

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики, управления и природопользования
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ С. Л. Улина

подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 – Менеджмент

38.03.02.02.08 – Управление проектами (в организации)

Разработка проекта по открытию салона художественной татуировки

Научный руководитель _____ к.э.н., доцент И. Ю. Моськина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ С. А. Госпадарёв
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2019

РЕФЕРАТ

Выпускная квалифицированная работа по теме «Разработка проекта по открытию салона художественной татуировки» содержит 61 страниц текстового документа, 29 использованных источников, 8 рисунков, 19 таблиц.

ПРОЕКТ, АНАЛИЗ РЫНКА, КОНЪЮНКТУРА, СЕГМЕНТАЦИЯ, РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА, ИНВЕСТИЦИИ, РИСКИ, РЕСУРСЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объект исследования – организация на рынке услуг художественной татуировки в городе Красноярск.

Предмет исследования – проект студии художественной татуировки «GOSU ink».

Целью бакалаврской работы является анализ рынка художественной татуировки и разработка проекта (бизнес-плана) по созданию студии татуировки в г. Красноярск.

В процессе достижение поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть теоретические основы бизнес-планирования и проектного управления;
- провести анализ рынка услуг татуировки в Красноярске;
- разработать проект по открытию салона татуировки «GOSU ink»;
- проанализировать возможные риски проекта;
- оценить эффективность проекта.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. В первой главе описаны теоретические основы бизнес-планирования и управления проектами. Во второй главе проведен анализ рынка услуг художественной татуировки. В третьей главе разработан проект по открытию салона художественной татуировки.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические основы бизнес-планирования в проектной деятельности	6
1.1 Определение сущность проекта. Управление проектом.....	6
1.2 Понятие, цели, функции бизнес-планирования	12
1.3 Методика разработки бизнес-плана	15
2 Анализ рынка услуг художественной татуировки в городе Красноярск	19
2.1 Общая характеристика рынка	19
2.2 Анализ конъюнктуры рынка	22
2.3 Анализ сегментации рынка	29
2.4 Анализ конкурентов.....	31
3 Разработка проекта по открытию студии художественной татуировки «GOSU ink».....	36
3.1 Резюме проекта.....	36
3.2 Бизнес-план реализации проекта.....	38
Заключение	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	57
Приложение А	60
Приложение Б.....	61
Приложение В.....	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в том, что залогом успешной деятельности любой организации является разработка качественного бизнес-плана. В ходе разработки руководитель обязан учитывать: нестабильность экономической среды, внешние и внутренние факторы, которые могут повлиять на деятельность организации, ситуацию на рынке, конкуренцию, предпочтения потребителей и многое другое.

Бизнес-план также обязателен для оценки привлекательности бизнеса потенциальным инвестором; комплексной проработки проекта и оценки перспективности; получение кредита в банке.

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план описывает процесс функционирования организации, показывает, каким образом руководители собираются достичь цели и задачи, в первую очередь повышения прибыльности работы. Хороший бизнес-план помогает организации стремительно развиваться, завоевывать рынок, где она функционирует, составлять планы дальнейшего развития.

Объект исследования – организация на рынке услуг художественной татуировки в городе Красноярск.

Предмет исследования – проект студии художественной татуировки «GOSU ink».

Целью бакалаврской работы является анализ рынка художественной татуировки и разработка проекта (бизнес-плана) по созданию студии татуировки в г. Красноярск.

Задачи, поставленные для достижения цели:

- раскрыть теоретические основы бизнес-планирования и проектного управления;
- провести анализ рынка услуг татуировки в Красноярске;
- разработать проект по открытию салона татуировки «GOSUink»;

- проанализировать возможные риски проекта;
- оценить эффективность проекта.

Открытие студии татуировки в городе Красноярск позволит удовлетворить потребности клиентов в сфере художественной татуировки в качестве, цене и комфорте.

Практическая значимость данной работы – реальная возможность использования разработанного проекта с целью открытия студии художественной татуировки в городе Красноярск.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

1 Теоретические основы бизнес-планирования в проектной деятельности

1.1 Определение сущность проекта. Управление проектом.

На протяжении всей истории развития человечества происходит осуществление различных проектов. Фактически история человечества может быть рассмотрена через призму проектов, которые были реализованы в ту или иную эпоху. Например, Великая Китайская стена, Египетские пирамиды, открытие любого бизнеса и так далее. Спустя сотни и тысячи лет после их завершения, эти проекты потрясают воображение.

Для того, чтобы верно сформулировать понятие проекта, необходимо привести характерные признаки проекта [1]:

– признак изменений. Целенаправленный перевод из существующего состояния в желаемое. На начальной стадии проекта основное внимание уделяется рыночной потребности. Последовательность решений должна быть следующей: чего нужно достичь; как перевести это в практическую площадь; самые многообещающие альтернативы;

– признак ограниченной конечной цели. Каждый проект направлен на достижение конкретных результатов. Так как окончательный успех определяется на рынке, то и цели должны быть определены рыночной потребностью. Продукт или услуга обязаны быть определены по своей эффективности, цене, дате появления. Каждая из этих характеристик взаимосвязана с другими, поэтому нужна определенная итеративная процедура уточнения цели. Например, основной целью проекта, связанного с салоном красоты, может быть разработка услуги, которая обеспечит конкурентное преимущество;

– признак ограниченной продолжительности. Проекты выполняются в течение конечного периода времени. Проект заканчивается, когда достигнуты

основные цели. Основная часть усилий направлена на то, чтобы проект был завершен в прогнозируемое время;

– признак ограниченности бюджета. Особое внимание стоит уделить тому, какого технического уровня потребует данный рыночный сегмент и наибольшей вероятностью. Множество параметров определено увеличит затраты на производство, а также время разработки и следовательно снизит прибыльность;

– признак ограниченности требуемых ресурсов. Одной из трудностей управления НИКОР является эффективное управление ресурсами. Это объясняется следующими причинами: нужно чтобы общая величина ресурсов была относительно стабильной на протяжении всего времени; ресурсы инвестируются в оборудование, расходные материалы, которые имеют фиксированную стоимость либо в оплату труда персонала; каждый проект нуждается в различной комбинации этих ресурсов, причем из-за неопределенности в проектах точное заблаговременное распределение ресурсов невозможно;

– признак новизны;

– признак «комплексности». Огромное количество факторов прямо или косвенно влияющих на прогресс и результаты проекта;

– признак правового и организационного обеспечения. Определенная организационная структура на время реализации проекта;

– признак разграничения с другими проектами.

С учетом приведенных признаков проекта можно сформулировать определение понятия проекта.

Проект – это ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы и изначально определенными целями, достижение которых определяет завершение проекта, с установленными требованиями к срокам, результатам, риску, расходованию средств и ресурсов и к организационной структуре [27].

Жизнеспособность проекта зависит от того, насколько верно представлено описание среды, в которой он планирует быть реализован.

Окружение проекта – факторы, которые оказывают влияние на его подготовку и реализацию [2].

Каждый проект уникален. Не существует двух одинаковых проектов. Проекты отличаются друг от друга сроками, местом проведения и другими факторами. Уникальность проекта может быть отнесена как к проекту в целом, так и к отдельным его составляющим [3].

Внешние факторы делятся в свою очередь на политические, экономические, общественные, правовые, технические, культурные и так далее [20].

К политическим факторам можно отнести политическую стабильность, поддержку или же наоборот давление государством.

Экономические: уровень налогообложения, страховые гарантии, условия регулирования цен, уровень инфляции, стабильность курса валюты, развитость банковской системы.

К общественным – условия и уровень жизни населения. Уровень образования населения, свобода, социальные гарантии и льготы.

Правовые: стабильность законодательства, прав человека, прав собственности.

К техническим следует отнести уровень развития различных наук, уровень технологий, уровень развития энергетики, транспортной системы, связи и коммуникаций.

Культурные: традиции, религиозность.

В процессе реализации проекта, если сроки достаточно длинные, может произойти изменение среды, эти изменения могут быть как негативные, так и позитивные.

В зависимости от того какой проект, в его реализации принимает участие различное количество организаций. Для того чтобы верно определить участников проекта нужно на стадии разработки уточнить [4]:

- предметную область;
- цели;
- основные результаты;
- отношения собственности (стоимость и кому принадлежит?);
- идеи осуществления (как реализовать?);
- участники проекта (кто будет задействован в реализации?).

Основные участники проекта[5]:

- инвестор;
- инициатор проекта;
- руководитель;
- команда.

Инвестор – участник, который финансирует проект и заинтересован в его успешной реализации.

Инициатор – сторона, которая разработала основную идею и способ реализации.

Руководитель (менеджер) – участник, которому делегированы права по управлению проектной деятельностью для достижения поставленных целей.

Команда – организованная структура, возглавляемая руководителем проекта и создаваемая на период осуществления проекта. Для успешной реализации крайне необходима хорошая команда специалистов.

Весь процесс разработки проекта – от первоначальной идеи до эксплуатации можно представить в виде определенного цикла, который состоит из 3 фаз: преинвестиционной, инвестиционной, эксплуатационной. При этом каждая из фаз, в свою очередь, подразделяется на различные этапы, некоторые

из которых включают такие виды деятельности как проектирование, консультирование и производство.

Процесс управления проектом очень сложный, независимо от области применения. Поэтому управление проектом основано на принципе системности [6].

Управление проектом, как и любой другой вид управления, включает в себя стратегию и тактику. Под стратегией следует понимать направление и способ использования средств и ресурсов для достижения цели. Тактика – конкретные методы и приемы для достижения стратегией цели. Основной задачей тактики является выбор наиболее оптимального решения из приемлемых в данной ситуации.

Объекты управления:

- проект в целом;
- отдельные его этапы.

Исходя из вышесказанного, управление проектами может быть представлено в виде системы, которая состоит из отдельных подсистем, каждая из которых ориентирована на определенный объект управления [7]:

– система управления человеческими ресурсами включает в себя создание команды, кадровое обеспечение, контроль и мотивацию участников;

– техническая подсистема предполагает управление технологическими ресурсами. Основана на оценке инновационных технологий, как главного фактора конкурентоспособности;

– экономическая подсистема является основной. Она осуществляет планирование затрат и их контроль. Управление стоимостью состоит в составлении предварительного бюджета расходов по проекту, источников получения ресурсов, составления детальной сметы, планирования денежных потоков и прогнозирования доходов;

– маркетинговая подсистема включает в себя маркетинговые мероприятия, которые проводятся на каждом из этапов жизненного цикла;

– подсистема управления закупками и поставками включает в себя процессы, которые связаны с покупкой товаров, услуг, продукции, которые необходимы для успешной реализации проекта. Данная подсистема состоит из планирования материально-технического обеспечения.

Помимо вышеперечисленных подсистем, также выделяют [8]:

Управление объемами работ; управление временем; управление ресурсами; управление качеством; управление информацией; управление рисками; управление изменениями.

Каждый перечисленный элемент присутствует во всех проектах. Эти действия направлены на управление главными характеристиками проекта, которые поддаются изменениям и являются управляемыми, это в первую очередь: продолжительность, стоимость, ресурсы, качество [9].

Функциональный подход отображает общий подход к управлению и основан на рассмотрении и изучении базовых функций управления:

- анализ;
- планирование;
- организация;
- контроль;
- регулирование.

Функции управления являются основным понятием в управлении проектами, так как они реализуются на всех уровнях управленческой деятельности и на каждом этапе реализации, для всех процессов и элементов.

Очень важным направлением является оценка стоимости проекта. Для планирования стоимости применяются 4 типа оценок:

- от оценки жизнеспособности;
- от степени готовности проектных работ;
- приближенная оценка;
- факторная оценка;

– окончательная оценка [10].

Реализация планов проекта, которые разработаны, гарантируется организационной деятельностью организации. Эффективность реализации очень сильно зависит от оптимально подобранной команды проекта.

Таким образом, проектная деятельность охватывает почти все сферы внутри организации, а также взаимодействует с огромным количеством заинтересованных сторон во внешней среде. Проект требует участия специалистов высокого уровня и ответственного подхода. Каждая операция и следующий этап проекта просчитываются до мелочей, чтобы снизить вероятность всевозможных рисков.

1.2 Понятие, цели, функции бизнес-планирования

Бизнес-план – один из важнейших инструментов планирования, его разработка является важным условием для начала организации бизнеса и его дальнейшего функционирования.

Бизнес-план представляет собой результат исследования и организационной работы, анализ конкретного направления деятельности организации на определенном рынке в существующих экономических условиях. Бизнес-план также является рекламным документом, который показывает перспективность развития разрабатываемой организации потенциальным инвесторам [11].

Бизнес-план является комплексным документом, в котором приведены важные аспекты и характеристики предпринимательского начинания, и оформленное инвестиционное предложение [12].

Рассматривая понятие бизнес-плана в целом, можно определить его как документ в виде плана развития бизнеса на конкретный период, в котором указаны предмет, основные цели, стратегии, географическое положение деятельности, в котором обозначена ценовая политика, указана емкость и

структура рынка, факторы, которые оказывают влияние на рост расходов и доходов по группе услуг, являющимся предметом деятельности организации.

Разрабатывается бизнес-план для собственников организаций, менеджеров, инвесторов и прочих деловых партнеров.

Главная цель бизнес-плана – планирование деятельности организации на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностью получения нужных ресурсов, а также предоставление информации для лиц, которые реализуют проект, освоение новых рынков, увеличение прибыли, объема и качества услуг, контроль результатов [13].

На основе этого можно сделать вывод, что основной целью бизнес-плана является помощь руководителю в оценке своего потенциала и перспектив определенного вида бизнеса: структура и уровень текущих затрат, объем необходимых инвестиций, прибыль, на которую можно рассчитывать.

Функции бизнес-планирования:

- использование бизнес-плана для разработки стратегии в период создания организации, а также при разработке новых направлений деятельности;

- привлечение денежных средств;

- возможность сделать оценку развития нового направления деятельности, контроль процессов внутри организации;

- привлечение к реализации планов организации потенциальных партнеров, которые пожелают сделать вложения.

Структура бизнес-плана может иметь различные отличительные особенности, зависит это от целей разработки, но в общем она включает в себя такие разделы [14]:

1. Резюме:

- краткое описание организации;

- цель;

- краткое описание маркетинга;

– основные финансовые данные.

2. План маркетинга:

- маркетинговая стратегия;
- ценообразование;
- способы стимулирования продаж;
- бюджет маркетинга.

3. Организационный план:

- организационная структура;
- планируемый персонал;
- расчет численности сотрудников и формирование заработной платы;
- принципы найма сотрудников.

4. Производственный план:

- месторасположение организации;
- описание оборудования;
- затраты на оборудование и расходные материалы;
- расходы на аренду.

5. Финансовый план:

- план доходов и расходов;
- план движения денежных средств;
- балансовый отчет;
- оценка эффективности.

6. Анализ рисков:

- перечень возможных рисков;
- их вероятность;
- профилактические меры.

7. Приложения к бизнес-плану.

Таким образом, бизнес-план представляет собою краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, главной целью которого является планирование деятельности организации. Основные функции бизнес-планирования: привлечение денежных средств, планирование деятельности, контроль результатов.

1.3 Методика разработки бизнес-плана

Разработка бизнес-плана ведется на основе стандартных требований к оформлению. Содержание бизнес-плана зависит от спецификации проекта, некоторые разделы являются общими для всех видов бизнеса. Оформление начинается с подготовки титульного листа, он обязан предоставить информацию, о том, кем, где и когда составлен данный документ. Также на титульном листе указывается название проекта, которое должно быть сформулировано кратко и четко.

Затем нужно оформить содержание, которое отражает структуру бизнес-плана. Содержание должно быть оцифровано арабскими цифрами.

Одним из самых важных разделов является раздел, посвященный исследованию рынка. Его основная цель – убедить потенциальных инвесторов и кредиторов в конкурентоспособности предлагаемого проекта. Также руководитель имеет возможность определить нишу проекта на рынке и контингент клиентов [15].

Объем резюме обычно составляет 2-3 страницы. В данном разделе указывается все главное, что должно быть оценено и понятно потенциальному инвестору. В разделе должны быть указаны основные цели организации, стратегия, различные мероприятия.

В разделе маркетинга должна быть указана стратегия, схема ценообразования, методы стимулирования роста объемов продаж. Следует

обратить особое внимание на систему сбыта, так как в современных условиях рынка это одна из основных проблем.

Следует разработать такую маркетинговую стратегию, которая позволит выйти на тот уровень продаж и прибыли, которые указаны в финансовом плане.

В разделе производственного плана нужно сообщить о заданиях и ресурсах, которые планируется задействовать в деятельности будущей организации. Определиться с покупкой, арендой нужного помещения. Оценить стоимость ремонта помещения. Указать месторасположение. Также на данном этапе необходимо решить вопросы привлечения квалифицированного персонала.

Раздел организационного плана содержит основную характеристику организационной структуры организации, сведения о персонале, расходы на заработную плату.

Раздел анализа рисков нужен для выявления потенциальных проблем и трудностей, с которыми придется столкнуться в ходе реализации проекта. Обычно приводятся следующие сведения:

- перечисляются всевозможные проблемы, которые могут осложнить реализацию проекта;
- разрабатывается комплекс мероприятий, которые уменьшат вероятность возникновения различных проблем;
- предлагаются сценарии поведения в случае наступления неблагоприятных событий [16].

В ходе описания рисков нужно показать возможность этих самых рисков, но при этом продемонстрировать уверенность в успехе бизнеса.

Финансовый план – главный раздел любого бизнес-плана. Он поможет определить, когда и сколько средств понадобится на создание и развития организации [11].

В финансовом плане нужно спрогнозировать:

- объемы продаж;
- доходы и расходы;
- рассчитать основные показатели эффективности [12, с. 305].

Для анализа необходимо воспользоваться такими показателями, как чистый дисконтированный доход, индекс прибыльности, норму рентабельности.

В конце бизнес-плана следует добавить приложения. Приложения могут содержать необходимую при анализе информацию, но не включенную в основной текст, так как могут содержать большое количество информации, например схемы, фотографии, скриншоты, контакты и др.

Составление бизнес-плана предполагает «изюминку», которая должна заинтересовать инвесторов. Бизнес-план обязан быть понятен широкому кругу людей, а не только узким специалистам. Точность финансовых расчетов – необходимое условие для составления бизнес-плана.

Исходя из всего вышесказанного, бизнес-план должен содержать все описанные разделы. Основное требование к бизнес-планированию – точность и объективность, это позволяет выполнять поставленные задачи и достигать цели.

Российское законодательство сегодня не закрепляет обязательность разработки бизнес-плана. Последний является новым документом для большинства российских организаций [14].

Несмотря на отсутствие законодательных актов, которые прямо обязывают разработку бизнес-планов, сегодня в Российской Федерации принято значительное количество указов, которые формируют деловую среду организации. Функционирование в ней предполагает необходимость разработки бизнес-плана для получения финансирования проекта.

Таким образом, бизнес планирование является важной и неотъемлемой частью создания бизнеса. Под бизнес-планом понимается попытка предвидеть

будущие нужды салона татуировки для его создания и развития. Бизнес-план разрабатывается с целью планирования хозяйственной деятельности создаваемой организации.

Отличительной особенностью бизнес-планирования, в сфере оказания услуг художественной татуировки является то, что здесь необходимо в значительной мере обратить внимание на целевой сегмент потребителей, выбор поставщиков расходных материалов, а также правовые основы организации.

2 Анализ рынка услуг художественной татуировки в городе Красноярск

2.1 Общая характеристика рынка

Красноярск – один из крупнейших городов России. Административный центр Красноярского края (второго по величине субъекта Российской Федерации) и городского округа город Красноярск. Центр Восточно-Сибирского экономического района. Численность населения Красноярска на момент разработки проекта составляет 1 095 286 человек, эта цифра граждан, которые имеют регистрацию. Приблизительно столько же – гости города. Суммарно около 2 миллионов человек [23].

Тату– субкультура, которая имеет богатую историю. Этот факт говорит о том, что популярность татуировки проверена поколениями, соответственно, спада спроса в ближайшее время не предвидится. Даже наоборот, люди стали более раскрепощены для творческих экспериментов над своим телом.

Татуировка – одно из древнейших искусств. Исследователи предполагают, что татуировка существует уже почти семь тысячелетий. Народы Океании, Азии, индейцы Северной и Южной Америки наносили на тело татуировки, желая подчеркнуть собственную принадлежность к тому или иному племени, профессии, верованию.

Рисунки, нанесенные на тело путем введения под кожу специальных пигментов, использовались в качестве опознавательных знаков, средств устрашения. У некоторых народов татуировки использовались в обрядах посвящения юноши в мужчину, наносились с целью защиты от злых духов [26].

Сегодня татуировка – это, прежде всего, способ выразить свой внутренний мир, свои ценности, взгляды и предпочтения. В последнее время интерес к татуировке значительно возрос, все больше тех, кто воспринимает татуировку как искусство. Татуировка на теле человека сегодня вызывает

интерес и восхищение рисунком. Красиво вписанная в анатомию, она украшает тело, выгодно подчеркивает достоинства и скрадывает изъяны. Причины, по которым люди наносят татуировки – различные, но татуировка – это, прежде всего, средство самовыражения; способ, позволяющий продемонстрировать собственную индивидуальность.

Многие татуировки – настоящие произведения искусства, их создание и нанесение требуют от мастера художественного таланта, долгой и кропотливой работы. Татуировки, выполняемые профессиональными мастерами в специализированных салонах, представляют собой ни что иное, как одну из разновидностей художественной росписи, своеобразную живопись по телу.

Рынок тату имеет несколько особенностей: сезонность, разделение аудитории по стилям и направлениям, персонализация.

Сегодня, как никогда раньше и подобно тенденциям развития общности Запада, тату в России стала явлением массовой культуры: все, независимо от профессии, вероисповедания и материального положения, стали украшать себя экзотическими иероглифами, магическими знаками и орнаментами. Для мужчин тату — символ мужественности, женщины же видят в ней нечто загадочное и сексуальное.

В России произошли существенные сдвиги в понимании и толковании татуировки. Давно используются цветные тату, все больше людей делают себе татуировки. С середины 1990 х идет активный культурный обмен между Россией и Западом. Люди, получая подлинную, а не искаженную советской пропагандой информацию, все больше склоняются к мысли, что татуировка это все-таки не признак криминала, а вид искусства [21].

Тату-салоны есть почти в каждом районе Красноярска. А в целом по городу их насчитывается 20 (приложение А). По предназначению эти «предприятия» относят к индустрии красоты. Сегодня люди с татуировками — представители «племени тату», — живущие по всему миру, систематически встречаются на международных тату-конвенциях — как для демонстрации

новинок тату-моды, так и для и обмена технологиями. В Голландии, Японии открыты музеи тату. В России этот рынок пока остановился на работе салонов, предлагающих как маленький рисунок, так и полноцветное «полотно» во всю спину. Кстати, стоимость от цвета деталей изображения не зависит. Не всегда она зависит и от художественной ценности. Всё дело в объеме работ. Татуировка до 8 кв. см. в известных салонах стоит около 2 тыс. руб., от 8 до 15 кв. см. — 3-3,5 тыс. руб. Всё, что больше и шире, — дороже. Но большинство мастеров сейчас считают стоимость работы опираясь на количество затраченного времени, поэтому в прайсах большинства цены указаны «за сеанс». В среднем сеанс (4-7 часов) стоит приблизительно 6,5-7 тыс. рублей [29].

Выбрать салон можно теперь как по ценовой политике, так и по расположению. В Красноярске наиболее известные салоны «Midgard», «Колибри», «VODOOTATTOO», «Mojo». В некоторых студиях проводят курсы татуажа.

Благодаря тому, что проводится множество тату-конвенций в различных городах, тату-мастера из Красноярска имеют возможность перенять опыт от других, поэтому в городе достаточно достойных мастеров, некоторые из которых могут показать и передать творческие амбиции в своих работах на уровне известных мастеров. Действительно талантливые мастера в большинстве случаев работают на себя, так как их не устраивают условия, которые им выдвигают салоны. Большинство из них избегают уплаты налогов. Все чаще на улицах можно увидеть различные салоны красоты, наблюдается неуклонное увеличение их числа, на это оказывает влияние то, что население старается выглядеть хорошо и следить за собой.

Возможные направления развития бизнеса:

Нанесение классических татуировок с помощью пигмента. Мастер может использовать как базу один из готовых рисунков или выполнять его по индивидуальному заказу клиента.

Продажа оборудования и расходных материалов. Незрелость инфраструктуры рынка создает большие сложности для начинающих предпринимателей: требует тщательного изучения инструментов, проведения длительных переговоров. Пройдя через все трудности, изучив тонкости ведения бизнеса, владельцы салонов часто предоставляют помощь новичкам, становятся официальными дилерами, поставщиками оборудования, материалов и т. д.

Выведение татуировок с возможным последующим перекрытием другим рисунком.

Сопутствующие услуги: пирсинг и др.

Сегодняшние клиенты предъявляют повышенные требования к качеству услуги и сервису. Рынок услуг художественной татуировки в Красноярске пользуется активным спросом.

2.2 Анализ конъюнктуры рынка

Конъюнктура рынка характеризуется тремя основными составляющими: спрос, предложение и цена.

Предложение – это количество услуг татуировки, которые могут быть оказаны в определенный период времени на данной территории и данными организациями.

Спрос – количество услуг татуировки, которые желают и могут приобрести клиенты за некоторый период по определенной цене.

Цена – это денежное выражение стоимости услуг.

На спрос услуг татуировки в Красноярске влияет не только цена, но и другие факторы.

Выясним, будут ли люди обращаться за услугами татуировки и сколько они готовы платить.

Для того, чтобы дать ответ на эти вопросы, было проведено маркетинговое исследование для того, чтобы выявить на сколько данная услуга

востребована, получить данные для оценки емкости рынка, оценить перспективность разработки проекта по открытию тату-салона.

По данным Росстата средний уровень заработной платы в городе Красноярск в 2018 году составил 41861 рубль [23]. Этот показатель важен, так как не сложно посчитать, что после всех обязательных платежей (налоги, аренда жилья, продукты итд.) у среднестатистического жителя Красноярска остаются «свободные средства», которые он может потратить по своему усмотрению, например на приобретение услуги художественной татуировки.

Для определения целевой аудитории, прежде всего, необходимо провести сегментирование потребителей – разделить их на группы по определенным устойчивым признакам.

Чтобы правильно разработать рекламную кампанию для тату-салона, необходимо определить целевой рынок потребителей, то есть четко представить себе своих клиентов.

Определить их можно с точки зрения критериев [18]:

- географический сегмент: жители, г. Красноярск Красноярского края.
- жители гости города, временно проживающие в г. Красноярск и его окрестностях.
- демографический сегмент: пол – мужчины и женщины, возрастот 16-35 лет, доход – выше среднего и высокий;
- поведенческая сегментация: регулярность посещений – регулярно, единоразово, средство побуждения–качество, сервис, престиж, индивидуальность.
- психологическая сегментация: социальный класс – средний, высший, стиль жизни – свободный.

Прогрессивный взгляд на жизнь, интерес к новинкам, интерес к искусству, забота о внешности, стремление произвести впечатление.

Исследование проводилось в форме опроса, в апреле 2019 года. В очном выборочном анкетировании приняли участие 50 человек, мужчины и женщины, в возрасте от 16 до 35 лет, проживающих в городе Красноярск. Опрос проводился в креативном пространстве «YUSHINBROTHERS». Место проведения анкетирования выбиралось не случайно. В «YUSHINBROTHERS» ежедневно проходят различные тематические вечера, тут постоянно собирается неформальная молодежь.

Каждый участник отвечал на вопросы анкеты только один раз.

В качестве инструмента применялась анкета (приложение Б).

Большая часть опрошенных обращаются за услугой татуировки именно в тату-салоны. Это, прежде всего, связано с удобством, качеством обслуживания, «доверием». К частным мастерам предпочитают обращаться реже. Результаты представлены на рисунке 1.

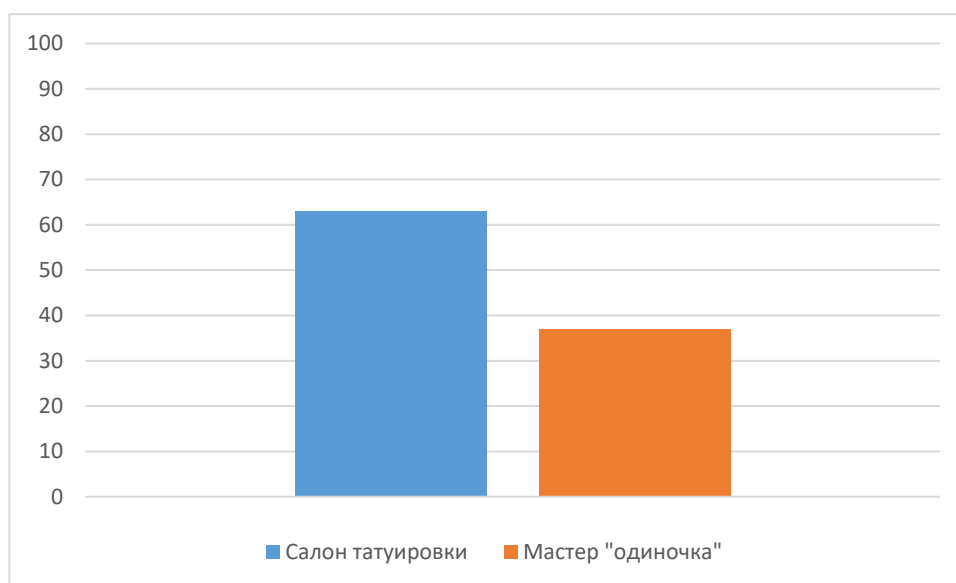


Рисунок 1 – Выбор респондентов между тату-салонами и мастерами «одиночками»

Большинство из тех, кто обращаются в тату-салоны аргументировали, что делают это по причине того, что не доверяют санитарным нормам и соблюдению гигиены у частных мастеров. Конечно, существуют мастера,

которые пренебрегают условиями, в которых проводят процедуру нанесения, но таких в настоящее время единицы. Большинство все же дорожат своей репутацией и стараются соблюдать перечень требований к данной процедуре.

На вопрос «Пользовались ли вы услугами художественной татуировки за последние 12 месяцев?» Положительно ответили 16 участников.

Также в ходе опроса удалось выяснить какую сумму тратили участники на услуги татуировки за последний год. Ответы распределились следующим образом: 9 участников опроса потратили на услуги татуировки менее 10 тыс. руб. Еще 5 сказали, что потратили на услуги около 15 тысяч. Больше 15 тысяч рублей потратили 2-е респондентов.

В целом исследование показало, что основная причина, по которой люди делают себе татуировки – это способ украсить свое тело. Некоторые из респондентов сказали, что частично их татуировки сделаны, основываясь на каких-то жизненных ситуациях.

Полученные данные представлены графиком на рисунке 2, причины обращения расположены по мере их возрастания.

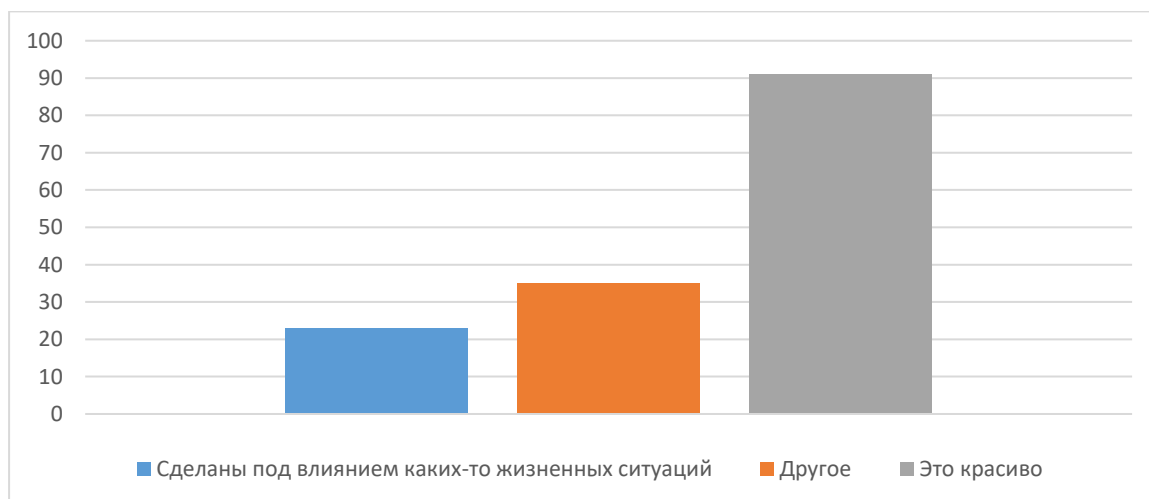


Рисунок 2 – Причины обращения за услугой художественной татуировки в порядке возрастания их популярности

В ходе опроса был выявлен интересный факт: основным источником информации о мастере или салоне татуировки служит Instagram. Также желающие сделать татуировку изучают группу в социальной сети «ВКонтакте» и спрашивают о данной услуге у знакомых, друзей и родственников.

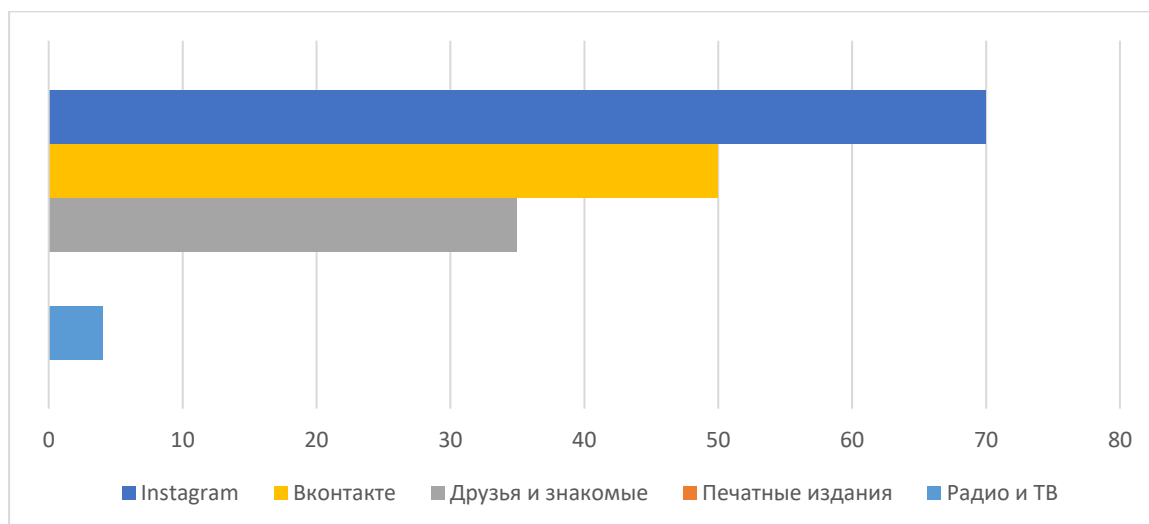


Рисунок 3 – Источники информации об услугах татуировки

Основываясь на данных рисунка 3 можно сделать вывод, что никто, из принявших участие в опросе, не пользовался печатной рекламной продукцией, следовательно данный метод продвижения на рынке является совсем не эффективным. Реклама на радио и ТВ также неэффективна. Менеджерам салонов стоит делать упор на рекламу и продвижение в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте».

Самое большое значение при выборе салона респонденты придают качеству услуги, оказываемой салоном/мастером (рисунок 4). Сложно утверждать единственный ли это ключ к успеху, но точно один из основных. Можно с определенностью сказать, что салонам, которые хотят стать лидерами на рынке следует обратить внимание именно на качество предоставляемых услуг.



Рисунок 4 – Значимость факторов конкурентоспособности

Интересным фактом стало то, что расположение тату-салона оказалось вторым важным фактором с точки зрения респондентов. Респонденты указали на то, что для салона было бы хорошим преимуществом наличия рядом с ним парковочных мест. Решение вопроса местоположения для собственника является очень важным, так как арендная плата за помещение очень зависит от района и площади помещения. Цена за услугу не является основным критерием выбора мастера/салона, так как татуировка делается на всю жизнь и подавляющее большинство клиентов предпочитают не экономить на татуировке.

Таким образом, при внимательном подборе персонала, соответствующий уровень организации работы и выбор хорошего местоположения тату-салона должны положительно отразиться на экономической эффективности проекта.

Большинство респондентов считают цены на услуги художественной татуировки хоть и высокими, но доступными. Они понимают, что татуировка делается на всю жизнь, и за качественную услугу мастер возьмет

соответствующую оплату. Лишь небольшая часть опрошенных ответили, что цена на услуги татуировки, по их мнению, завышена. Кроме того, вопрос хайпа и престижа не должен стоить дешево. Татуировки характерны для людей, психологический тип которых – «истероид», они хотят выделяться и готовы за это платить.

Приблизительно половина респондентов ответили, что обращались за услугами татуировки больше одного раза за последний год (рисунок 5).

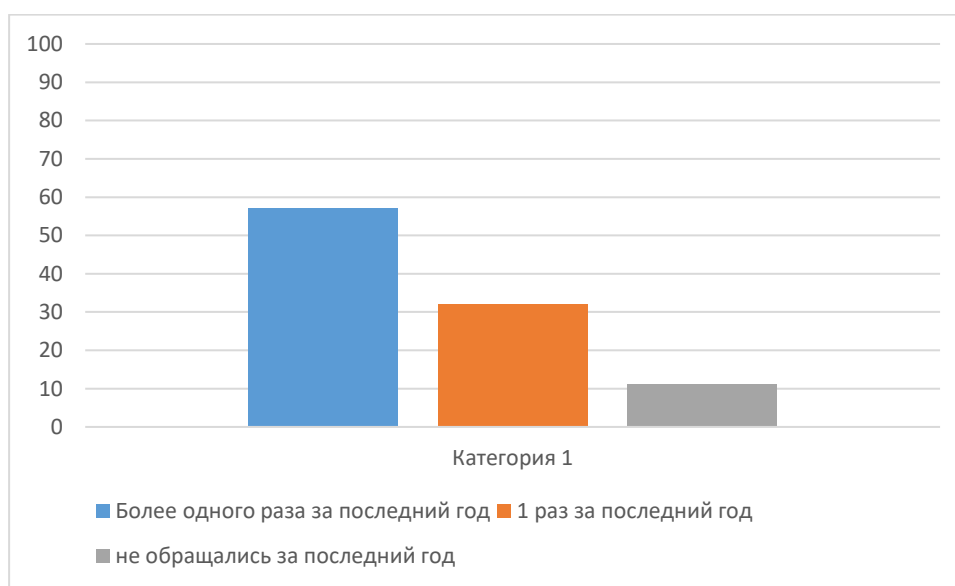


Рисунок 5 – Частота обращений за услугой художественной татуировки

Данные рисунка 5 показали, что те, кто сделал хотя бы одну татуировку, обычно приходят на следующие сеансы. Следовательно, мастерам следует сделать все необходимое для того, чтобы клиент при повторном желании сделать татуировку вернулся именно к нему в салон.

Предоставляя ответ на последний вопрос в анкете («Устроило ли вас качество услуги на последнем сеансе татуировки?») большинство респондентов сначала задумались, положительно ответили 65%. 30% сказали, что работу можно было бы выполнить качественней, но в целом у них нет претензий. Также у некоторых возникли трудности с тем, что не смогли найти мастера в

интересующем их направлении татуировки (стиле). Около 5% остались недовольны предоставленной им услугой.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Красноярске в области художественной татуировки, работодателю (владельцу салона) стоит обратить внимание на ассортимент стилей, в которых работают его мастера.

При этом следует учесть, что больше всего клиенты ценят качество предоставленной им услуги, поэтому стоит задуматься о приеме на работу креативных мастеров, умеющих найти подход к клиенту, которые могут правильно организовать их обслуживание и учесть все пожелания.

2.3 Анализ сегментации рынка

На рынке услуг художественной татуировки в г. Красноярск помимо салонов (студий) татуировки работают и мастера-частники. Если рассматривать общее количество мастеров в г. Красноярск, то очевидно, что большинство работают в салонах. На рисунке 6 представлено процентное соотношение мастеров, работающих в студиях и в одиночку.



Рисунок 6 – Сегментация мастеров по форме занятости

Итак, на 2019 год в Красноярске работает приблизительно 23% мастеров-частников, отобраны те, которые имеют более 2000 подписчиков и сетевую активность на своих рабочих страницах в социальных сетях (Вконтакте, Инстаграм) и 77% мастеров, которые работают в тату-салонах (студиях), с учетом, что в среднем в салоне работает 3 мастера (анализ групп различных салонов татуировки в социальной сети Вконтакте).

Тяжело оценить реальную производственную мощность студий и мастеров-одиночек, так как они не предоставляют свою отчетность. Вывод, что мастера, которые работают индивидуально являются серьезными конкурентами тату-салончиков можно сделать на основании статистики в социальных сетях. У большинства мастеров, работающих самостоятельно запись расписана на недели, а то и месяцы вперед, а также мастера постоянно выкладывают посты с отзывами клиентов.

Далее необходимо установить, сколько тату-салончиков находится в каждом районе города, для этого проведем сегментацию по географическому признаку, результат представлен на рисунке 7.

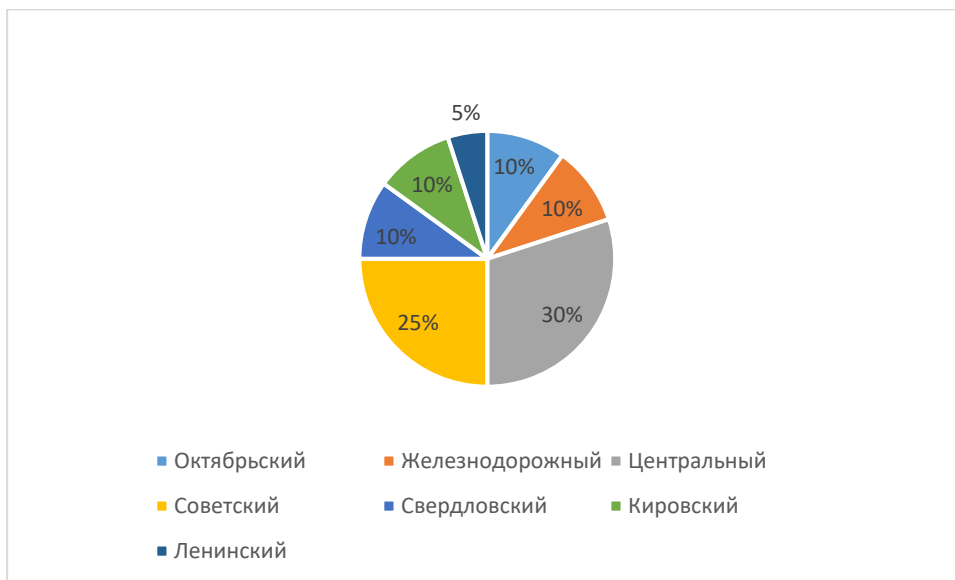


Рисунок 7 – Сегментация тату-салончиков по географическому расположению

На рисунке 6 видно, что большая часть, а именно 30%, всех тату-студий расположена в Центральном районе. Это связано с высокой урбанизацией района и удобством расположения, т.к. это центр города Красноярск. Самое маленькое количество тату-салонов, 5% расположено в Ленинском районе. Население Ленинского района на 2018 год составляло более 150 тыс. человек [24], в данном районе расположен всего лишь один тату-салон, связано это скорее всего с тем, что в районе преобладают промышленные зоны, а жилые находятся на окраинах города.

Всего на момент выполнения работы в Красноярске насчитывается 20 тату-салонов (приложение А).

2.4 Анализ конкурентов

Одним из важнейших элементов всякой теории рынка выступает понятие конкуренции, которое, несомненно, заслуживает специального рассмотрения [17].

Для выбора подходящего направления развития менеджеру салона нужно понимать, что движет его конкурентами, какие меры они предпринимают, а что должны сделать. Способствовать идеальному результату в этом вопросе будет анализ конкурентов, позволяющий получить подробную информацию о других участниках рынка.

Салоны в отрасли конкурируют друг с другом как на ценовой, так и не ценовой основе. Размеры тату-салонов небольшие, что определяет наличие нежестких входных барьеров, услуга является зрелой. В большинстве случаев потребители сохраняют верность салону, что облегчает уровень конкуренции, и такая конкуренция будет не ценовой.

В данной отрасли уровень конкуренции достаточно высок, удерживать свои позиции тату-салону приходится с помощью расширения спектра услуг, улучшения их качества, улучшение сервиса обслуживания, наличия верной маркетинговой стратегии.

Для анализа возьмем наиболее крупные тату-салоны, которые уже зарекомендовали себя на рынке художественной татуировки, существуют более 2ух лет на рынке, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определение составляющих конкурентоспособности

Название	Адрес	Услуги
Тату-салон «Midgard»	г. Красноярск, ул. Горького, д. 18.	Художественная татуировка, лазерное удаление, пирсинг.
Тату-салон «Колибри»	г. Красноярск, ул. Кирова, д. 37.	Художественная татуировка, лазерное удаление, пирсинг.
Тату-салон «VOODOOTATTOO»	г. Красноярск, ул. Телевизорная, д. 1, ст. 4.	Художественная татуировка, пирсинг.
Студия татуировки «Моjo»	г. Красноярск, пр. Мира, д. 64.	Художественная татуировка, лазерное удаление.

Рассмотрим более подробно представленных конкурентов и оценим конкурентоспособность каждого из них на рынке услуг художественной татуировки. В таблице 2 приведены оцененные по десятибалльной шкале (максимум 10 баллов) составляющие основные факторы успеха основных конкурентов.[19]Для оценки был проведен сравнительный анализ цен на услуги организаций за 2019 год, проанализированы отзывы об организациях на <http://flamp.ru> (один из наиболее известных сайтов, на котором клиенты могут оставить отзывы об организациях) за 2017-2019 года [25], изучен ассортимент услуг предлагаемый тату-салонами на их персональных сайтах и страницах в социальных сетях.

Таблица 2 – Определение составляющих конкурентоспособности

Критерий	Салоны			
	«Midgard»	«Колибри»	VOODOO TATTOO	«Mojo»
Удобство месторасположения	8	8	6	9
Известность	10	9	7	7
Ассортимент стилей	6	5	5	4
Качество обслуживания	5	6	8	7
Цены	7	6	6	7
Качество услуг	7	6	8	8
Сопровождение в ходе заживления, коррекция	5	7	3	4
Маркетинг	8	5	6	4
Итого	56	52	49	50

По данным таблицы 2 видно, что наиболее высокие показатели у салона «Midgard» и салона «Колибри». Просто суммировать набранные баллы для комплексной оценки конкурентоспособности не представляется возможным, так как удельный вес показателей разный. Удельный вес каждого критерия приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Удельный вес составляющих конкурентоспособности

Критерий	Удельный вес критерия
Удобство месторасположения	0,16
Известность	0,1
Ассортимент стилей	0,13
Качество обслуживания	0,13
Цены	0,11
Качество услуг	0,17
Сопровождение в ходе заживления, коррекция	0,08
Маркетинг	0,13
Итого	1

Интегральные показатели ключевых факторов успеха, рассчитанные умножением каждой составляющей на ее удельный вес, представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет интегральных показателей ключевых факторов успеха

Критерий	Салоны			
	«Midgard»	«Колибри»	VOODOO TATTOO	«Mojo»
Удобство месторасположения	1,28	1,28	0,96	1,44
Известность	1	0,9	0,7	0,7
Ассортимент стилей	0,78	0,65	0,65	0,52
Качество обслуживания	0,65	0,78	1,04	0,91
Цены	0,77	0,66	0,66	0,77
Качество услуг	1,19	1,02	1,36	1,36
Сопровождение в ходе заживления, коррекция	0,4	0,56	0,24	0,32
Маркетинг	1,04	0,65	0,78	0,52
Итого	7,11	6,5	6,39	6,54

Таким образом, лидером по показателю конкурентоспособности является «Midgard», далее идет «Mojo». Конкурентные преимущества тату-салона «Midgard» – большая известность салона. Самым слабым конкурентом из этой четверки оказался салон «VOODOOTATTOO».

В конце следует отметить, что анализ конкурентов обеспечивает важные преимущества для работы салона татуировки. Предпочтителен комплексный метод. Не менее важно сделать ставку на свои разработки, а дополнением становятся идеи, интересная информация и новшества, выявленные по результатам анализа компаний-конкурентов.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

Красноярск – город миллионник, с развитой инфраструктурой, в котором ежегодно открываются новые студии художественной татуировки и успешно существуют на рынке.

Условием, которое гарантирует успех этого проекта, является ряд преимуществ, с помощью которых планируется занять лидирующее место на рынке услуг художественной татуировки, упор будет сделан на грамотную, современную маркетинговую стратегию, использования конкурентных преимуществ, таких как: наличие мастеров художественной татуировки, владеющих такими стилями, которые не представлены на рынке в данное время (например «треш-полька»); удобное месторасположение с наличием всегда свободных парковочных мест; приятная атмосфера и неформальное общение.

А также наличие благоприятных внешних факторов:

– рост населения г. Красноярск, который обеспечит увеличение потенциальных клиентов;

– рынок на стадии роста, популярность татуировки стремительно возрастает;

– возможность предоставлять более качественные услуги татуировки;

– налаженные связи с поставщиками расходных материалов для тату-оборудования;

– не все стили художественной татуировки представлены на рынке, а спрос на них есть.

Подводя итоги, можно сделать такие выводы:

Красноярск, город миллионник с развитой инфраструктурой, в котором ежегодно открываются различные салоны красоты;

Спрос на услуги художественной татуировки относительно высок;

В Октябрьском районе находится всего 2 тату-салона, хотя концентрация молодежи в данном районе очень высока в силу того, что тут находится Сибирский Федеральный Университет, а это в свою очередь увеличивает количество потенциальных клиентов в районе.

3 Разработка проекта по открытию студии художественной татуировки «GOSU ink»

3.1 Резюме проекта

Цель данного проекта: открытие салона художественной татуировки в городе Красноярске.

Название тату-салона: «GOSU ink»

Организационно-правовая форма – общество с ограниченной ответственностью.

Частная форма собственности.

Упрощенная система налогообложения (доходы минус расходы), ставка налога на прибыль 15%.

Данный бизнес-план предполагает использование собственного капитала в качестве источника финансирования.

Ориентировочная дата открытия тату-салона: 25.10.2019, так как на открытие салона понадобится ориентировочно 3 месяца.

Требуемая площадь помещения: 75 кв. м. Должно быть 4 отдельных кабинета и холл.

Права собственности на помещение: долгосрочная аренда.

Услуги тату-салона:

Разработка индивидуального эскиза; художественная татуировка; выведение татуировок; перекрытие старых татуировок; пирсинг; продажа оборудования и расходных материалов.

Полный прейскурант услуг представлен в приложении В.

Отличие от услуг других салонов в том, что в данном салоне вам не откажут в перекрытии старой татуировки, находя различные на это причины. А также, если вы тату-мастер, то в салоне вы сможете приобрести тату-

оборудование и различные материалы, в большинстве салонов такая услуга отсутствует. Также будет предусмотрена система акций и скидок.

Средняя стоимость одной услуги 6100 рублей.

В приложении В представлен полный список услуг тату-салона «GOSUink», а также их стоимость.

Все оказываемые услуги будут характеризоваться высоким качеством и адекватными ценами.

Режим работы тату-салона: с 10:00 до 20:00 (возможно продление до 22:00, если сеанс татуировки затянулся, но есть возможность закончить без записи на второй сеанс). По предварительной записи и предоплате. В выходные дни режим работы стоит уточнить.

Салон татуировки будет находиться в Октябрьском районе города Красноярска. Выбор данного месторасположения обусловлен тем, что данный район города активно застраивается. В Октябрьском районе находятся основные объекты Сибирского Федерального Университета, а следовательно концентрация потенциальных клиентов в районе наиболее высокая. За последние 10 лет введено в эксплуатацию более 35 домов[29].

В Октябрьском районе проживает большое количество студентов, также проживает множество молодых семей, так как цены на жилье здесь доступнее, чем в Центральном или Железнодорожном районах, а это важный фактор для тех, кто хочет обзавестись собственным жильем на левом берегу Енисея.

Кроме того, в данном районе низкая конкуренция. На территории района, согласно сервису 2Гис, находится 2 тату-салона (приложение А).

На работу в салон татуировки предполагается нанять 3-х мастеров художественной татуировки на начальный период. Под данное количество сотрудников проще найти подходящие помещение на первых этажах жилых домов.

Все услуги будут оказываться высококвалифицированными специалистами с опытом работы в индустрии не менее 3 лет, которые

постоянно совершенствуют свои навыки и не стоят на месте. Особое внимание при поиске сотрудников будет обращено на наличие хорошего портфолио, креативность, стаж, наличие базы постоянных клиентов.

Основные показатели эффективности:

- первоначальные инвестиции – 2 173 000 рублей;
- ставка дисконтирования – 16,3%;
- чистый дисконтированный доход (NPV) – 9 828 754; рублей;
- индекс прибыльности (PI) – 4,52;
- точка безубыточности достигается на 4 месяце работы;
- окупаемость проекта настанет через 12 месяцев работы салона.

Основные вложения в открытие тату-салона придутся на покупку оборудования для татуировки, расходные материалы, мебель, отделку помещения. В период получения СЭС (до 30 дней) и лицензии (до 45 дней) оказывать услуги будет невозможно, но оплачивать аренду помещения обязаны. Лицензию на ведение деятельности не требуется продлевать каждые пять лет.

Текущие расходы после начала деятельности будут состоять из аренды, заработной платы, приобретении расходных материалов, а также рекламы. Небольшие ежемесячные расходы на ведение деятельности являются показателем для принятия решения в пользу открытия тату-салона.

3.2 Бизнес-план реализации проекта

План маркетинга

Повышение лояльности постоянных клиентов, стимулирование продаж и другие маркетинговые ходы позволят тату-салону «GOSUink» не только окупить затраты, но и принести хорошую прибыль.

На начальном этапе работы, тату-салону будет необходима качественная реклама.

Для того, чтобы создать устойчивый спрос на услуги татуировки в «GOSU ink» важным будет выстроить механизм постоянного маркетинга.

На первом этапе стоит определиться с основной целью деятельности тату-салона и провести анализ сильных и слабых сторон на основе SWOT-анализа.

Главной целью разработки проекта тату салона «GOSU ink» является получение прибыли от предоставления услуг художественной татуировки.

В таблице 5 представлен проведенный SWOT-анализ салона художественной татуировки «GOSU ink».

Таблица 5 – Матрица SWOT-анализа тату-салона «GOSU ink»

	Сильные стороны – S 1 Удобное расположение тату-салона. 2 Формирование и поддержание репутации 3 Возможность записи на выходные дни (индивидуально)	Слабые стороны – W 1 Неизвестность салона на начальном этапе
Возможности – O Увеличение присутствия на рынке	S1-S3,O1 – Аренда помещения в удобном месте, с наличием парковки. Контроль качества выполненных работ. Возможность клиента выбирать удобное для него время.	W1,O1 – Разработка и внедрение грамотной маркетинговой стратегии.
Угрозы – T 1 Усиление конкуренции на рынке услуг художественной татуировки 2 Ужесточения государственного регулирования в области татуировки 3 Расторжение договора аренды помещения или значительное повышение арендной платы 4 Распространение информации о вреде татуировки	S1-S3,T1-T2 – Своевременно проводить анализ среды, для формирования будущих стратегий. S1,T3 – Заключение долгосрочного договора, со всеми нюансами. S2, T4 – Следить за условиями и инструментами, поддерживать стерильность.	W1, T1 – Расширение предлагаемых стилей и направлений татуировки W1,T4 – Разработка рекламных постов, которые донесут достоверную информацию до клиента.

По итогам проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод, что целью маркетинга тату-салона «GOSU ink» является привлечение и удержание потребителей услуг в качестве постоянных клиентов, дальнейшее развитие салона, увеличение перечня оказываемых услуг.

Так как спектр услуг салона не велик, следует использовать стратегию фокусировки. Эта стратегия позволит обеспечить преимущество над конкурентами в обособленном сегменте рынка.

Главная идея стратегии будет заключаться в том, чтобы салон обслуживал клиентов эффективнее чем конкуренты.

Сущность стратегии фокусировки состоит в ограничении масштабов деятельности тату-салона удовлетворением клиентов, предоставлением узкого ассортимента услуг. Необходимо предоставлять качественные услуги, а не гнаться за их количеством.

Данная стратегия позволит добиться следующих результатов:

- увеличение объемов выручки и прибыльности;
- укрепление лидирующей позиции на рынке услуг татуировки в Красноярске;
- формирование образа ответственного салона в сознании населения;
- салона-лидера в области качественных услуг.

Работа с постоянными клиентами салона должна выстраиваться на основе стратегии долгосрочных взаимовыгодных отношений. То есть по отношению к этим клиентам салон обязан позиционироваться через свою стержневую компетенцию со всеми вытекающими из этого действиями, постоянно оправдывая уверенность клиентов в правильности его выбора. Для того чтобы лучше обеспечивать удовлетворенность клиентов, следует разработать систему акций и скидок.

Для определения цен на услуги необходимо определить себестоимость услуги. Себестоимость услуги зависит от постоянных и переменных издержек. Приблизительный расчет себестоимости услуги представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Расчет себестоимости услуги татуировки в «GOSUink»

Вид издержек	За одну услугу, руб.
Постоянные	
Аренда	166
ФОТ	2150
Маркетинг	66
Амортизация оборудования и мебели	40
Заемные средства	
Переменные	
Закупка расходных материалов	1000
Прочие расходы	40
Итого	3462

Средняя себестоимость услуги равна 3462 рублей.

Ключевой задачей при определении оптимальных цен на услуги в салоне является оперативный анализ рыночной ситуации, наряду с анализом издержек. Метод ценообразования, основанный на издержках, направлен на получение целевой прибыли (метод безубыточности). Этот метод позволит салону устанавливать такую цену, при которой можно было бы получить желаемую прибыль.

Салон «GOSUink» планирует использовать несколько стратегий ценообразования. Наиболее приемлемой стратегией является стратегия психологической цены, т.е. устанавливать цену на услуги следует устанавливать немного ниже «круглой» суммы. Психологически клиент будет воспринимать цену, как выгодную для себя.

Пример ценообразования основной услуги салона (художественная татуировка), представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Ценообразование услуги татуировки

Себестоимость услуги, руб.	Надбавка %	Сумма общей надбавки, руб.	Налог на прибыль, руб.	Цена услуги, руб.
3462	65%	2250	340	6100

Надбавка в 65% позволит получать организации прибыль и в тоже время оставаться конкурентоспособной организацией на рынке.

Так как салон «GOSUink» на рынке татуировки будет новым, то следовательно ему необходимо выбирать стратегии, связанные с проникновением на рынок. В данной ситуации главной задачей салона является разработка стратегии, направленной на предоставление услуг художественной татуировки более высокого качества, используя лучшее тату-оборудование по доступным ценам. Также планируется увеличение количества стилей и направлений татуировки, которые клиенты смогут получить в данном салоне. Для этой стратегии требуется постоянный анализ рынка услуг художественной татуировки, а также мотивация сотрудников для совершенствования своих навыков. Мотивировать можно выплатой премий.

Привлечь квалифицированных мастеров получится тем, что в «GOSUink» каждому мастеру будет предоставлен личный кабинет, который будет удовлетворять всем потребностям мастера, не нужно будет ютиться несколькими мастерам в одном помещении, так как это доставляет дискомфорт.

Мастера будут постоянно обеспечены качественными расходными материалами, за счет наличия надежных контактов с поставщиками, которые готовы обеспечить тату-салон.

Мастера будут работать в пространстве с такими же высококлассными специалистами, как и они, а это в свою очередь поможет им развиваться на рабочем месте, узнавая друг от друга новые и полезные приемы и хитрости в нанесении татуировки.

Таким образом, выбрав стратегию маркетинга и метод ценообразования, можно перейти к основным элементам продвижения услуг на рынок.

Салон «GOSU ink» будет использовать прямой канал сбыта, т.е. услуги художественной татуировки будут оказываться непосредственно в салоне.

Стратегия продвижения услуг татуировки будет выстраиваться на рекламе. Особое внимание будет уделяться рекламе в социальных сетях и интернете. Планируется разработать личный сайт салона, а также страницу(группу) в социальной сети «Вконтакте» и страницу в сети «Instagram».

В течение первого года «GOSUink» планирует затратить на создание и укрепление торговой марки и расширение контингента постоянных клиентов приблизительно 165 000 рублей.

Основные усилия будут направлены на освоение рынка услуг художественной татуировки и завоевание лидирующей позиции в Октябрьском районе Красноярска. В программу действий водят следующие маркетинговые мероприятия и затраты на них, которые представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Затраты на проведение маркетинговых мероприятий

Вид мероприятия маркетинга	Затраты на реализацию, руб.
Изготовление двух вывесок	50000
Изготовление визитных карточек	1500
Изготовление информационного стенда	3500
Продвижение в социальных сетях	50 000
Разработка и продвижение сайта	60000
Итого	165 000

Таким образом, на старте своей деятельности тату-салону потребуется затратить 165 000 рублей на продвижение своих услуг. В связи с тем, что в настоящее время население активно пользуется интернетом, будет целесообразно разработать личный сайт и использовать продвижение в

социальных сетях. Это не потребует больших затрат, но при этом будет являться гораздо более удачным способом продвижения и послужит отличной рекламой тату-салона.

Политика «GOSU ink» направлена на извлечение оптимальной прибыли. Целью маркетинга салона является привлечение и удержание клиентов.

В основе стратегии продвижения лежит реклама в социальных сетях, а также разработка личного сайта. Страницам в социальных сетях будет уделено особое внимание, на них будет представлен только качественный контент, который в свою очередь послужит отличным способом формирования представления у потенциальных клиентов. Помимо качественных фотографий с уже выполненными работами (портфолио), будет также множество интересных статей на тему художественной татуировки. Раз в месяц будет выкладываться список направлений татуировки или уже готовые эскизы, на которые будут распространяться скидки.

Организационный план

В качестве правового статуса выбрано общество с ограниченной ответственностью и уставным капиталом 10 000 рублей. Тату-салон будет иметь одного учредителя. Форма собственности – частная.

Систему налогообложения следует выбрать упрощенную «доходы минус расходы» со ставкой 15% от прибыли, так как помещения в аренде и расходы будут существенные.

График работы тату-салона «GOSU ink»: понедельник – пятница с 10:00 до 20:00. По предварительной записи и предоплате. В выходные дни режим работы стоит согласовывать индивидуально с мастерами.

Для организации работы тату-салона требуется нанять на работу сотрудников:

- мастер художественной татуировки;
- мастер пирсинга.

Каждому сотруднику салона будет предоставлен ежегодно-оплачиваемый отпуск, оплата листов нетрудоспособности. Также в обязанности работодателя будет входить: отчисление на сотрудников с страховые, пенсионные и социальные фонды. С каждым работником будут заключены трудовые договора. В таблице 9 представлено штатное расписание тату-салона «GOSUink» на первоначальном этапе работы.

Таблица 9 – Штатное расписание тату-салона «GOSU ink»

Должность	Количество сотрудников	Оклад на 1 сотрудника в месяц, рублей.	Итого окладная часть ЗП, рублей.
Директор (мастер татуировки)	1	100 000	100 000
Мастер художественной татуировки	3	80 000	240 000
Мастер пирсинга	1	35 000	35 000
Администратор	1	25 000	25 000
Итого ФОТ	4		400 000

Организационная структура салона является линейной. Она позволяет директору оперативно вести управление работой салона и находиться в курсе событий.

Директор – несет ответственность за бесперебойную работу салона. Отвечает за риски, связанные с работой тату-салона и мастеров, в частности.

Мастер художественной татуировки – выполняет работу по нанесению татуировки на кожу. Обязан знать и соблюдать правила санитарной безопасности, уметь дезинфицировать свои инструменты. Должен знать анатомию тела. Ему нужно уметь рисовать, уметь пользоваться тату-машинкой, владеть технологией нанесения рисунка на кожу, знать свойства различных пигментов.

Мастер пирсинга – предоставляет услугу пирсинга (проколы различных частей тела). Обязан знать и соблюдать правила санитарной безопасности, уметь дезинфицировать свои инструменты. Должен знать анатомию тела.

Все работники тату-салона обязаны иметь медицинские книжки и регулярно проходить периодические медицинские осмотры.

Услуги бухгалтера и юриста будет предоставлять консалтинговая организация, с ней будет заключен договор на оказание услуг.

Производственный план

Салон художественной татуировки «GOSUink» планируется открывать в Октябрьском районе Красноярска. Помещение, в котором будет находиться салон следует арендовать на длительный период. Общая площадь должна составить не менее 75 м². При планировке и отделке помещения следует руководствоваться СанПиН 2.1.3.2630-10, где подробно указаны требования к размеру помещения, освещению и микроклимату.

Исходя из требований, аренда квадратного метра нежилого помещения в Октябрьском районе составляет 450-550 рублей в месяц.

Таким образом, если снять в аренду помещение 75 м², то арендная плата составит 41 000 рублей в месяц.

Отделка помещения должна осуществляться экологически чистыми, пожаробезопасными и моющимися материалами. На все материалы, использованные при ремонте и отделке помещения салона, сохраняются сертификаты соответствия. На ремонт и отделку помещения потребуется не менее 350 000 рублей.

У каждого мастера будет личный кабинет. Администратор будет принимать посетителей на ресепшене. Требуемая квадратура для помещений указана в таблице 10.

Таблица 10 – Площадь и количество кабинетов.

Наименование помещения	Площадь помещения м ²	Количество помещений
Кабинет мастера художественной татуировки	12	4
Кабинет мастера пирсинга	12	1
Холл (ресепшен)	15	1

Далее следует определиться с оборудованием и мебелью. Мебель, оборудование и инструментарий должны быть сертифицированы и иметь регистрационное удостоверение.

Необходимая мебель в каждый кабинет представлена в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень мебели в кабинете

Наименование	Количество
Кушетка	1
Специальное кресло	1
Кресло работника	1
Стол	1
Тумба	1
Шкаф	1
Полка	2
Подставка для инструментов	1

Затраты на покупку мебели в 5 кабинетов ориентировочно составят 400 000 рублей.

Также потребуются средства на закупку расходных материалов (картриджи для тату-машинки, краска, барьерная защита, мыло, трансферная бумага, средство для перевода эскиза на кожу), понадобится порядка 70 тыс. рублей на каждый кабинет, итого 280 000 рублей.

Тату-машинки и блоки питания мастера используют свои. Каждый выбирает для себя наиболее подходящее оборудование.

Необходимо выделить средства для обустройства ресепшена. Следует закупить мебель, персональный компьютер, ЖК-телевизор, ориентировочная сумма 200 000 рублей.

Для получения лицензии необходимо получить санитарно-эпидемиологическое заключение на помещение, заключить договор на вывоз бытовых отходов и отходов медицинского назначения. Примерная сумма затрат 50 000 рублей.

Управление проектами заключается в составлении плана и отслеживания хода работ по нему. В таблице 12 представлен план работ со сроками.

Таблица 12 – План работ и их сроки

Номер	Название задачи	Начало	Окончание	Длительность (дни)	Предшественники
1	Поиск и аренда помещения	01.08.2019	28.08.2019	20 дней	
2	Регистрация ООО	01.08.2019	22.08.2019	16 дней	
3	Ремонт и отделка помещения	29.08.2019	30.09.2019	23 дней	1
4	Закупка мебели и оборудования	01.10.2019	26.10.2019	20 дней	1; 3
5	Поиск и найм персонала	01.08.2019	27.10.2019	63 дней	
6	Лицензирование	01.08.2019	02.10.2019	45 дней	
7	Открытие	27.10.2019	31.10.2019	5 дней	1; 2; 3; 4; 5; 6

По данным таблицы 12 построим диаграмму Гантта. Диаграмма Гантта используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту. Диаграмма представлена на рисунке 8.

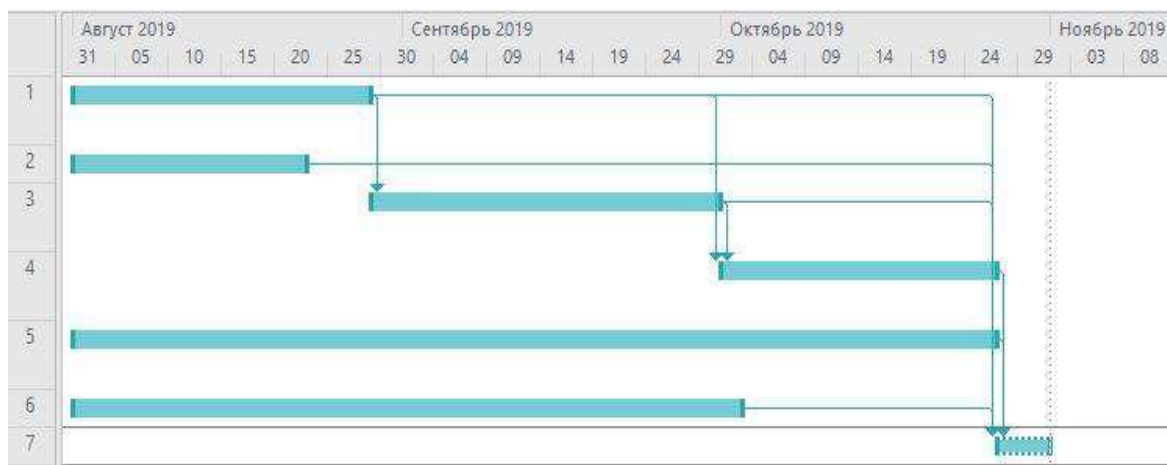


Рисунок 8 – диаграмма Гантта

На основе данных диаграммы Гантта видно, что салон планируется открыть за 3 месяца. Наиболее длительным периодом будет период ремонта, закупки мебели и оборудования, найм персонала и период лицензирования.

Финансовый план

Общая сумма вложений в открытие и первоначальное функционирование тату-салона «GOSUink» составит 2 173 000 рублей.

Основные затраты придется на приобретение мебели, расходных материалов, оборудования, ремонт, отделку.

На обустройство кабинетов (мебель, оборудование, расходные материалы) понадобится 680 000 рублей.

На обустройство холла и зоны ресепшена понадобится 200 000 рублей.

В данном бизнес-плане предполагается, что закупаться будет только новая мебель и оборудование.

В таблице 13 приведем прочие инвестиционные расходы.

Таблица 13 – Необходимые инвестиционные расходы

Наименование	Сумма, рублей.
Маркетинг	165 000
Получение лицензии	50 000
Ремонт и отделка	350 000
Аренда помещения за 3 месяца, до момента открытия	123 000
Прочие расходы	20 000
Итого	708 000

Расходы на открытие салона татуировки на данном этапе составляют 1 518 000 рублей.

Теперь произведем расчеты того, сколько потребуется денежных средств для работы салона татуировки «GOSUink» до достижения точки безубыточности. Приведем в таблице 14 расходы салона на 1 месяц.

Таблица 14 – Расходы тату-салона «GOSU ink» на месяц

Наименование расходов	Стоимость, рублей.
Оплата аренды 75 м ²	41 000
ФОТ	400 000
Прочие расходы	10 000
Закупка расходных материалов	189 000
Маркетинг	13800
Взносы ФСС, ПФР	120 000
Амортизация оборудования и мебели	8650
Итого	718450

Для того, чтобы произвести расчет доходности проекта следует провести анализ посещаемости тату-салона. В среднем каждый мастер в тату-салоне обслуживает 1-2 клиентов в день. Предполагаемая посещаемость приведена в таблице 15.

Таблица 15 – Предполагаемая посещаемость салона «GOSU ink»

Сотрудник	Средняя стоимость услуги, рублей	Посещаемость, человек в день	Сумма в день
Мастер художественной татуировки	6100	7	42700
Мастер пирсинга	1500	3	4500
Итого в день		10	41100
Итого в месяц		210	863100

Средний чек при посещении тату-салона составляет среднюю стоимость посещения специалиста. Выручка в месяц высчитывается как произведение среднего чека на посещаемость. На этот показатель оказывают воздействие такие факторы, как изменение трафика посетителей и ценообразование в зависимости от сезонности и конкурентной среды. Ориентировочная выручка в день и в месяц представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Ориентировочная выручка в день, в месяц

Основные показатели	
Средняя посещаемость человек в день	9
Средняя стоимость услуги, рублей	5100
Выручка в день, рублей	45900
Выручка за месяц, рублей	963 900

Далее составим план доходов и расходов, представлен в таблице 17.

Таблица 17 – План доходов и расходов

Месяц работы	1	2	3	4	5	6
Клиентов в месяц	90	100	120	150	190	210
Средний чек	5100	5100	5100	5100	5100	5100
Доход	459 000	510 000	612 000	765 000	969000	1 071000
Расход	718 450	718 450	718 450	718 450	718 450	718 450
Аренда	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000	41 000
ФОТ	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Налоги УСН, 15%				6982	37582	52 882
Налоговые отчисления	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
Закупка расходных материалов	189 000	189 000	189 000	189 000	189 000	189 000
Маркетинг	13800	13800	13800	13800	13800	13800
Амортизация	8650	8650	8650	8650	8650	8650
Прочие расходы	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Чистая прибыль	-259450	-208450	-106450	46 550	250550	352 550

Из таблицы 17 видно, что первые месяцы тату-салон не будет выполнять норму посетителей и прибыль будет отрицательной. Для функционирования салона нужны будут дополнительные средства в размере 575 000 рублей. Начиная с четвертого месяца количество клиентов позволит прийти к положительным показателям прибыли. Таким образом, на четвертом месяце работы тату-салона «GOSUink» достигается точка безубыточности.

Через 5 месяцев планируется полная загруженность салона, а это 210 клиентов, тогда прибыль составит 352 550 в месяц.

На основе всего этого, на открытие салона понадобится 1 598 000 рублей и дополнительные средства в размере 575 000 рублей. Итого 2 173 000 рублей.

Основными показателями эффективности бизнес-плана являются:

- период окупаемости;
- чистый дисконтированный доход;
- индекс прибыльности.

Ставка дисконтирования была выбрана из следующих соображений:

- уровень инфляции в России в среднем 3,8%;
- ставка по сберегательному вкладу ЦБ РФ 7,5%, для компенсации возможных рисков добавим еще 5%. Таким образом, ставка дисконтирования составит 16,3%.

Рассчитаем чистый дисконтированный доход (NPV) в таблице 18.

Таблица 18 – Чистый дисконтированный доход (NPV)

Год	Денежный поток	Дисконтированный денежный поток	Ставка дисконтирования	Инвестиции, рублей
1	2 190 600	1883576,96	16,3%	2 173000
2	4 230 600	3127825,64		
3	4 230 600	2689445,95		
4	4 230 600	2312507,27		
5	4 230 600	1988398,34		
NPV = 9 828 754				

Индекс прибыльности (PI) = NPV / IC = 9 828 754 / 2 093 000 = 4,52

Окупаемость проекта настанет через 12 месяцев работы тату-салона.

Анализ рисков

Сфера художественной татуировки достаточно рискованная. Но если заранее просчитать возможные риски, можно защитить бизнес от негативного влияния различных факторов.

Риски могут быть как внешние, так и внутренние, такие как финансовые, производственные, коммерческие, а также связанные с различными непредвиденными обстоятельствами.

Внешние риски:

– лицензирование деятельности. Чтобы получить лицензию нужно иметь соответствующее помещение, квалифицированный персонал и сертифицированное оборудование;

– ценообразование. Стоимость услуг тату-салона обязана учитывать не только интересы владельца, а также сотрудников и клиентов;

– репутация. Это наиболее хрупкий из элементов бизнеса.

Внутренние риски:

– подготовка к открытию. Помещение, ремонт, оборудование – все обязано соответствовать нормам СанПиН. На поиск оптимальных вариантов может уйти несколько месяцев;

– недобросовестность персонала;

– квалификация персонала.

Наиболее высоким риском является потеря высококвалифицированных кадров. Поэтому следует стимулировать персонал не только денежными поощрениями, а также мотивировать его с помощью создания единой корпоративной культуры, для этого необходимо постоянно поддерживать общение с персоналом, общаться на различные темы, узнавать друг друга лучше.

Для того, чтобы не испортить репутацию салона нужно нанять высокопрофессиональных мастеров татуировки, которые будут ответственно подходить к своей работе. Также следует закупать только качественные

расходные материалы. Хорошее качество предоставляемых услуг положительно повлияет на отзывы о салоне.

Возможные риски и способы их снижения представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Риски и способы их снижения

Риски	Способы снижения рисков
Проверка со стороны санитарно-эпидемиологической службы.	Соблюдение всех правил СанПиН.
Увеличение стоимости аренды	Заключение долгосрочного договора, в котором четко будут прописаны условия
Падение выручки, связанное с резким падением спроса	Анализ конъюнктуры рынка, проведение маркетинговых мероприятий
Повышение стоимости расходных материалов	Разработка резервного фонда, изменение ценообразования
Недобросовестность поставщиков	Заключение подробных договоров
Непредвиденные, форс-мажорные риски	Страхование имущества
Потеря доли рынка	Изменение маркетинговой стратегии

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что данный проект является перспективным и экономически выгодным. Сфера художественной татуировки – это творческая деятельность, а следовательно, интересная. Проект помимо прибыли будет приносить огромное удовольствие как сотрудникам, так и клиентам. Бизнес в области художественной татуировки сопряжен со значительными рисками. Но создавая новый салон татуировки с высококвалифицированными мастерами и конкурентоспособными ценами, можно оказать качественную услугу клиентам, которые хотят, чтобы выполненная работа продолжала радовать их на протяжении долгих лет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью выпускной квалификационной работы являлось разработать проект по открытию салона татуировки.

Главной целью составления бизнес-плана являлось планирование коммерческой деятельности по оказанию платных услуг художественной татуировки. Маркетинговый анализ рынка услуг татуировки в Красноярске. Анализ возможных рисков, связанных с открытием тату-салона.

Структура бизнес-плана состоит из резюме, плана маркетинга, организационного плана, производственного плана, финансового плана и анализа рисков.

В ходе выполнения работы был изучен рынок, на котором планируется вести деятельность, проведены маркетинговые исследования, такие как сбор и анализ информации. Информация для анализа была получена в результате анкетирования жителей Красноярска в возрасте от 16 до 35 лет. Опрос проводился в креативном пространстве «YUSHINBROTHERS». Информация была необходима, для того чтобы ответить на ряд вопросов, благодаря которым выяснилось, сколько клиенты готовы платить, качество услуг в отрасли и так далее. Был проведен анализ конъюнктуры, проанализирован уровень конкуренции. Учитывая все это, было решено организовать салон татуировки.

В создание салона инвестировать заемные средства в размере 2 173 000 рублей. В качестве организационной формы будет выбрано «Общество с ограниченной ответственностью». Упрощенная форма налогообложения. Согласно календарному плану, срок открытия салона составляет 3 месяца. Все этапы будет контролировать директор.

Планируется, что чистый доход в первый год составит 2 190 600 рублей, а последующие не менее 4 230 600 рублей.

Открытие салона дает высокую доходность и быструю окупаемость. Вложение средств в проект целесообразно и выгодно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. – Москва: Издательство «MarketDS», 2013. – 544 с.
2. Лумпов Н. С. Вестник Самарского университета / Н. С. Лумпов Проект как объект управления. – 2016. – №4. – 59 с.
3. Управление инновационными проектами: учебное пособие в 2-х частях / Т. В. Александрова [и др.]. – под общей редакцией профессора И. Л. Туккеля. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Санкт-Петербург: СПбГТУ, 2011. – 100 с.
4. Ватрак В. И. Ключевые показатели эффективности участников проектной деятельности / В. И. Ватрак Управление человеческим потенциалом. – 2014. – №2. – 138-143 с.
5. Бараненко С. П. Управление проектами: учебно-методический комплекс / С. П. Бараненко. – М.: АП Наука и образование, 2014. – 244 с.
6. Заренков В.А. Управление проектами. – М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2006. – 312 с
7. Беляева С. А. Роль планирования в процессе управления инвестиционными проектами / С. А. Беляева Организатор производства. – 2010. – №4. – 84-87 с.
8. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: учебное пособие: / Т. С. Бронникова. – Москва: Альфа-М: Уником Сервис: ИНФРА-М, 2012. – 222 с.
9. Грашина М. Н., Дункан В. Р. Основы управления проектами / М. Н. Грашина, В. Р. Дункан. – М.: «Бином. Лаборатория Знаний», 2016. – 240 с.
10. Балашов А. И. Управление проектами: учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова. – Москва: Юрайт, 2016. – 245 с.
11. Бекетов О. Н. Бизнес-планирование: конспект лекций / О. Н. Бекетов, В. И. Найденков. – Москва: Эксмо, 2015. – 160 с.

12. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный Закон от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ: (в ред. От 29 дек. 2015 г.) /КонсультантПлюс: справочная Правовая система. — Версия Проф. — Электрон.дан. — М., 2016. — Доступ из локальной сети Науч. Б-ки СФУ.

13. Жильцов Е. Н. Маркетинг основы и маркетинг информации: учебник / В. Н. Еремин. — Москва: КноРУс, 2014. — 648 с.

14. Голова А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2013. —227 с.

15. Жильцов Е. Н. Экономика и управление сферой: учебник для бакалавров / под редакцией Е. Н. Жильцова, Е. Егорова. — Москва: Издательско торговая корпорация «Дашков и К», 2015. — 496 с.

16. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2 [Электронный ресурс]: федеральный Закон от 5 авг. 2000 г. №117-ФЗ: (в ред. От 5 апр. 2016 г., сизм. От 9 апр. 2016 г.) / КонсультантПлюс: справочная Правовая система. — ВерсияПроф. — Электрон.дан. — М., 2016. — Доступ из локальной сети Науч. Б-ки СФУ.

17. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебник / А. П. Панкрухин. — М.: Омега-Л, 2009. — 518 с.

18. Бухаркова,О.В.; Горшкова, Е.Г. Управление продажами; СПб: Речь, 2013. - 333 с.

19. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. — Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. — 194 с.

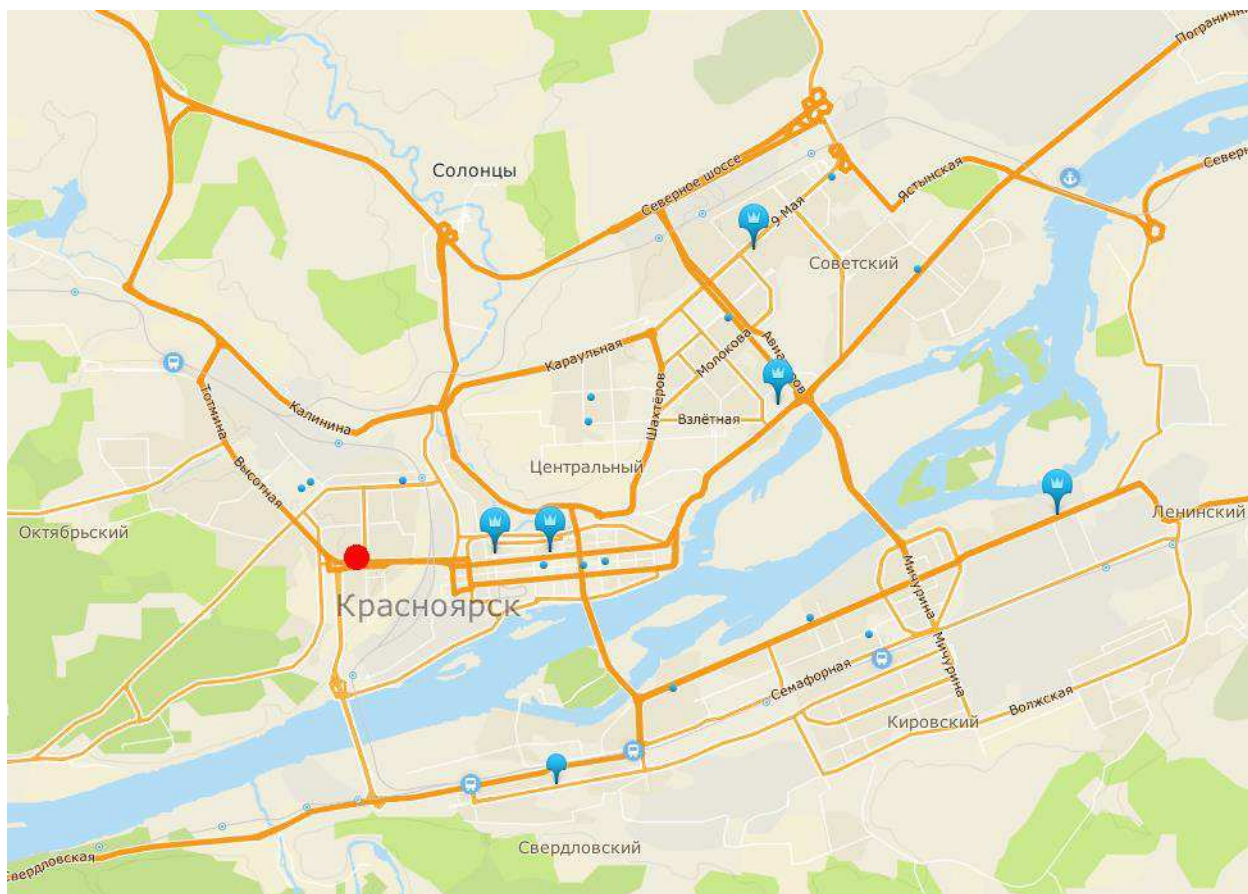
20. Хэлдман, К. Управление проектами: учебник и практикум / К. Хэлдман. — Москва: ДМК Пресс, 2012. — 352 с.

21. Татуировка в России [Электронный ресурс] — режим доступа: http://irkipedia.ru/content/tatuirovka_v_rossii_istoriya

22. Международная картографическая компания [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://2gis.ru/krasnoyarsk/>
23. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://krsstat.gks.ru/>
24. Энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] – режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Районы_Красноярска
25. Сайт с отзывами об организациях [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://flamp.ru>
26. Международный научно-исследовательский журнал. [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://research-journal.org/social/chto-takoe-proekt-opredelenie-i-priznaki/>
27. Электронная энциклопедия [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Татуировка>
28. Прайс на татуировки в Красноярске [Электронный ресурс] – режим доступа: https://krasnoyarsk.tattoo.firmika.ru/__tatuировки_tseny
29. Сервис о состоянии жилого фонда [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://dom.mingkh.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Расположение тату-салонов на карте города Красноярск



Красной точкой указано предполагаемое месторасположение для открытия салона.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета

Опрос проводился в креативном пространстве «YUSHINBROTHERS» в Красноярске. В опросе приняло участие 50 человек в возрасте от 16 до 35 лет.

Перечень вопросов:

1. Тату-салон или «мастер-одиночка»?
2. Пользовались ли вы услугами художественной татуировки последние 12 месяцев?
3. Какую сумму вы потратили на услугу татуировки за последние 12 месяцев?

Варианты ответов:

- до 10 тыс. рублей;
- до 15 тыс. рублей;
- более 15 тыс. рублей.

4. Причины, по которым вы решили обратиться за данной услугой?
5. Какими источниками информации вы пользовались при выборе тату-салона/мастера?

Варианты ответов:

- Instagram;
- Вконтакте;
- Радио и ТВ;
- Печатная реклама;
- Друзья и знакомые;

6. Наиболее важные факторы при выборе тату-салона/мастера?
7. Как вы считаете, уровень цен приемлем для потребителя?
8. Как часто вы обращаетесь за услугами художественной татуировки?
9. Устроило ли вас качество услуги на последнем сеансе татуировки?

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Прейскурант услуг, оказываемых салоном художественной татуировки «GOSU ink»

№	Наименование услуги	Стоимость, рублей
1	Художественная татуировка (сеанс)	6100, стоимость маленьких татуировок оговаривается, минимальная стоимость 1500 рублей
2	Разработка индивидуального эскиза	2000 – 15000 рублей
3	Интимная татуировка (сеанс)	6100 + 30%, стоимость маленьких татуировок оговаривается, минимальная стоимость 2000 рублей
4	Перекрытие старой татуировки (сеанс)	6100 + 50%
5	Коррекция	От 2000 рублей
6	Удаление татуировки лазером	Зависит от объема работ, минимальная стоимость 1500 рублей
ПИРСИНГ		
7	Мочка уха (StandartLobe)	900 руб.
8	Трагус (Tragus)	1200 руб.
9	Дейт (Daith)	1500 руб.
10	Рук (Rook)	1500 руб.
11	Хеликс (Helix)	1500 руб.
12	Индастриал (Industrial)	1500 руб.
13	Конч (Counch)	1500 руб.
14	Орбитал (Orbital)	1500 руб.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики, управления и природопользования
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 С. Л. Улина
подпись инициалы, фамилия
« » 20 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 – Менеджмент

38.03.02.02.08 – Управление проектами (в организации)

Разработка проекта по открытию салона художественной татуировки

Научный руководитель

 2020.04.19 к.э.н., доцент

подпись, дата должность, ученая степень

 И. Ю. Моськина

инициалы, фамилия

Выпускник

 2020.04.19
подпись, дата

 С. А. Госпадарёв

инициалы, фамилия

Красноярск 2019