930,00							
Поток дисконтированных средств от инвестиционной деятельности	-3 930,00							
Поток реальных средств от операционной деятельности	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12	1 421,12
Поток дисконтированных средств от операционной деятельности	1 421,12	194,22	003,54	843,32	708,67	595,52	500,44	420,53
Чистый реальный доход (ЧРД)	-2 508,88	-1 087,76	333,36	754,48	3 175,60	4 596,72	6 017,84	7 438,96
Чистый дисконтированный доход (ЧДД)	-2 508,88	-1 314,66	-311,12	532,20	1 240,87	1 836,39	2 336,82	2 757,36
Сальдо денежных потоков (СДП)	1 421,12	2 842,24	4 263,36	5 684,48	7 105,60	8 526,72	9 947,84	11 368,96

Эффективность рассматриваемого проекта представлена на рисунке 7.2

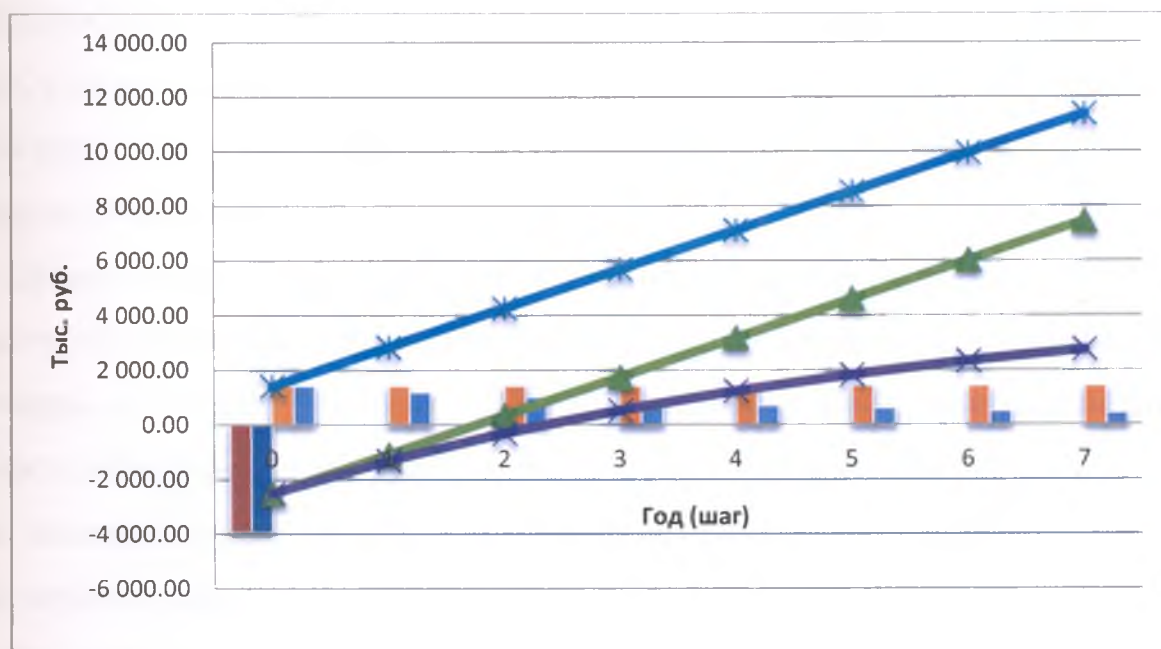


Рисунок 7.2 – Эффективность инвестиционного проекта открытия салона «Pretty woman»

Полученные результаты позволили прийти к следующим выводам: положительный чистый дисконтированный доход и индекс доходности, превосходящий единицу позволяют охарактеризовать проект как эффективный, внутренняя норма доходности и срок окупаемости устраивает инвестора, положительное сальдо денежных потоков свидетельствует об осуществимости проекта при избранной схеме финансирования.

Таким образом, расчет показателей экономической эффективности проекта говорит о его эффективности и целесообразности реализации.

7.4 Анализ чувствительности проекта к риску

Анализ и оценка рисков занимают важное место в системе анализа долгосрочных инвестиций. Модели оценки капитальных активов предполагают, что инвесторы не склонны рисковать, поэтому из двух активов, приносящих равный доход, выберут тот, риск которого меньше. При этом под риском понимается вероятность получения меньших доходов (или прироста стоимости актива), чем ожидается инвестором. Считается, что анализ инвестиций проводится в условиях риска, а не неопределенности, так как экономические субъекты активно собирают необходимую им информацию и могут с достаточной степенью точности судить о вероятности событий.

Правило принятия решения об инвестировании базируется на расчёте ЧДД. Инвестиционный проект принимается, если $ЧДД > 0$; инвестиционный проект отвергается, если $ЧДД < 0$; если $ЧДД = 0$, то следует для принятия решения рассмотреть обстоятельства. Выходящие за рамки критерия (например, экологические, социальные) или учесть открывающиеся новые технические, рыночные или иные перспективы.

Для определения степени чувствительности проекта к риску строится соответствующая диаграмма, которую называют также «диаграммой паука». Для по-

строения диаграммы «Паук» вычисляем вариации значений NPV при изменении данных параметров.

Необходимо провести анализ чувствительности каждого варианта проекта. Для этого выбирается интервал наиболее вероятного диапазона изменения каждого фактора.

Предположим такие факторы:

- выручка (экономический эффект) (-10%; +10%);
- текущие издержки (-15%; +15%);
- налоги (-5%; +5%).

Для каждого фактора определяется зависимость: ЧДД(В); ЧДД(ТИ) и ЧДД(Н).

Полученные зависимости чистой текущей стоимости от факторов изобразим графически. Значения ЧДД на каждой прямой, соответствующие крайним точкам диапазона, образуют фигуру, напоминающую паука.

Если изменения ЧДД при заданной вариации параметров будут находиться в положительной области, то проект не имеет риска. Если значения ЧДД попадают в отрицательную область, то решение об оптимальном варианте, выбранном на основе критериев, следует пересмотреть с учётом анализа чувствительности проекта.

Произведем расчёт прироста чистого дисконтированного дохода при определённых вариациях факторов и внесем результаты расчёта в таблицу 7.14.

Таблица 7.13 – Анализ чувствительности проекта открытия салона «Pretty woman»

	-30%	-20%	-10%	0	10%	20%	30%
Экономический эффект	1 337,47			6 687,36			12 037,24
Текущие издержки		10 566,02		6 687,36		2 808,69	
Налоги			6 754,23	6 687,36	6 620,48		

Рассчитав изменение ЧДД при вариации факторов по диаграмме «Паук», рисунок 7.3, видно, что мероприятие не имеет риска, так как график находится в положительной области построения, что говорит об экономической целесообразности проведения мероприятия.

Диаграмма чувствительности проекта представлена на рисунке 7.3

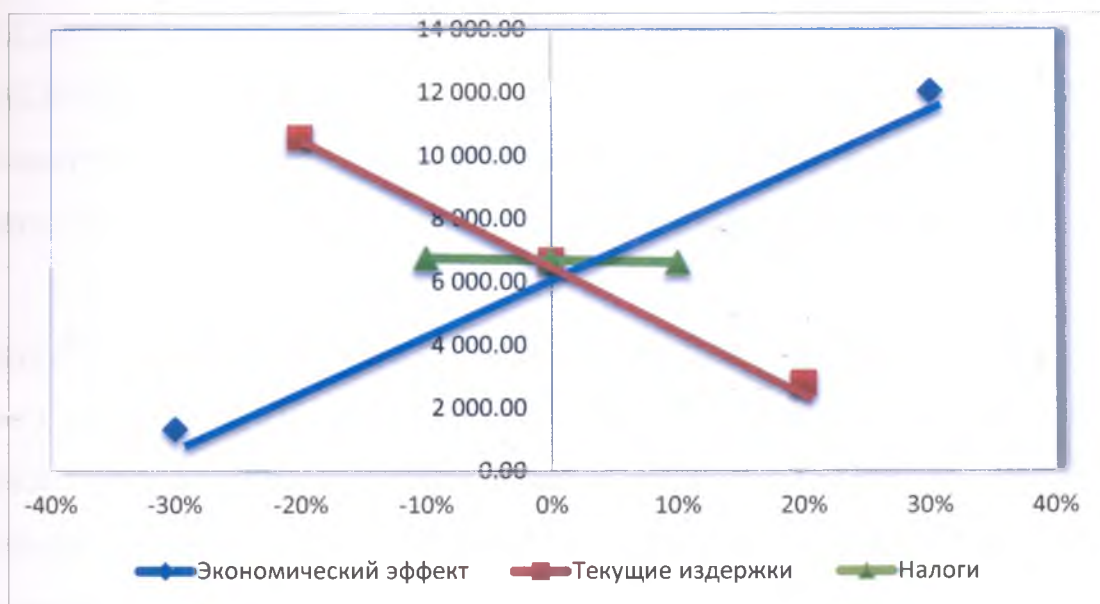


Рисунок 7.3 – Анализ чувствительности проекта открытия салона «Pretty woman»

Таким образом, в результате расчетов данного проекта получены следующие показатели коммерческой эффективности:

- сумма инвестиционных вложений – 3000 тыс. руб. – окупается в течение 1,9 года;
- чистая прибыль за первый год реализации проекта составила 635,12 тыс. руб.;
- в целом, с 2016 по 2023 гг. ЧДД составил тыс. руб.;
- индекс доходности проекта составил 1,7;
- ставка внутренней нормы доходности составила 52%.

7.5 Оценка проекта внедрения аппарата DERMACHECK

для повышения эффективности работы студии

В целях популяризации салона красоты «Pretty woman» необходимо в его работе использовать инновационное оборудование, например, аппарат DERMACHECK.

DERMACHECK – это профессиональная система диагностики состояния кожи, важный инструмент для продажи косметических процедур в салоне и средств для домашнего ухода (приложение 10). Стоимость аппарата составляет 1005 тыс. руб.

Многофункциональные датчики и сканер позволяют получить изображение лица высокого качества в УФ и поляризационном свете, что дает возможность провести анализ уровня увлажненности кожи и уровня липидов, количества и глубины морщин, видимых и скрытых пор, пигментации, эластичности, цвета и температуры кожи.

Сравнение показателей путем наложения трехмерного изображения позволяет провести подробный анализ состояния кожи, составить рекомендации. Аппарат позволяет спрогнозировать, как будет выглядеть кожа клиента через несколько лет, если клиент будет следовать рекомендациям, или напротив, не будет предпринимать никаких мер.

Собрав всю информацию о клиенте, аппарат рекомендует наиболее подходящую программу ухода в салоне и средства для домашнего ухода. Все собранные данные, изображения и рекомендации хранятся в аппарате, и их можно сравнить после проведенного курса процедур.

Таким образом, правильно подобранное оборудование для салонов красоты позволит не только облегчить труд косметолога, но и принесет немалую экономическую выгоду владельцу салона. Аппаратная косметология позволяет добиться лучших результатов в работе за минимум времени. К тому же при использовании аппаратной косметологии существенно экономятся профессиональные космети-

ческие средства по сравнению с их ручным использованием. Ведь расход материалов дозируется более точно. К тому же использование специализированных аппаратов при проведении косметологических процедур занимает намного меньше времени, чем при аналогичных «ручных» методиках.

Итак, для осуществления проекта требуется произвести единовременные затраты в сумме 1005 тыс. руб. на приобретение аппарата DERMACHECK.

Инвестиции для приобретения аппарата будут осуществляться за счет собственных средств.

Инвестиции по проекту представлены в таблице 7.17

Таблица 7.14 – Инвестиции проекта внедрения аппарата DERMACHECK

Наименование	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес в % к итогу
1. Оборудование		
1. Аппарат DERMACHECK	1005	100,00
Итого	1 005,00	
Всего	1 005,00	

Кроме единовременных затрат реализация инвестиционного мероприятия приведет к появлению текущих затрат, а именно это ФОТ (30% от выручки – оплата косметологу), страховые взносы, затраты на техническое обслуживание – 2 тыс. руб./квартал. Также предполагаются амортизационные отчисления в размере 20% в год.

Таблица 7.15 – Текущие затраты по проекту внедрения аппарата DERMACHECK за год

В тыс. руб.

Наименование	Всего текущих затрат, тыс. руб.
1. Амортизация основных фондов	150,75
2. ФОТ	171,0
3. Налоги с ФОТ	51,3
4. Прочие затраты (техобслуживание)	18,00

Продолжение таблицы 7.15

Наименование	Всего текущих затрат, тыс. руб.
Итого затрат:	391,1
Текущие издержки без амортизации	240,3

Осуществление обозначенных затрат будет являться целесообразным в случае получения экономического эффекта (выручки от оказания услуг) в размере 570 тыс. руб. в год. Экономический эффект от инвестиционного мероприятия образуется в результате увеличения выручки на 5% за счет популяризации салона, следовательно, это приводит к повышению лояльности клиентов и увеличению его посещаемости.

В основу расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта лежат следующие условия:

- продолжительность периода планирования принята 7 лет (7 шагов);
- в качестве шага планирования берется 1 год;
- цены и нормы не изменяются в течение периода планирования;
- норма дисконта 19% установлена из условий: ключевой ставки ЦБ РФ на 01.01.2016 г. – 11%; риска недополучения прибыли 8%.

Сделанные предположения характеризуют оценку эффективности проекта как предварительную, требующую уточнение в дальнейшем. Результаты расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта представлены в таблицах Excel к данной работе.

Результаты расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта представлены в таблицах 7.17 – 7.21. Расчет эффективности инвестиционного проекта мы начали с экономического описания инвестиционной деятельности (таблица 7.19), операционной (таблица 7.20) и финансовой деятельности (таблица 7.22), возникающих в связи с проектом. Итоговые данные этих таблиц были использованы при расчете сальдо денежных потоков (таблица 7.23)

Таблица 7.16 – Поток денежных средств от инвестиционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Расходы на приобретение активов, всего	1 005,00								1 005,00
в том числе:									
за счет собственных средств	1 005,00								
за счет заемных средств.	0,00								0,00
2. Поток реальных средств									
2.1. По шагам	- 1 005,00								- 1 005,00
2.2. Нарастающим итогом	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	
3. Поток дисконтированных средств									
3.1. По шагам	- 1 005,00								- 1 005,00
3.2. Нарастающим итогом	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	

Таблица 7.17 – Поток денежных средств от операционной деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Экономический эффект от проекта	570,0	884,7	884,7	884,7	884,7	884,7	884,7	884,7	6 763,2
2. Текущие издержки	240,3	353,0	353,0	353,0	353,0	353,0	353,0	353,0	2 711,3
3. Амортизация основных средств	150,8	201,0	201,0	201,0	201,0	12,0			966,8
4. Валовый доход	179,0	330,7	330,7	330,7	330,7	519,7	531,7	531,7	3 085,2

Продолжение таблицы 7.17

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
5. Налог на прибыль (20%)	35,8	66,1	66,1	66,1	66,1	103,9	106,3	106,3	617,0
6. Чистая прибыль	143,2	264,6	264,6	264,6	264,6	415,8	425,4	425,4	468,1
7. Поток реальных средств									
7.1. По шагам	293,9	465,6	465,6	465,6	465,6	427,8	425,4	425,4	434,9
7.2. Нарастающим итогом	293,9	759,5	225,1	690,7	156,3	584,1	009,5	434,9	
8. Поток дисконтированных средств									
8.1. По шагам	293,9	391,3	328,8	276,3	232,2	179,3	149,8	125,9	977,4
8.2. Нарастающим итогом	293,9	685,2	014,0	290,2	522,4	701,7	851,5	977,4	

Таблица 7.18 – Поток денежных средств от инвестиционной и операционной деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0 2016	1 2017	2 2018	3 2019	4 2020	5 2021	6 2022	7 2023	
1. Экономический эффект от проекта	570,0	884,7	884,7	884,7	884,7	884,7	884,7	884,7	6 763,2
2. Текущие издержки	240,3	353,0	353,0	353,0	353,0	353,0	353,0	353,0	2 711,3
3. Амортизация основных средств	150,8	201,0	201,0	201,0	201,0	12,0			966,8
4. Валовый доход	179,0	330,7	330,7	330,7	330,7	519,7	531,7	531,7	3 085,2
5. Налог на прибыль (20%)	35,8	66,1	66,1	66,1	66,1	103,9	106,3	106,3	617,0
6. Чистая прибыль	143,2	264,6	264,6	264,6	264,6	415,8	425,4	425,4	2 468,1
7. Поток реальных средств									
7.1. По шагам	293,9	465,6	465,6	465,6	465,6	427,8	425,4	425,4	3 434,9
7.2. Нарастающим итогом	293,9	759,5	1 225,1	690,7	156,3	584,1	009,5	434,9	

Продолжение таблицы 7.18

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0 2016	1 2017	2 2018	3 2019	4 2020	5 2021	6 2022	7 2023	
8. Поток дисконтированных средств									
8.1. По шагам	293,9	391,3	328,8	276,3	232,2	179,3	149,8	125,9	1 977,4
8.2. Нарастающим итогом	293,9	685,2	1 014,0	1 290,2	1 522,4	1 701,7	1 851,5	1 977,4	

Таблица 7.19 – Поток денежных средств от финансовой деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2019	2020	
1. Собственный капитал.	1 005,00								1 005,00
2. Поток реальных средств									
2.1. По шагам	1 005,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 005,00
2.2. Нарастающим итогом.	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	
3. Поток дисконтированных средств									
3.1. По шагам	1 005,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 005,00
3.2. Нарастающим итогом.	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	1 005,00	

Таблица 7.20 – Сальдо денежных потоков

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Поток реальных средств									
1.1. По шагам	293,91	465,60	465,60	465,60	465,60	427,80	425,40	425,40	3 434,88
1.2. Нарастающим итогом (СРД).	293,91	759,51	1 225,10	1 690,70	2 156,29	2 584,09	3 009,49	3 434,88	

Таблица 7.21 – Норма дисконта и чистый дисконтированный доход.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0	1	2	3	4	5	6	7	
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
0	-711,09	465,60	465,60	465,60	465,60	427,80	425,40	425,40	2429,88
0,1	-711,09	423,27	384,79	349,81	318,01	265,63	240,12	218,30	1488,83
0,2	-711,09	388,00	323,33	269,44	224,54	171,92	142,46	118,72	927,32
0,3	-711,09	358,15	275,50	211,92	163,02	115,22	88,13	67,79	568,65
0,4	-711,09	332,57	237,55	169,68	121,20	79,54	56,50	40,35	326,30
0,5	-711,09	310,40	206,93	137,95	91,97	56,34	37,35	24,90	154,74
0,6	-711,09	291,00	181,87	113,67	71,04	40,80	25,36	15,85	28,50
0,7	-711,09	273,88	161,11	94,77	55,75	30,13	17,62	10,37	-67,47
0,8	-711,09	258,66	143,70	79,83	44,35	22,64	12,51	6,95	-142,44
0,9	-711,09	245,05	128,97	67,88	35,73	17,28	9,04	4,76	-202,38
1	-711,09	232,80	116,40	58,20	29,10	13,37	6,65	3,32	-251,25



Рисунок 7.4 – Значение внутренней нормы доходности проекта

В результате получены следующие показатели коммерческой эффективности проекта:

- сумма инвестиционных вложений – 1005 тыс. руб. – окупается в течение 1,6 года;
- чистая прибыль за первый год реализации проекта составила 264,6 тыс. руб.;

- в целом, с 2016 по 2023 гг. ЧДД составил 1977,4 тыс. руб.;
- индекс доходности проекта составил 1,96;
- ставка внутренней нормы доходности составила 62%.

В свою очередь, эффективность проекта внедрения аппарата DERMACHECK представлена в таблице 7.22

Таблица 7.22 – Эффективность проекта внедрения аппарата DERMACHECK

Показатель	0	1	2	3	4	5	6	7
Поток реальных средств от инвестиционной деятельности	-1 005,00							
Поток дисконтированных средств от инвестиционной деятельности	-1 005,00							
Поток реальных средств от операционной деятельности	293,91	465,60	465,60	465,60	465,60	427,80	425,40	425,40
Поток дисконтированных средств от операционной деятельности	293,91	391,26	328,79	276,29	232,18	179,27	149,80	125,88
Чистый реальный доход (ЧРД)	-711,09	245,49	220,10	685,70	151,29	579,09	004,49	429,88
Чистый дисконтированный доход (ЧДД)	-711,09	319,83	8,95	285,25	517,42	696,69	846,49	972,37
Сальдо денежных потоков (СДП)	293,91	759,51	1	1	2	2	3	3
	293,91	759,51	225,10	690,70	156,29	584,09	009,49	434,88

Эффективность рассматриваемого проекта представлена на рисунке 7.5

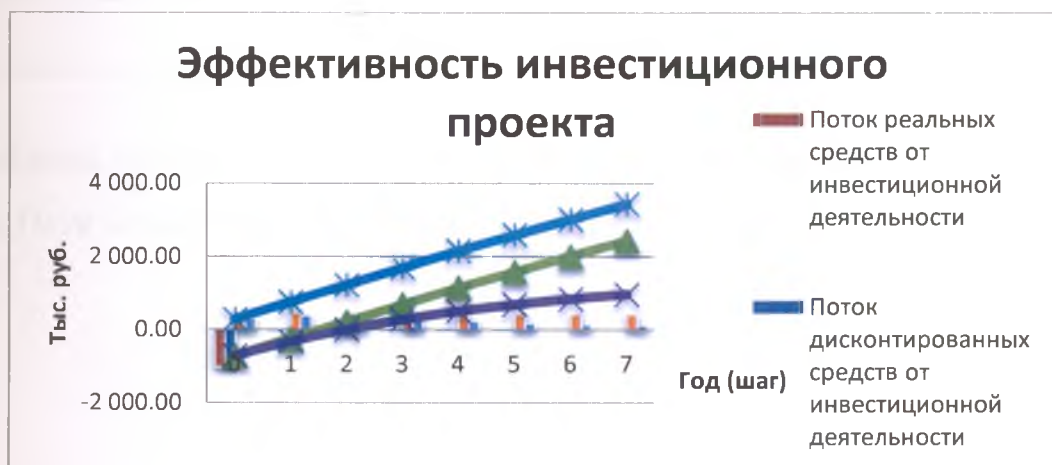


Рисунок 7.5 – Эффективность инвестиционного проекта внедрения аппарата DERMACHECK

Полученные результаты позволили прийти к следующим выводам: положительный чистый дисконтированный доход и индекс доходности, превосходящий единицу позволяют охарактеризовать проект как эффективный, внутренняя норма доходности и срок окупаемости устраивает инвестора, положительное сальдо денежных потоков свидетельствует об осуществимости проекта при избранной схеме финансирования.

Таким образом, расчет показателей экономической эффективности проекта говорит о его эффективности и целесообразности реализации.

Необходимо провести анализ чувствительности каждого варианта проекта. Для этого выбирается интервал наиболее вероятного диапазона изменения каждого фактора. Предположим такие факторы: выручка (экономический эффект) (-10%; +10%); текущие издержки (-15%; +15%); налоги (-5%; +5%). Произведем расчёт прироста чистого дисконтированного дохода при вариациях факторов и внесем результаты расчёта в таблицу 7.12

Таблица 7.23 – Анализ чувствительности проекта внедрения аппарата
DERMACHECK

	-15%	-10%	-5%	0	5%	10%	15%
Экономический эффект	395,47			1 977,37			3 559,27
Текущие издержки		3 124,25		1 977,37		830,50	
Налоги			1 997,15	1 977,37	1 957,60		

Из таблицы очевидно, проект по всем показателям является достаточно устойчивым. Паук «чувствительности проекта» представлен на рисунке 7.6

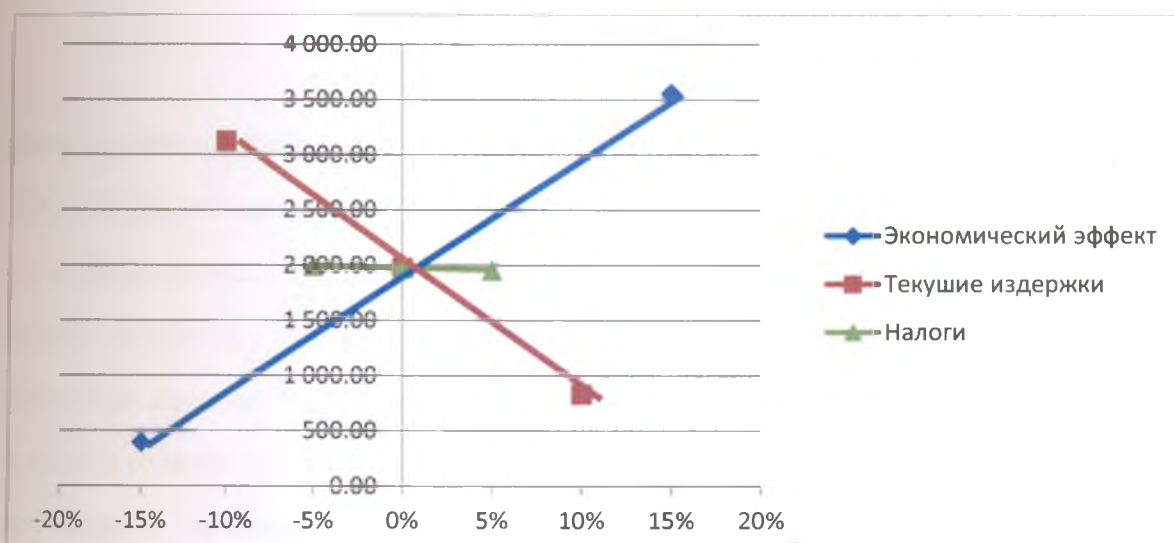


Рисунок 7.6 – Анализ чувствительности проекта внедрения аппарата DERMACHECK

Рассчитав изменение ЧДД при вариации факторов по диаграмме «Паук», рисунок 7.6, видно, что мероприятие не имеет риска, так как график находится в положительной области построения, что говорит об экономической целесообразности проведения мероприятия.

Таким образом, в результате расчетов проекта внедрения аппарата DERMACHECK получены следующие показатели эффективности:

- сумма инвестиционных вложений – 1005 тыс. руб. – окупается в течение 1,6 года;
- чистая прибыль за первый год реализации проекта составила 264,6 тыс. руб.;
- в целом, за 2016 по 2023 гг. – ЧДД составил 1977,4 тыс. руб.;
- индекс доходности проекта составил 1,96;
- ставка внутренней нормы доходности составила 62%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, данным бизнес-планом предполагается открытие салона красоты ООО «Pretty woman» в г. Нижневартовске. Открытие салона будет финансироваться за счет личных средств собственников на сумму 1300 тыс. руб.

Следует отметить, что конкуренция среди салонов красоты г. Нижневартовска достаточно велика, среди потенциальных конкурентов создаваемого салона следует особо отметить те предприятия, которые находятся в этом же микрорайоне: это салоны красоты «Римма», «Анжелика», «Александрия», «Престиж», «Велла-Стиль», эстетик-студия «Ангел» и др.

Рынок салонов красоты г. Нижневартовска насыщен, но продолжает расти, главным образом, за счет маленьких организаций. В структуре рынка все большую долю занимает эконом-класс. Количество игроков в этом сегменте будет увеличиваться. В этом сегменте компании будут улучшать качество обслуживания, расширять ассортимент услуг за счет новых программ, накопительные и бонусные программы для постоянных клиентов. ООО «Pretty woman» планирует занять нишу салонов красоты эконом-класса.

Действующая организационная структура рассматриваемой организации – линейно-функциональная. Она подходит для таких небольших предприятий, как салон красоты «Pretty woman», поскольку некоторые недостатки подобных структур на небольших предприятиях отсутствуют.

Открытие салона красоты планируется на апрель 2016 г. (регистрационные процедуры бизнеса, приобретение, транспортировка и монтаж оборудования, ремонт и подготовка арендуемого помещения салона планируется произвести в январе-марте 2016 г.).

В целях успешного конкурентирования салону красоты «Pretty woman» следует использовать следующие методы маркетинга:

- систематическое исследование потребностей (исходя из объемов продаж определенных товаров и услуг) и мнений клиентов путем опроса или анкетирования (ориентация на потребителя);
- изучение конкурентной среды и достижений конкурентов;
- планирование бюджета маркетинга (например, расходов на рекламу) и проведение контроля над всеми мероприятиями практического маркетинга;
- анализ ценовой политики конкурентов и эффективное ценообразование.

Среднее количество проданных услуг салона при выходе на полную мощность в 4-м квартале будет составлять в месяц примерно 1740 услуг (в смену в среднем 58 оказанных услуг), стоимость услуги в среднем составляет 800 рублей. В итоге в высокий сезон предприятие будет ежемесячно зарабатывать 1179,7 тыс. руб. (за вычетом налога на добавленную стоимость).

Итак, для осуществления проекта требуется произвести единовременные затраты в сумме 1,3 млн. руб., в т.ч.:

- оснащение парикмахерского зала (инструменты, инвентарь, мебель);
- оснащение кабинета маникюра и педикюра (инструменты, инвентарь, мебель);
- регистрация бизнеса;
- расходные и косметические материалы;
- прочее оснащение (мебель, оргтехника).

В основу расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта лежат следующие условия:

- продолжительность периода планирования принята 5 лет (5 шагов);
- в качестве шага планирования берется 1 год;
- цены, тарифы и нормы не изменяются на протяжении всего периода планирования;
- норма дисконта установлена из условий: ключевой ставки ЦБ РФ на 01.01.2016 г. – 11%; риска недополучения прибыли 8%.

Таким образом, в результате расчетов данного проекта получены следующие

показатели коммерческой эффективности:

- сумма инвестиционных вложений – 1300 тыс. руб. – окупается в течение 1 года 9 месяцев;
- чистая прибыль за первый год реализации проекта составила 71,8 тыс. руб.;
- в целом, с 2016 по 2021 гг. чистая приведенная стоимость составила 2877,9 тыс. руб.;
- индекс доходности проекта составил 3,21;
- ставка внутренней нормы доходности составила 108%.

Расчет показателей экономической эффективности проекта говорит о его эффективности и целесообразности реализации.

Полученные результаты позволили прийти к следующим выводам: положительный чистый дисконтированный доход и индекс доходности, превосходящий единицу позволяют охарактеризовать проект как эффективный, внутренняя норма доходности и срок окупаемости устраивает инвестора, положительное сальдо денежных потоков свидетельствует об осуществимости проекта при избранной схеме финансирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Анализ финансовой отчетности: учебник / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2012. – 368 с.
- 2 Андрушевская, Е.Р. Роль маркетинга в бизнесе салонов красоты / Е.Р. Андрушевская // Маркетинговое управление предприятием. – 2016. – №1. – С. 205-218.
- 3 Бабук, И.М. Инвестиции: финансирование и оценка экономической эффективности. – М.: ВУЗ-ЮНИТИ, 2011. – 161 с.
- 4 Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2014. – 256 с.
- 5 Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 816 с.
- 6 Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань. – М.: Феникс, 2013. – 320 с.
- 7 Горемыкин, В.А. Бизнес-план. Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана. – М.: Ось-89, 2014. – 592 с.
- 8 Инвестиции: Учебник / Под ред. С.В. Валдайцева. – М.: Проспект, 2011. – 592 с.
- 9 Инвестиции / Под ред. В.В. Ковалева, В.В. Иванова, В.А. Лапина. – М.: Проспект, 2012. – 458 с.
- 10 Инвестиции: учеб. пособие / Г.П. Подшиваленко, Н.И. Лахметкина. – М.: КНОРУС, 2012. – 200 с.
- 11 Касьяненко, Т.Г. Инвестиции: [учеб. пособие] / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – М.: Эксмо, 2013. – 240 с.
- 12 Кистерева, Е.В. Инвестиционный бизнес-план: расчет эффективности проекта / Е.В. Кистерева // Справочник экономиста. – 2014. – №5. – С. 54-63.
- 13 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.

- 14 Липсиц, И.В. Экономический анализ реальных инвестиций: учеб. / И.В. Липсиц, В.В. Косов. – М.: Магистр, 2011. – 383 с.
- 15 Любушин, Н.П. Анализ финансового состояния организации. Учеб. пособие / Н.П. Любушкин. – М.: Издательство: «Эксмо», 2012. – 150 с.
- 16 Маркова, В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко. – М.: Проспект, 2012. – 216 с.
- 17 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: Минэкономики РФ, Минфин РФ, Госкомитет по строительству, архитектуре и жилищной политике. – М.: ОАО «НПО Изд-во «Экономика», 2012. – 421 с.
- 18 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. – 256 с.
- 19 Несветаева, Ю.А. Экономическая оценка инвестиций: Учеб. пособие. – М.: МГИУ, 2011. – 163 с.
- 20 Нефедов, Ю.В. Секреты прибыли салона красоты: Руководство для практикующих директоров / Ю.В. Нефедов. – 2-е изд. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 224 с.
- 21 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – М.: Омега-Л, 2013. – 152 с.
- 22 Петухова, С.В. Бизнес-планирование / С.В. Петухова. – М.: Омега – Л, 2013. – 236 с.
- 23 Попов, В.Н. Бизнес-планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 246 с.
- 24 Просветов, Г.И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г.И. Просветов. – М.: Альфа-Пресс, 2013. – 255 с.
- 25 Сборник бизнес-планов: практическое пособие / под ред. Ю.Н. Лапыгина. – М.: Омега-Л, 2014. – 310 с.
- 26 Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации. – М.: Книга сервис, 2015. – 346 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Технологическая карта оказания услуги «Мелирование на фольгу длинных волос»

Подготови- тельные работы	Провести тест на аллергическую реакцию и тест на окрашивание пробной пряди
	Подготовить рабочее место (требуется накидка для окрашивания волос, полотенце, щетка, фольга, осветлитель, перчатки, пластмассовые зажимы, чашка и кисточка)
	Пригласить клиента
	Надеть защитные перчатки, нанести крем вдоль линии волос
	Подготовить осветляющий состав и использовать его сразу же, чтобы он не утратил своих свойств
	Осветлитель разбавляется оксидантом в зависимости от структуры волос
Основные работы	Разделить волосной покров на 4 зоны, закрепить каждую зону пластмассовым зажимом
	Расческой с заостренным концом выделить часть волос в нижней части макушечной зоны головы
	Расческой с заостренным концом выделить часть волос в нижней части макушечной зоны головы
	Выделить пряди волос методом «штопка»
	Пометить листы фольги так, чтобы они были туго натянуты, кистью нанести осветлитель от верхнего края фольги до кончиков волос
	Сложить лист фольги пополам так, чтобы соединить края. Согнуть до середины правый край фольги, пользуясь расческой. Затем также согнуть левый край. Загнуть нижний край листка фольги вверх и закрепить.
	Выделить подсекцию волос в 1,8 см и протянуть ее посередине листка фольги. Заколоть эту прядь в верхней части. (Отметить разницу в размере подсекций, обернутых и не обернутых в фольгу.)
	Нанести осветлитель, равномерно распределяя его по прядям. Завернуть в фольгу. Избегать вытекания осветлителя на волосы и прикорневую зону.
	Продолжать работу в центральной задней зоне головы, пока не будет завершена работа над всей секцией.
	Продолжать отделять пряди, двигаясь в выбранном направлении рисунка мелирования волос, пока последний лист фольги не будет помещен на волосы.
Заключительные работы	Позатпно выделять пряди, подкладывая фольгу, выполнять мелирование волос. Оставить осветлитель на волосах на оптимальный период времени, определенный с помощью теста на пробной пряди. Время от времени проверять, достигнута ли достаточная степень осветления.
	Снять листки фольги по одному. Сразу прополоскать волосы во избежание попадания краски на необработанные волосы. Нанести бальзам от основания до кончиков. Подождать, чтобы состав полностью впитался. Прополоскать волосы. Вымыть шампунем.
	Уложить волосы. Провести стандартные санитарно-гигиенические процедуры, как для процесса окрашивания полумерманентным красителем.
	После выполнения мелирования можно использовать оттеночные шампуни с нейтрализацией желтизны для придания более холодного оттенка.

Оснащение помещений предприятия

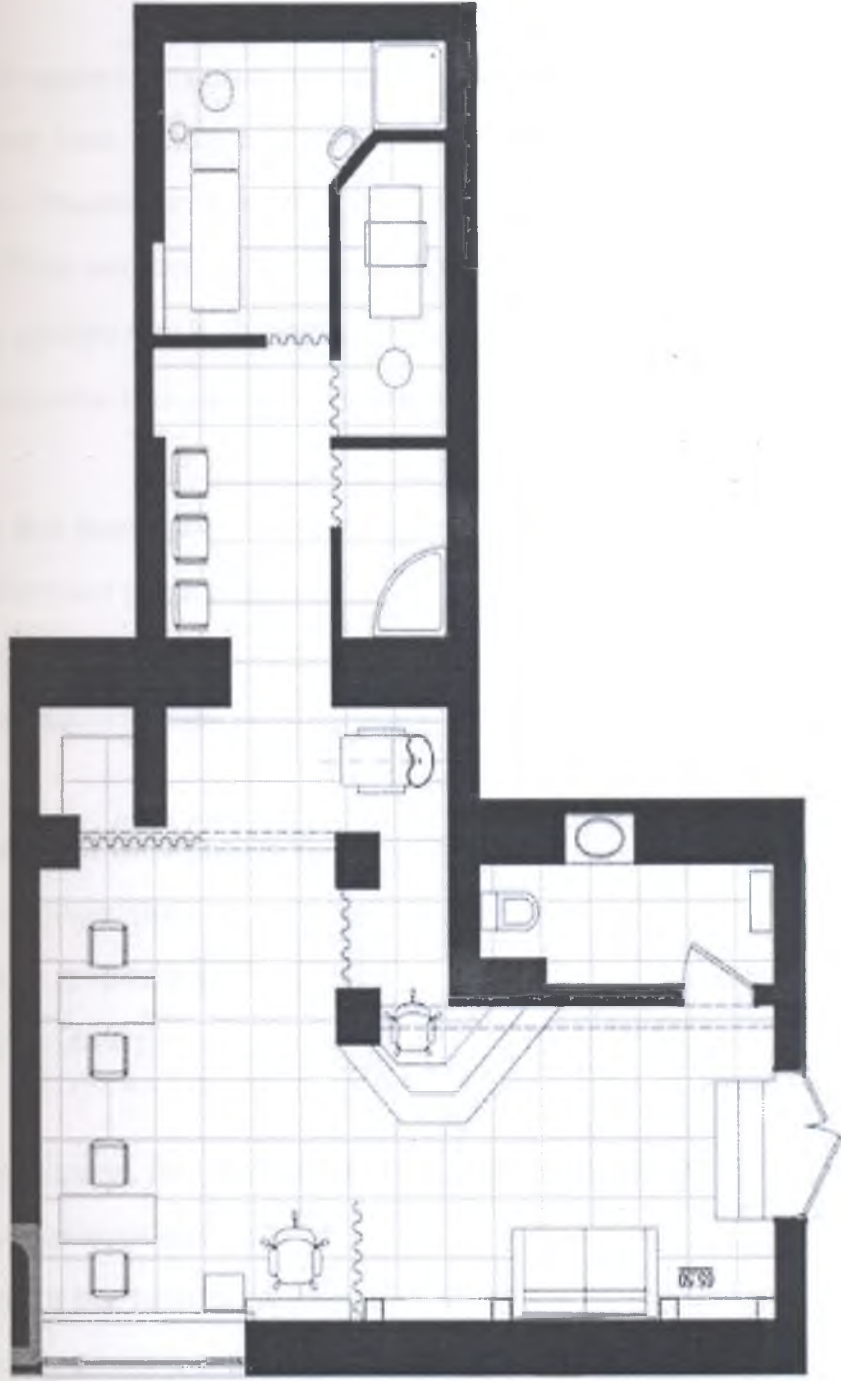
Наименование предмета	Габаритные размеры, м.	Количество единиц оборудования, шт.
Парикмахерский зал		
1 Рабочая полочка с зеркалом	0,25×0,50	3
2 Рабочее кресло с гидropодъемником	0,60×0,65	3
3 Климатон (с функцией сушyара)	0,50×0,50	1
4 Рабочее место для мытья головы	0,65×1,25	1
5 Передвижная тележка для инструментов	0,40×0,40	3
6 Стерилизатор	0,25×0,40	1
7 Шкаф для парфюмерии и препаратов	0,50×1,20	1
8 Бачок для волос	0,30×0,40	1
9 Бачок для использованного белья	0,30×0,40	1
10 Тележка для полотенец	0,30×0,45	1
11 Светильники настенные		4
Кабинет маникюра, педикюра		
1 Стол маникюрный	1,2×0,5	1
Стул для мастера		1
Стул для клиентов		1
2 Кресло передвижное для мастера	0,35×0,35	1
3 Кресло для клиента	0,50×0,60	1
4 Раковина для мытья рук	0,30×0,45	2
5 Стерилизатор	0,25×0,40	1
6 Тумба для препаратов	0,50×1	1
7 Емкость для использованного белья	0,30×0,40	1
8 Ведро для мусора	0,20×0,20	1
9 Лампа настольная		1
Косметологический кабинет		
1 Стул	0,35×0,35	1
2 Кушетка	1,80×0,80	1
3 Кресло для клиента	0,55×0,60	1
4 Стол для инструментов и препаратов	0,5×0,95	1
5 Шкаф для чистого белья	0,50×1,00	1
6 Раковина	0,30×0,45	1
7 Емкость для использованного белья	0,30×0,40	1
8 Ведро для мусора	0,20×0,20	1
9 Светильник для освещения рабочего места		1

Продолжение приложения Б

Наименование предмета	Габаритные размеры, м.	Кол-во единиц оборудования, шт.
Солярий		
1 Солярий (аппарат)		1
2 Стул	0,35×0,35	1
3 Шкаф с плечиками	0,55×1,50	1
Зал ожидания		
1 Диван для посетителей	0,60×1,20	1
2 Журнальный столик	0,50×0,75	1
3 Телевизор		1
4 Кулер	0,40×0,40	1
Зона администратора		
1 Стойка для администратора	2,0×1,50	1
2 Стул	0,35×0,35	1
3 Кассовый аппарат		1
Гардеробная		
1 Шкафы с плечиками	0,55×1,50	1
Помещение для хранения парфюмерии		
1 Стеллажи	0,50×1,50×1,70	2
2 Тумбочки	0,45×0,75	2
Помещение для хранения уборочного инвентаря		
1 Шкафы для хранения дезинфицирующих и моющих средств	0,50×1,50×1,70	1
Прачечная		
1 Стиральная машина	1,10×1,10	1
2 Шкафы для хранения чистого белья	0,50×1,50×1,70	1
3 Бочки для грязного белья	0,60×0,60	1
4 Гладильная доска	0,35×1,20	1
Гардероб для персонала		
1 Шкафы для хранения уличной одежды	0,55×2,00	1
2 Шкафы для рабочей одежды	0,55×2,00	1
3 Лавочки	0,40×1,20	1
Комната отдыха		
1 Кухонный гарнитур	0,60×1,5	1
2 Обеденный стол	1,00×1,20	1
3 Диван	0,70×1,20	1
4 Холодильник	0,60×0,60	1
Уборные		
1 Умывальники	0,35×0,45	1
2 Полочки для мыла	0,15×0,45	2
3 Вешалки для полотенец		2
4 Унитаз	0,40×0,50	1

План салона красоты «Pretty woman»

План салона красоты



Анкета клиента

Милые, очаровательные, прекрасные женщины и уважаемые господа!

Вы посетили наш салон и, наверняка, у Вас остались впечатления. Поделитесь ими с нами. Расскажите, какой уровень сервиса Вы ожидали, насколько Вам понравилась работа мастера, у которого Вы были, что вызвало восторг, а что раздражение. Ваш доверительный рассказ поможет нам стать лучше – именно такими, какими мы нужны Вам, нашим любимым и важным Персонам!

Как часто Вы посещаете салон красоты?

- ✓ Несколько раз в неделю
- ✓ Один раз в неделю
- ✓ Один раз в месяц

В какие дни Вы посещаете салон красоты?

- ✓ Выходные дни
- ✓ Будни (утро, день)
- ✓ Будни (вечер)

Какими услугами Вы пользуетесь в нашем салоне?

- ✓ Парикмахерские услуги
- ✓ Услуги ногтевого сервиса
- ✓ Косметологические сервиса
- ✓ Солярий
- ✓ Прочее

Что для Вас важно при посещении?

- ✓ Месторасположение салона

- ✓ Работа мастера
- ✓ Отношение к Вам персонала салона
- ✓ Качество используемой продукции

Укажите услуги, которые Вам нравятся

Укажите услугу, качеством которой Вы были не удовлетворены. Пожалуйста, поясните

Какие дополнительные услуги Вы хотели бы видеть в салоне?

Оцените работу салона красоты в целом

- ✓ Отлично
- ✓ Хорошо
- ✓ Удовлетворительно
- ✓ Плохо

Комментарий к оценке

Оцените работу администраторов салона красоты

- ✓ Отлично
- ✓ Хорошо
- ✓ Удовлетворительно
- ✓ Плохо

Комментарий к оценке администратора

Оцените работу парикмахеров

- ✓ Отлично
- ✓ Хорошо
- ✓ Удовлетворительно
- ✓ Плохо

Комментарий к оценке парикмахера

Оцените работу мастеров ногтевого сервиса

- ✓ Отлично
- ✓ Хорошо
- ✓ Удовлетворительно
- ✓ Плохо

Комментарий к оценке ногтевого сервиса

Оцените работу косметологов

- ✓ Отлично
- ✓ Хорошо
- ✓ Удовлетворительно
- ✓ Плохо

Комментарий к оценке косметолога _____

Укажите Ваши контактные данные (ФИО, телефон, e-mail)

Спасибо, за Ваш отзыв, как в письменной, так и в устной форме – он поможет нам стать лучше! Пишите, звоните! Мы приложим максимум усилий для того, чтобы наш салон соответствовал всем Вашим ожиданиям!

ПРЕЙСКУРАНТ

цен на персональные услуги
салона красоты ООО "Pretty woman"
на 2016 г.

Наименование видов услуг	Цена услуги - руб.
Парикмахерские услуги	
Женский зал	
Стрижка модельная (короткие, средние волосы)	600
Стрижка модельная (длинные волосы)	750
Подравнивание волос (одним срезом)	300
Стрижка челки	150
Стрижка детская (до 10 лет)	300
Мытье головы	150
Сушка без стайлинга (короткие волосы)	150
Сушка без стайлинга (средние, длинные волосы)	200
Укладка+стайлинг (короткие, средние волосы)	600
Укладка+стайлинг (длинные волосы)	850
Укладка "эффект мокрых волос" (короткие волосы)	650
Укладка "эффект мокрых волос" (средние волосы)	800
Укладка "эффект мокрых волос" (длинные волосы)	1100
Прическа со сложными элементами	1500
Утюг, плойка (средние волосы)	950
Утюг, плойка (длинные волосы)	1100
Свадебная прическа	2500
Плетение кос+стайлинг	600
Плетение кос+стайлинг (один элемент)	200
Окрашивание волос Lakme (короткие волосы)	1200
Окрашивание волос Lakme (средние волосы)	1700
Окрашивание волос Lakme (длинные волосы)	2200
Окрашивание волос Lakme (длинные волосы свыше 40 см)	2700
Окрашивание волос Matrix (короткие волосы)	1000
Окрашивание волос Matrix (средние волосы)	1500
Окрашивание волос Matrix (длинные волосы)	2000
Окрашивание волос Matrix (длинные волосы свыше 40 см)	2500

Продолжение приложения Д

Наименование видов услуг	Цена услуги - руб.
Парикмахерские услуги	
Долговременная укладка (короткие волосы)	1400
Долговременная укладка (средние волосы)	2100
Долговременная укладка (длинные волосы)	2700
Долговременная укладка (частичная)	800
Мелирование (короткие, средние волосы)	1500
Мелирование (длинные волосы)	2200
Прикорневое мелирование	1000
Окрашивание корней	600
Новые технологии окрашивания - брондирование, 3D окрашивание, омбре (короткие волосы)	2500
Новые технологии окрашивания - брондирование, 3D окрашивание, омбре (средние волосы)	3000
Новые технологии окрашивания - брондирование, 3D окрашивание, омбре (длинные волосы)	3800
Смывка (короткие волосы)	1000
Смывка (средние волосы)	1400
Смывка (длинные волосы)	2200
Кератиновое выпрямление СОСО СНОСО (средние волосы)	3000
Кератиновое выпрямление СОСО СНОСО (длинные волосы)	6000
Кератиновое выпрямление СОСО СНОСО (кончики волос)	2000
Кератиновое выпрямление СОСО СНОСО (челка)	700
Маска для волос	450
Очищающий мусс для кожи головы и волос (короткие, средние)	350
Очищающий мусс для кожи головы и волос (длинные)	450
Уход по типу волос для волос	200
Мужской зал	
Стрижка модельная	400
Стрижка "Площадка"	550
Стрижка "Спортивная"	350
Стрижка "Наголо"	200
Стрижка детская (до 10 лет)	300
Окантовка	200
Укладка	200
Сушка	50
Мытье головы	100
Оформление бороды	150
Оформление усов	100

Продолжение приложения Д

SPA-уход за волосами и кожей головы	
Уходовая программа "Абсолютное счастье для волос"	
- короткие волосы	1800
- средние волосы	2500
- длинные волосы	2950
- длинные волосы (свыше 40 см)	3500
Уходовая программа "Проснись голова! Cool Orange"	
- короткие волосы	1300
- средние волосы	1650
- длинные волосы	2000
- длинные волосы (свыше 40 см)	2500
Маникюр, педикюр	
Классический обрезной маникюр	500
Классический обрезной маникюр мужской	600
Классический обрезной маникюр детский	350
Европейский безобрезной маникюр	550
Европейский безобрезной маникюр мужской	650
SPA-маникюр	750
SPA-маникюр мужской	850
Покрытие ногтей гель-лак Shellac CND	850
Покрытие ногтей "французский маникюр" гель-лак Shellac	950
Покрытие ногтей лаком Vinylux CND	250
Покрытие ногтей "Французский маникюр" Vinylux CND	350
Покрытие ногтей лечебной японской сывороткой	200
Покрытие ногтей лаком клиента	100
Сушка ногтей	80
Полировка ногтей с маслом	200
Подпиливание ногтей	100
Парафиновое обертывание для рук	350
Массаж кистей рук	200
Снятие гель-лака Shellac	350
Снятие гель-лака Shellac 1 ногтя	100
Снятие лака	100
Классический обрезной педикюр	1100
Классический обрезной педикюр мужской	1200

Окончание приложения Д

Частичный педикюр	700
Аппаратный маникюр	600
Аппаратный маникюр мужской	700
Аппаратный педикюр	1400
Аппаратный педикюр мужской	1500
SPA-педикюр	900
SPA-педикюр мужской	1000
Пилинг для ног	250
Парафиновое обертывание для ног	450
Массаж ступней	350
Дизайн одного ногтя (ропись, наклейка)	80

Главный бухгалтер:

Согласовано:

Генеральный директор:

ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПАРИКМАХЕРА

1. Общие положения

1.1. Парикмахер относится к категории рабочих специалистов.

1.2. Назначение на должность парикмахера и освобождение от нее производится приказом генерального директора организации по представлению менеджера по персоналу.

1.3. Парикмахер подчиняется непосредственно генеральному директору организации.

1.4. На время отсутствия парикмахера его обязанности выполняет другой специалист, назначенный приказом генерального директора организации, который приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.

1.5. На должность парикмахера назначается лицо, имеющее среднее образование и закончившее соответствующие курсы, без предъявления требований к опыту работы.

1.6. Парикмахер должен знать:

- виды оказываемых услуг;
- правила бытового обслуживания населения;
- современные формы и методы обслуживания в парикмахерских;
- правила, приемы и способы выполнения работ по видам парикмахерских услуг;
- направления моды, современные виды модельных стрижек, причесок (женских, мужских, детских);
- основы моделирования прически;
- способы оформления прически;
- технологию изготовления постижерных изделий;

- устройство и правила эксплуатации аппаратуры, инструмента, приспособлений;
- виды, ассортимент материалов, используемых в парикмахерской практике, их назначение и применение;
- состав и свойства препаратов, составов, растворов специального назначения, парфюмерно-косметических средств, их воздействие на кожу и волосы;
- требования к качеству материалов, препаратов;
- нормы расхода материалов, препаратов, парикмахерского белья;
- основы физиологии кожи и волос;
- правила санитарии и гигиены;
- правила организации рабочего места;
- правила обслуживания и профессиональной этики;
- указания по безопасному содержанию рабочего места;
- способы и приемы безопасного выполнения работ;
- порядок извещения руководителя о всех недостатках, обнаруженных во время работы;
- правила оказания первой помощи пострадавшим при травмировании и внезапном заболевании;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- правила охраны труда, производственной санитарии и личной гигиены, пожарной безопасности.

1.7. Парикмахер руководствуется в своей деятельности:

- законодательными актами РФ;
- уставом организации, правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами организации;
- приказами и распоряжениями руководства;
- настоящей должностной инструкцией.

2. Функциональные обязанности парикмахера

Парикмахер выполняет следующие должностные обязанности:

2.1. Определяет по внешним признакам вид, структуру, состояние волос и кожи.

2.2. Осуществляет мытье и массаж головы.

2.3. Производит стрижку волос (простую и модельную).

2.4. Выполняет укладку волос в соответствии с направлением современной моды и индивидуальными особенностями лица заказчика.

2.5. Производит завивку волос на бигуди, щипцами и электрическим способом (перманент).

2.6. Осуществляет химическую завивку и окраску волос различными способами с корректировкой лица.

2.7. Делает биологическую пробу на чувствительность при химической завивке и окраске волос.

2.8. Определяет качество специальных препаратов, материалов.

2.9. Выполняет обесцвечивание, блондирование, мелирование волос.

2.10. Осуществляет укладку феном или на бигуди, покрытие волос лаком.

2.11. Разрабатывает модели причесок и участвует в демонстрации их на конкурсах.

2.12. Производит стрижку бороды и усов.

2.13. Осуществляет бритье с учетом свойств кожи.

2.14. Выполняет обработку кожи лица после бритья.

2.15. Накладывает компрессы и выполняет массаж лица.

2.16. Выполняет работы с накладками и париками.

2.17. Оформляет прически в соответствии с направлением моды и индивидуальными особенностями клиента с применением современных парфюмерно-косметических средств для моделирования, фиксации и др.

2.18. Использует декоративные элементы (предметы) при оформлении прически: цветы, банты, заколки и др.

2.19. Осуществляет расчесывание и укладку постижерных изделий.

2.20. Применяет специальные препараты, растворы, другие материалы в соответствии с назначением и правилами использования.

2.21. Выполняет другие родственные обязанности.

3. Права парикмахера

Парикмахер имеет право:

3.1. Знакомиться с проектами решений руководителя предприятия, касающимися его деятельности.

3.2. Вносить предложения по улучшению деятельности предприятия и обслуживания клиентов.

3.3. Требовать от руководителя предприятия оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей.

3.4. На все предусмотренные законодательством социальные гарантии.

3.5. На получение специальной рабочей одежды.

3.6. Взаимодействовать со всеми службами организации по вопросам своей профессиональной деятельности.

3.7. В пределах своей компетенции сообщать непосредственному руководителю обо всех выявленных в процессе деятельности недостатках и вносить предложения по их устранению.

3.8. Требовать создания условий для выполнения профессиональных обязанностей, в том числе предоставления необходимого оборудования, инвентаря, рабочего места, соответствующего санитарно-гигиеническим правилам и нормам.

3.9. Повышать свою профессиональную квалификацию.

4. Ответственность парикмахера

Парикмахер несет ответственность за:

4.1. Некачественное и несвоевременное выполнение возложенных на него должностной инструкцией обязанностей — в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.

4.2. Причинение материального ущерба — в пределах, определенных действующим законодательством Российской Федерации.

4.3. Правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, – в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации

ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ МАСТЕРА МАНИКЮРА И ПЕДИКЮРА

1. Общие положения

1.1. Мастер маникюра и педикюра относится к категории специалистов.

1.2. Назначение на должность мастера маникюра и педикюра и освобождение от нее производится приказом генерального директора организации по представлению менеджера по персоналу.

1.3. Мастер маникюра и педикюра подчиняется непосредственно генеральному директору организации.

1.4. На время отсутствия мастера маникюра и педикюра его обязанности выполняет другой специалист, назначенный приказом генерального директора организации, который приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.

1.5. На должность мастера маникюра и педикюра назначается лицо, имеющее среднее медицинское образование и окончившее соответствующие курсы.

1.6. Мастер маникюра и педикюра должен знать:

- основы анатомии и физиологии, строение и свойства кожи и ногтей;
- правила, способы и приемы выполнения работ;
- устройство и правила эксплуатации применяемого оборудования и инструмента;
- виды материалов, препаратов, их назначение и нормы расходов;
- правила санитарии и гигиены;
- правила ухода за оборудованием, инструментами и материалами, а также способы их хранения и санитарной обработки;
- правила обслуживания клиентов и способы оказания первой медицинской помощи;
- направления и тенденции в ногтевом сервисе в России и за рубежом;
- локальные нормативные акты организации.

1.7. Мастер маникюра и педикюра руководствуется в своей деятельности:

- законодательными актами РФ;
- уставом организации, правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами организации;
- приказами и распоряжениями руководства;
- настоящей должностной инструкцией.

2. Функциональные обязанности мастера маникюра и педикюра

Мастер маникюра и педикюра осуществляет следующие процедуры:

- 2.1. Осуществляет гигиеническую чистку ногтей на пальцах рук и ног.
- 2.2. Очищает наросты на ступнях.
- 2.3. Производит снятие мозолей.
- 2.4. Производит массаж кистей рук и ступней ног.
- 2.5. Осуществляет опиливание ногтей на пальцах рук и ног и придает им необходимую форму.
- 2.6. Подготавливает ногти для покрытия лаком.
- 2.7. Покрывает ногти лаком.
- 2.8. Осуществляет снятие лака с ногтей.
- 2.9. Составляет комбинированные цвета лака.
- 2.10. Производит дезинфицирование инструмента.

3. Права мастера маникюра и педикюра

Мастер маникюра и педикюра имеет право:

- 3.1. Знакомиться с проектами решений руководителя предприятия, касающимися его деятельности.
- 3.2. Вносить предложения по улучшению деятельности предприятия и обслуживания клиентов.
- 3.3. Требовать от руководителя предприятия оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей.
- 3.4. На все предусмотренные законодательством социальные гарантии.

3.5. Взаимодействовать со всеми службами организации по вопросам своей профессиональной деятельности.

3.7. В пределах своей компетенции сообщать непосредственному руководителю обо всех выявленных в процессе деятельности недостатках и вносить предложения по их устранению.

3.8. Требовать создания условий для выполнения профессиональных обязанностей, в том числе предоставления необходимого оборудования, инвентаря, рабочего места, соответствующего санитарно-гигиеническим правилам и нормам.

3.9. Повышать свою профессиональную квалификацию.

4. Ответственность мастера маникюра и педикюра

Мастер маникюра и педикюра несет ответственность за:

4.1. Некачественное и несвоевременное выполнение возложенных на него должностной инструкцией обязанностей в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.

4.2. Причинение материального ущерба в пределах, определенных действующим законодательством Российской Федерации.

4.3. Правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации

ИНСТРУКЦИЯ ПО ОХРАНЕ ТРУДА ДЛЯ МАНИКЮРШИ

1. Общие требования охраны труда

1.1. На основании настоящей Инструкции разрабатывается инструкция по охране труда для маникюриста с учетом условий ее работы в конкретной организации.

1.2. Маникюристу необходимо соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка, график работы, режим труда и отдыха.

1.3. На маникюриста во время работы могут воздействовать следующие опасные и вредные производственные факторы: повышенная подвижность воздуха; повышенное значение напряжения в электрической цепи; недостаточная освещенность рабочего места; перенапряжение зрительного анализатора; острые кромки режущего инструмента; напряжение кистей и пальцев рук; длительные статические физические перегрузки (вынужденная рабочая поза "сидя"); летучие вредные вещества в воздухе рабочей зоны (ацетон, лак); химические факторы (хлор, озон, синтетические моющие средства); опасность заражения парентеральными гепатитами и ВИЧ-инфекцией при работе с больными клиентами.

1.4. В соответствии с действующим законодательством маникюристу выдаются специальная одежда и другие средства индивидуальной защиты, предусмотренные типовыми отраслевыми нормами.

1.5. Маникюристу должна извещать своего непосредственного руководителя о любой ситуации, угрожающей жизни и здоровью людей, о каждом несчастном случае, происшедшем на производстве, об ухудшении состояния своего здоровья, в том числе о проявлении признаков острого заболевания.

1.6. Маникюристу следует:

оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор, личные вещи в гардеробной;

перед началом работы надевать чистую спецодежду;

до начала и после завершения обслуживания клиента, после посещения туалета, любого загрязнения рук и перед приемом пищи мыть руки с мылом, насухо вытирать чистым полотенцем для личного пользования;

осуществлять уход за кожей рук, используя защитные и смягчающие средства (крем, лосьон). Своевременно подрезать ногти, очищать подногтевые пространства;

не допускать приема пищи на рабочем месте.

2. Требования охраны труда перед началом работы

2.1. Не закалывать специальную одежду булавками, иголками, не держать в карманах одежды острые, хрупкие и бьющиеся предметы (ножницы, пилочки, кусачки, стеклянные палочки, флаконы и др.).

2.2. Проверить внешним осмотром:

исправность электровилок, розеток, шнуров электропитания используемых электроприборов, настольной лампы (отсутствие оголенных участков, перегибов и скручивания питающих подводящих проводов), убедиться в исправности электроинструмента и соответствии напряжения сети и электроприбора;

наличие и надежность заземляющих соединений электроприборов (отсутствие обрыва, прочность контакта между металлическими не-токоведущими частями аппарата и заземляющим проводом), не приступать к работе при отсутствии или ненадежности заземления;

достаточность освещенности рабочего места, при необходимости потребовать замены перегоревших ламп или установку лампы, дающей большую освещенность, направить настольную лампу так, чтобы свет попадал на руки клиента;

исправность и устойчивость рабочего стола и стула (кресла).

2.3. Для исключения лишних движений следует разложить в удобном порядке рабочие принадлежности:

справа на продезинфицированном маникюрном столике или стерильной салфетке разместить необходимые для работы стерильные инструменты так, чтобы их было удобно и безопасно брать;

флаконы с лаком, емкости с растворами, чашу с горячей водой и другие приспособления разместить на столе слева;

подготовить увеличительное стекло;

подготовить и поместить в банку с крышкой ватные тампоны для снятия лака, смазывания маслом ногтевых валиков, нанесения защитного крема и т.д.;

поставить состав для остановки кровотечения, а также спирт в сосуде с широким горлышком.

2.4. Ведро для грязного белья с исправной ножной педалью разместить на рабочем месте так, чтобы им было удобно пользоваться.

2.5. Проверить комплектность косметологического аппарата "ЭТОН"; подключить микромотор к электронному блоку; подсоединить к микромотору наконечник и закрепить в наконечнике необходимую абразивно-полировочную насадку.

2.6. Подготовить полотенце для личного пользования.

2.7. Проверить наличие в аптечке необходимых дезинфицирующих и перевязочных средств.

2.8. Убедиться в плотности крышек на флаконах, маркировке емкостей с растворами дезинфицирующих средств и других жидкостей, кремов (название, концентрация, дата приготовления). Все жидкости, мази, кремы, используемые во время работы, должны иметь разборчивую маркировку, соответствующую содержанию флаконов (емкостей).

2.9. Не работать с открытыми ранками на руках. Все повреждения кожных покровов на руках защищать напальчниками, лейкопластырем.

2.10. Не надевать во время работы браслеты, часы, кольца.

2.11. Обо всех обнаруженных неисправностях применяемого электроинструмента, электропроводки, освещения и других неполадках сообщить своему непосредственному руководителю и приступить к работе только после их устранения.

3. Требования охраны труда во время работы

3.1. Выполнять только ту работу, которой обучен, по которой получил инструктаж по охране труда и допущен работником, ответственным за безопасное выполнение работ.

3.2. Эксплуатировать бактерицидные ультрафиолетовые облучатели закрытого типа (рециркуляторы) с безозоновыми бактерицидными лампами для обеззараживания воздуха в помещениях в соответствии с руководством по их использованию и только после прохождения специального обучения.

3.3. Не поручать свою работу необученным и посторонним лицам.

3.4. Применять необходимые для безопасной работы исправный инструмент, приспособления; использовать их только для тех работ, для которых они предназначены.

3.5. Соблюдать правила перемещения в помещении, пользоваться только установленными проходами.

3.6. Содержать рабочее место в чистоте, своевременно убирать использованные салфетки, тампоны, остриженные ногти, пролитые рабочие растворы, воду.

3.7. Краны с горячей и холодной водой открывать медленно, без рывков и больших усилий. Не применять для этих целей молотки, другой ударный инструмент или случайные предметы.

3.8. Не загромождать проходы к другим рабочим местам, между креслами, к щитам освещения, пути эвакуации и другие проходы передвижными столиками, лишней мебелью. Не накапливать на рабочем месте грязное белье, своевременно передавать его в подсобное помещение.

3.9. Не использовать для сидения подлокотники кресел, передвижные столики, непрочную мебель, случайные предметы.

3.10. Включать и выключать электроприборы, настольную лампу сухими руками. При выключении электровилки из розетки держаться за корпус вилки, не дергать за подводящий провод.

3.11. Не разбирать и не пытаться самостоятельно ремонтировать электроприборы.

3.12. Не обматывать кольца ножниц, ручки кусачек, щипчиков и других инструментов тканью, изоляционной лентой, другими материалами во избежание застревания в них чешуек кожи, ногтей.

3.13. Не ловить на лету падающие ножницы. Не ходить по залу с ножницами в открытом виде.

3.14. Не подсушивать влажное белье (салфетки, полотенца) на отопительных радиаторах, электроводонагревателях, другом оборудовании. Влажное белье следует сушить в подсобном помещении или электросушильном шкафу.

3.15. Жидкости для снятия лака и лаки держать в плотно закрытых сосудах вдали от огня, в прохладном месте.

3.16. Поверхность стола очищать от остриженных ногтей и обрезков кожи после каждого посетителя.

Все предметы, стоящие на столе, несколько раз в день протирать ваткой, смоченной в спирте или 0,5%–ном растворе хлорамина.

3.17. Перед тем, как приступить к обслуживанию посетителя, внимательно осмотреть состояние ногтей и кожи рук; если имеются выраженные изменения внешнего вида ногтей и кожи, указывающие на заразные заболевания, не обслуживать клиента.

3.18. При выполнении маникюра использовать одноразовую салфетку для каждого посетителя. Стерильные инструменты для маникюра хранить в металлических лотках. Для хранения подготовленного к работе инструмента на рабочем месте допускается использование бактерицидных ультрафиолетовых облучателей.

3.19. При эксплуатации косметологического аппарата "ЭТОН" необходимо:

после подключения аппарата к сети нажать кнопку "ВКЛ" (при этом должен загореться индикатор "СЕТЬ");

переключателем "РЕВЕРС" выбрать нужное направление вращения инструмента;

включить микромотор и ручкой "РЕГУЛИРОВКА" установить необходимую частоту вращения.

Не допускается:

использовать наконечники аппарата при открытом зажимном устройстве;
прикладывать к инструменту нагрузку свыше 20 Н (2 кгс);
менять плавкие вставки подключенного к электросети аппарата.

3.20. Инструменты, используемые для манипуляций, при которых возможно повреждение кожных покровов во время маникюра, подвергать дезинфекции, предстерилизационной очистке и стерилизации после каждого клиента.

Для предупреждения распространения парентеральных гепатитов, ВИЧ-инфекций, туберкулеза, других инфекций и паразитарных заболеваний дезинфекцию рабочих инструментов необходимо проводить по режимам, эффективным против возбудителей этих инфекций.

3.21. Метод стерилизации следует выбирать в зависимости от назначения и особенностей обрабатываемых инструментов.

Стерилизацию необходимо проводить в соответствии с методическими указаниями по дезинфекции, предстерилизационной очистке и стерилизации изделий медицинского назначения.

3.22. При дезинфекции инструментов в этиловом спирте необходимо следить за чистотой и крепостью спирта, а также за тем, чтобы режущая поверхность инструмента была полностью погружена в спирт.

После окончания работы спирт профильтровать через марлю для удаления попавших туда чешуек кожи, ногтей.

3.23. С целью профилактики заражения парентеральными гепатитами и ВИЧ-инфекцией все манипуляции, при которых может произойти загрязнение рук кровью, необходимо проводить в резиновых перчатках.

3.24. При попадании крови на кожу тщательно вымыть ее с мылом; при повреждении кожного покрова (порез, укол) из ранки выдавить кровь, поверхность обработать 70%-ным спиртом, затем 5%-ным раствором йода.

3.25. При работе с дезинфицирующими средствами следует использовать только умеренные и малоопасные дезинфицирующие средства (3-го и 4-го клас-

сов опасности), нелетучие и непылящие, в гигиенических и готовых к применению препаративных формах.

3.26. Необходимо использовать средства защиты рук при приготовлении дезинфицирующих растворов, дезинфекции инструмента.

3.27. Для профилактики профессиональных заболеваний кожи, глаз и верхних дыхательных путей при работе с дезинфицирующими средствами следует:

приготовление дезинфицирующих растворов производить в специальных помещениях с искусственной или естественной приточно-вытяжной вентиляцией;

сухие дезинфицирующие средства насыпать в специальные емкости с постепенным добавлением воды;

емкости с рабочими дезинфицирующими растворами плотно закрывать крышками;

все работы с растворами выполнять в резиновых перчатках;

соблюдать меры предосторожности и использовать средства индивидуальной защиты (респираторы, маски и др.), указанные в инструкции на применяемое дезинфицирующее средство;

максимально использовать исходные дезинфицирующие препараты в мелкой расфасовке.

3.28. Самостоятельно не готовить и не применять самодельные косметические средства.

4. Требования охраны труда в аварийных ситуациях

4.1. Если в процессе работы произошло загрязнение рабочего места пролитыми растворами, работу прекратить до удаления загрязняющих веществ.

4.2. При аварии электроснабжения, прорыве трубопровода, радиатора отопления необходимо прекратить работу и вызвать по телефону соответствующую аварийную бригаду.

4.3. В аварийной обстановке оповестить об опасности работников и посетителей, доложить непосредственному руководителю о случившемся и действовать в соответствии с планом ликвидации аварии.

4.4. При обнаружении пожара или признаков горения (задымление, запах гари, повышение температуры и т.п.) следует:

прекратить работу и незамедлительно сообщить о пожаре по телефону в пожарную охрану, при этом назвать адрес объекта, место возникновения пожара, сообщить свою фамилию;

по возможности принять меры по эвакуации людей, тушению пожара и обеспечению сохранности материальных ценностей.

4.5. Пострадавшему при травмировании или внезапном заболевании необходимо оказать первую (доврачебную) помощь и, при необходимости, организовать его доставку в учреждение здравоохранения.

5. Требования охраны труда по окончании работы

5.1. Выключить рабочее освещение, используемые электроинструменты выключить и отсоединить их от электросети (вынуть вилку из розетки).

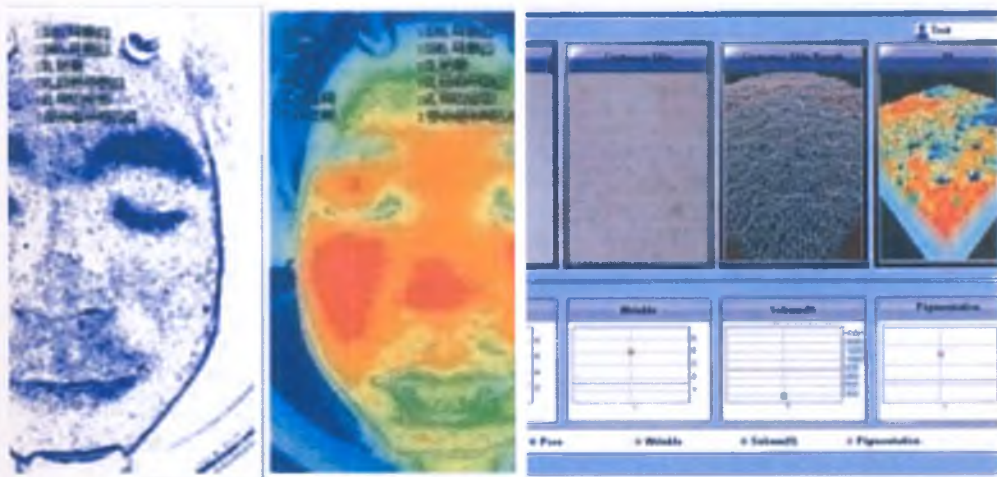
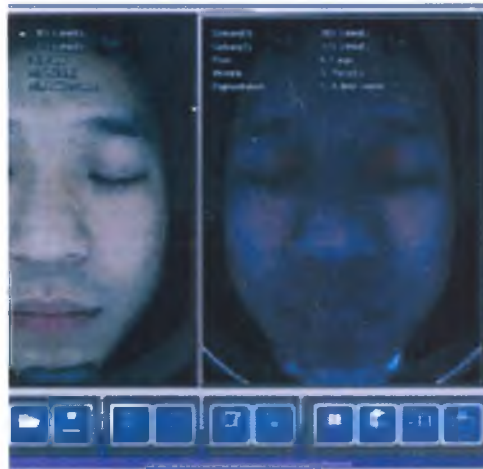
5.2. Отключить косметологический аппарат от сети, снять наконечник микромотора с держателя, предварительно вынув насадку.

5.3. В соответствии с методическими указаниями очистить, продезинфицировать и простерилизовать комплекты рабочих инструментов.

5.4. Убрать и продезинфицировать рабочий стол. Все маникюрные принадлежности, дезинфицирующие растворы, спирт, лаки, жидкости для снятия лака и др. убрать в специально выделенные места хранения. Плотнo закрыть пробки всех флаконов.

5.5. Не допускается сметать со стола остриженные ногти, обрезки кожи рукой. Уборку производить с помощью щетки-сметки и совка.

Действие аппарата DERMACHECK





DERMACHECK