

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

Институт экономики государственного управления и финансов
Кафедра международной и управленческой экономики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ С.Л. Улина

« _____ » _____ 2023г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 – Менеджмент
38.03.02.02.08 – Управление проектами (в организации)

Разработка проекта бьюти- студии «Candy»

Руководитель _____ старший преподаватель Е.Ю. Яковлева

Выпускник _____ А.В. Довгань

Красноярск 2023

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Разработка проекта в сфере косметологических услуг (на примере бьюти- студии «Candy»)» содержит 62 страницы текстового документа, 25 таблиц, 7 рисунков, 2 формулы, 31 использованных источника.

BEAUTY- СТУДИЯ, АНАЛИЗ, ТЕНДЕНЦИИ, РЫНОК, ИНФОРМАЦИЯ, РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА, КОНКУРЕНТЫ, РИСКИ ПРОЕКТА.

Объект исследования- проект beauty- студия «Candy».

Цель- разработка проекта открытия beauty- студии «Candy».

Задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты управления проектами в сфере услуг
2. Выделить особенности управления проектами в сфере услуг
3. Проанализировать микро и макросреды проекта beauty- студия «Candy»
4. Дать оценку экономической эффективности и рискам реализации проекта beauty- студия «Candy»

В результате разработки проекта были изучены области знаний управления проектами, документы проекта, аспекты открытия beauty- студии, проанализированы внешняя микро и макросреды проекта, локальный рынок beauty- студий, заинтересованные стороны. Так же были учтены риски и произведены расчеты приведенных денежных потоков, определен срок окупаемости вложений.

По итогам работы можно заключить, реализациям проекта beauty- студии «Candy» является целесообразным решением.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические аспекты разработки проектов в организации.....	5
сферы услуг	5
1.1 Характеристика процесса управления проектами в.....	5
организации.....	5
1.2 Структура проекта организации.....	14
1.3 Особенности управления проектами в сфере услуг.....	18
2 Внешний анализ	21
2.1 Анализ рынка beauty- студий в городе Красноярск	21
2.2 Анализ внешней микросреды проекта beauty- студия «Candy»	27
2.3 Анализ внешней макросреды проекта beauty- студия «Candy»	33
3 Разработка проекта beauty- студия «Candy»	36
3.1 Концепция проекта beauty- студии «Candy»	36
3.2 Разработка плана проекта открытия beauty- студия «Candy»	43
3.3 Оценка экономической эффективности и рисков реализации проекта beauty- студия «Candy».....	47
Заключение	49
Список используемых источников.....	50
Приложение А	53
Приложение Б.....	54
Приложение В	55
Приложение Г.....	61

ВВЕДЕНИЕ

Каждый менеджер проекта преследует свои цели, но вопрос как реализовать проект точно в срок с допустимым уровнем качества и, не выходя за рамки бюджета, остается главным для каждого. В этом и заключается основная проблема управления проектами.

Именно сложные задачи осуществляют по средствам проектов. Необходимые для этого методы и инструменты постоянно разрабатываются и совершенствуются. При этом редки случаи неудачных проектов, несмотря на наличие квалифицированных сотрудников и применении самых современных методов.

Причинами неудач могут стать: неверная постановка цели; неточно установленные сроки исполнения проекта или отдельных его задач; неучтенные или недооцененные риски; неправильное распределение ответственности в команде и проекта и др.

Для успешной реализации проекта можно выделить два фактора:

1. Структурный подход в разработке проекта и управление областями знаний проекта: управление содержанием, управление интеграцией, управление стоимостью, управление стоимостью, управление рисками, управление человеческими ресурсами, управление качеством, управление закупками, управление заинтересованными сторонами, управление коммуникациями.

2. Компетенции руководителя в управлении.

Несложное причинно- следственное заключение подводит нас к актуальной проблеме, знание теория управления проектами и практическое применение методов и инструментов проектного управления повышает эффективность ведения проекта через все жизненные циклы к его цели.

Основной проблемой сферы индустрии красоты является высокий уровень конкуренции, так как потребности клиентов растут и одновременно с ними растет предложение. В ситуации высокой динамики на

рынке трудно определить сегмент и получить конкурентное преимущество

Целью выпускной работы разработать план реализации проекта «Beauty студия Candy».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Проанализировать теоретические аспекты разработки проекта в организации
2. Провести анализ рынка beauty- студий в городе Красноярск
3. Проанализировать рынок внешней микро и макросреды
4. Разработать план реализации проекта Beauty- студия «Candy».

Объект исследования: проект ООО Beauty- студия «Candy»

Предмет исследования: реализация проекта beauty- студии «Candy»

1 Теоретические аспекты разработки проектов в организации сферы услуг

1.1 Характеристика процесса управления проектами в организации

В современном мире одним из самых эффективных способов управления организацией является управление проектами. Использование принципов проектного управления позволяет эффективно решать задачи развития организации и успешно достигать поставленные цели. Чтобы рассматривать проектное управление, необходимо понимать, что является проектом. В литературе по данному вопросу встречается множество определений. Рассмотрим некоторые из них. Проект – временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг и результатов [1].

Проект – это целенаправленная, ограниченная во времени деятельность, осуществляемая для удовлетворения конкретных потребностей при наличии внешних и внутренних ограничений и использовании ограниченных ресурсов.

Согласно ГОСТу Р 54869-2011, проект – это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений [2].

Как можно заметить, определения схожи и указывают на признаки проекта. Основными признаками проекта являются:

- четко поставленная цель;
- ограниченность по ресурсам;
- ограниченность во времени;
- однократность, нецикличность действий;
- уникальность задачи.

Проектная деятельность – работа по достижению нового результата в

рамках установленного времени с учетом определенных ресурсов.

Выполнение проекта составляет проектную деятельность, которая включает:

- проведение управленческих мероприятий (проектное управление);
- решение специализированной задачи;
- разработка продукции для заказчика;
- документация (управление производством);
- программное обеспечение (управление проектами);
- решение внутренних производственных задач;
- повышение качества продукции (управление качеством);
- управление персоналом;
- оптимизация финансовых потоков (финансовый менеджмент) [4].

Проектная деятельность содержит:

- анализ проблемы;
- постановка цели;
- выбор средств ее достижения;
- поиск и обработка информации, ее анализ и синтез;
- оценка полученных результатов.

Операционная деятельность – это функция, которая направлена на непрерывную реализацию действий по предоставлению повторяющейся услуги либо производства типичных продуктов [4].

Проектная и операционная деятельности имеют общие характеристики:

1. Обе деятельности имеют ограничения по ресурсам;
2. Для их осуществления необходим обученный персонал;
3. Реализуются функции менеджмента: планирование, организация и контроль;
4. Имеют цель – проектная и операционная деятельности выполняются для достижения целей или стратегических планов организации.

Проекты отличаются от операционной деятельности следующим:

1. Проекты ограничены во времени, они имеют точные сроки реализации;

2. Проекты имеют большое количество критических рисков;
3. Проекты могут принимать большое количество существенных изменений;

4. Команда обычно формируется для каждого отдельного проекта [4].

Управление проектами – применение знаний, умений к работам по проекту с целью удовлетворения требований к проекту. Проектное управление проектами – применение знаний, умений к работам по проекту с целью удовлетворения требований к проекту. Проектное управление – специфическая управленческая деятельность, позволяющая управлять портфелями, программами и проектами системно и оптимизировать использование ресурсов организации [2].

Для удобства управления проектами в организации их объединяют в программы и портфели. Портфель проектов может состоять из программ. Рассмотрим данные определения.

Программа – это набор проектов, которые объединены общей целью. Они группируются внутри портфелей и состоят из подпрограмм, проектов и других работ, управляемых скоординированным образом [3].

Портфель проектов – это набор проектов, программ, подпортфелей и элементов операционной деятельности, управляемых как группа для достижения стратегических целей.

Для исследования управления проектами обширно применяется системный подход, обеспечивающий полноценное исследование инструментов и способов проектного руководства и взаимосвязей между ними.

Система управления проектами состоит из следующих элементов:

1. Субъекты управления проектами;
2. Объект управления (проект);
3. Процессы управления [3].

Субъекты управления проектами – это участники проекта, их называют заинтересованными сторонами или стейкхолдерами. Чтобы их определить,

нужно выделить субъекты, которые могут повлиять на проект, а также, на которые можем повлиять мы, вплоть до его завершения. Для успеха проекта важно определить полный круг заинтересованных сторон, учесть их интересы, влияние и организовать коммуникации с ними [2].

Все процессы, происходящие в течение срока существования проекта, можно разделить на процессы, направленные на продукт и процессы управления проектом.

Процессы, направленные на продукт, связаны с выполнением работ по проекту и получением продукта.

Выделяют 47 различных процессов управления проектами, которые формируются в пять групп:

1. Группа процессов инициации (процессы, которые нужны для запуска проекта или новой фазы проекта: разработка устава, определение заинтересованных сторон);
2. Группа процессов планирования (процессы, связанные с определением и планированием объема проекта, а также планированием способов его реализации: разработка плана управления проектом, создание иерархической структуры работ);
3. Группа процессов исполнения (процессы, непосредственно связанные с осуществлением мероприятий и выполнением задач проекта: руководство и управление работами проекта, набор команды);
4. Группа процессов мониторинга и контроля (процессы, связанные с отслеживанием, мониторингом, отчетностью и контролированием хода работы над проектом: контроль рисков, стоимости, расписания, закупок);
5. Группа процессов закрытия. (процессы, необходимые для окончательного завершения и сдачи проекта или фазы проекта) [1].

Помимо этого, все 47 процессов управления проектами разделяют на 10 областей знаний:

1. Управление интеграцией включает в себя процессы и операции,

необходимые для определения, уточнения и координации различных процессов операций по управлению проектом;

2. Управление содержанием включает в себя процессы, требуемые для обеспечения того, чтобы проект содержал все и только те работы, которые требуются для успешного выполнения проекта;

3. Управление сроками включает в себя процессы, необходимые для того, чтобы обеспечить своевременное выполнение проекта;

4. Управление стоимостью включает в себя процессы, необходимые для планирования, оценки, разработки бюджета, привлечения финансирования, финансирования, управления контролем стоимости, обеспечивающие

исполнение проекта в рамках одобренного бюджета;

5. Управление качеством включает в себя процессы и действия исполняющей организации, которые определяют политики, цели и сферы ответственности в области качества таким образом, чтобы проект удовлетворял потребностям, ради которых он был предпринят;

6. Управление человеческими ресурсами включает в себя процессы организации, управления и руководства командой проекта;

7. Управление коммуникациями включает в себя процессы, необходимые для обеспечения своевременного и надлежащего планирования, сбора, создания, распространения, хранения, получения, управления, контроля, мониторинга и в конечном счете архивирования/утилизации проектной информации;

8. Управление рисками включает в себя процессы, связанные с осуществлением планирования управления рисками, идентификацией, анализом, планированием реагирования, а также с контролем рисков в проекте;

9. Управление закупками включает в себя процессы покупки или

приобретения необходимых для осуществления проекта продуктов, услуг или результатов вне команды проекта. Организация может выступать в роли как покупателя, так и продавца продуктов, услуг или результатов проекта;

10. Управление заинтересованными сторонами включает все процессы, необходимые для выявления людей, групп и организаций, которые могут оказывать или на которых может оказывать воздействие проект, для анализа ожиданий заинтересованных сторон и их воздействия на проект, а также для разработки соответствующих стратегий управления для эффективного вовлечения заинтересованных сторон в принятие решений и исполнение проекта [1].

В рамках проекта и его окружения взаимодействуют совокупность участников проекта, то есть заинтересованные стороны, подвергаемые проектному управлению. Такие участники могут быть активными, самостоятельно осуществлять деятельность по проекту, результаты которой влияют на проект (взаимодействуют с проектом), и пассивными, а именно испытывать воздействие со стороны проекта. Также участники проекта могут быть непосредственными (активными или пассивными), являются непосредственно участниками деятельности по проекту, и косвенными (активными или пассивными) участниками деятельности, реализуемой объектами окружающей среды, влияющей на проект или испытывающей воздействие проекта [5].

Команда проекта создается руководителем проекта, рассмотрим состав команды проекта:

1. Заказчик - сторона, заинтересованная в осуществлении проекта и достижении его целей. Будущий владелец результатов проекта. Заказчик определяет основные требования к результатам проекта, обеспечивает финансирование проекта за счет своих или заемных средств;

2. Инициатор проекта – это сотрудник, который идентифицирует

потребность в проекте и вносит «предложение» об инициации проекта. Этот человек может быть представителем любого функционального подразделения или уровня внутри или вне организации.

3. Инвестор проекта - сторона, вкладывающая инвестиции в проект, например, посредством кредитов. Цель инвесторов - максимизация прибыли на свои инвестиции от реализации проекта. Если инвестор и заказчик не являются одним и тем же лицом, то в качестве инвесторов обычно выступают банки, инвестиционные фонды и другие организации.

4. Руководитель проекта- лицо, ответственное за управление проектом. руководитель проекта несет ответственность за достижение целей проекта в рамках бюджета, в срок и с заданным уровнем качества. Также руководитель проекта обеспечивает ежедневное управление проектом, командой проекта, в разрезе всех основных управленческих функций (управление по срокам, затратам, рискам и др.).

5. Команда проекта – временное объединение участников проекта под управлением руководителя проекта, создаваемое на период осуществления проекта. Задача команды проекта - осуществление функций управления проектом до эффективного достижения его целей.

Помимо названных, наиболее важных участников команды проекта, Возможными участниками проекта в зависимости от его типа, вида, сложности и масштаба могут быть:

1. Контрактор (генеральный контрактор) – сторона или участник проекта, вступающий в отношения с заказчиком, и берущий на себя ответственность за выполнение работ и услуг по контракту – это может быть весь проект или его часть.

2. Субконтрактор – вступает в договорные отношения с контрактором или субконтрактором более высокого уровня. Несет ответственность за выполнение работ и услуг в соответствии с контрактом.

3. Поставщики-субконтракторы, осуществляющие разные виды

поставок на контрактной основе – материалы, оборудование, транспортные средства и др.

4. Потребители конечной продукции – юридические и физические лица, являющиеся покупателями и пользователями результата проекта, определяющие требования к производимой продукции и оказываемым услугам, формирующие спрос на них.

Структура проекта может включать и других участников команды проекта в зависимости от целей самого проекта. Могут быть задействованы заинтересованные стороны чьи интересы затрагиваются в ходе реализации проекта: органы местного самоуправления, общественные объединения, юридические, консалтинговые, инжиниринговые организации и др. [5].

В качестве результата обобщенного опыта и системного явления управление проектами руководствуется определенными принципами. Как основные правила принципы управления проектами вытекают из закономерностей, которые в свое время привели к успеху многочисленные решения. Имея специфические особенности, они также ориентированы и на обще управленческие принципы. Далее представлен состав основных принципов.

1. Принцип дифференцированного подхода. При координации и регулировании обязательно следует учитывать и использовать разнообразные стороны проектной инфраструктуры. К ним относятся ожидания и вклады участников, специализированные стандарты projectmanagement и особенности реализации проектов по их типам и т.д.

2. Принцип экономической целесообразности. Данный принцип предполагает опережающий рост отдачи от реализации всего портфеля проектов компании в сравнении с совокупностью бюджетов на их реализацию и расходами на содержание проектного офиса. Все ресурсы, задействованные в реализации, находятся под контролем благодаря

описанным в процессах процедурам. Действия вне будущей экономической целесообразности в рамках проектной деятельности не допустимы.

3. Принцип гибкости. Предполагается оперативное и гибкое реагирование команды на все вызовы и изменения внутренней и внешней ситуации по отношению к проекту. В отдельных случаях руководство уникальной задачей гибко реагирует и на изменения в компании в целом. При этом гибкость нисколько не исключает достаточное жесткое соблюдение процессуальных процедур проектной деятельности.

4. Принцип конкурентоспособности. В условиях ограниченности трудовых и финансовых ресурсов направления реализации задач подлежат ранжированию и отбору на конкурсной основе во внутрикорпоративной конкурентной среде. Выбор проектов производится, исходя из условий важности (соответствия стратегии), уровня проблемности и ресурсообеспеченности.

5. Принцип разделения полномочий. Процессная концепция менеджмента, которая применяется при управлении проектами, требует соблюдения принципа принадлежности каждого процесса единственному владельцу. Владелец процесса отвечает за этапы внутри процессных работ и достижение итогового результата.

6. Принцип открытости. Стандарты projectmanagement не являются догмой. Допускается, что текущая проектная практика может не соответствовать предписаниям стандартов. В таком случае предполагается и рекомендуется перепроверить основные положения процедур. В этом заключается открытость стандартов управления проектами для их развития.

7. Принцип bestpractices. Руководство компании обязано поощрять своих менеджеров, команды на применение лучшего отечественного и мирового опыта в сфере управления проектами. Основные аспекты лучших практик подлежат заимствованию из всех доступных источников[6].

1.2 Структура проекта организации

Структура проекта достаточно однообразна, следовательно универсальна, при этом важно отметить, что структура проекта характеризуется как сложная система.

Структура данной системы – это один из способов организовать связи и отношения между ее составляющими, так называемыми подсистемами. Во время формирования структуры системы задается описание большого количества составляющих системы, а также разного рода взаимосвязей между ними, распределение задач по уровням и элементам системы, определение комплекса средств, которые обеспечивают их эффективное решение.

Степень управляемости объекта находится в зависимости от того, насколько эффективно были предоставлены детали объекта управления, то есть разделение единой системы на иерархические подсистемы и составляющие, относительно которых управленческие воздействия становятся актуальными и релевантным, этот тезис подтверждает следующее определение:

Структура проекта в менеджменте – это дерево компонентов, которые ориентированы на продукт и представлены оборудованием, работами, услугами и информацией, которые были получены по результатам осуществления проекта. Другими словами, структура проекта – это организованная работа связей и отношений между его составляющими[7].

Требование к структуре проекта состоит в определении продукции или услуг, которые стоит сформировать либо произвести, и объединить составляющие работы, которую нужно будет выполнить, как между собой, так и с конечной целью всего проекта. К созданию структуры приступают с построения дерева целей, то есть диверсификации всех целей проекта на более мелкие блоки работ, вплоть до достижения самих мелких позиций, которые подлежат контролю.

Данная структура в виде дерева дает возможность разделить Общий объем работ по проекту на поддающиеся управлению самостоятельные блоки. Следовательно, определяется логическая связь между ресурсами и объемами работ, которые нужно реализовать в будущем (Приложение А).

Поскольку структура процесса является структуризацией всего проекта по периодам его жизненного цикла, можно поставить следующие задачи для достижения этой цели:

- разделение проекта на поддающиеся управлению блоки;
 - разделение ответственности за разные составляющие проекта;
- учитывая структуру организации и имеющиеся ресурсы;
- тщательная оценка необходимых издержек – финансовых; временных, материальных;
 - формирование единой базы для планирования, составления смет; контроля за затратами;
 - связь работ по проекту с системой бухгалтерского учета и аудита;
 - уточнение целей проектной деятельности по отделам организации;
 - определение подрядов.

Основываясь на задачах структуризации проекта, можно утверждать что к основным элементам структуризации проекта относятся:

- цели проекта и результаты, которых нужно достичь;
- бюджет проекта и график финансирования;
- команда проекта и матрица распределения ответственности между исполнителями;
- задачи проекта и график их выполнения;
- матрица рисков проекта и план их минимизации.

Для структуризации проекта используется ряд специальных моделей:

- древо целей;
- древо решений;
- древо работ;

- организационная структура исполнителей;
- матрица ответственности;
- сетевая модель;
- структура потребляемых ресурсов;
- структура затрат;
- структура стоимости.

Выделяют три ключевых вида структур, которые используются при управлении проектами:

1. Функциональная;
2. Матричная;
3. Проектная.

В функциональной структуре управление реализуется линейным руководителем с помощью группы подчиненных ему функциональных менеджеров, то есть руководителей отделов. В случае использования данного вида при управлении проектами, то, как правило, назначается один либо более координаторов, которые осуществляют связь между всеми функциональными подразделениями для оперативной и продуктивной работы.

В матричной структуре для того, чтобы решить некую проблему, формируются временные проектные группы, во главе каждого из которых находится руководитель проекта. Взаимодействие человека, который возглавляет проект, с функциональными отделами происходит по горизонтали, и эти связи, пересекаясь с традиционными вертикальными связями иерархии функциональной структуры, образуют собой матрицу взаимодействия сотрудников в компании.

В проектном виде структуры для того, чтобы решать конкретные задачи, которые связаны с работой над проектом, создается рабочая группа, которую распускают после его окончания. Персонал и ресурсы, которые были привлечены ранее к работе, возвращаются обратно в свои функциональные отделы. Для того, чтобы решить задачи перспективного

развития в составе предприятия, формируется специальное подразделение, а руководители проектов сосредотачивают свои усилия на выполнении конкретно поставленных задач.

Для принятия решений по выбору вида организационной структуры существует перечень критериев, которые представлены в таблице ниже.

Таблица 1.1 - Критерии для принятия решения по выбору организационной структуры

Критерии оценки	Проектная	Матричная	Функциональная
Неопределенность условий реализации проекта	Высокая	Высокая	Низкая
Сложность проекта	Высокая	Средняя	Низкая
Технология проекта	Новая	Сложная	Стандартная
Продолжительность цикла проекта	Большая	Средняя	Короткая
Размер проекта	Крупный	Средний	Малый
Взаимозависимость и взаимосвязь между этапами проекта	Высокая	Средняя	Низкая
Критичность времени	Высокая	Средняя	Низкая
Зависимость проекта от систем более высокого уровня	Низкая	Средняя	Высокая

При проектировании стоит уделить внимание ключевым аспектам оптимизации организационной структуры, среди которых следующие пункты:

1. Диапазон управления, то есть количество сотрудников, которые подчиняются руководителю отдела либо его внутренней бизнес - единицей;
2. Количество уровней управления;
3. Разбивка по деталям деятельности, связанной с видами работ, процессами, видам оборудования, месторасположением, продукцией или потребительскими категориями;
4. Составление регламента и распределение обязанностей и полномочий.

1.3 Особенности управления проектами в сфере услуг

Предприятие сферы услуг — это хозяйственно обособленная производственная единица в сфере сервиса, производящая и реализующая одну или более потребительских услуг.

В соответствии с Гражданским кодексом РФ (ГК РФ) в России могут создаваться следующие организационные формы коммерческих предприятий: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия [9].

Оказывать услугу – означает служить кому-то или чему-то, то есть быть в подчинении, на вторых ролях. Предприятия сферы услуг вторичны, по отношению к добывающим, аграрным и производственным, а также собственно торговым компаниям [10].

В целом сфера услуг представлена неоднородными группами отраслей экономики, выполняющими существенно различающиеся между собой функции. Это: торговля (оптовая и розничная), образование, культура, наука и научное обслуживание, здравоохранение (включая физкультуру и спорт), бытовое обслуживание, пассажирский транспорт, связь, рекреационные услуги, общественное питание, обслуживание домашнего хозяйства и др.

Согласно данным государственной статистики, с 2017 г. рынок услуг России начал стремительно расти, по 5,4% в год, в том же году на получение услуг населением было потрачено порядка 50 млрд. рублей. В период с 2020 по 2022 год на российском рынке услуг наблюдается стабильное снижение, эксперты оценивают в 4,3 %, чтобы удержаться на рынке требуется поиск новых конкурентных преимуществ для участников рынка. Успех в бизнес в сфере услуг сопутствует тем, кто верновыделил целевые рынки и обладает конкурентным преимуществом в данный момент, в данном месте, с данным набором услуг. И конечно, успех проектов в сфере услуг неразрывно связан с тщательной разработкой всех этапов проекта [12].

Рассмотрим подробнее сферу косметологических услуг.

Параллельно с общими показателями снижения на рынке коммерческих услуг, наблюдается увеличение темпов роста на beauty- рынке.

В 2020 году мировой beauty- услуг оценивается в \$231,1 млрд. По прогнозам, к 2030 году он вырастет до \$460,50 млрд. Оценки расходятся, но заметен общий тренд: рынок растёт и будет расширяться дальше. Ежегодный рост на период 2020 – 2030 год специалисты оценивают в 5,1% [13].

Российский рынок тоже растёт: в 2022 году прибыль от оказания beauty- услуг выросла в деньгах — на 30,1%, до 142,9 млрд рублей. В среднем покупатели пользуются от 5 до 6 услугами год.

Уход косметологических брендов и сопутствующих им товаров, осложнил beauty- процедуры в домашних условиях и поспособствовало предпочтению косметологических салонов [14].

Современная beauty- студия работает для людей, которые приходят, чтобы получить удовольствие, обрести красоту и молодость. Она дарит людям наслаждение, делает их благополучнее и богаче. Данная экономическая деятельность непосредственно связана с гигиеной, медициной и санитарными требованиями, что также необходимо учитывать в разработке проекта и планировании необходимых ресурсов.

Проектная деятельность в организации сферы услуг состоит из следующих этапов:

1. Анализ потребностей клиента. Определение целей и задач проекта. Разработка технического задания.
2. Планирование проекта. Разработка графика работ, определение бюджета, распределение ресурсов.
3. Организация команды проекта. Определение ролей и обязанностей участников проекта, формирование команды.
4. Реализация проекта. Выполнение работ согласно графику и бюджету, контроль качества работ.
5. Оценка результатов проекта. Анализ выполненных работ, оценка

достигнутых результатов, выявление проблем и недостатков.

6. Внедрение результатов проекта. Внедрение полученных результатов в бизнес-процессы организации, обучение персонала.

7. Оценка эффективности проекта. Определение эффективности проекта с точки зрения достижения целей и задач, а также экономической выгоды для организации.

Ключевыми элементами проектной деятельности в организации сферы услуг являются: проектный менеджер, команда проекта, техническое задание, график работ, бюджет, контроль качества работ и оценка результатов.

Особенности управления проектами в сфере услуг, в сфере косметологических услуг в частности, обусловлены наличием особых характеристик в различных группах услуг:

Управление проектами в сфере услуг имеет свои особенности. Они включают:

1. Неопределенность: в сфере услуг проекты часто имеют неопределенный характер, так как они зависят от множества факторов, включая потребности клиентов, изменения рыночной ситуации и т.д.

2. Коммуникации: представители компаний сферы услуг должны уметь эффективно общаться со своими клиентами, чтобы понять их потребности и заинтересованность в проекте.

3. Отсутствие материальных активов: в отличие от проектов в производственной организации, в компании сферы услуг проекты не имеют материальных активов в виде оборудования, зданий и т.д.

4. Гибкий подход: в сфере услуг часто применяется гибкий подход к управлению проектами, что позволяет оперативно реагировать на изменения и ситуации и обеспечивать высокую готовность к проекту.

5. Высокая роль человеческого фактора: в служебной сфере люди играют важную роль, поэтому управление проектами в этой сфере должно учитывать социальные, психологические и личностные особенности людей.

6. Ориентированность на результат: к особенностям управления проектами в сфере услуг относится ориентированность на результаты, то есть важность достижения поставленных целей, удовлетворения заказчиков и качественного выполнения работ.

7. Краткосрочность проектов: проекты в сфере услуг часто имеют краткосрочный характер, что требует быстрого и эффективного управления проектом.

2 Внешний анализ

2.1 Анализ рынка beauty- студий в городе Красноярск

Рынок beauty- услуг г. Красноярска находится на стадии жизненного цикла начала зрелости, характеризуется средними барьерами входа и выхода, поскольку существуют требования к размеру первоначального капиталовложения, также организации имеют возможность осуществлять экономию на масштабах продаж и маркетинге.

В 2019 году было проведено исследование динамики поисковых запросов в «Яндекс.Вордстат» [15]. В результате сравнения спроса на 4 метода удаления волос: шугаринг, эпиляцию воском, лазерную и фотоэпиляцию, выявили потенциально низкую рентабельность на депиляцию воском и фотоэпиляцию для beauty-студий.

Результаты показов за сентябрь 2019 года по 4 ключевым запросам:

- лазерная эпиляция — 242 568;
- шугаринг — 545 946;
- эпиляция воском — 15 016;
- фотоэпиляция — 27 411.

Посмотрим на графики запросов по двум популярным услугам, лазерной эпиляции и шугарингу за 2 года.

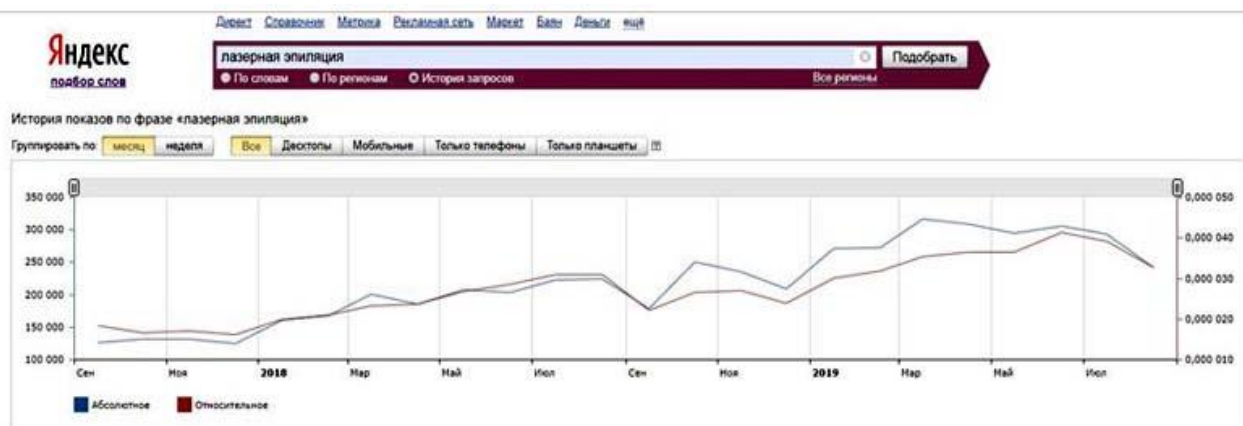


Рисунок 2.1 - Динамика запросов по лазерной эпиляции [15]

Движение кривой на Рисунке 2.1 демонстрирует небольшое снижение спроса в период окончания летнего сезона.

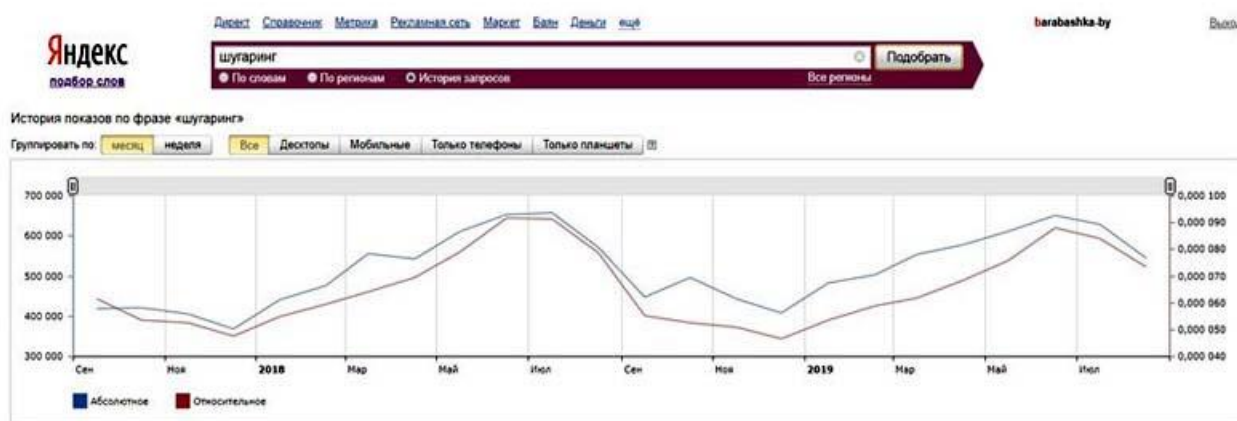


Рисунок 2.2 - Динамика запросов по шугарингу [15]

Движение кривой на Рисунке 2.2 демонстрирует значительное снижение спроса в период окончания летнего сезона. По данным Рисунка 2.1. и Рисунка 2.2. Можно сделать вывод о наличии сезонности для услуги шугаринга - в зимние периоды резко снижается количество интересующихся этим депиляцией.

Услуга эпиляции лазером, по графическим данным, подобной сезонности не имеет.

Согласно опросу 2940 россиянок в разных регионах Российской

Федерации, проведённым РБК в 2019 году, выявлены особенности потребительского поведения женщин в России [12], отображены на Рисунке 2.3 и Рисунке 2.4.

Все задаваемые вопросы касались парикмахерских услуг. Предполагается, что парикмахерские услуги являются универсальными услугами, которыми пользуются все респонденты, и на основе полученных данных, можно сделать вывод, относительно покупательского поведения в других, аналогичных сферах деятельности beauty- салонов в том числе и салонов эпиляции.

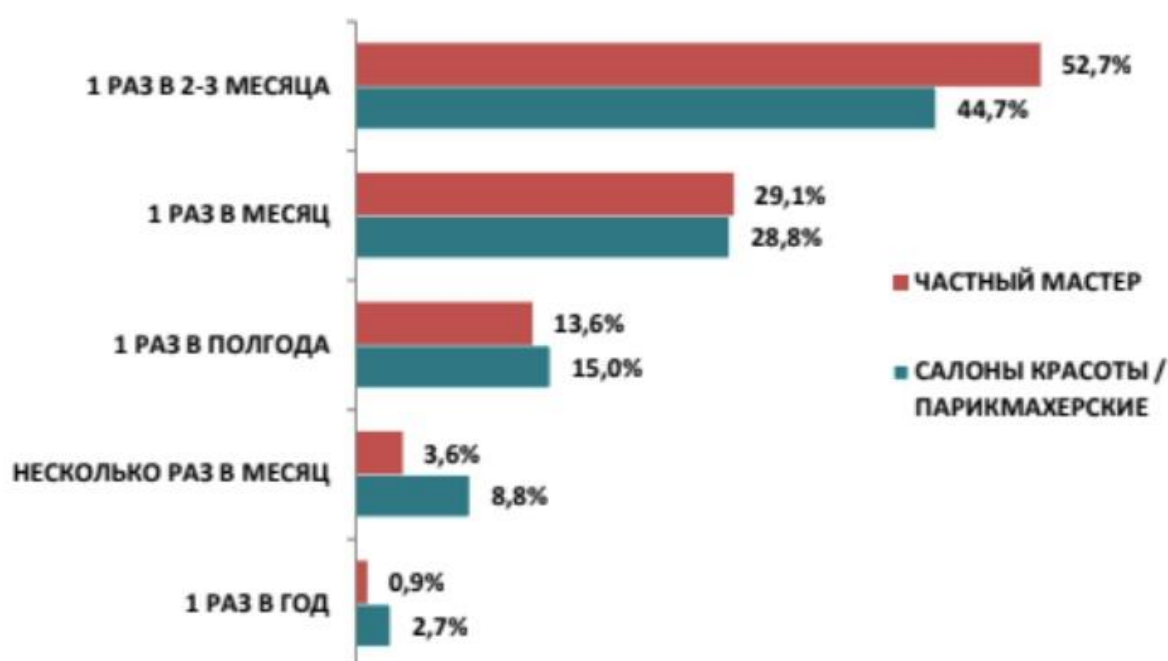


Рисунок 2.3 - Частота посещения парикмахерских услуг девушками России [12]

Beauty - услуги имеют разные рекомендации в периоде посещения услуг по временному фактору, а также разные рекомендации по строгости соблюдения периодичности. Так, например, в услугах эпиляции рекомендуется проводить повторные процедуры спустя 1-2,5 мес. в зависимости от вида эпиляции, в парикмахерских услугах срок проведения повторных процедур строго не регламентирован, но для клиента

поддерживающего форму стрижки периодичность так же составляет 1-2,5 мес.

Немаловажным фактором успешности салона красоты как бизнеса, является расположение салона по отношению к его потенциальным клиентам.

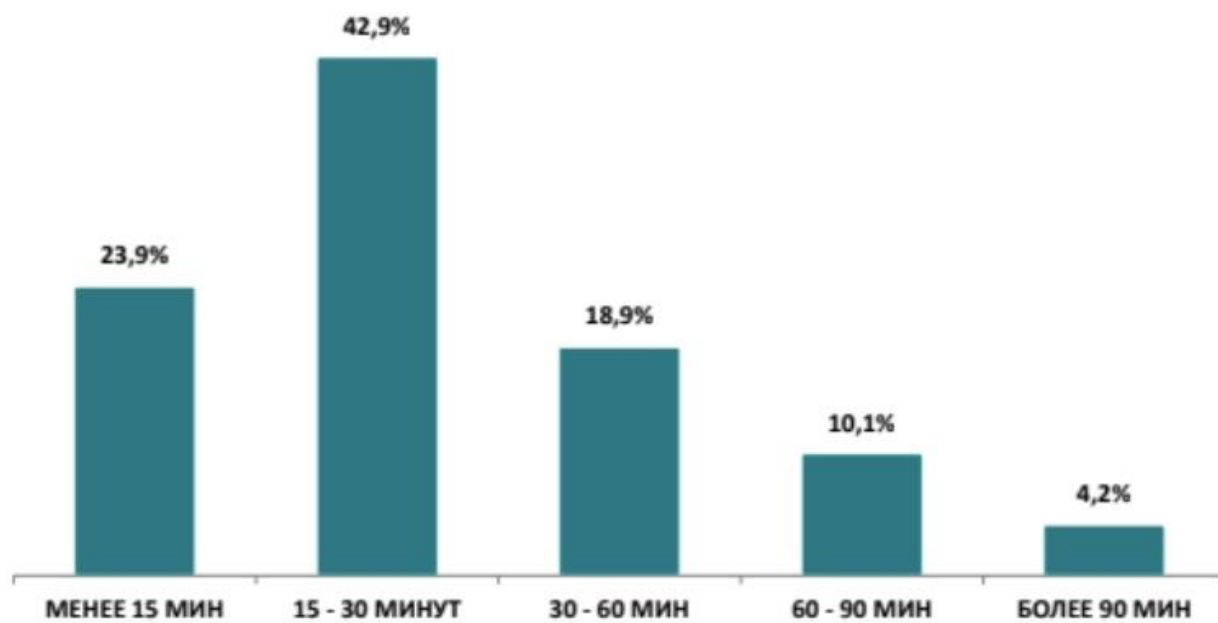


Рисунок 2.4 - Гистограмма затрачиваемое время на дорогу до beauty- салона [12]

По данным гистограммы можно сделать вывод, что 66,8% клиентов beauty- салонов не готовы тратить более 30 мин. На дорогу.

Сравним данные о фактическом времени пути до beauty- салона и желаемом.

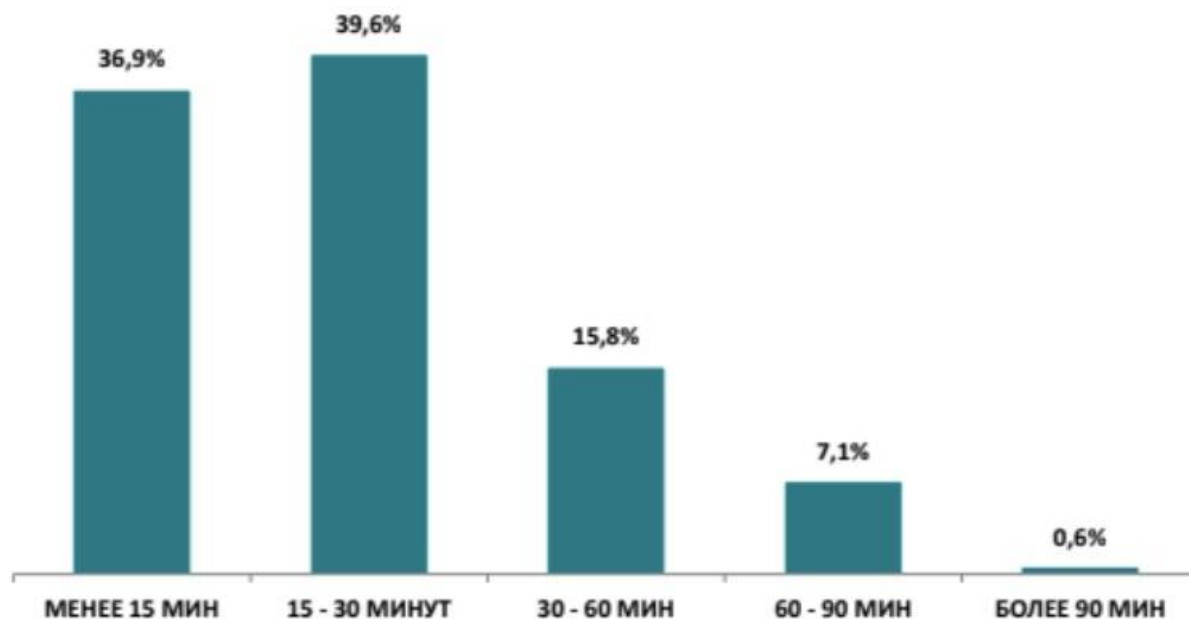


Рисунок 2.5 - Гистограмма приемлемое время пути респондентов до салона красоты [12]

Разница этих данных открывают новые возможности для геомаркетинговых исследований и открытия новых салонов красоты и парикмахерских с новым конкурентным преимуществом – более выгодным месторасположением по соотношению показателей проходящего потока людей и наличия конкурентов.

Также в рамках исследования был рассмотрен фактор приверженности девушек к одному салону красоты. Визуально это отображено на рисунке 4.



Рисунок 2.6 - Гистограмма уровень лояльности клиентов [12]

Полученные данные иллюстрируют, что в большинстве, девушки склонны к постоянству посещения одной beauty- студии. Это обусловлено эмоциональной привязанностью к салону и конкретному мастеру, а также нежеланием искать новые салоны и испытывать новые услуги, при условии удовлетворенности качеством обслуживания в прежнем салоне.

Для открытия beauty- студии «Candy» рассмотрим ЖК «Новый Академгородок», как видно на Рисунке 2.7, жилищный комплекс в Нижнем Академгородке расположен недалеко от центра города Красноярска, при этом располагается в экологически чистом районе. Имеет подъездные пути и остановочные пункты. Это микрорайон, с новыми кирпичными домами, с развивающейся инфраструктурой. В данный момент в микрорайоне готовятся к сдаче новых многоквартирных домов, локальный beauty- рынок не развит. Между тем, в 300 метрах на восток располагается микрорайон Нижний Академгородок, в котором на 2 десятка домов одна узкопрофильная парикмахерская.

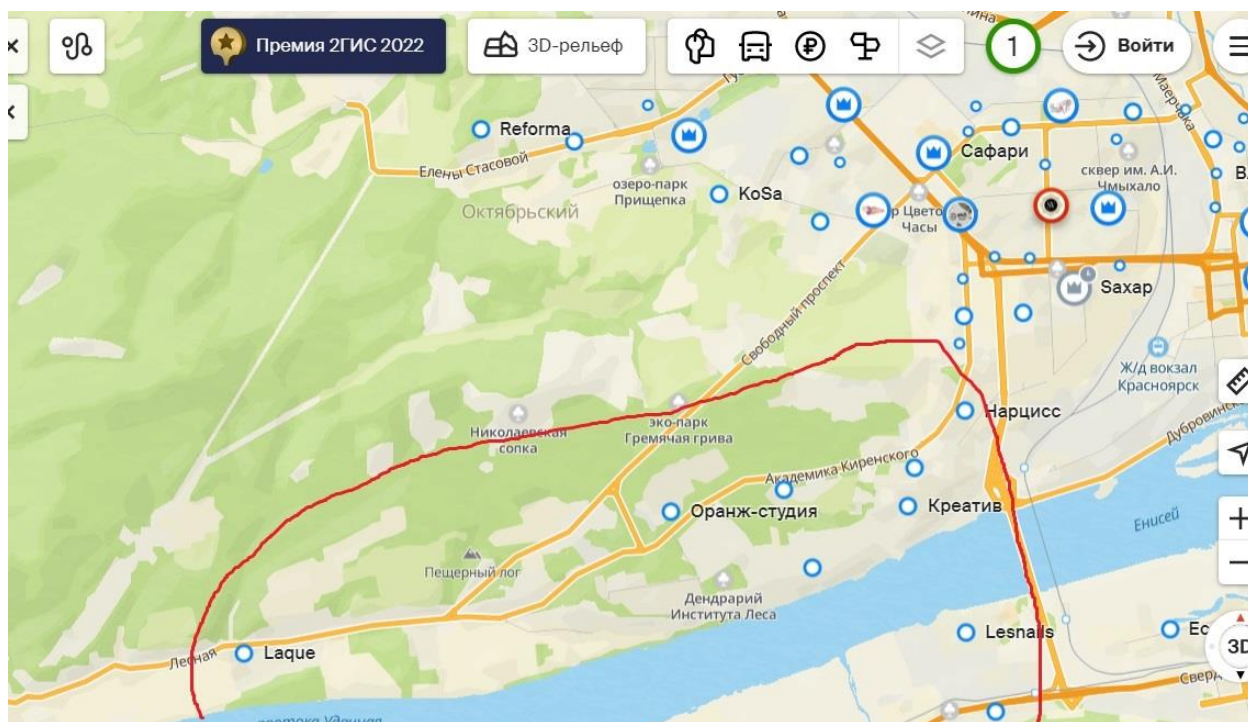


Рисунок 2.7 - Карта ДубльГис. ЖК «Новый Академгородок»

На рисунке 2.7 видно, что в шаговой доступности от строящихся

домов расположены 3 beauty-салона. Расстояние до которых составляет около 400 метров, важно отметить что салон «Орандж- студия» не оказывает услуг эпиляции, но входит в список beauty-салонов, оказывающих услуги депиляции, это вероятно связано с ошибкой позиционирования организации. Ближайший beauty - салон расположен в соседнем ЖК «Гремячий лог», 450метрах, другие салоны располагаются более чем за 1 км от. ЖК «Новый Академгородок».

Большинство beauty-салонов рассматриваемого микрорынка косметологических услуг относятся к среднему ценовому сегменту, Также рабочее помещение имеет посредственный дизайн, основываясь на данных анализа потребительских предпочтений, можно заключить что критерий окружения и обстановки является зачастую приоритетнее качества.

Жилищный комплекс «Новый Академгородок» стремительно развивается, по различным причинам и поводам жизни в большом города люди стремятся приобрести жилье в экологически чистой и развитой городской среде. Принимая во внимание вышеперечисленные характеристики микрорынка косметологических услуг, можно сделать вывод что в Жилищном комплексе «Новый Академгородок» релевантно развитие beauty- среды.

2.2 Анализ внешней среды проекта beauty- студия «Candy»

Определим основные сегменты проекта beauty- студия «Candy» на учитывая выявленные составляющие потребительского поведения потенциальных клиентов beauty- студии «Candy».

В таблице 5. Описаны услуги и товары по уходу beauty- студии «Candy» для определения основных групп потребителей, необходимо учитывать несколько основных критериев: фототип кожи, особенности кожи (родинки, веснушки, пигментные пятна, размер рубцовой ткани и т.д.), волосяных луковиц, роста волос, наличия противопоказаний и терпимости болевых эффектов. Комбинации этих критериев является основой для

деления на целевые группы. Так же учитываются другие критерии ниже приведены некоторые возможные их них:

1. Пол и возраст: женщины в возрасте от 18 до 60 лет, которые заинтересованы в эффективной эпиляции волос.
2. Уровень дохода: клиенты среднего и высокого уровня дохода, Которые могут позволить себе регулярно посещать салон эпиляции волос.
3. Особые потребности: клиенты, которые нуждаются в более деликатной и эффективной эпиляции волос, например, клиенты с чувствительной кожей или клиенты, которые ищут более продолжительный эффект.
4. Локация: жители конкретного района или города, которые предпочитают ходить в ближайший салон эпиляции волос.
5. Увлечения и интересы: клиенты, которые следят за своей внешностью и заботятся о своем здоровье, включая любителей спорта, йоги, здорового питания и т.д.

В таблице 2.1 описаны основные типы кожи. Услуга эпиляции эффективна и безопасна для 3-6 групп, для обладателей 3 фототипа кожи необходима более тщательный выбор аппарата, времени, средств по уходу.

Таблица 2.1 -Фототип кожи.

Тип кожи	Характеристика
I	Никогда не загорают, всегда обгорают (обычно чрезмерно белая кожа, светлые волосы, голубые/зеленые глаза)
II	Иногда могут загореть, но чаще обгорают (светлая кожа, русые или каштановые волосы, зеленые/карие глаза)
III	Часто загорают, иногда обгорают (средняя кожа, каштановые волосы, карие глаза)
IV	Всегда загорают, никогда не обгорают (оливковая кожа, темные волосы, темные глаза)
V	Никогда не обгорают (темно коричневая кожа, черные волосы, черные глаза)
VI	Никогда не обгорают (темная кожа, черные волосы, черные глаза)

Обладателям фототипов групп 1-2 услуга эпиляции не эффективна, есть риск травмирования кожи, рекомендовано использование депиляции.

Таблица 2.2 – Целевые сегменты beauty- студии «Candy».

Категории потребителей	Услуга/ товар	Описание
Мужчины и женщины 18-45 лет, 3-5 фототип кожи	Эпиляция (от 3 зон)	Лазерная обработка волосяных луковиц, результат отложен сроком от 2 недель. Относительно безболезненный способ удаления волос, требует определения фототипа, состояния кожи, индивидуальный подбор типа лазера и его параметров излучения
Мужчины и женщины от 35 лет, с любым фототипом, волосяного покрова, без противопоказаний к процедуре	Депиляция ((воск) от 2 зон))	Классическая процедура удаления волосяного покрова, результат по окончании процедуры, болезненная процедура, болевой эффект незначительно снижается при использовании верной техники удаления
Мужчины и женщины 18-35 лет, с любым фототипом, волосяного покрова, без противопоказаний к процедуре	Депиляция (шугаринг)	Передовая процедура удаления волосяного покрова, характерна обилием материалов «сахара» , новыми техниками удаления. Результат по окончании процедуры, болезненная процедура, болевой эффект уменьшается при верном подборе температуры в соответствии с материалом
Мужчины 35-45 лет и женщины от 30 лет, достатка выше среднего	Сопутствующие товары	Уходовые косметические товары для кожи, с использованием до и после процедуры

Основные целевые сегменты объединены по видам услуг. Первый сегмент, клиенты, использующий только эпиляцию, второй крупный сегмент, клиенты, использующие только депиляцию.

Таблица 2.3 - Возможности/угрозы целевых сегментов

Возможности	Угрозы
Долгосрочные отношения продавец-потребитель	Альтернативные издержки, потребители с подходящим для эпиляции фототипом пользуются классической депиляцией не попробовав более современные, эффективные услуги
Предоставление бонусной системы, регулярных акций, побуждая к увеличению количества зон обработки	
	Онлайн-бьюти: обилие и популярность онлайн-курсов, «Депиляция на дому» Риск потери клиентов

Далее рассмотрим поставщиков для оказания услуг эпиляции и депиляции планируется стремиться к нулевым остаткам расходных материалов. При выборе поставщика компания ориентируется на следующие характеристики их деятельности:

1. Стоимость поставляемого товара;
2. Отсрочка платежа;
3. Временной график поставки.

Определим основные расходные материалы и их характеристики.

Таблица 2.4 - Наименование расходных материалов.

Наименование материалов	Характеристики материалов
Паста для депиляции холодной техники	Оптимальные характеристики текучести материала
Паста для депиляции горячей техники	Высокий коэффициент стойкости к жиру
Сахар для депиляции	Оптимальные характеристики текучести материала, как в холодном виде так и в процессе остывания
Сахар для депиляции с декорирующими вкраплениями	Сохранение св- в текучести материала
Ср-ва защиты (перчатки, подстилки, маски, бахилы...), обезжириватели, ватные диски	Минимальная цена при требуемом объеме заказа
Уходовая косметика (жирные крема, алоэ, не жирные крема, уход до и после процедур)	Анализ потребностей и рекомендаций клиентов, известные, проверенные бренды

В таблице приведены основные материалы, необходимые мастеру в ежедневном использовании.

Таблица 2.5 - Возможности/угрозы, связанные с поставщиками

Возможности	Угрозы
Наличие альтернативы иностранным поставщикам комплектующих в виде российских производителей	Введение санкций для иностранных поставщиков
Возможность скидок за счет покупки большой партии	Срыв сроков поставки комплектующих
Производство части комплектующих самостоятельно	
Возможность коллаборации с сетью многопрофильных студий	Повышение цен на комплектующие из-за кризиса

Следующим проанализируем конкурентов. Разделим конкурентов на 3 категории:

1. Конкуренты в левобережной части города Красноярска включая м-н Удачный. – более 25 организаций;
2. Конкуренты в жилом комплексе «Новый Академгородок» - 1 «Laserlounge»
3. Конкуренты в 15- минутной доступности ЖК «Новый Академгородок»- 4

По результатам исследования, в качестве объектов для сравнения были выбраны наиболее опасные конкуренты для проекта beauty- студия «Candy»: Конкуренты- «Laser lounge», Shine Epil, tanisha_studio.

Таблица 2.6 - Сравнительный анализ конкурентов для проекта beauty-студия «Candy»

Параметр	«Laserlounge»	ShineEpil	ShineEpil	tanisha_studio
Ассортимент предлагаемых товаров и услуг	3	5	3	5
Месторасположение	5	3	5	2
Интерьер	5	3	4	3
Сервис и качество обслуживания	5	3	5	4
Реклама	4	4	2	4
Цена услуги	4	4	5	4
Суммарная оценка	3,7	3,1	3,4	3,1

Диапазон оценки: 5 максимальная оценка, 1 минимальная оценка.

Говоря о конкурентной позиции, выделить КФУ beauty- рынка. На основе анализа конкурентов было выделено 3 КФУ:

1. Оптимизация постоянных расходов на одного клиента, минимизация оптовых закупок материалов;
2. Увеличение загрузки лазерного оборудования, оптимизация трудовых затрат;
3. Увеличение количества зон депилирования / эпилирования на одного человека.

Одной из конкурентных преимуществ так же является наличие КФУ у студии. Она имеет много моделей и видов продукции, начинает развивать дистрибьюторскую сеть. Для более сильной конкурентной позиции компании необходимо увеличивать объем оказанных услуг за период, снижать себестоимость продукции.

Таблица 2.7 - Возможности/угрозы, связанные с конкурентами

Возможности	Угрозы
Мониторинг и заимствование предложений периода повышенного спроса (8 марта, 23 февраля, первые недели лета или значительного потепления)	Увеличение доли рынка конкурентов.имеющих более 3 филиалов, обладающих маркетинговыми ресурсами
Мониторинг и заимствование успешных прайс-личтов, успешных рекламных компаний, программ лояльности	Выход на рынок новых конкурентов
Успешный дизайн- концепция пространства	
Открытие филиала в «белой зоне», стремительно строящиеся многоквартирные дома, микрорайоны	Открытие крупной франшизы в микрорайонах: Академгородк, Студенческий городок, Удачный
Регулярный анализ деятельности конкурентов, выбор лучших альтернатив	Приобретение конкурентами новое лазерное оборудование, заключение более выгодных договоров с поставщиками

Проанализировав КФУ отрасли, возможности и угрозы, связанные с конкурентами. Можно выделить потенциально рентабельный развивающийся участок активного строительства элитного жилья в г. Красноярске ЖК «Новый Академгородок», жизненный цикл организаций –конкурентов юность, рынок расширяется за счет активной застройки микрорайонов: Академгородок, Студенческий городок, Удачный, рынок характеризуется стадией снятия сливок.

2.3 Анализ внешней макросреды проекта beauty- студия «Candy»

Для изучения макросреды проекта beauty- студии «Candy» целесообразно использовать PEST – анализ: P (political) – политические факторы, E (economics) – экономические факторы, S (social) социальные факторы, T (technological) – технологические факторы.

Таблица 2.8 - Влияние социальных факторов на развитие проекта beauty- студии «Candy»

Фактор	Влияние, тенденции развития	Возможности	Угрозы
Тренд на естественное бодипозитив	Изменение спроса на продукцию		Потеря клиентов

Далее рассмотрим влияние технологических факторов на развитие проекта beauty- студии «Candy»

Таблица 2.9 - Влияние технологических факторов на развитие

Фактор	Влияние, тенденции развития	Возможности	Угрозы
Новые технологии эпилирования	Доступность нового технологического оборудования	Появление новых материалов, оборудования, технологий	Дополнительные вложения в новое оборудование
НТП в социальной сфере	Влияние развития техники и технологий на потребителей	Повышение качества жизни, повышение требований к условиям труда и технике безопасности	Новые ценности у клиентов. Первичные ошибки в их идентификации

Помимо социальных и технологических факторов на компанию оказывают воздействие различные влияния со стороны экономики

Таблица 2.10 - Влияние экономических факторов на развитие
Проекта beauty- студии «Candy»

Фактор	Влияние, тенденции развития	Возможности	Угрозы
Инфляция	Слабая диверсификация экономики России; снижение инфляции при плохом сценарии возможна инфляция до 7,5%, по прогнозам «Ренессанс Капитал»	Экономическая стабильность на рынке и рост покупательской способности клиентов	Увеличение затрат на постоянные расходные материалы, комплектующие для оборудования, увеличение стоимости услуг, без увеличения размера прибыли
Фактор	Влияние, тенденции развития	Возможности	Угрозы
Снижение доходов потребителей	Как в России, так и в Красноярском крае в частности в результате последствий ведения специальной военной операции, экономические показатели снижаются, у населения снижается уровень доходов		Сокращение потребления beauty-услуг

Для проекта фактор инфляции является принципиально важным, поскольку это влияет на оценку денежных потоков и прогнозирование срока окупаемости проекта.

Заключительный этап STEP– анализа – выявление политико-правовых факторов, влияющих на компанию.

Таблица 2.11 - Влияние политико-правовых факторов на развитие проекта beauty- студии «Candy».

Фактор	Влияние, тенденцииразвития	Возможности	Угрозы
Изменение законодательства. Новые требования к косметологическим услугам	Тренд на поучение требуемых компетенций, лицензирование, изменение структуры рынка. Появленииновыхмедицинскихуслуг		Высокий уровень неопределенности, угроза закрытия проекта

Таким образом, проанализировав макросреду проекта beauty- студии «Candy» можно сделать вывод о том, что все вышеперечисленные факторы оказывают как положительное влияние (создают возможности для развития beauty- студии), так и отрицательное влияние (создают угрозы реализации проекта)

3 Разработка проекта beauty- студия «Candy»

3.1 Концепция проекта beauty- студии «Candy»

Слоган beauty- студии«Candy»:Мы возьмем заботу о гладкости и легкости вашей кожи на себя.

Миссия проекта beauty- студии«Candy»: Чтобы использовать свои таланты, навыки и образование, мы будем помогать и вдохновлять своих посетителей на осознание и улучшение их собственной красоты».

Потребность в легкости и гладкости на разных участках тела у женщин и мужчин. Для реализации потребности существует необходимость в предложении безопасной, качественной и доступной услуги, дифференцированной для каждого целевого сегмента: лазерной эпиляции, депиляции воском или шугаринга. Процесс оказания услуги необходимо обеспечить: квалифицированными мастерами, качественным

сертифицированным оборудованием и материалами, сопровождением клиентов и предложения средств ухода после проведения процедуры.

На Красноярском рынке услуг эпиляции и депиляции существует следующие проблемы: beauty салоны используют технологически устаревшее оборудование. Значительная доля потенциальных клиентов не могут воспользоваться наименее безболезненной услугой эпиляции из-за ограничения использования лазерного аппарата на определенном пигменте волос. Поверхностное обучение мастеров, снижает качество оказания услуг.

Актуальность проекта, beauty- студии «Candy» отражает тенденция распространения популярности удаления волосяного покрова, на теле как у женщин, так и у мужчин, с его дальнейшим уменьшением. Отсутствие нежелательных волос на руках, ногах, лице и других зонах тела давно стало современным требованием и стандартом красоты. Избыточное оволосение все чаще считается признаком дурного тона, люди тратят много сил и средств на поддержание гигиены и эстетики тела, таким образом стали востребованы услуги лазерной эпиляции, депиляции воском и шугаринга.

Современный человек не нуждается в волосяном покрове на теле. История эпиляции началась ещё до нашей эры. Первые свидетельства об искусственном удалении волос антропологи относят к 13 веку до нашей эры. В древнем мире отсутствие волос на теле считалось символом юности и невинности. В исторической ретроспективе мода на удаление волос то уходила, то возвращалась вновь. Однако, на сегодняшний день для многих современных женщин, а с недавнего времени и мужчин, эпиляция и депиляция – стандартные косметические процедуры.

Эпиляция — метод искусственного удаления волос с покровов тела человека, путем разрушения волосяных луковиц, отличия от депиляции, позволяет удалить волос вместе с волосяным фолликулом, в результате чего волос не может отрасти снова.

В современной косметологии применяют несколько методов эпиляции: электроэпиляцию, лазерную эпиляцию, фотоэпиляцию. Удаление

волос с помощью бритвы, кремов, пинцетов, нитей, воском, шугарингом, электродепилятором относится к депиляции, так как данные способы не влияют на дальнейшее формирование волоса (он отрастает снова и за короткий промежуток времени).

Лазерная эпиляция считается наиболее безопасным и эффективным методом по сравнению с традиционными способами эпиляции.

У метода лазерной эпиляции был существенный недостаток. Эпиляция лазером не подходила для удаления светлых волос, что связано с избирательным фототермолизом, механизмом воздействия на нагревание темного пигмента меланина, который разрушает фолликул. Этого пигмента просто нет в светлых и седых волосах, поэтому такой метод эпиляции не подходил клиентам со светлыми волосами до недавнего времени, с развитием НТП эта услуга стала доступна независимо от степени пигментации кожи и волоса.

Осложнения после проведения процедуры эпиляции с применением лазера могут возникать из-за профессиональных ошибок мастеров, ошибок диагностики (особенно определения фототипа и состояния кожи), неправильного выбора типа лазера и его параметров излучения, не проведения тестового воздействия, несовершенством техники работы с лазером, неполной информированности пациента о процедуре, ее результатах и пост-процедурном уходе, отсутствия средств защиты глаз у пациента, отсутствия адекватного охлаждения кожи во время процедуры. Все это последствия некачественного обучения мастеров. Грамотный специалист обязан собрать необходимую информацию о клиенте, учесть все возможныеотягощающие факторы.

Лазерная эпиляция, с одной стороны, наиболее быстрый, безболезненный и эффективный метод удаления, но с другой стороны успешное применение этой методики требует наличие современного качественного оборудования, компетентного специалиста, проведение работы с клиентом до и после процедуры.

При правильном оснащении салона (в том числе и оборудованием для удаления светлых волос), грамотном обучении мастеров, индивидуальном подходе к работе с клиентами, успех процедуры на рынке услуг обеспечен.

1. Цель проекта

К июню 2023 года открыть beauty- студию «Candy» в Красноярске, прибыль которой составит более 100 000 тыс. руб, со сроком окупаемости 1,3г.

2. Критерии достижения цели

- Погашение кредита через 6 месяцев после открытия салона;
- Потраченная сумма на реализацию проекта не более 1 500 000 млн. руб;
- Открытие салона в первой половине июня;
- К открытию салона нанять и обучить 4 мастера;
- Реализовать дизайн- проект в течение 2 месяцев.

3. Концепция проекта:

Проведение маркетинг исследования;

Документация;

Разработка бизнес- плана;

Регистрация ООО;

Выбор системы налогообложения;

Учет в налоговом органе;

Разработка и заключение договоров;

Ремонт и оборудование помещения.

1. Место реализации проекта:

Город Красноярск, улица Петра Ломако, 8.

2. Технология реализации:

Необходимые для реализации проекта ресурсы:

- Аренда;
- Заемные денежные средства;
- ПО 1с;
- Диодный аппарат для лазерной эпиляции;

- Ноутбук;
- Мебель.

Таблица 3.1 - Контрольные события

№	Название события	Содержание события
1	Готовый бизнес-плана	Довгань А.В.
2	Зарегистрированное ООО	Юрист
3	Получение заемных средств	Довгань А.В.
4	обученный персонал	Руководитель проекта
5	Оборудованное помещение	Дизайнер
6	выполненные SMM- задачи	SMM- специалист
7	заключенные договора с поставщиками	Менеджер по поставкам

Сводный бюджет проекта с указанием источников финансирования:

1200000 тыс. рублей;

Источник финансирования: кредит ПАО «Сбербанк»

Обозначим заинтересованные стороны проекта, определим уровень вовлеченности и оказания воздействия на проект beauty- студия «Candy».

Таблица 3.2 - Реестр заинтересованных сторон.

№	Роль в проекте	Наименование организации / Ф.И.О.	Интерес
1	Заказчик/инвестор	BeautystudioCandy в лице собственника Платыгина Е.И.	Рентабельность проекта, будущее владение проектом, реализация проекта, получение прибыли.
2	Инициатор	Довгань А.В.	Профессиональное развитие и получение опыта, рост в сфере управления проектами, партнерство в бизнесе
3	Руководитель проекта	Наемное лицо	Управление проектом в сфере малого бизнеса, карьерный рост, удовлетворение управленческих потребностей
4	Команда проекта	Руководитель проекта; SMM-специалист; дизайнер интерьера, менеджер по закупкам; координатор проекта, маркетолог	опыт проектной работы в сфере малого бизнеса, карьерный рост в профессиональной сфере,
5	Строительная компания	ООО «МС СИТИ»	увеличение статуса ЖК «Новый Академгородок», реализация своих интересов, увеличение привлекательности ЖК, получение прибыли
6	Арендодатель	ООО «СМ СИТИ»	арендная плата
7	Органы власти	Администрация г. Красноярска, Роспотребнадзор; Налоговая служба; внебюджетные фонды (пенсионный фонд, фонд обязательного медицинского страхования)	налоговые отчисления, отчисления во внебюджетные фонды, развитие малого бизнеса
8	Конкуренты	«OH MY LASHES»; «SVbeauty», «Sweet Line»; «Perfect»; «1Laser Beauty», «Сахарнаякомната»	Идеи развития бизнеса, стимул разработки и внедрения инноваций
9	Местное сообщество	Жители ЖК «Новый Академгородок»; Врхний Академгородок; Нижний Академгородок; ЖК «Гремячий Лог»	транспортная доступность, экономия времени, развитие инфраструктуры - улучшение комфорта жизни

В таблице представлены заинтересованные стороны как внутренней, так и внешней среды, основной критический интерес в реализации проекта у следующих ЗС: заказчик, инициатор, руководитель, арендодатель.

Таблица 3.3 - Матрица власть/интересы

Власть	7	1,2,3,4,6
	8	5,7,9
		Интерес

В матрице демонстрируется дифференциация заинтересованных сторон по степени возможного влияния на проект и уровня вовлеченности в проект.

Таблица 3.4 - Стратегия в отношении наиболее влиятельных заинтересованных сторон (ЗС).

ЗС	Неосведомл енный	Сопротивля ющийся	Нейтральны й	Поддержива ющий	Лидирующи й
1	Т			Т	Ж
2					ТЖ
3	Т			Ж	
4	Т			Ж	
6	Т		Ж		
7	Т		Ж		

Т – текущий уровень, Ж – желаемый

Исходя из данных таблицы можно сделать следующие выводы: инициатор проекта единственная ЗС проекта, чей текущий уровень заинтересованности в успехе совпадает в желаемым. Руководителя и команду проекта, необходимо информировать и мотивировать для достижения

желаемого уровня заинтересованности, арендодателю необходимо показать намерение долгосрочного сотрудничества в ролях арендатор- арендодатель.

Таблица 3.5 - Описание стратегии в отношении наиболее влиятельных ЗС.

ЗС	Стратегия
Собственник	Грамотная и емкая презентация проекта, с предоставлением информации о прибыли, сроках окупаемости, краткое грамотное обоснование статей сметы
Руководитель проекта	Рассказать о целях и задачах проекта, донести его важность и значимость
Команда проекта	Рассказать о целях и задачах проектах, донести значимости и важность
Арендодатель	Заключение договора об аренде, введение своевременной оплаты
Органы власти	Ведение законной деятельности, своевременное предоставление соответствующей документации, уплата налогов и произведение отчислений в соответствующие фонды

Внедрение и последующая реализация стратегии в отношении наиболее влиятельных заинтересованных сторон на основе их активного вовлечения («влияние») в проект и их возможности приводить к изменениям в планировании или исполнении проекта («воздействие»), повысит эффективность в области управления заинтересованными сторонами.

3.2 Разработка плана проекта открытия beauty- студия «Candy»

Разработку плана проекта необходимо начать с иерархической структуры работ (Приложение Г) и планирования человеческих ресурсов.

SMM- специалист отвечает разработку каналов продвижения, инструментов продвижения

Писатель Leonard R. Sayles, автор книги «The Rise of Rogue Executive», дает следующие характеристики: «Проектные менеджеры действуют как лидеры рок-группы: собирают вокруг себя музыкантов, играющих на разных инструментах, и заставляют играть в едином ритме. Под руководством лидера они играют одну песню» — Leonard R. Sayles, автор книги «The Rise

of Rogue Executive» [31, с. 288].

Содержание цитаты отражает суть зон ответственности менеджера проекта, а именно, ответственность за достижения цели проекта, а также планирование работ для членов команды. Координация их действий, контроль выполнения работ.

Дизайнер интерьера отвечает за выполнение работ в помещении в соответствии с техническим заданием;

Основные задачи менеджера по закупкам- поиск новых поставщиков; анализ рынка, отслеживание динамики цен и выбор наиболее выгодных ценовых предложений, а также ведение переговоров о поставках;

Координатор проекта отвечает за разработку, координацию и реализацию всех задач, связанных с проектом,

Маркетолог ответственен за анализ рынка косметологических услуг, конкурентов в городе Красноярск.

Известный американский управленец, профессор Гарольд Керцнер, дает следующую характеристику проектному управлению: «Проектное управление – это искусство создания иллюзии, что любой исход проекта является результатом запланированных, осознанных действий, когда на самом деле всё зависит от случая» [21, с. 37].

Представленный тезис, в какой- то степени справедлив, для проектов, на этапе планирования которых, не проводится анализ рисков. Минимизировать фактор неопределенности и возникновения случайных событий, определим риски для проекта beauty- студия «Candy».

Таблица 3.1 - Реестр рисков.

Реестр рисков по проекту			
Риск	Вероятность	Воздействи е	Рейтинг рисков
1. Материальные			
поломка оборудования	0,1	0,4	0,04
задержка поставок расходных материалов	0,3	0,1	0,03

Продолжение таблицы 3.1

салон полностью сгорел	0,1	0,8	0,08
несильный пожар в салоне	0,1	0,4	0,04
разбито витринное окно	0,3	0,4	0,12
нарушение сроков ремонтных работ	0,3	0,8	0,24
нарушение в ведении документации	0,3	0,4	0,12
2. Технические			
Замыкание электропроводки в салоне	0,1	0,4	0,04
поломка диодного аппарата	0,3	0,4	0,12
сбой в работе диодного аппарата	0,5	0,2	0,1
отключение электричества в салоне	0,5	0,2	0,1
3. Кадровые			
увольнение персонала по собственному желанию	0,3	0,4	0,12
нарушение сроков найма персонала	0,5	0,8	0,4
нарушение сроков обучения персонала	0,3	0,4	0,12
4. Социально-политические			
смена моды на удаление волосяного покрова	0,1	0,4	0,04
снижение репутации услуги (у конкурентов некачественное оборудование)	0,1	0,2	0,02
публикация исследования о негативном эффекте на здоровье	0,1	0,8	0,08
5. Правовые			
Изменение законодательства (требование медицинского образования)	0,7	0,8	0,56
Поставка некачественных расходных материалов	0,1	0,8	0,08
последствия для здоровья клиентов после процедуры	0,1	0,8	0,08
Арест имущества из-за неоплаты по кредиту	0,1	0,4	0,04
изменение налоговой политики гос-ва	0,3		
6. Финансовые			
Пересмотр процентной ставки по кредиту	0,3	0,1	0,03
Изменение процентной ставки по налогу	0,3	0,1	0,03
полученная выручка ниже плановой на 30%	0,5	0,4	0,2
нарушения в ведении отчетной и финансовой документации	0,1	0,4	0,04

Поскольку срок окупаемости проекта больше 2-х лет, риски с потенциально крупными материальными потерями в долгосрочной

перспективе имеют самый большой коэффициент воздействия. Что сложно оценить без дополнительных финансовых показателей.

На основании данных иерархической структуры работ формируется визуальное представление графика работ- Диаграмма Ганта (приложение В)

Таблица 3.3 - Реестр ключевых задач проекта

Номер события	Название события	Содержание события
1	Готовый бизнес-плана	составление бизнес- плана в соответствии с рекомендуемой структурой: Резюме. Описание отрасли и организации. Описание услуг. Маркетинговый план. Организационный план. Финансовый план. Показатели эффективности проекта. Риски и проактивные меры. Приложения.
2	Зарегистрированно е ООО	Поиск помещения, обсуждение условий и заключение договора аренды, сбор пакета документов для регистрации ООО, выбор системы налогообложения, разработка и утверждение учетной политики организации, учет в соответствующем налоговом органе
3	Получение заемных средств	Выбор банка для кредитования, заключение договора на кредитование
4	обученный персонал	заключение договора со сторонней организацией, завершение обучающего курса, получение сертификата
5	Оборудованное помещение	Монтаж оборудования, Покупка расходных материалов. Покупка программного обеспечения (1С, CRM). Установка системы безопасности (сигналикация, камеры наблюдения)
6	выполненные SMM- задачи	созданы аккаунты в соц. сетях, разработана таргетинговая стратегия, разработана система коммуникаций с клиентами, утвержден план ведения соц. сетей на месяц с момента открытия.
7	заключенные договора с поставщиками	Проведена оценка потенциальных поставщиков, оговорены условия поставок. Заключен договор. Совершена процедура закупки, поставки, учета материалов.

3.3 Оценка экономической эффективности и рисков реализации проекта beauty- студия «Candy»

Эффективность проекта будет рассчитана через такие показатели как NPV, срок окупаемости (Приложение Б).

Для дальнейших расчетов определим ресурсы проекта

Таблица 3.2 - Реестр ресурсов проекта

	Список ресурсов проекта	Стоимость услуг	
1	Человеческие ресурсы (внутренние участники проекта)		
1.1	Менеджер проекта	600,00	час
1.2	координатор проекта	600,00	час
1.3	SMM- специалист	600,00	час
1.4	менеджер по закупкам	500,00	час
1.5	маркетолог	550,00	час
1.6	дизайнер интерьера	500,00	час
1.7.	юрист	550,00	час
2	маркетинг		
2.1	SMM- таргетинг	10 000,00	мес
3	Оборудование		
3.1	компьютерное оборудование	70 000,00	
3.2	кушетка для шугаринга	7 000,00	
3.3	диодный аппарат для лазерной эпиляции	300 000,00	
3.4.	кулер	7 000,00	
3.5.	камеры слежения	20 000,00	
3.6.	сигнализация	10 000,00	
4.	програмное обеспечение		
4.1	1С (пакет управление нашей фирмой)	17 400,00	
5.	Мебель		
5.1	стойка администратора	30 000,00	
5.2	журнальный столик	5 000,00	
5.3	Стол	12 000,00	
5.4	шкафы	30 000,00	
5.5.	стулья	-	
5.6.	диван	15 000,00	
5.7.	Освещение	10 000,00	
6.	Материалы		
6.1.	паста воск	7 000,00	мес
6.2.	паста сахар	7 000,00	мес
6.3.	ср-ва гигиены	3 000,00	мес

Продолжение таблицы 3.2

6.4.	одноразовые простыни	1 500,00	мес
6.5.	гель для лазерного аппарата	1 000,00	мес
7	Управленческие расходы		
7.1.	арендная плата	70 000,00	мес
7.2.	регистрация ООО	4 000,00	
7.3.	Бизнес- план		
7.4.	интернет	800,00	мес
7.5.	телефонная связь	1 000,00	мес
4.4	канцелярия	300,00	мес
8.	Коммунальные расходы		
8.1.	Электроснабжение	10 000,00	мес
8.2.	Техническое и питьевое водоснабжение	3 000,00	мес
8.3.	отопление	300,00	мес

Рассчитаем срок окупаемости проекта на основе финансовых показателей, данные в приложение 1. Проведем анализ рисков проекта beauty- студии «Candy»

Таблица 3.1 - Срок окупаемости.

Год	Притоки	Оттоки	Кумулятивный денежный поток
0	0	1212200	-1212200
1	5427000	4965248	-810676,5217
2	5752620	5030372	-264553,2703
3	6097777,2	5099403	391893,6829
4	6463643,832	5143484	1146699,371
5	6851462,462	5221048	1957303,663
6	7262550,21	5303265	2804356,623
7	7698303,222	5390416	3671976,972
8	8160201,416	5482795	4547225,721
9	8649813,5	5580718	5419654,239
10	9168802,311	5684516	6280916,61

Исходя из данных таблицы срок окупаемости проекта beauty- студии «Candy» произойдет на 3 год ведения экономической деятельности.

Ежегодный прирост выручки составит 6% за счет установки усовершенствованного диодного аппарата (возможность удаления светлых и седых волос) и последующего роста. Данные финансового анализа приложение А,

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе реализации дипломной работы в первой главе были проанализированы теоретические аспекты управления проектом. Была рассмотрена сущность управления проектами, структура проекта организации, а так же выявлены особенности управления проектами в сфере услуг.

При выполнении второй главы был проведен анализ рынка beauty- студий в городе Красноярск, анализ микросреды и макросреды проекта beauty- студия «Candy»,

При анализе финансовых показателей проект был определен необходимый бюджет, проект признан окупаемым и рентабельным.

Анализ рынка косметологических услуг были выявлены потребительские предпочтения клиентов beauty- студий. Выявлено «белое пятно», локальный рынок ЖК «Новый Академгородок» с низкой конкуренцией.

Анализ конкурентов и целевых групп клиентов локального рынка beauty- студий показал релевантность выхода на этот рынок.

При разработке проекта были составлены: древо целей проекта, устав, анализ заинтересованных сторон, иерархическая структура работ, сетевая диаграмма проекта, план управления рисками, а так же рассчитана эффективность проекта, результатом которого было принято решение о целесообразности реализации проекта beauty- студия «Candy».

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. PMBOK: Шестое издание / Newtown Square, PA: Project Management Institute, 2017. Серия: Руководство PMBOK.
2. Управление проектами: учебное пособие / П. С. Зеленский, Т. С. Зимнякова, Г. И. Поподько [и др.] ; под редакцией Г. И. Поподько. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017 — 132 с.
3. Зимнякова Т. С. Электронный курс «Управление реализацией проекта» /Т. С. Зимнякова. –2016 – URL: kras.ru/course/view.php?id=8320 (дата сокращения 12.04.2023).
4. Операционный импортный менеджмент/ Библиотечно-информационный комплекс, URL: <http://www.library.fa.ru/exhib.asp?id=521>.
5. Разу М.Л. Управление проектом. Основы проектного управления : учебник / М.Л. Разу. – Москва: КНО – РУС, 2010. – 760 с.
6. Султанов И. А. Методические аспекты управления проектами. /И. А. Султанов –2018 – URL: https://studopedia.ru/20_133206_printsipi-i-metodi-upravleniya-proektami.html (дата обращения 18.05.2019).
7. Каталог терминов. Журнал «Zaochnik» –2019 – URL: <https://zaochnik-com.com/spravochnik/menedzhment/upravlenie-proektami/strukturizacija-proekta/> (дата обращения 23.08.2020)
8. Управление проектами фундаментальный курс ВШЭ, под редакцией В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной 2013г.
9. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023, с изм. от 16.05.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.04.2023)
10. Горбунов, В.Л. оценка рисков и эффективности проектов / В.Л. Горбунов. 2018. – 288 с.
11. Козлова К. С. Сфера услуг (социально - философский аспект явления). /К. С. Козлова. –2011 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sfera-uslug-sotsialno-filosofskiy-aspekt-yavleniya> (дата обращения: 13.06.2015).

12. Официальный сайт РБК // URL:
<https://marketing.rbc.ru> (дата обращения 06.09.2020)
13. Официальный сайт «Precedenceresearch»
// URL: <https://www.precedenceresearch.com/cosmetics-market> (дата обращения 04.05.2022)
14. Официальный сайт TinkoffData // URL: <https://www.tinkoff.ru/data/>
(дата обращения 04.05.2020)
15. Эпиляция в салонах красоты: анализ тенденций спроса в поисковой системе Яндекс // URL: <https://blog.umatex-a.ru/kosmetologicheskiiy-biznes/epilyatsiya-analiz-sprosa-god-spustya/> (дата обращения 04.07.2020)
16. ForPM Иерархическая структура работ (ИСР) // URL :
<http://forpm.ru/иерархическая-структура-работ-иср/> (дата обращения 02.07.2011)
17. Управление проектами : учеб. пособие / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько (отв. ред.) [и др].. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 125 с. ISBN 978-5-7638-3711-7]
18. Projectimo.ru Разработка план-графика проекта // URL:
<http://projectimo.ru/planirovanie-proekta/plan-realizacii-proekta.html> (дата обращения 02.01.2016)
19. Управление проектом. Основы проектного управления : учебник / коллектив авторов ; под ред. проф. М.Л. Разу. — 3 е изд., перераб. и доп. — М. : КНО РУС, 2010 — 760 с.
20. Основы управления проектами : [учеб. пособие] / Л. Н. Боронина, З. В. Сенук ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : изд-во урал. ун-та, 2015 — 112 с.
21. НОУ Интуит Управление человеческими ресурсами проекта // URL:
<https://www.intuit.ru/studies/courses/2196/267/lecture/6810> (дата обращения 15.07.2019)
22. Управление проектами. РУ Управление изменениями в проекте // URL:

<https://upravlenie-proektami.ru/upravlenie-izmeneniiami-v-proekte> (дата обращения 15.12.2018)

23. Управление изменениями в проекте: Научная статья / Лапуха, М.Р., Анисимова Е.В., Аксакалова А.С., Сухова Е.А. // URL: <https://files.scienceforum.ru/pdf/2018/955.pdf> (дата обращения 19.11.2012)

24. Стреттон А. Идентификация и классификация заинтересованных сторон программы / проекта // Управление проектами и программами. — 2012. — №3(31). — с. 214–222

25. Крестьянинов, А.Н. Управление проектами [Текст]: учебное пособие / А.Н. Крестьянинов, Ю.Н. Жулькова; Нижегород. гос. архитектур.- строит. ун-т. – Н.Новгород: ННГАСУ, 2017. – 89 с.

26. Стреттон А. Идентификация и классификация заинтересованных сторон программы / проекта // Управление проектами и программами. — 2012. — №3(31). — с. 214–222

27. Wikipedia Energy Australia // URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/EnergyAustralia> (дата обращения 25.05.2022)

28. Описание проекта трансформация отдела NMP в Energy Australia // URL: <http://www.refsr.ru/referat-24199-2.html>

29. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 186 с.

30. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 225 с.

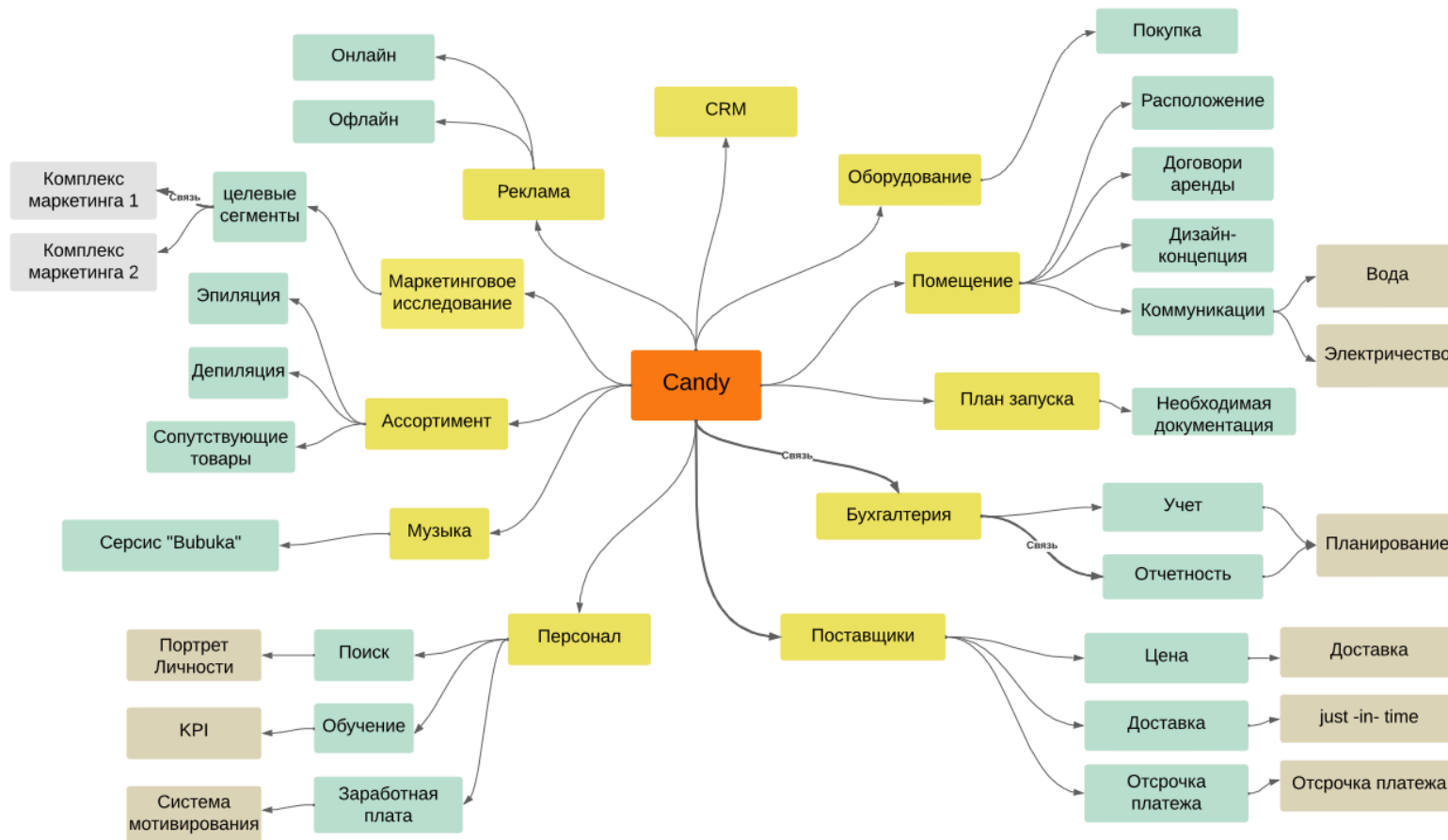
31. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 288 с.

32. Портер М. Конкуренция: учебник [Текст] / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 608 с.

Приложения А-В

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Дерево целей проекта beauty- студии «Candy», декомпозиция основной цели на задачи и подзадачи



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Финансовые показатели проекта beauty- студия «Candy»

Показатели	Год										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Притоки	0	5427000	5752620	6097777	6463644	6851462	7262550	7698303	8160201	8649814	9168802
Выручка от реализации	0	5427000	5752620	6097777	6463644	6851462	7262550	7698303	8160201	8649814	9168802
Оттоки	1212200	4096453	4161577	4230608	4274689	4352252	4434470	4521621	4614000	4711923	4815720
Инвестиционные затраты	1212200										
Себестоимость продаж, в т.ч.		3453800	3453800	3453800	3453800	3453800	3453800	3453800	3453800	3453800	3453800
<i>Материалы</i>	0	1023800	1023800	1023800	1023800	1023800	1023800	1023800	1023800	1023800	1023800
<i>ФОТ (с отчислениями)</i>	0	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000
<i>Амортизация</i>	0	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Коммерческие расходы	0	282900	282900	282900	282900	282900	282900	282900	282900	282900	282900
Управленческие расходы	0	891700	891700	891700	891700	891700	891700	891700	891700	891700	891700
Проценты, уплаченные	0	36366	36366	36366	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль, убыток до налогообложения	0	-2691566	-2365946	-2020789	-1618556	-1230738	-819650	-383897	78001,42	567613,5	1086602
Налог на прибыль (20%)		-538313	-473189	-404158	-323711	-246148	-163930	-76779,4	15600,28	113522,7	217320,5
Чистый денежный поток	-1212200	1330547	1591043	1867169	2188955	2499210	2828080	3176683	3546201	3937891	4353082
Приведенный чистый денежный поток	-1212200	1156998	1203057	1227694	1251542	1242549	1222657	1194233	1159259	1119394	1076015
Кумулятивный денежный поток	-1212200	118347,2	2921590	3458212	4056124	4688165	5327290	6004763	6722884	7484092	8290973
Ставка дисконтирования	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15
Кумулятивный денежный поток	-1212200	-55202,4	1147855	2375549	3627091	4869640	6092297	7286530	8445789	9565183	10641199

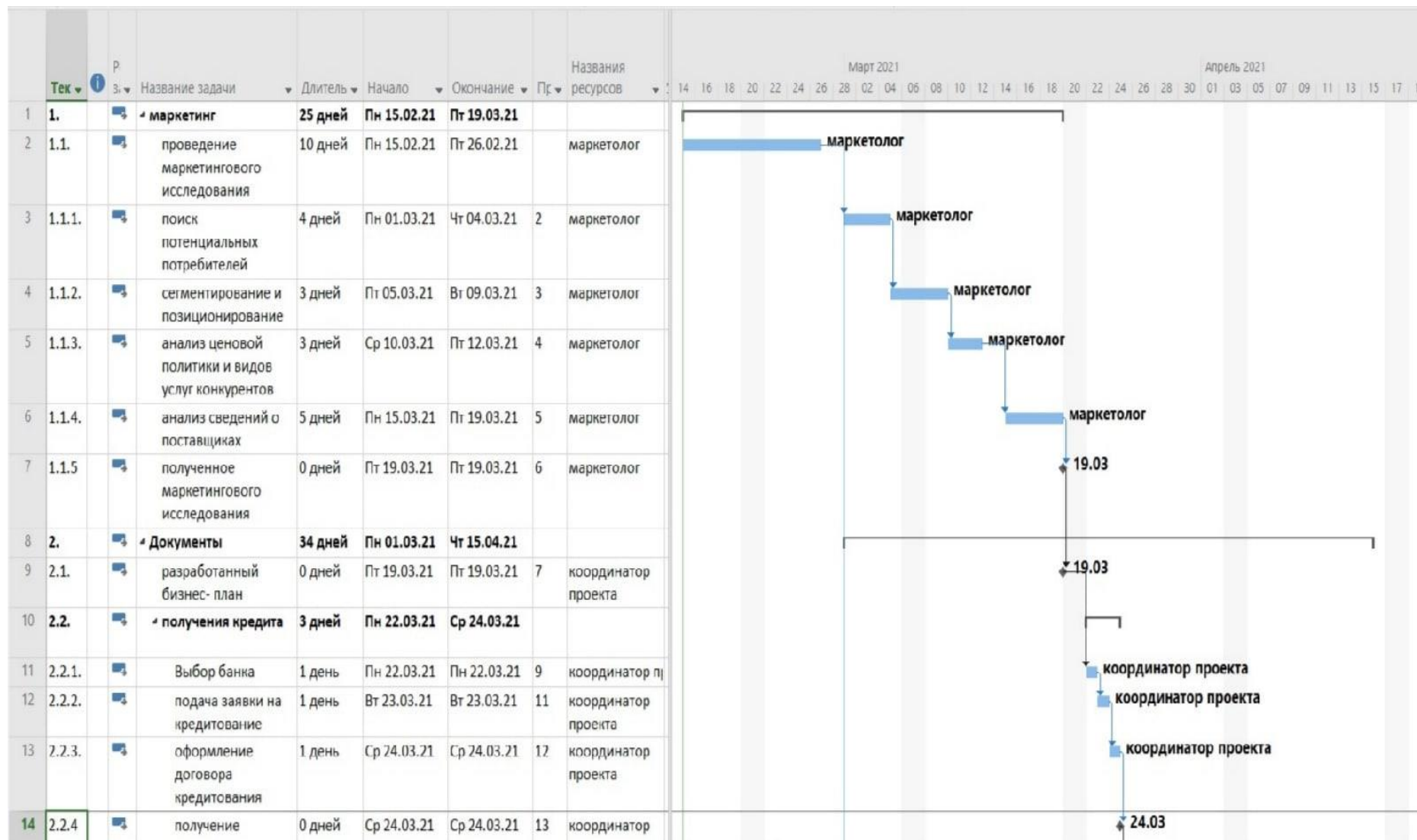
ПРИЛОЖЕНИЕ В

План продаж проекта beauty- студия «Candy»

[illegible]

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Диаграмма Ганта проекта beauty- студия «Candy»

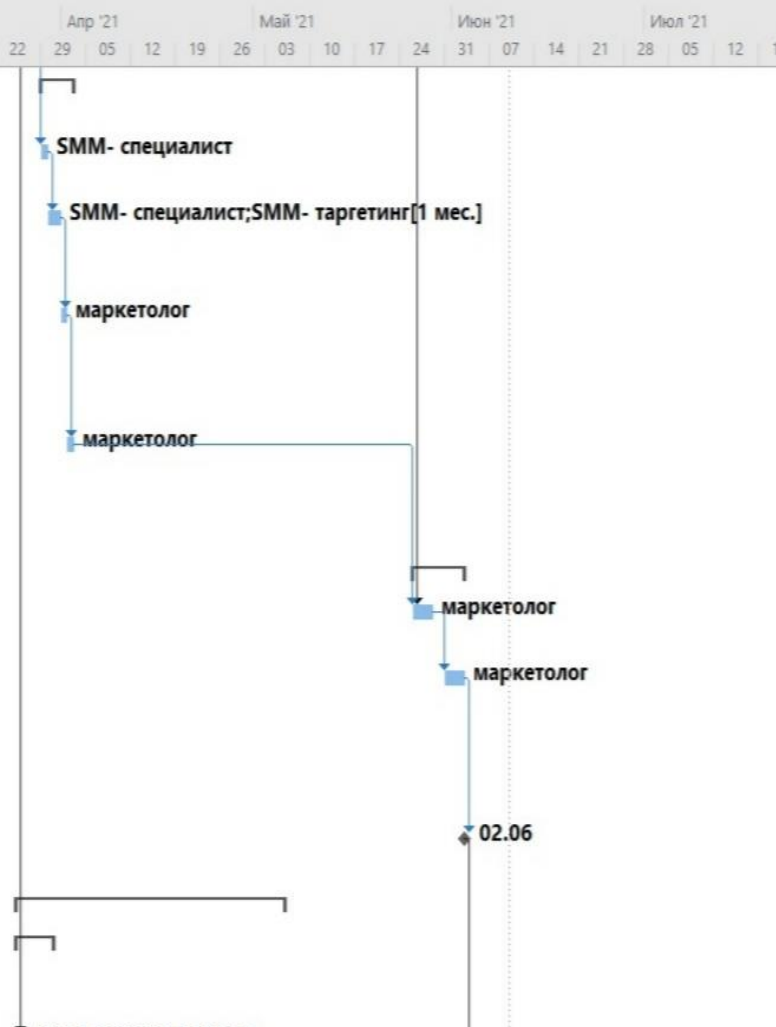


Продолжение приложения В

[illegible]

Продолжение приложения В

№	Текст	Р	Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Пр	Названия ресурсов	15	22	29	05	12	19	26	03	10	17	24	31	07	14	21	28	05	12	1
42	4.3.		4 продвижение SMM-маркетинг	5 дней	Пн 29.03.21	Пт 02.04.21																					
43	4.3.1.		Создание аккаунта в социальных сетях	1 день	Пн 29.03.21	Пн 29.03.21	41	SMM-специалист																			
44	4.3.2.		разработать стратегию таргетинг в	2 дней	Вт 30.03.21	Ср 31.03.21	43	SMM-специалист SMM-																			
45	4.3.3.		разработка коммуникаций с клиентами, обратная связь	1 день	Чт 01.04.21	Чт 01.04.21	44	маркетолог																			
46	4.3.4.		регистрация в навигационных приложениях, наращивание	1 день	Пт 02.04.21	Пт 02.04.21	45	маркетолог																			
47	4.4.		4 Дизайн	6 дней	Ср 26.05.21	Ср 02.06.21																					
48	4.4.1.		Разработка логотипа	3 дней	Ср 26.05.21	Пт 28.05.21	37;46	маркетолог																			
49	4.4.2.		разработка брендированной продукции (полотенца, наклейки, коврики)	3 дней	Пн 31.05.21	Ср 02.06.21	48	маркетолог																			
50	4.5		выполненные SMM задачи	0 дней	Ср 02.06.21	Ср 02.06.21	49	SMM-специалист																			
51	5.		4 Персонал	30 дней	Чт 25.03.21	Ср 05.05.21																					
52	5.1.		4 управление человеческим потенциалом	4 дней	Чт 25.03.21	Вт 30.03.21																					

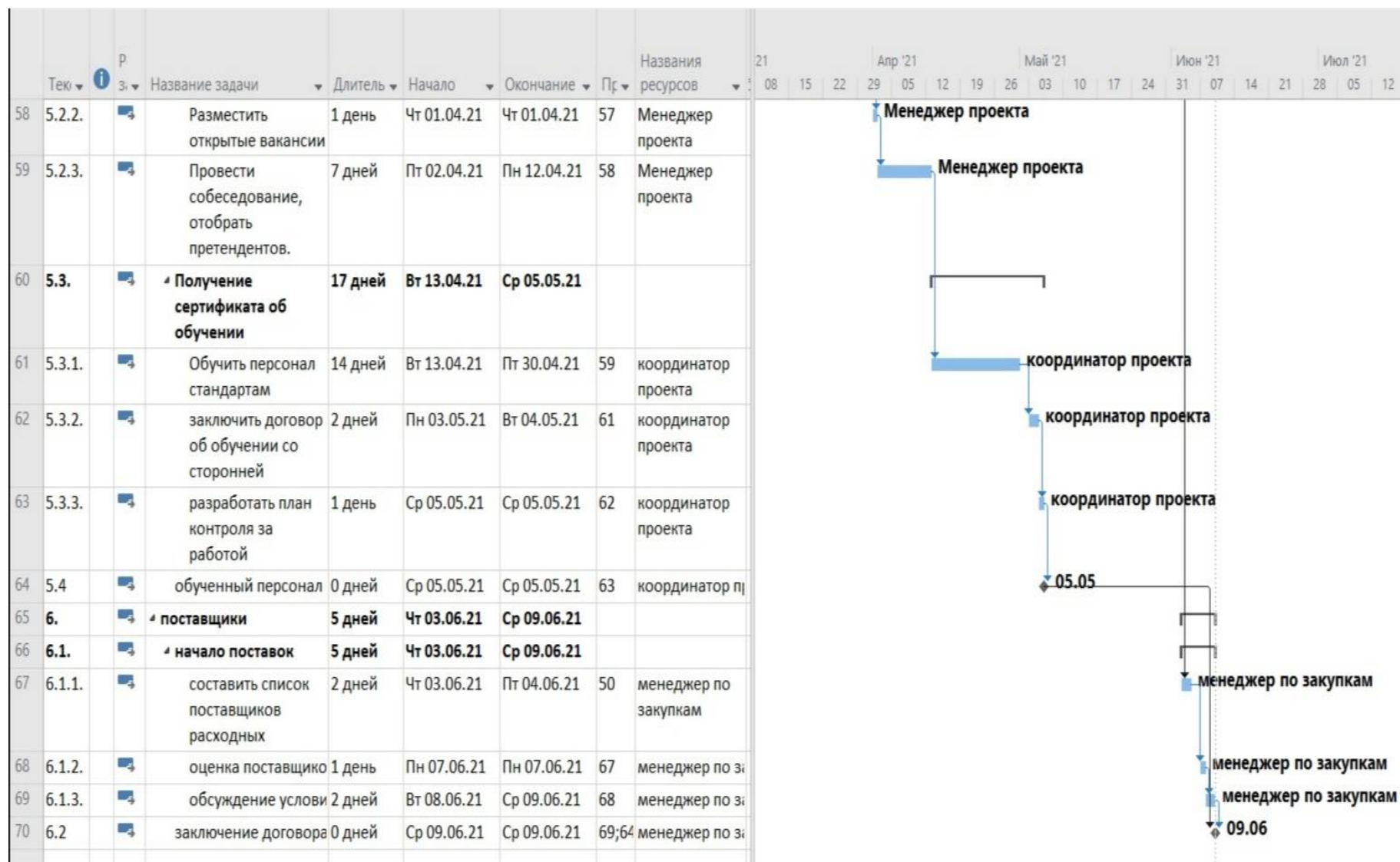


Продолжение приложения В

	Текущий	Р. з.	Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Пр.	Названия ресурсов	21	08	15	22	29	05	12	19	26	03	10	17	24	31	07	14	21	28
53	5.1.1.		разработать должностные инструкции	2 дней	Чт 25.03.21	Пт 26.03.21	14	координатор проекта																		
54	5.1.2.		разработать систему адаптации	1 день	Пн 29.03.21	Пн 29.03.21	53	Менеджер проекта																		
55	5.1.3.		разработать систему	1 день	Вт 30.03.21	Вт 30.03.21	54	Менеджер проекта																		
56	5.2.		заключение трудовых договоров	9 дней	Ср 31.03.21	Пн 12.04.21																				
57	5.2.1.		Составить квалификационные требования к персоналу	1 день	Ср 31.03.21	Ср 31.03.21	55	Менеджер проекта																		
58	5.2.2.		Разместить открытые вакансии	1 день	Чт 01.04.21	Чт 01.04.21	57	Менеджер проекта																		
59	5.2.3.		Провести собеседование, отобрать претендентов.	7 дней	Пт 02.04.21	Пн 12.04.21	58	Менеджер проекта																		
60	5.3.		Получение сертификата об обучении	17 дней	Вт 13.04.21	Ср 05.05.21																				
61	5.3.1.		Обучить персонал стандартам	14 дней	Вт 13.04.21	Пт 30.04.21	59	координатор проекта																		
62	5.3.2.		заключить договор об обучении со сторонней	2 дней	Пн 03.05.21	Вт 04.05.21	61	координатор проекта																		
63	5.3.3.		разработать план контроля за работой	1 день	Ср 05.05.21	Ср 05.05.21	62	координатор проекта																		



Продолжение приложения В



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Иерархическая структура работ проекта beauty- студия «Candy»

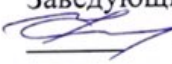
beauty- студия "Candy"	
Идентификатор	ИСР
1.	миаркетинг
1.1.	полученное маркетингового исследования
1.1.1.	поиск потенциальных потребителей
1.1.2.	сегментирование и позиционирование
1.1.3.	анализ ценовой политики и видов услуг конкурентов
1.1.4.	анализ сведений о поставщиках
2.	Документы
2.1.	разработка бизнес- плана
2.2.	получения кредита
2.1.2.	Выбор банка
2.1.3.	подача заявки на кредитование
2.1.4.	оформление договора кредитования
2.2.	Регистрация ООО
2.2.1.	сбор пакета документов на регистрацию
2.2.2.	выбор системы налогообложения
2.2.3.	учет в налоговом органе
2.2.4.	Получение лицензий и других разрешительных документов
2.2.5.	внедрение программного продукта 1С
2.1.7.	установка терминала
3.	Помещение
3.1.	аренда
3.1.1.	Поиск помещения
3.1.2.	обсуждение условий договора
3.1.3.	Заключение договора аренды
3.2.	Разработанный дизайн- проект
3.2.1.	заключение договора со студией дизайна
3.2.2.	презентация дизайн- проекта
3.3.	ремонтные работы (реализация дизайн- проекта)
3.3.1.	составить план и сроки выполнения ремонтных работ
3.3.2.	ремонтные работы
3.3.3.	поиск и заказ оборудования
3.3.4.	монтаж оборудования
3.4.	установление системы безопасности
4.	Маркетинг
4.2.	разработка цен и услуг
4.2.1.	разработать перечень предоставляемых услуг/товаров и цен.

Продолжение приложения Г

4.2.2.	разработать бонусную программу для клиентов.
4.3.	продвижение SMM- маркетинг
4.3.1.	Создание аккаунта в социальных сетях
4.3.2.	разработать стратегию таргетинг в сициальных сетях
4.3.3.	разработка коммуникаций с клиентами, обратная связь
4.3.4.	регистрация в навигационныз приложениях, наращивание рейтинга
4.4.	Дизайн
4.4.1.	Разработка логотипа компании.
4.4.2.	разработка брендированной продукции (полотенца, наклейки, коврики и т.п.)
5.	Персонал
5.1.	управление человеческим потенциалом
5.1.2.	разработать должностные инструкции персонала
5.1.3.	разратотать систему адаптации персонала
5.1.4.	разработать систему мотивации персонала
5.2.	заключение трудовых договоров
5.2.1.	Составить квалификационные требованию к персоналу
5.2.2.	Разместить открытые вакансии на сайтах.
5.2.3.	Провести собеседование, отобрать претендентов.
5.3.	Получение сертификата об обучении
5.3.1.	Обучить персонал стандартам работы.
5.3.2.	заключить договор об обучении со сторонней организацией

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

Институт экономики государственного управления и финансов
Кафедра международной и управленческой экономики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 С.Л. Улина

« 19 » 06 2023г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 – Менеджмент
38.03.02.02.08 – Управление проектами (в организации)

Разработка проекта быюти- студии «Candy»)

Руководитель



старший преподаватель

Е.Ю. Яковлева

Выпускник



А.В. Довгань

Красноярск 2023