

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.03.06 – Торговое дело
Направленность (профиль) образовательной программы Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

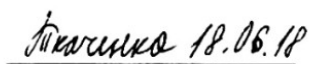
 Е.С. Рычкова
« 20 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Экономическое обоснование открытия школы художественной татуировки в городе Благовещенске

Исполнитель

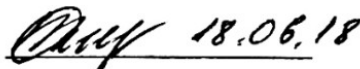
студент группы 475 об

 18.06.18

В.Е. Ткаченко

Руководитель

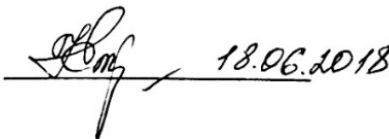
доцент, к.э.н.

 18.06.18

Е.С. Рычкова

Нормоконтроль

ассистент

 18.06.2018

Н.Б. Калинина

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

 Рычкова Е. С.
подпись И.О. Фамилия

« 20 » 04 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Ткаченко Виктории Евгеньевны

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Экономическое обоснование открытия школы художественной татуировки в городе Благовещенске

(утверждено приказом от 23.04.2018 № 914-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 18.06.2018

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту): учебная литература, периодические издания, Интернет-журналы

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащий проработке вопросов):

1 Теоретические аспекты организации бизнеса в сфере услуг

2 Анализ рынка тату услуг в городе Благовещенске

3 Экономическое обоснование открытия школы художественной татуировки в городе Благовещенске

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) 2 рисунка, 24 таблицы, 2 приложения

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 20.04.2018

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Рычкова Е. С., канд.экон.наук, доцент
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 20.04.2018


(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 55 с., 2 рисунка, 24 таблицы, 48 источников, 2 приложения.

ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА, СФЕРА УСЛУГ, БИЗНЕС-ПЛАН,
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ТАТУИРОВКА, ТАТУ-МАСТЕР, ОБУЧЕНИЕ,
ОБОРУДОВАНИЕ

Целью данной дипломной работы является экономическое обоснование открытия школы художественной татуировки в городе Благовещенске.

Объектом исследования дипломной работы является школа художественной татуировки «Dream Art». Предметом исследования – бизнес-план школы художественной татуировки «Dream Art».

В процессе выполнения работы применялись теоретические и практические методы исследования (методы финансового, экономического, организационного анализа).

В процессе исследования проведены теоретический и практический анализ. Теоретический анализ позволил изучить специфику и отличительные черты организаций сферы услуг, а также классификацию предприятий сферы услуг и нормативно-правовое регулирование бизнеса в данной сфере.

В практической части изучен рынок тату услуг города Благовещенска, а также предложены мероприятия по созданию школы художественной татуировки в городе Благовещенске, спланированы ресурсы необходимые для создания школы и спрогнозирована экономическая эффективность предложенных мероприятий.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты организации бизнеса в сфере услуг	8
1.1 Специфика и отличительные черты организаций сферы услуг	8
1.2 Классификация предприятий сферы услуг	10
1.3 Нормативно-правовое регулирование бизнеса в сфере услуг	13
2 Анализ рынка тату услуг в городе Благовещенске	16
2.1 Анализ внешней среды школы художественной татуировки в городе Благовещенске	16
2.2 Оценка потребности в услугах школы художественной татуировки в городе Благовещенске	25
2.3 Основные направления развития бизнеса в сфере оказания услуг школы художественной татуировки	29
3 Экономическое обоснование открытия школы художественной татуировки в городе Благовещенске	32
3.1 Мероприятия по созданию школы художественной татуировки в городе Благовещенске	32
3.2 Планирование ресурсов необходимых для создания школы художественной татуировки	37
3.3 Прогноз экономической эффективности мероприятий по созданию школы художественной татуировки	46
Заключение	50
Библиографический список	52
Приложение А Классификация предприятий сферы сервиса	56
Приложение Б Пример диплома об окончании курса обучения в школе художественной татуировки «Dream Art»	59

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

ГК РФ – Гражданский кодекс Российской Федерации;

ИП – индивидуальный предприниматель;

ККМ – контрольно-кассовая машина;

МосМУ – Методические указания;

МРП – Московский реестр печатей;

ОКВЭД – Общероссийский классификатор видов экономической деятельности;

СЭС – Санитарно-эпидемиологическая служба;

ТЦ – торговый центр;

УФНС РФ – Управление Федеральной налоговой службы Российской Федерации.

ВВЕДЕНИЕ

Для современной экономики характерно превращение нематериальных ресурсов, таких как интеллектуальный потенциал общества, информация, предпринимательские способности, квалификация рабочей силы, в решающий фактор развития. Использование нематериальных ресурсов в структурных преобразованиях национального хозяйства становится неотъемлемой особенностью многих государств. Важнейшее выражение этого процесса – увеличение значимости сферы услуг в жизни и деятельности человека ¹.

Сфера услуг – область экономики, занимающаяся предоставлением различного рода услуг физическим и юридическим лицам. Обычно в сферу услуг включают культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание. Сфера услуг удовлетворяет широкий спектр общественных и индивидуальных потребностей, тем самым эффективно развивая экономические и социальные отношения современного типа. Развитость рынка услуг является важнейшим критерием конкурентоспособности любой страны, способствуя функционированию рынка материально-вещественных благ, обеспечивая сбалансированность воспроизводственного процесса и повышение качества жизни. Именно поэтому идея организации бизнеса в сфере услуг является актуальной по сей день.

Целью данной дипломной работы является экономическое обоснование открытия школы художественной татуировки в городе Благовещенске.

На пути к достижению цели, необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты организации бизнеса в сфере услуг;
- изучить рынок тату услуг в городе Благовещенске;
- спрогнозировать и спланировать деятельность школы художественной татуировки;
- спланировать ресурсы для создания школы;
- создать прогноз экономической эффективности мероприятий по

¹ Восколович Н. А. Экономика платных услуг. М. : Юрайт, 2018. С. 21 – 22.

созданию школы художественной татуировки в городе Благовещенске.

Объектом исследования дипломной работы является школа художественной татуировки «Dream Art». Предметом исследования – бизнес-план школы художественной татуировки «Dream Art».

Для изучения теоретических основ организации бизнеса в сфере услуг были использованы книги таких знаменитых авторов как: Мудунов А.С., Восколович Н.А., Рендер Б., Орлова П.И., Черняк В.З., Афонасова М.А., Сергеев А.А. и многие другие.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

1.1 Специфика и отличительные черты организаций сферы услуг

На сегодняшний день всем нам известно, что сфера услуг является одной из основных отраслей народного хозяйства, призванной удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения. Как отрасль социально-экономической деятельности сфера услуг представляет собой совокупность организаций, цель которых – оказание разнообразных услуг населению.

В современной отечественной и зарубежной экономической литературе выделяют три основных подхода к определению «услуги». Первый подход можно назвать отраслевым, по которому к сфере услуг относят отрасли соответствующей специализации.

Согласно второму подходу, понятие «услуга» формируется методом альтернативы, т. е. суммируются свойства и признаки, противоположные тем, которые характерны для материального блага – товара. Этот подход прост, но он даёт спорные результаты, поскольку возможно множество комбинаций самых различных признаков.

В 80-х годах XX столетия стал широко распространяться третий подход, по которому определение «услуга» строилось на концентрации самых её общих черт, а наиболее ярко выраженные свойства, отражающие специфику, закреплялись за конкретными видами услуг. Этот подход и в настоящее время сохраняет своё значение, хотя многие услуги, порожденные научно-техническим прогрессом, имеют смешанные характеристики.

Второй и третий подходы наиболее часто используются в теории и на практике, что обуславливает необходимость их тщательного рассмотрения ².

По мнению В.Дж. Стивенсона, производственные фирмы и фирмы, предоставляющие услуги, отличаются в основном тем, что одни ориентированы на производство материальной продукции, а другие – на производство действия. Они различаются по следующим параметрам (таблица 1).

² Восколович Н. А. Экономика платных услуг. М. : Юрайт, 2018. С. 12.

Таблица 1 – Отличительные характеристики новых параметров производства материальных товаров и услуг

Параметры	Производство материальных товаров	Предоставление услуг
Выпускаемая продукция	Осязаемая	Неосязаемая
Контакт с потребителем	Низкий	Высокий
Величина материальных затрат	Больше	Меньше
Количество вариантов работ	Меньше	Больше
Номенклатура продукции	Больше	Меньше
Определение производительности труда	Легче	Сложнее

Специфика услуг – неявность, неотделимость от поставщика, нестабильность и несохраняемость во времени – предопределяет особенности управления функционированием и развитием предприятия сферы услуг.

Неявность услуги означает, что услугу нельзя или практически невозможно увидеть, попробовать, услышать или пощупать до покупки. До покупки услуг обучения или туристических услуг потребитель не может достоверно оценить их качество и увидеть результаты потребления. Поэтому для снижения неопределенности потребитель ищет сигналы, отражающие качество услуги, – лицензию и сертификаты, свидетельства других потребителей, оформление интерьеров, вежливость персонала, буклеты и информацию на Интернет-сайте поставщика.

Неотделимость услуги от поставщика означает, что человек, предоставляющий услугу, – часть этой услуги. Поскольку потребитель нередко присутствует при оказании услуг, для их успеха важно взаимодействие провайдер – потребитель, так, как и поставщик, и потребитель влияют на качество и результат услуг.

Нестабильность качества услуги предопределена его зависимостью от того, кто, где и когда предоставляет услугу. Не случайно потребители склонны, при наличии возможности, выбирать врача, место для обучения детей, парикмахера, телеканал и турфирму для путешествий.

Несохраняемость услуги делает проблемным ее запас. Услуги не могут

храниться для последующей продажи или использования, как продукт в материальной форме. Пустующие номера гостиницы не оплачиваются посетителями, так же, как и пустые места в театральном зале или в самолете, но находятся в состоянии готовности оказать услугу.

1.2 Классификация предприятий сферы услуг

Влияние сферы услуг на современную экономику очень велико, что вызывает необходимость проведения исследования с целью классификации услуг и определения особенностей осуществления маркетинга в этой сфере.

Маркетинг услуг – это процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированной на выявление специфических потребностей клиентов. Он призван помочь клиентам оценить услуги сервисной организации и сделать правильный выбор. Но поскольку клиенту продается нечто, не имеющее материальной формы, то процесс продажи сильно осложняется.³

Виды услуг чрезвычайно разнообразны:

- личные услуги, которые в форме домашних услуг являются наиболее древним видом, причем сами они также диверсифицированы (парикмахеры);
- интеллектуальные услуги на базе труда, требующего специальных знаний (преподавательская, посредническая деятельность, реклама);
- услуги, относящиеся к области здравоохранения, образования, досуга (спектакли);
- предоставление жилья; к этой категории можно также отнести деятельность по содержанию гостиниц и ресторанов;
- средства связи (инфраструктура и работа транспорта, почты и телекоммуникаций);
- финансовые услуги (кредит и другие услуги, предлагаемые банками, страхование);
- общие услуги, обеспечивающие защиту общества и соблюдение порядка в отношениях между его членами (оборона страны, полиция, юстиция, общее управление на национальном и местном уровнях); это ядро «государственных

³ Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. СПб: Питер, 2000. С. 5.

услуг», называемых так потому, что государственная власть должна их организовать, управлять ими и обеспечивать их функционирование.⁴

Совершенно очевидно, что любая попытка описания всего многообразия услуг заведомо бесперспективна из-за широкого и постоянного обновляющегося ассортимента как услуг, так и форм, и методов их оказания. Существует несколько классификаций предприятий сферы услуг, в приложении А рассмотрим одну из них.

На макроэкономическом уровне целесообразно сочетать в классификации услуг функциональную направленность с отраслевым делением (рисунок 1). Поскольку отрасль определяется «как группа экономических единиц с однородным производством», т. е. производящих один вид или группу однородных продуктов или услуг, то однородность конечной услуги также позволяет упорядочить информацию о действующих экономических агентах.

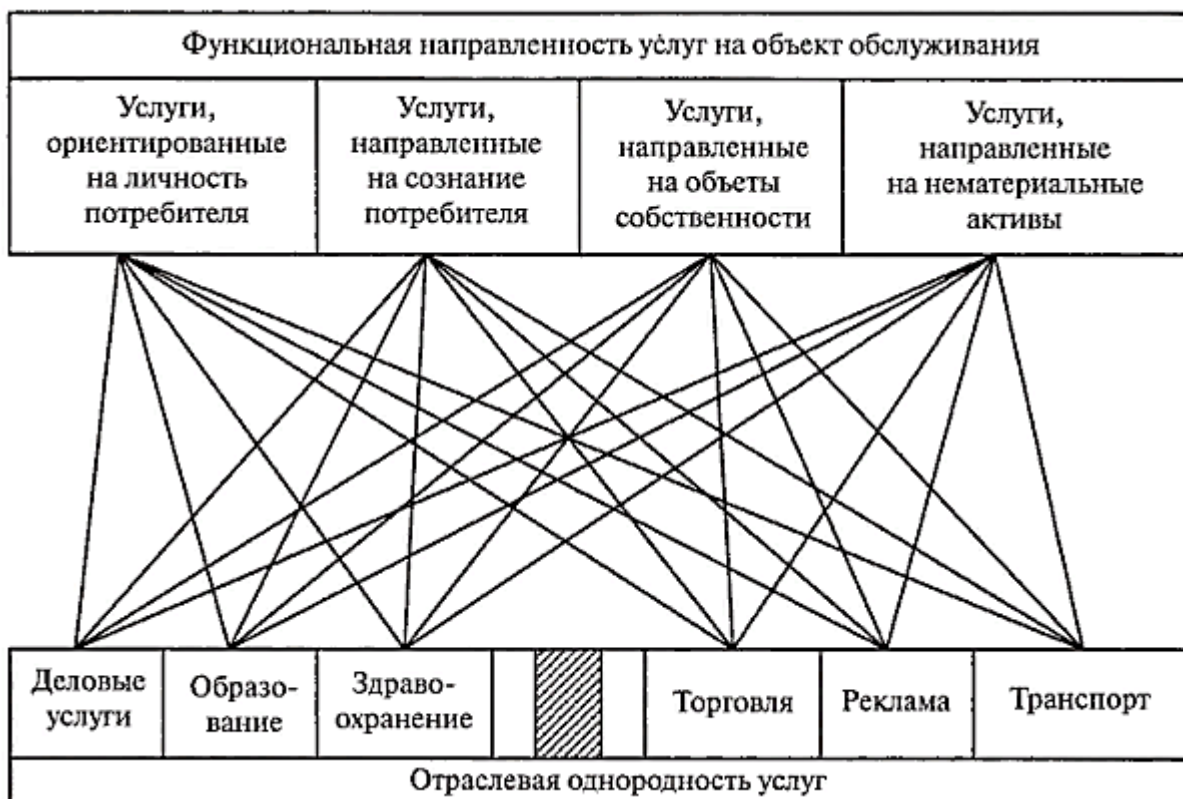


Рисунок 1 – Сочетание классификационных подходов услуг

4 Михеева Н.А. Менеджмент в социально-культурной сфере. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. С.

Сочетание функционального и отраслевого подходов создает предпосылки для полноценного включения сферы услуг в систему национальных счетов, что даёт возможность реалистичного отражения места услуг в общественном воспроизводстве, их роли в современной экономике. Через экономический оборот услуги включаются в потоки движения экономических благ. Посредством системы национальных счетов деятельность по оказанию услуг увязывается с благосостоянием населения. На практике это позволяет преодолевать некоторые противоречия и неоднозначность функциональной природы услуг, поскольку многие из них (например, транспорт, связь, информационное обслуживание и т. п.) обладают собирательным характером и технологической общностью при обслуживании производства (грузовой транспорт) и услуг личной ориентации (пассажирский транспорт).

Внутри отдельных групп услуг или видов услуг их классификация продолжается за счёт развития признака функционального назначения (например, деловые услуги различаются как консультативные, финансово-инвестиционные, операционные и эксплуатационно-технические, информационные, по содействию занятости населения и т. п.), потребительского назначения (услуги по торговле производственными, непроизводственными товарами, строительными материалами и т. п.), целевой ориентации (туризм может быть рекреационный, экскурсионный, научный, деловой, этнический) и по многим другим специфическим признакам.⁵

Самый общий подход к классификации услуг предложил Ловелок (Lovelock). Главное в этой классификации – на кого (на что) направлены услуги и являются они осязаемыми или нет, классификация представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Основа классификации услуг

Основные классы услуг	Сферы услуг
1	2
Осязаемые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе

⁵ Восколович Н. А. Экономика платных услуг. М. : Юрайт, 2018. С. 37 – 38.

Продолжение таблицы 2	
1	2
Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Грузовой транспорт, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание частоты и порядка, прачечные, химчистки, ветеринарные услуги
Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио, телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи
Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Банки, юридические и консультационные услуги, страхование и др.

Таким образом, сфера услуг является одной из самых перспективных и быстро развивающихся отраслей. Классификация услуг позволяет улучшить понимание изучаемого явления, выделить отличительные черты каждого вида услуг, определить специфику методов управления организацией и специфику применения маркетинга. Разнообразные подходы к сегментации услуг могут быть полезными при позиционировании услуг на рынке, они могут побудить к поиску новых видов услуг, не предоставленных на рынке.

1.3 Нормативно-правовое регулирование бизнеса в сфере услуг

В современных условиях услуги, являясь важной частью экономики, выросли в крупную составляющую образа жизни населения большинства стран, что обуславливает необходимость усиления внимания государства к функционированию и развитию сферы услуг, возрастанию роли государственного регулирования.

Государственное регулирование экономики – система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями и общественными организациями в целях приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям.

Для регулирования экономики государство использует административные и экономические методы.

Основным нормативным актом, регулирующим отношения, возникающих в сфере оказания услуг, является Гражданский кодекс РФ.

Поскольку ГК РФ предусматривает специальные правила для перевозки

(гл. 40), транспортной экспедиции (гл. 41), банковского вклада (гл. 44), банковского счета (гл. 45), расчетов (гл. 46), хранения (гл. 47), поручения (гл. 49), комиссии (гл. 51) и доверительного управления (гл. 53), положения о договоре возмездного оказания услуг (гл. 39) применяются к любым услугам, за исключением указанных.

К договору об оказании услуг применяются дополнительно общие положения о подряде (ст. ст. 702 – 729 ГК РФ) и положения о бытовом подряде (ст. ст. 730 – 739 ГК РФ), если это не противоречит специальным нормам ГК РФ, а также особенностям предмета договора возмездного оказания услуг (ст. 783 ГК РФ).

В структуре законодательства об оказании услуг можно выделить:

- правовые акты, регулирующие отношения по оказанию услуг в целом;
- правовые акты, регулирующие отношения по оказанию отдельных видов услуг;
- правовые акты о техническом регулировании в сфере услуг.

Подробнее рассмотрим структуру законодательства РФ об услугах в таблице 3.

Таблица 3 – Структура законодательства РФ об услугах

Законодательство	Нормативный акт
1	2
Правовые акты, регулирующие отношения по оказанию услуг в целом	Конституция (ч. 1 ст. 8, ч. 2 ст. 74) ГК РФ (п. 3 ст. 1, ст. 128, гл. 39) Федеральные законы - закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (если заказчиком выступает гражданин); - закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании»; - закон от 26.06.2008 № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений»; - закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
Правовые акты, регулирующие отношения по оказанию отдельных видов услуг	ГК РФ (гл. 40, 41, 44, 45, 46, 49, 51, 53) Федеральные законы - закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи»; - закон от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи»; - закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»; - закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской

	<p>деятельности в РФ»;</p> <p>- закон от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в РФ»;</p>
Продолжение таблицы 3	
1	2
	<p>- Закон от 11.03.1992 № 2487-1 «О частной детективной и охранной деятельности в РФ»;</p> <p>- Закон от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ»;</p> <p>- Закон от 25.04.2002 № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» и т. д.</p> <p>Транспортные уставы (Устав железнодорожного транспорта, Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта);</p> <p>Транспортные кодексы (Воздушный кодекс РФ, Кодекс внутреннего водного транспорта РФ, Кодекс торгового мореплавания);</p> <p>Правила об оказании отдельных видов услуг, утверждаемые Правительством РФ или уполномоченными им органами (например, ЦБ РФ).</p>
<p>Правовые акты о техническом регулировании в сфере услуг</p>	<p>Федеральные законы</p> <p>- закон от 30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»;</p> <p>- закон от 22.07.2008 № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности»;</p> <p>- Технический регламент о безопасности низковольтного оборудования.</p> <p>Постановления Правительства РФ:</p> <p>- от 27.02.2008 № 118 «Об утверждении технического регламента «О требованиях к автомобильному и авиационному бензину, дизельному и судовому топливу, топливу для реактивных двигателей и топочному мазуту»</p> <p>- от 15.09.2009 № 753 «Об утверждении технического регламента о безопасности машин и оборудования»;</p> <p>- от 10.09.2009 № 720 «Об утверждении технического регламента о безопасности колесных транспортных средств»;</p> <p>- от 02.10.2009 № 782 «Об утверждении технического регламента о безопасности лифтов».</p>

Таким образом, регулирующее влияние государства на развитие сферы услуг должно иметь определенные границы, поскольку недостаточная мера такого воздействия, т.е. расширение области платных услуг, ущемляет уязвимые слои населения, преграждая им доступ к жизненно важным видам услуг. Чрезмерное государственное вмешательство порождает, дефицит, растущую нехватку финансовых средств у государства. Оптимальное сочетание государственного и частного секторов, различных форм и методов ведения

хозяйственной деятельности обеспечивает сфере услуг гибкость, доступность, большее соответствие совокупного спроса и совокупного предложения.

2 АНАЛИЗ РЫНКА ТАТУ УСЛУГ В ГОРОДЕ БЛАГОВЕЩЕНСКЕ

2.1 Анализ внешней среды школы художественной татуировки в городе Благовещенске

Внешняя среда имеет две составляющих: микросреда и макросреда. Микросреда представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой организации и ее возможностям – поставщиками, маркетинговыми посредниками, клиентами, конкурентами, контактными аудиториями. Макросреду образуют силы более широкого социального плана, оказывающие влияние на организацию и ее внутреннюю структуру демографического, экономического, социального, природного, политического и культурного характера ⁶.

Наиболее известным и применимым методом анализа внешней среды является SWOT-анализ. Этот метод служит для выявления как угроз, так и возможностей на пути дальнейшего развития организации, а также сильных и слабых сторон, которые имеет компания (таблица 4).

Таблица 4 – SWOT-анализ

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1	2
1) широта ассортимента; 2) обучение множеству техник и направлений художественной татуировки; 3) представленность известных брендов и производителей оборудования и расходных материалов; 4) уровень цен и наличие специальных ценовых акций; 5) финансовая стабильность; 6) эффективная реклама; 7) устойчивый «круг» постоянных клиентов; 8) высокий профессиональный уровень персонала; 9) наличие различных форм оплаты;	1) узкая направленность деятельности; 2) новая фирма, малоизвестное «имя» на рынке; 3) отсутствие филиалов, трудность транспортной доступности для ряда районов города; 4) применение дорогостоящих материалов.

6 Орлова П. И. Бизнес-планирование. М. : Дашков и К°, 2014. С. 24.

- 10) гарантии возврата и постпродажный сервис
- 11) высокое качество применяемых материалов, полное соответствие медицинским и санитарным нормам.

Продолжение таблицы 4

1	2
Возможности (О)	Угрозы (Т)
<ul style="list-style-type: none"> 1) увеличение количества филиалов, открытие торговых точек только по продаже оборудования и расходных материалов; 2) монопольный захват рынка; 3) Интернет-торговля; 4) расширение специализации школы; 5) привлечение инвесторов; 6) применение спец. налоговых режимов для снижения налоговой нагрузки. 	<ul style="list-style-type: none"> 1) неплатежеспособность покупателей; 2) высокий уровень налогообложения; 3) появление и развитие сети конкурентов; 4) увеличение производственных затрат, рост цен на продукцию; 5) неблагоприятная экономическая ситуация в стране; 6) высокий процент коммерческих кредитов

Далее необходимо провести построение матрицы возможностей и матрицы угроз. Матрица возможностей представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Матрица возможностей

Вероятность использования возможностей	Влияние		
	сильное	умеренное	малое
Высокая	О1, О2, О3	О5	
Средняя	О6		
Низкая		О4	

Анализируя полученную матрицу возможностей, приходим к выводу, что наибольшую вероятность использования и наибольшее влияние на развитие компании будет иметь расширение филиальной сети и «выход в интернет».

Таким образом ранжирование возможностей развития компании с учетом матрицы возможностей будет выглядеть так:

- увеличение количества филиалов, открытие торговых точек только по продаже оборудования и расходных материалов;
- монопольный захват рынка;
- интернет-торговля;
- применение спец. налоговых режимов для снижения налоговой нагрузки;

- привлечение инвесторов;
- расширение специализации школы;

На следующем этапе построим матрицу угроз (таблица 6).

Таблица 6 – Матрица угроз

Вероятность реализации угроз	Последствия угроз		
	разрушительные	тяжелые	легкие
Высокая		T3	
Средняя	T1	T4, T5	
Низкая		T2, T6	

Аналогично матрице возможностей проранжируем выделенные угрозы развития в соответствии с построенной матрицей угроз.

- неплатежеспособность покупателей;
- появление и развитие сети конкурентов;
- увеличение производственных затрат, рост цен на продукцию;
- неблагоприятная экономическая ситуация в стране;
- высокий уровень налогообложения;
- высокий процент коммерческих кредитов.

С учетом полученных данных построим расширенную SWOT-матрицу для разработки стратегии развития компании.

Пересечение Возможностей и Сильных сторон показывает, каким образом компании можно воспользоваться имеющимися возможностями для развития своих сильных сторон и максимизации своих экономических показателей.

Пересечение Возможностей и Слабых сторон указывает на стратегии, позволяющие минимизировать негативный эффект от слабых «позиций» компании, используя имеющиеся возможности (финансовые, организационные, административные и др.), а также на то, что может помешать компании воспользоваться своими сильными сторонами.

Пересечение Сильных сторон и Угроз определяет стратегии, которые позволят компании противостоять негативным общеэкономическим тенденциям

при их наступлении.

Пересечение Слабых сторон и угроз указывает на самые большие опасности для компании, которые необходимо всяческими способами избегать. Расширенную SWOT-матрицу для разработки стратегии развития компании можно увидеть в таблице 7.

Таблица 7 – Расширенная SWOT-матрица

	Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	1) открытие дополнительных филиалов; 2) формирование и развитие интернет-магазина; 3) расширение специализации школы.	1) поиск более выгодных поставщиков оборудования и материалов; 2) проведение активной рекламной кампании; 3) маркетинговые акции.
Угрозы	1) расширение спектра ценовых акций и предложений; 2) постоянное повышение профессионального уровня педагогов; 3) финансовый аутсорсинг; 4) переход на наиболее оптимальный налоговый режим; 5) разработка инвестиционных проектов.	1) подавление компании конкурентами; 2) кардинальное снижение чистой прибыли; 3) низкий реальный уровень квалификации персонала.

Анализируя полученную SWOT-матрицу, видим, что для дальнейшего успешного развития компании необходимо выполнить следующее: развитие филиальной сети, создание интернет-магазина, расширение «привилегий» для постоянных клиентов и различных маркетинговых акций для новичков, расширение рекламной деятельности, постоянное повышение квалификации педагогов.

Необходимо избегать стратегий, обозначенных в четвертом секторе матрицы на пересечении Слабых сторон и Угроз.

Полученная матрица является своеобразным «руководством к действию» для фирмы. Следуя стратегиям, выделенным в матрице, компания не только преодолет негативные тенденции, но и увеличит темпы развития.

Следующим шагом в анализе внешней среды предприятия является PEST-анализ, он состоит в выявлении и оценке влияния факторов макросреды на

результаты текущей и будущей деятельности предприятия. Выделяют четыре группы факторов, наиболее существенных для стратегии предприятия: политико-правовые; экономические; социокультурные; технологические.

Цель PEST-анализа – отслеживание (мониторинг) изменений макросреды по четырем узловым направлениям и выявление тенденций, событий, не подконтрольных предприятию, но оказывающих влияние на результаты принятых стратегических решений.

PEST-анализ, как правило, используют, чтобы более глубоко изучить внутреннюю среду компании после проведенного SWOT-анализа.

Построим матрицу PEST-факторов, влияющих на рынок (таблица 8).

Таблица 8 – Матрица PEST-факторов

P (Political)	E (Economic)
Повышение пошлин на ввоз техники и оборудования	Негативная экономическая ситуация
Ужесточение норм сертификации оборудования	Экономические санкции
Повышение доли дешевого некачественного оборудования и расходных материалов	Высокие темпы реальной инфляции
	Возможное насыщение рынка аналогичными услугами
	Рост реального банковского процента по коммерческим кредитам
	Снижение располагаемых доходов населения
S (Socio-cultural)	T (Technological)
Демографический отток из Амурской области	Развитие конкурентных технологий образования
Уменьшение экономически-активного населения области ввиду демографических проблем 90-х годов	Развитие интернет-продаж
Низкая тату-культура в Благовещенске и области	Смещение спроса в сторону мобильных технологий/устройств
Значительное социальное расслоение (по уровню доходов)	

После того, как все факторы, способные оказать влияние на прибыль компании, выбраны, необходимо оценить силу влияния каждого фактора. Сила влияния фактора оценивается по шкале от 1 до 3 (таблица 9).

Таблица 9 – Сила влияния факторов PEST-анализа

Описание фактора	Оценка влияния фактора
1	2
Политические факторы	
Повышение пошлин на ввоз техники и оборудования	2
Ужесточение норм сертификации оборудования	1
Повышение доли дешевого некачественного оборудования и расходных материалов	3
Продолжение таблицы 9	
1	2
Экономические факторы	
Негативная экономическая ситуация	3
Экономические санкции	2
Высокие темпы реальной инфляции	2
Возможное насыщение рынка аналогичными услугами	1
Рост реального банковского процента по коммерческим кредитам	1
Снижение располагаемых доходов населения	3
Социально-культурные факторы	
Демографический отток из Амурской области	1
Уменьшение экономически-активного населения области ввиду демографических проблем 90-х годов	1
Низкая тату-культура в Благовещенске и области	3
Значительное социальное расслоение (по уровню доходов)	2
Технологические факторы	
Развитие конкурентных технологий образования	2
Развитие интернет-продаж	3
Смещение спроса в сторону мобильных технологий/ устройств	2

Следующим шагом необходимо провести оценку вероятности изменения факторов.

Вероятность колебаний оценивается по 5-бальной шкале, где 1 означает минимальную вероятность изменения фактора внешней среды, а 5 – максимальную вероятность. Одновременно с этим рассчитаем реальную значимость каждого фактора. Реальная значимость позволяет оценить, насколько компании следует обращать внимание и контролировать фактор изменения внешней среды, и рассчитывается как вероятность изменения фактора, взвешенная на силу влияния этого фактора на деятельность компании.

Чем выше реальная значимость фактора, тем больше внимания и усилий следует уделять для снижения негативного влияния фактора на бизнес (таблица 10).

Таблица 10 – Оценка вероятности изменения факторов

Описание фактора	Оценка влияния фактора	Экспертная оценка					Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
		1	2	3	4	5		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Политические факторы Продолжение таблицы 10								
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Повышение пошлин на ввоз техники и оборудования	2	5	4	5	3	3	4	0,25
Ужесточение норм сертификации оборудования	1	2	1	3	4	2	2,4	0,075
Повышение доли дешевого некачественного оборудования и расходных материалов	3	4	5	5	4	3	4,2	0,39375
Экономические факторы								
Негативная экономическая ситуация	3	5	5	5	4	5	4,8	0,45
Экономические санкции	2	4	3	1	3	1	2,4	0,15
Высокие темпы реальной инфляции	2	2	2	3	2	3	2,4	0,15
Возможное насыщение рынка аналогичными услугами	1	1	2	2	1	2	1,6	0,05
Рост реального банковского процента по коммерческим кредитам	1	3	2	2	3	4	2,8	0,0875
Снижение располагаемых доходов населения	3	5	3	5	3	4	4	0,375
Социально-культурные факторы								
Демографический отток из Амурской области	1	1	1	2	2	2	1,6	0,05
Уменьшение экономически-активного населения области ввиду демографических проблем 90-х годов	1	3	3	1	4	3	2,8	0,0875
Низкая тату-культура в Благовещенске и области	3	2	2	2	3	2	2,2	0,20625
Значительное социальное расслоение (по уровню доходов)	2	2	4	3	2	3	2,8	0,175
Технологические факторы								
Развитие конкурентных технологий образования	2	1	2	2	1	2	1,6	0,1
Развитие интернет-продаж	3	3	1	4	4	4	3,2	0,3
Смещение спроса в сторону мобильных технологий/устройств	2	1	2	2	3	3	2,2	0,1375
ИТОГО	32						45	

Завершающим шагом анализа является приведение всех расчетов в матричный вид. Все факторы в порядке убывания своей важности размещаются в таблице 11.

Таблица 11 – Матрица PEST

P (Political)		E (Economic)	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Повышение пошлин на ввоз техники и оборудования	0,25	Негативная экономическая ситуация	0,45
		Экономические санкции	0,15
		Высокие темпы реальной инфляции	0,15
		Возможное насыщение рынка аналогичными услугами	0,05
Ужесточение норм сертификации оборудования	0,075	Рост реального банковского процента по коммерческим кредитам	0,0875
Повышение доли дешевого некачественного оборудования и расходных материалов	0,39375	Снижение располагаемых доходов населения	0,375
S (Socio-cultural)		T (Technological)	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Демографический отток из Амурской области	0,05	Развитие интернет-продаж	0,3
Уменьшение экономически-активного населения области ввиду демографических проблем 90-х годов	0,0875	Смещение спроса в сторону мобильных технологий/устройств	0,1375
Низкая тату-культура в Благовещенске и области	0,20625	Развитие конкурентных технологий образования	0,1
Значительное социальное расслоение (по уровню доходов)	0,175		

Анализ полученных данных показывает, что наибольшее влияние на деятельность и экономическую стабильность школы оказывают следующие факторы:

Политические:

– повышение доли некачественного и дешевого оборудования и расходных материалов. В данном случае, при том что школа помимо образовательного процесса осуществляет торговлю высококачественным тату-оборудованием и расходными материалами, наводнение рынка дешевыми некачественными

товарами снизит экономическую эффективность данного вида деятельности школы.

В

данном аспекте необходимо проведение активной рекламной кампании, направленной на формирование у покупателя образа, что только в данной тату-школе покупатель сможет приобрести качественные товары по доступным ценам;

– повышение пошлин на ввоз техники и оборудования. Данный факт затруднит поддержание доступного уровня цен на реализуемую продукцию и услуги школы. Выходом является поиск дополнительных поставщиков.

Экономические:

- негативная экономическая ситуация;
- снижение располагаемых доходов населения.

Снижение располагаемых доходов населения является одной из важнейших угроз деятельности школы. Невозможность пользоваться услугами и товарами школы «выльется» в низкую величину прибыли. Во избежание подобного необходимо прибегнуть к мерам, обозначенным при проведении SWOT-анализа.

Социально-культурные:

– низкая тату-культура населения. Нежелание населения повышать свой профессиональный уровень в качестве тату-мастера, использование устаревшего и не сертифицированного оборудования, низкий художественный уровень тату-работ – все это определяет низкую тату-культуру населения Благовещенска и области. С целью избежания негативного влияния данного фактора необходимо проведение открытых выставок, семинаров, которые станут своего рода и рекламой деятельностью, и услугами школы, и покажут какой должна быть современная татуировка;

– значительное социальное расслоение (по уровню доходов). Решением данной задачи является обеспечение наличия в школе широкого ассортимента продукции и оказываемых образовательных услуг (программ) для покупателей с различным уровнем достатка.

Технологические:

- развитие Интернет-продаж;
- смещение спроса в сторону мобильных технологий / устройств.

О стратегии компании с учетом указанных двух факторов уже говорилось выше: необходимо налаживать работу собственного Интернет-магазина.

Проведенный анализ внешней среды школы художественной татуировки выявил ряд положительных и негативных факторов, влияющих (явно или потенциально) на развитие анализируемого объекта. В качестве итога можно сделать вывод, что текущие тенденции в плане экстерналий строят положительную картину для развития школы художественной татуировки.

2.2 Оценка потребности в услугах школы художественной татуировки в городе Благовещенске

Почему татуировки вызывают интерес? «С точки зрения психологии, внимание 97 % человечества привлекают дефекты, изменения, нестандартная внешность. К примеру: всем интересно, почему у человека разный цвет глаз, или родимое пятно, «откуда шрам» и «дай посмотрю» (последние 2 варианта – сто из ста). В силу того, что людей привлекает нестандартное строение и особенности человека, татуировка, являющаяся красивым апгрейдом, вызывает у многих желание не только посмотреть и потрогать, но и сделать что-то подобное себе» – такой ответ на поставленный вопрос можно найти в статье «С чем связана популярность татуировок?» в интернет-журнале «Стильно»⁷.

На сегодняшний день тату-индустрия является достаточно популярной отраслью, ежегодно во многих городах России проводятся различные тату-фестивали и тату-конвенции. Такие мероприятия проводятся в Москве, Новосибирске, Санкт-Петербурге и некоторых других городах регулярно. Благовещенск не стал исключением, в мае 2015 года была проведена первая тату-конвенция в Амурской области, но не в 2016, не в 2017 годах подобных мероприятий больше не проводилось, всё потому что тату-индустрия недостаточно развита в этом регионе, требуется повышать уровень знаний и

⁷ Стильно - модный журнал о красоте, здоровье, отношениях и уюте в доме [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <http://www.stilnos.com/2014/10/s-chem-svyazana-populyarnost-tatuirovok.html> (дата обращения : 15.03.18).

профессионализма в данной сфере. Именно для этого и необходимо открытие школы художественной татуировки в городе Благовещенске.

Исходя из трёхсекторной модели экономики (модель Кларка – Фишера), настоящая школа относится к третичному сектору (сфера услуг). Школа художественной татуировки предоставляет следующие услуги:

- обучение тату-мастерству;
- повышение квалификации тату-мастеров;
- проведение мастер-классов известных тату-мастеров России и зарубежья.

Школа планирует охватить своими услугами весь Благовещенск. На 1 января 2018 года общая численность населения городского округа Благовещенск составляла 230416 чел.⁸

Естественно, что школа не в состоянии «охватить» подобный объем, но этого и не требуется, так как половозрастной состав населения, потенциально пользующегося услугами школы художественной татуировки, представлен мужчинами и женщинами в возрасте от 16 до 35 лет. Согласно социологическому исследованию, проведенному министерством экономики области, это самое социально и экономически активное население. Численность населения Благовещенска в представленном интервале составляет 77844 человека или 33,8 % общей численности населения городского округа.

В Благовещенске нет ни одной школы художественной татуировки (что является несомненным «плюсом» для «захвата» рынка), следовательно, емкость рынка сбыта услуг и товаров школы составит 77844 человека (33,8 %).

С каждым годом количество тату-салонов в Благовещенске растёт, тату-мастеров становится всё больше, а, следовательно, данная отрасль развивается. В 2015 году в городе Благовещенске официально было открыто 5 тату-салонов, на сегодняшний день их количество увеличилось до 14. То есть, с 2015 по 2018 год количество тату-салонов увеличилось в 2,8 раза. Но большинство салонов

⁸ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Амурской области [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : http://amurstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/amurstat/resources/d600c1_0043769f3eb_9effbdd898fc419/07_1_4.htm (дата обращения : 15.03.18).

не могут задержаться на рынке города Благовещенска надолго. Это связано с тем, что многим начинающим тату-мастерам не удаётся зарекомендовать себя, как профессионалов. Школа художественной татуировки поможет им подчеркнуть свой профессионализм и качество выполнения работ.

Чтобы оценить потребность в услугах школы художественной татуировки, в первую очередь необходимо провести опрос потребителей.

В ноябре 2017 года был проведен опрос в известной по всему миру социальной сети «ВКонтакте». В качестве респондентов выступили участники группы «Татуированный Благовещенск». Всего в группе принимает участие 3046 человек, в опросе поучаствовали 100 респондентов. Результаты опроса можно увидеть в таблице 12.

Таблица 12 – Опрос потребителей в процентах

Вопросы	Ответы		
	мужской	женский	
Ваш пол	74	26	
Ваш возраст	до 20 лет 31	от 21 до 40 лет 65	от 41 до 60 лет 4
Ваш статус	учусь 30	работаю 48	учусь и работаю 22
Имеете ли вы татуировки на своем теле?	да, имею 82	нет, но хотелось бы 16	нет, и не хочу 2
Устраивает ли вас уровень татуировки в городе Благовещенске?	полностью устраивает 28	хотелось бы более высокий уровень 66	абсолютно не устраивает 6
Хотели бы вы стать тату-мастером?	да 29	возможно, почему бы и нет 36	нет 35
Если бы в Благовещенске проводились мастер-классы знаменитых тату-мастеров России и других стран, вы бы их посещали?	да, мне это интересно 63	возможно сходил бы 33	нет, мне это не интересно 4

Исходя из данных таблицы видно, что большинство опрошенных мужчины в возрасте от 21 до 40 лет. У 82 % респондентов имеются татуировки на теле, и лишь 4 % ответили, что не хотят иметь татуировки. Больше половины, а именно 66 %, ответили, что хотели бы более высокий уровень

татуировки в городе Благовещенске. Также было выявлено, что 35 % не имеют желания работать тату-мастером, а остальные 65 % попробовали бы себя в этой роли, либо задумываются об этом. Мастер-классы знаменитых тату-мастеров не интересны 4 % респондентов, оставшиеся 96 % посетили бы данные мероприятия, если бы была такая возможность. В результате можно сделать вывод, что потребители заинтересованы в услугах школы и многие даже решились бы на обучение тату-мастерству.

Также, немаловажным является мнение непосредственных участников тату деятельности города Благовещенска – тату-мастеров, было опрошено 25 человек. Результаты опроса тату-мастеров города Благовещенска представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Опрос тату-мастеров

в процентах

Вопросы	Ответы			
	мужской	женский		
Укажите ваш пол	88	12		
Ваш возраст	до 20 лет 12	от 21 до 40 68	от 41 до 60 20	
Опыт работы тату-мастером	менее 1 года 20	1 – 3 года 32	3 – 5 лет 24	более 5 лет 24
Достаточно ли развита тату-индустрия в городе Благовещенске?	достаточно развита 32	мало развита 56	совсем не развита 12	
Посещаете ли вы какие-либо курсы повышения квалификации?	регулярно посещаю 16	иногда посещаю 48	не посещаю 36	
Хотели бы вы посещать в Благовещенске мастер-классы знаменитых тату-мастеров России и других стран?	да 64	может быть 28	нет 8	

В результате опроса тату-мастеров города Благовещенска было выявлено, что большинство из них мужчины в возрасте от 21 до 40 лет, со стажем работы от 3 до 5 лет. То, что тату-индустрия малоразвита в Благовещенске считают 56 % респондентов, и 12 % считают её совсем не развитой. Так же выяснилось, что лишь 16 % опрошенных регулярно посещают курсы повышения квалификации, а оставшиеся 84 % посещают их редко, либо вообще не

посещают. Но при таких результатах, всё же большинство (64 %) респондентов хотели бы посещать мастер-классы знаменитых тату-мастеров России и других стран. Следовательно, можно сделать вывод, что большинство тату-мастеров города Благовещенска заинтересованы в открытии школы художественной татуировки.

Таким образом, мы провели оценку потребности в услугах школы художественной татуировки в городе Благовещенске и выяснили что:

- профессиональный уровень татуировки в городе Благовещенске недостаточно развит;
- в регионе необходимы курсы повышения квалификации тату-мастеров, в этом заинтересованы как потребители тату-индустрии, так и сами тату-мастера.

Помимо этого, Благовещенск нуждается в проведении мастер-классов и тренингов в лице знаменитых тату мастеров, известных своим профессионализмом и мастерством.

Открытие школы художественной татуировки в городе Благовещенске необходимо, это поможет поднять тату-индустрию региона на новый профессиональный уровень. Потребители данных услуг заинтересованы в открытии школы. Также несомненным плюсом является отсутствие подобных организаций в регионе.

2.3 Основные направления развития бизнеса в сфере оказания услуг школы художественной татуировки

Базовым направлением развития тату-школы в г. Благовещенске должно стать расширение сферы присутствия школы на рынке. Так как на текущий момент планируемое учреждение будет единственным в городе, то данная задача на первый взгляд кажется достаточно простой, однако, после начала функционирования тату-школы непременно появятся конкуренты, предлагающие аналогичные услуги. Для максимального охвата населения Благовещенска услугами тату-школы достаточно будет двух филиалов – центрального и в микрорайоне.

Размещение филиалов в указанных районах города обусловлено

экономико-географическими соображениями.

Формирование филиалов школы должно происходить только после выхода школы на точку безубыточности, более раннее открытие филиалов отнимет часть ресурсов у основного подразделения, что не позволит «неокрепшей» школе стабильно функционировать и приносить запланированный объем прибыли.

Следующим важным направлением развития тату – школы в г. Благовещенске является расширение спектра предоставляемых услуг.

Как уже было сказано – рано или поздно появятся конкуренты, предлагающие аналогичные услуги, и планируемому предприятию будет необходимо обеспечить свою конкурентоспособность.

На базе формируемой тату-школы в дальнейшем планируется оказание услуг непосредственно по нанесению тату, коррективке, разработке эскизов по индивидуальным заказам. Однако предоставление данных услуг будет осуществляться приглашаемыми мастерами – преподавателями высокой категории, что позволит выделить тату-школу на фоне обычных тату-салонов.

Несомненно, что любое образовательное учреждение, тату-школа в том числе обеспечивает «продвижение» своего бренда и как следствие предлагаемых услуг посредством проведения специализированных конкурсов, соревнований.

На базе планируемой школы в дальнейшем необходимо обеспечить проведение специализированных скилл-плэйсов, или иными словами конкурсов профессионального мастерства. По итогам которых лучшим мастерам тату будут выдаваться сертификаты и ценные призы. Данная мера позволит в значительной степени закрепить позиции школы на рынке как лидера в данной сфере бизнеса.

Дополнительно возможно проведение аттестации тату-мастеров с целью подтверждения уровня их профессионального мастерства. Подобное мероприятие не только позволит повысить авторитет школы среди конкурентов, но и наведет своеобразный «порядок» среди тату-мастеров Благовещенска, исключит ситуацию, когда нанесением тату занимаются «абы кто».

Помимо обозначенного направления в дальнейшем возможно внесение изменений в программу предоставляемых услуг – ввести в программу обучения дополнительные курсы косметических процедур. Поскольку некоторые направления тату-искусства непосредственно связаны с косметической сферой (татуаж в частности), то предоставление слушателям дополнительных курсов по оказанию косметических услуг будет положительно влиять на конкурентоспособность фирмы.

Для дальнейшего развития планируемого предприятия необходимо создание на его базе тату-центра: выше указанные мероприятия являются некими шагами на пути к достижению обозначенной цели. В долгосрочной перспективе фирме, специализирующейся на моноуслуге будет очень тяжело обеспечивать устойчивое функционирование, но тату-центр, предоставляющий целый ком-плекс тату-услуг станет лидером рынка и надолго закрепится на такой позиции.

Помимо непосредственно направлений развития деятельности школы необходимо развивать рекламную кампанию учреждения.

С целью получения максимального рекламного эффекта необходимо грамотно подойти к выбору средств размещения рекламы, с учетом возраста и характера целевой аудитории.

Наибольшее воздействие на целевую рекламную аудиторию окажут такие средства распространения рекламы как интернет и наружная реклама.

Поскольку большинство жителей указанной ранее возрастной категории получают сегодня информацию из сети Интернет, то необходимо сделать основной упор на распространение рекламы именно посредством этого «носителя».

Наружная реклама хороша тем, что она работает «всегда и везде», иными словами – нельзя ее выключить, переключить или закрыть, рано или поздно потенциальный клиент обратит внимание на рекламное сообщение, размещенное посредством наружной рекламы.

3 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОТКРЫТИЯ ШКОЛЫ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ТАТУИРОВКИ В ГОРОДЕ БЛАГОВЕЩЕНСКЕ

3.1 Мероприятия по созданию школы художественной татуировки в городе Благовещенске

Описание предприятия и отрасли.

Трудно сказать, когда именно человек впервые нанес рисунок на свою кожу. Но доподлинно известно, что история татуировки насчитывает не менее 60000 лет. Самые древние татуировки найдены при раскопках египетских пирамид. Мумиям около четырех тысяч лет, но рисунки на высохшей коже хорошо различимы.

Времена, когда слово «татуировка» ассоциировалось с уголовной средой, давно прошли. На сегодняшний день татуировка является популярным и модным украшением человеческого тела.

В России татуировка начала стремительно развиваться с 2000 годов. Количество качественного оборудования и пигментов (краска для татуировки)

значительно увеличилось, что помогло тату-мастерам повысить свой профессиональный уровень.

С каждым днём всё больше людей присоединяются к тату культуре. И наш город не является исключением. По данным статистики каждый 10 человек на Дальнем Востоке имеет на своём теле татуировку.

Школу художественной татуировки «Dream Art» планируется разместить в арендуемом помещении по адресу: г. Благовещенск, ул. Горького, 156. Площадь данного помещения составляет 30 м². Ежемесячная арендная плата равна 15000 рублей. Режим работы: ежедневно с 09:00 до 19:00. Помещение находится на втором этаже торгового центра «Европа», в центре города, что очень удобно для жителей города и области. Рядом с ТЦ есть парковка, остановки, гостиница, кинотеатр и др. Учитывая высокую интенсивность движения пешеходов в данном районе, место расположения школы художественной татуировки поспособствует потоку потенциальных потребителей.

Деятельность татуировщиков не выносится в отдельный пункт, а приравнивается к процедурным кабинетам. Поэтому выбираем код ОКВЭД 96.09. – «Предоставление прочих персональных услуг, не включенных в другие группировки».

Прежде всего, необходимо зарегистрироваться в качестве юридического лица. Организационная форма: ИП Ткаченко. Выбрана организационная форма индивидуальный предприниматель, так как её преимуществами является:

- простая процедура регистрации в налоговых органах. Нет устава, нет учредительного собрания и учредительных документов;
- низкая стоимость регистрации. Для ИП госпошлина составляет 800 рублей;
- низкая стоимость содержания. ИП платит гораздо меньшие штрафы за различные нарушения административного законодательства, кроме того, ИП делает ежегодные отчисления в пенсионный фонд;
- для регистрации ИП не требуется наличие юридического адреса.

Достаточно только прописки;

- простая процедура прекращения деятельности ИП.

Также нужно будет открыть расчетный счет в банке, заказать и зарегистрировать в МРП печать, оформить в налоговой инспекции бланки и ККМ. Кроме того, необходимо получить разрешения от Роспотребнадзора, Пожнадзора и местной администрации на открытие в выбранном вами помещении салона, выполняющего медицинские услуги (к таковым относятся татуаж и пирсинг – нарушение кожного покрова), документы об аренде (собственности), план производственного контроля, медицинская лицензия. Так как требования к тату-салонам схожи с требованиями к косметологическим кабинетам, то стоит ознакомиться с Методическими указаниями МосМУ 2.1.3.001-2001 «Организация и осуществление Санэпиднадзора над лечебно-профилактическими учреждениями косметологического профиля и косметическими кабинетами».

Также необходимо для всех сотрудников салона оформить медицинские книжки. При этом персонал ежегодно в установленном порядке должен проходить медицинский осмотр. Специалист, который проводит процедуры татуировки, должен иметь среднее медицинское образование.

Лицензию на осуществление медицинской деятельности выдает Росздравнадзор в течение 45 дней с момента подачи заявления. Для получения лицензии есть определенные требования. К таковым относится наличие на праве собственности или ином законном основании зданий, строений, сооружений и (или) помещений, необходимых для выполнения заявленных работ (услуг) и отвечающих установленным требованиям, а также наличие на праве собственности или ином законном основании медицинских изделий (оборудования, аппаратов, приборов, инструментов), необходимых для выполнения заявленных работ (услуг) и зарегистрированных в установленном порядке.

Существуют требования и к площади помещения: по нормам СЭС на одно рабочее место должно приходиться не менее 12 м².

Целью открытия школы художественной татуировки «Dream Art» является повышение профессионального уровня татуировки в городе Благовещенске.

Описание продукции (услуг).

«Dream Art» предоставляет следующие услуги:

- обучение художественной татуировке в различных стилях (например, Чикано (chikano), Блэк-ворк (blackwork), Дотверк (Dotwork), Олд скул (old school), Нью скул (New school), Реализм, Биомеханика, Минимализм, Акварель и др.);
- повышение квалификации тату-мастеров;
- проведение мастер-классов известных тату-мастеров России и зарубежья.

Обучением татуировке в Благовещенске официально никто не занимается, следовательно, наша школа «Dream Art» является единственным представителем данных услуг на территории города.

В качестве преподавателей в нашей школе будут работать специалисты с художественным образованием, и опытом работы не менее 10 лет в данной сфере.

Обучение будет иметь две формы: индивидуальную и групповую. Максимальное количество человек в группе равно трём, для более успешного усвоения учебного материала. Также курсы обучения делятся на базовые и профильные. Более подробно содержание учебных курсов можно посмотреть в таблице 14.

Таблица 14 – Содержание учебных курсов

Форма обучения	Содержание курса	
Индивидуальная	Базовый курс (8 занятий)	Теоретические занятия; Практика на искусственной коже; Практика с моделью; Вручение диплома.
	Профильный курс (16 занятий)	Теоретические занятия; Практика на искусственной коже; Колористика; Практика с моделью; Рекомендации по подбору оборудования;

		Вручение диплома.
Групповая	Базовый курс (8 занятий)	Теоретические занятия; Практика на искусственной коже; Практика с моделью; Вручение диплома.
	Профильный курс (16 занятий)	Теоретические занятия; Практика на искусственной коже; Колористика; Практика с моделью; Рекомендации по подбору оборудования; Вручение диплома.

Теоретические занятия включают в себя:

- история татуировки, классификация и стили татуировки;
- тату оборудование (виды, направление, различия);
- дезинфекция, стерилизация, нормы безопасности в татуировке.

Практика на искусственной коже:

- каждое занятие проводится с целью знакомства с различными стилями и техниками исполнения татуировки на практике;
- организация рабочего места и пространства;
- более подробное изучение технических аспектов нанесения татуировки (контур, покрас, тени);
- на искусственной коже выполняются работы в разных стилях и техниках.

Колористика:

- обсуждение работ с тоном и цветом;
- цветовые контрасты, тоновые контрасты, цветовой круг.

Подбор оборудования:

- рекомендации по оборудованию исходя из особенностей и пожеланий учащегося, информация по брендам, цены и магазины, Интернет-ресурсы;
- информация о сопутствующих товарах и цены на них (антисептики, барьерная защита, др.).

Практика с моделью:

- подбор эскиза производится исходя из предпочтений ученика и модели;

- разъяснение анатомических особенностей при работе с кожей человека;
- ученик выполняет татуировку на модели с целью закрепления материала, пройденных теоретических и практических занятий. Тату-мастер контролирует процесс нанесения татуировки, даёт необходимые рекомендации. По окончании работы ученика мастер сам корректирует недочеты.

В профильном курсе больше времени уделяется практическим занятиям, а также в него входит обучение колористике и рекомендации по подбору оборудования.

Повышение квалификации тату мастеров проводится индивидуально в 3-5 занятий, в зависимости от уровня их профессиональной подготовки.

Мастер-классы известных тату-мастеров России и зарубежья для начала планируется проводить раз в 2 – 3 месяца. Время проведения составит 5 – 7 часов.

Всё необходимое оборудование и расходные материалы для татуировки в течении обучения будут предоставляться школой.

По окончании курса обучения в школе художественной татуировки «Dream Art», будет выдаваться диплом, подтверждающий это. Пример диплома можно увидеть в приложении Б.

Рыночные исследования и анализ сбыта.

Целевой аудиторией школы художественной татуировки «Dream Art» являются жители города Благовещенска. Половозрастной состав населения, потенциально пользующегося услугами школы художественной татуировки, представлен мужчинами и женщинами в возрасте от 16 до 35 лет, и составляет 77844 человека или 33,8 % общей численности населения городского округа.

Изучая рынок тату услуг города Благовещенска было выявлено, что услуг по обучению художественной татуировке в городе нет, следовательно, «Dream Art» не имеет конкурентов. А имеющиеся в городе тату-студии являются нашими потенциальными потребителями.

3.2 Планирование ресурсов необходимых для создания школы художественной татуировки

Производственный план.

Для размещения школы художественной татуировки «Dream Art» используется арендуемое помещение в торговом центре «Европа». Арендная плата составляет 15000 рублей в месяц. Помещение имеет вентиляцию и водопровод.

В собственность приобретается профессиональное оборудование и исходные материалы для татуировки. В качестве поставщика выбран интернет-магазин тату оборудования TattooMall.ru⁹. Рассмотрим необходимое оборудование в таблице 15.

Таблица 15 – Оборудование необходимое для татуировки

Оборудование	Описание	Цена за шт., руб.	Количество, шт.	Цена, руб.
1	2	3	4	5
Тату набор с машинками Starter Duet	Набор начинающего татуировщика включает в себя 2 тату машины двух типов: роторную и индукционную. Также он содержит необходимое количество комплектующих для начала работы.	4 697	10	46 970
Искусственная кожа	Кожа для практики. Идеально подойдет новичку для тренировок, опытному мастеру поможет усовершенствовать свои навыки и отработать новую технику.	122	20	2 440

Продолжение таблицы 15

1	2	3	4	5
	Подобна человеческой коже. Размер 200 × 150мм.			
Одноразовые перчатки	Высококачественные медицинские нитриловые эластичные перчатки.	544	4	2 176
	Материал: 100 % синтетический нитрил. Цвет: Черный. Упаковка 50 пар.			
Антибактериальная обезболивающая пенка	Антибактериальная обезболивающая пенка с 5 % содержанием Тримекаина.	690	3	2 070

⁹ Интернет-магазин тату оборудования [Электронный ресурс]: офиц. сайт. URL : <https://tattoomall.ru> (дата обращения : 22.03.2018).

Holy Bubble	Разработана для использования во время всего рабочего процесса. За счет содержания Декспантенола стимулирует регенерационные процессы.			
Дезинфицирующее средство Traditional Soap Concentrate	Отлично очищает кожу от вазелина и красок всех типов – эффективная щадящая формула продукта великолепно смывает всю грязь, а также снимает отечность.	580	3	1 740
Гель для заживления татуировки Doctor Pro Саше 100 шт	Doctor Pro™ – гель для ухода за татуировкой. Способствует скорейшему восстановлению кожного покрова и обеспечивает сохранение цвета татуировки благодаря входящему в состав активному веществу Декспантенол. Упаковка: 100 шт x 5 мл	3000	1	3000
Трансферная термобумага Spirit 100 листов	Трансферная термобумага для переноса тату рисунков на кожу. 3-х слойная с особым красящим слоем. Может использоваться при работе с термопринтером и для ручного переноса. Упаковка: 100 листов.	2 440	1	2 440
Трансферный гель Transferillo	Гель для перевода трансфера на кожу.	900	2	1800
Колпачки под краску (8мм)	Пластиковые колпачки под краску маленькие. С плоским дном. Продаются по 100 штук.	214	1	214
Колпачки под краску (13мм)		214	1	214
Колпачки под краску (15мм)		214	1	214
Спрей-батл 250 мл.	Пластиковая бутылка омыватель. Может быть использована для обработки кожи и дезинфекции в процессе работы.	110	10	1100
Итого:		13725		64378

Выбранный нами Тату набор Starter Duet имеет следующую комплектацию:

- педаль;
- провод;
- краски Mom's Shot 7 цветов (белый, фиолетовый, синий, желтый, красный, зеленый, черный) производство США объемом 2 мл;

- 10 стерильных одноразовых высококачественных игл для контура и закраса;
- 10 стерильных одноразовых наконечников;
- алюминиевый держатель;
- лист искусственной кожи для тренировок;
- пара эластичных нитриловых перчаток;
- инструкция по сборке и подключению на русском языке;
- необходимые комплектующие и аксессуары для работы: ключи, ниплы, о-ринги и др.;
- 2 тату машины: роторная и индукционная;
- блок питания с кабелем питания;
- тату маркер;
- лист трансферной бумаги;
- крем Fougera.

Данный набор имеет всё необходимое для того чтобы приступить к обучению.

Кроме того, необходимо приобрести компьютер, цветной принтер, предметы интерьера, моющие средства и др. А также необходимо сделать ремонт, создать уютную атмосферу и выработать индивидуальный стиль организации.

Организационный план.

Персонал в школе художественной татуировки «Dream Art» состоит из директора, тату-мастера (преподавателя), и уборщицы. Со временем штат сотрудников будет увеличен, как и услуги, предлагаемые школой.

Директор занимается расстановкой обязанностей подчиненных, контролирует их выполнение, выполняет функцию бухгалтера, планирует дальнейшее развитие школы. Обязательные требования: высшее экономическое образование, опыт работы с бухгалтерией, коммуникабельность, ответственность.

В обязанности тату-мастера (преподавателя) входит обучение художественной татуировке, а также тщательная обработка тату оборудования. Стерильные приборы обеспечивают безопасность нанесения татуировки и, соответственно, здоровья клиента. Для обеспечения санитарно-гигиенических норм большинство расходных материалов в современной тату-индустрии стали одноразовыми. Многократно остаются лишь сами тату-машины, их держатели и кабели питания. Тату-мастеру необходимо иметь художественное образование, опыт работы в данной сфере не менее 10 лет, быть ответственным, аккуратным и уметь доходчиво доносить информацию. Помимо этого, важно иметь портфолио.

Уборщица должна качественно подходить к уборке помещения, так как чистота и стерильность являются самыми главными правилами в тату индустрии. Влажная уборка проводится 2 - 3 раза в день.

Данные о сотрудниках и заработной плате школы художественной татуировки «Dream Art» приведены в таблице 16.

Таблица 16 – Данные о сотрудниках и заработной плате

Наименование должности	Кол-во, человек	Зарботная плата, руб.	
		в месяц	в год
Директор	1	50000	600000
Тату-мастер (преподаватель)	1	40000	480000
Уборщица	1	10000	120000
Итого:	3	100000	1200000

Таким образом, штат сотрудников школы составит 3 человека. Этого вполне достаточно для обучения 8 – 10 человек в месяц. Месячные затраты на заработную плату составят 100000 рублей. Зарботная плата будет начисляться всем сотрудникам на зарплатные пластиковые карты 5 числа каждого месяца.

Маркетинговый план.

Стоимость обучения татуировке в России варьируется в среднем от 30 до 50 тысяч рублей. Занижать стоимость предоставляемых нашей школой услуг мы не стали, и решили оставаться в среднем по России ценовом сегменте на

данные услуги. В таблице 17 представлена стоимость обучения в школе художественной татуировки «Dream Art».

Таблица 17 – Стоимость обучения в школе художественной татуировки «Dream Art»

Форма обучения	Содержание курса	Цена, руб.
Индивидуальная	Базовый курс (8 занятий)	40000
	Профильный курс (16 занятий)	55000
Групповая	Базовый курс (8 занятий)	30000
	Профильный курс (16 занятий)	45000

Курсы повышения квалификации для тату-мастеров обойдутся от 10 до 20 тысяч рублей, в зависимости от количества занятий и профессионального уровня мастера.

Стоимость мастер-классов складывается из профессионализма приглашённого мастера, темы которую он будет освещать на мастер-классе, и конечно расстояния, которое ему необходимо будет преодолеть, чтобы приехать в Благовещенск. В среднем посещение мастер-класса обойдется от 7 тысяч рублей.

Несомненно, главным средством привлечения потребителей является реклама. Наиболее эффективными видами рекламы и методами привлечения клиентов будут:

- наружная реклама (рекламные щиты, вывеска);
- раздача листовок и визиток;
- интернет-реклама.

Стандартные рекламные щиты размером 3 на 6 метров, расположенные вблизи дорог, являются эффективной рекламой. Оптимальным вариантом будет размещение 3 щитов, два из которых необходимо разместить на ул. Ленина и ул. Калинина, один щит следует разместить вдоль Игнатьевского или Новотроицкого шоссе. Разработка макета и стоимость широкоформатной печати обойдутся в 14000 рублей, а размещение в точках города 9000 рублей в месяц за один щит. Вывеска в среднем обойдётся 6000 рублей.

Печать визиток и листовок в фотосалоне Cheese Photo имеет следующую стоимость: визитки – 2 рубля за штуку, листовки – 8 рублей за штуку.

В качестве интернет-рекламы будут созданы страницы школы художественной татуировки «Dream Art» в известных социальных сетях Instagram, Facebook, ВКонтакте.

Рассмотрим необходимые расходы на рекламу в таблице 18.

Таблица 18 – Расчет расходов на рекламу

Вид рекламы	Стоимость, руб. за шт.	Количество, шт.	Количество применений в год	Сумма, руб.
Рекламные щиты	9000 (+ разработка макета 14000)	3	12	338000
Вывеска	6000	1	1	6000
Визитки	2	1000	1	2000
Листовки	8	1000	1	8000
Итого:				354000

Исходя из таблицы затраты на рекламу составят 354000 рублей в год. Со временем рекламная стратегия школы будет пересмотрена.

Помимо этого, для привлечения потребителей будут использоваться следующие методы стимулирования:

- бесплатная консультация;
- проведение акций;
- предоставление скидок.

В дальнейшем планируется создание собственного сайта, и расширение предоставляемых школой услуг.

Финансовый план.

На данном этапе произведем оценку финансово-экономической эффективности планируемого предприятия посредством расчета ряда финансовых показателей.

Произведем итоговый расчет затрат на открытие и дальнейшую деятельность предприятия (таблица 19).

Таблица 19 – Итоговый расчет затрат на открытие и дальнейшую деятельность предприятия

Наименование затрат	Сумма
1	2
Затраты на юридическое оформление деятельности	800 руб. (пошлина за регистрацию деятельности в УФНС РФ)
Итого:	800 руб. единоразово.
Затраты на помещение:	
– ежемесячная аренда	15 000 руб.
– ежемесячная оплата интернет-связи и телефона	550 руб.
– ежемесячная оплата коммунальных платежей и электроэнергии	2000 руб.
– косметический ремонт помещения под стилистику и формат школы, единоразовые траты	350 000 руб.
– дизайн-проект	65 000 руб.
– оплата услуг рабочих	50 000 руб.
– материалы, предметы интерьера	235 000 руб.
Единоразовые траты:	350 000 руб.
Постоянные затраты:	$(15000 + 550 + 2000) \times 12 = 210\,600$ руб. ежегодно
Итого за первый год:	560 600 руб.
Затраты на оборудование и материалы:	
– тату-оборудование (табл. 15)	64 378 руб.
– рабочее место мастера (стол и стул)	18 400 руб.
– рабочее место ученика необходимо 3 ед.	16 000 руб. итого – 48 000 руб.
– компьютер	25 000 руб.
– цветной принтер	16 000 руб.
– чистящие и дезинфицирующие средства	800 руб. ежемесячно
Единоразовые затраты:	$16000+25000+48000+18400+46970$ (затраты на покупку тату-оборудования) = 154 370 руб.
Постоянные затраты:	17408 (затраты на покупку тату-материалов) + $+ 800 \times 12 = 27\,008$ руб.
Непредвиденные расходы (5 %):	$27008 \times 0,05 = 1\,350,4$ руб.
Итого за первый год:	182 728,4 руб.
Затраты на оплату труда персонала:	
– начисление заработной платы в месяц	100 000 руб.
– отчисления в социальные фонды:	
– ПФР 22 %	22 000 руб.
– ФСС 2,9 %	2 900 руб.
– ФОМС 5,1 %	5 100 руб.
– социальное обеспечение (20 %)	8 000 руб.
– отчисления НДФЛ	13 000 руб.
	Продолжение таблицы 19
1	2

– годовые отчисления ИП	26 545 руб.
Единоразовые затраты:	26 545 руб.
Постоянные затраты:	$(100000 + 30000 + 8000 + 13000) \times 12 =$ $= 1 812 000$ руб.
Итого:	1 838 545 руб.
Маркетинговые затраты:	
Единоразовые затраты:	14 000 руб.
Постоянные затраты:	340 000 руб.
Затраты за первый год (табл. 18):	354 000 руб.

Проведем расчет предполагаемого объема прибыли. Настоящий бизнес-план определяет, что штат планируемой школы и ее обеспечение позволят проводить обучение 8 – 10 человек в месяц при стоимости обучения 30 – 50 тыс. руб. с человека.

С целью дальнейшего анализа примем для расчета средние варианты, тогда планируемый ежемесячный объем выручки составит:

$$9 \times 40 000 = 360 000 \text{ руб.}$$

Годовой объем планируемой выручки:

$$360 000 \times 12 = 4 320 000 \text{ руб.}$$

В таблице 20 представлена обобщенная финансовая информация за трехлетний период.

Таблица 20 – Обобщенная финансовая информация

в рублях

Показатель	1 год	2 год	3 год
Затраты			
Регистрация в УФНС	800	0	0
Помещение	560600	210600	210600
Оборудование и материалы	182 728,40	18758,4	18758,4
Оплата труда	1838545	1838545	1838545
Маркетинг	354000	340000	340000
ИТОГО	2936673	2407903	2407903
Выручка			
Предоставление услуг	4 320 000	4 320 000	4 320 000

Произведем оценку финансовой эффективности планируемого проекта.

Таблица 21 – Дисконтированные денежные затраты по годам

Период	Коэффициент дисконтирования	А
--------	-----------------------------	---

0	1	2936,67
1	0,9091	2189
2	0,8264	1990
CFP		7115,67

Таблица 22 – Дисконтированные денежные потоки по годам

Период	Коэффициент дисконтирования	A
1	0,8576	3704,974
2	0,7355	3177,508
3	0,6308	2725,135
CF		9607,617

Чистая текущая стоимость определяется по формуле (1):

$$NVP = \sum \frac{C + F_k}{(1+r)^k (1+i)^k} - \sum \frac{IC_k}{(1+r)^k (1+i)^k}, \quad (1)$$

$$NVP = 9607.617 - 7115,67 = 2491,947.$$

Индекс рентабельности, формула (2):

$$PI = \sum \frac{CF_k}{(1+r)^k} / \sum \frac{IC_k}{(1+r)^k}, \quad (2)$$

$$PI = \frac{9607,617}{7115,67} = 1,35$$

Полученные данные говорят о том, что планируемое предприятие будет финансово успешным, приведенный доход за исследуемый период составит практически 2,5 млн. руб. При этом анализ показал высокую рентабельность планируемого предприятия.

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

Таблица 23 – Расчет срока окупаемости проекта

Период	PV _t	Нарастающий PV _t	DIC _t	Нарастающий DIC _t
0	0	0	2936,67	2936,67
1	3704,974	3704,974	2189	5125,67
2	3177,508	6882,482	1990	7115,67
3	2725,135	9607,617		

В нашем случае капитальные вложения равны 7115,67 тыс. руб. По таблице видно, что 7115,67 тыс. руб. покроются суммарными результатами после 2 года. Это результат примерный, только в годах. Для уточнения периода окупаемости рассчитаем, за какой период будут покрыты все инвестиционные затраты после 2 года.

$$\text{Нарастающий } DIC_t - PV_2 = 7115,67 - 6882,482 = 233,188$$

Интегральный результат за 3 год: PV₃ = 2725,135 тыс. руб. за 365 дней.

$$DPP2 = 233,188 : 2725,135 \times 365 = 31 \text{ дней.}$$

Следовательно, срок окупаемости проекта составит:

$$DPP = DPP1 + DPP2 = 2 \text{ года} + 31 \text{ день.}$$

Определение предельного значения изменения дохода.

В ситуации, когда инвестиционный проект будет иметь интегральную точку безубыточности, NPV будет равен нулю.

$$q_1 = \left(1 - \frac{DIC_t}{PV} \right), \quad (3)$$

$$q_1 = \left(1 - \frac{7115,67}{9607,617} \right) = 25,94 \%$$

Значит планируемое предприятие имеет «запас прочности» в 25 % от величины выручки. Уменьшение объема выручки на величину, большую установленной, приведет к негативным последствиям для фирмы.

3.3 Прогноз экономической эффективности мероприятий по созданию школы художественной татуировки

Анализ рисков.

Разработка любого бизнес-проекта предусматривает возможность

наступления различного рода рисков, которые характеризуются степенью вероятности возникновения характера и масштабов последствий, которые следуют за этим. При этом учитываются особенности отрасли и рынка, где функционирует предприятие. В этом контексте выделим основные виды рисков и пути нейтрализации их последствий.

На рисунке 2 изображена схема всех возможных рисков при реализации проекта открытия школы художественной татуировки.

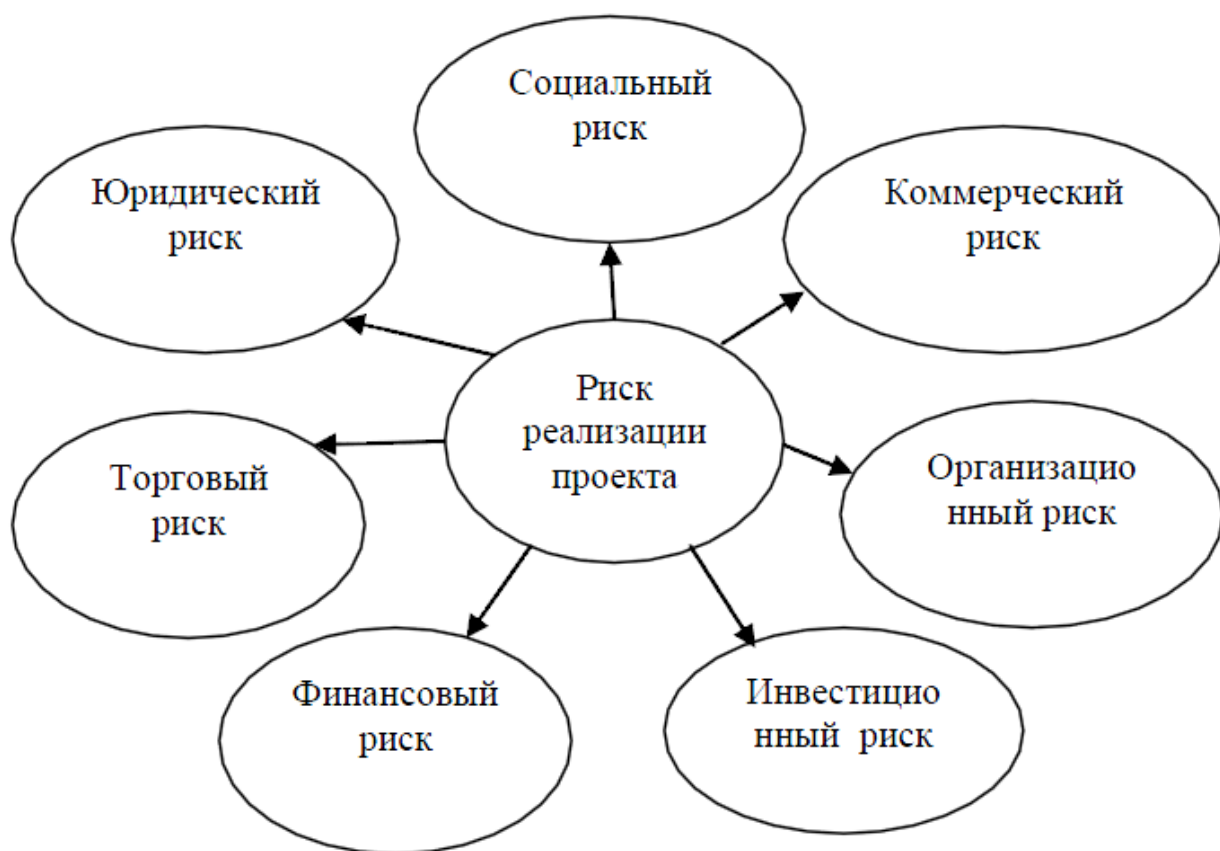


Рисунок 2 – Схема возможных рисков

Социальный риск заключается в нежелании населения пользоваться услугами школы, главным образом из-за неподходящего для населения ценового предложения. Нивелирование риска происходит путем проведения грамотной рекламной кампании, убеждающей потребителя в уникальности предоставляемых школой услуг, их высочайшем качестве и пользе для потребителя.

Во время деятельности школы татуировки может возникнуть коммерческий риск, который связан с халатным отношением со стороны персонала, несоблюдения правил техники безопасности и охраны труда. Для нейтрализации такого риска учредителям необходимо обеспечения надлежащее оснащение помещения, провести беседы с трудящимися с целью воспитания чувства достоинства и уважения общественных интересов, также осуществлять контроль за соблюдением правил эксплуатации оборудования, исправностью систем безопасности.

Одним из самых важных рисков при осуществлении любого, а в частности такого проекта, является торговый риск, который состоит в то, что не учтенные все возможные расходы, и это может привести к уменьшению суммы прибыли, а так и закрытие учреждения. Уход от риска – заключение контракта аутсорсинга с грамотным бухгалтером. Однако, стоит отметить, что планируемый проект предполагает значительное превышение выручки от оказания услуг над затратами, что создает своеобразную «буферную зону», предохраняющую от ошибок при проведении плановых расчетов.

Инвестиционный риск опять же заключается в неоправданности инвестиций в открытие и развитие школы художественной татуировки, когда полученная прибыль не сможет произвести сверх компенсации инвестиций. Инвестиционный риск в данном случае минимален, что доказали финансовые расчеты, проведенные ранее.

В таблице 24 представлен SWOT-анализ планируемого проекта.

Таблица 24 – SWOT-анализ

<i>Сильные стороны:</i>	<i>Слабые стороны:</i>
<ul style="list-style-type: none"> - удобное расположение, которое отвечает современным требованиям; функциональное материально – техническое оснащение и дизайн; - высокий уровень подготовки специалистов; - широкий спектр предоставляемых направлений обучения; - индивидуальный подход к ученику; - небольшие группы; 	<ul style="list-style-type: none"> - арендованное помещение; - относительная неразвитость тату-культуры в Благовещенске.

<ul style="list-style-type: none"> - возможность приглашения мастеров всероссийского уровня и из-за рубежа. - 	
Продолжение таблицы 24	
1	2
<i>Возможности:</i>	<i>Угрозы (риски):</i>
<ul style="list-style-type: none"> - «захват» рынка (первое и единственное предприятие подобного рода); - сохранение и развитие системы повышения квалификации тату-мастеров; - расширение спектра дополнительно предоставляемых услуг, с учётом запросов клиентов; - развитие уровня и качества тату-культуры Благовещенска и области. 	<ul style="list-style-type: none"> - экономический кризис общества; - риск не покрытия расходов, связанных с самостоятельным ведением финансово-хозяйственной деятельности.

Проведенный анализ показал значительное превышение сильных сторон и возможностей над слабыми сторонами и угрозами, которые по большей части можно охарактеризовать как малозначительные. Данный факт говорит о том, что риски в деятельности предприятия не принесут значительных негативных моментов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенная работа в рамках дипломного исследования показала возможность открытия школы художественной татуировки «Dream Art» на территории города Благовещенска. В процессе достижения цели исследования и его задач были проведены теоретический и практический анализ изучаемой темы.

При проведении оценки потребности в услугах школы художественной татуировки в городе Благовещенске было выявлено что:

- профессиональный уровень татуировки в городе Благовещенске недостаточно развит;
- в регионе необходимы курсы повышения квалификации тату-мастеров, в этом заинтересованы как потребители тату-индустрии, так и сами тату-мастера.

Помимо этого, Благовещенск нуждается в проведении мастер-классов и тренингов в лице знаменитых тату мастеров, известных своим профессионализмом и мастерством.

Потребители данных услуг заинтересованы в открытии школы. Также несомненным плюсом является отсутствие подобных организаций в регионе.

Проведенный анализ внешней среды школы художественной татуировки выявил ряд положительных и негативных факторов, влияющих (явно или потенциально) на развитие анализируемого объекта. В качестве итога сделан вывод, что текущие тенденции в плане экстерналий строят положительную картину для развития школы художественной татуировки.

Так как в школе художественной татуировки планируются курсы повышения квалификации, а также мастер-классы знаменитых тату-мастеров России и зарубежья, то мастера, имеющих в городе салонов художественной татуировки, являются потенциальными потребителями услуг школы.

Школу художественной татуировки «Dream Art» планируется разместить в

арендуемом помещении по адресу: г. Благовещенск, ул. Горького, 156. Площадь данного помещения составляет 30 м². Ежемесячная арендная плата равна 15000 рублей. Режим работы: ежедневно с 09:00 до 19:00. Постоянные затраты на помещение равны 210 600 рублей ежегодно.

Обучение имеет две формы: индивидуальную и групповую. Максимальное количество человек в группе равно трём, для более успешного усвоения учебного материала. Также курсы обучения делятся на базовые и профильные.

Затраты на оборудование и материалы в первый год составят 182 728,4 рублей. Постоянные затраты на оплату труда персонала равны 1 812 000 рублей в год. Маркетинговые затраты на первый год составят 354 000 рублей.

Годовой объем планируемой выручки: 4 320 000 рублей.

В ходе оценки финансовой эффективности планируемого проекта было выявлено, что планируемое предприятие будет финансово успешным, приведенный доход за исследуемый период составит практически 2,5 млн. руб. При этом анализ показал высокую рентабельность планируемого предприятия.

Срок окупаемости проекта составит: 2 года + 31 день.

Проведенный SWOT-анализ показал значительное превышение сильных сторон и возможностей над слабыми сторонами и угрозами, которые по большей части можно охарактеризовать как малозначительные. Данный факт говорит о том, что риски в деятельности предприятия не принесут значительных негативных моментов.

Исходя из представленных результатов исследования, можно сделать вывод, что школа художественной татуировки является прибыльным бизнесом на территории города Благовещенска.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абрамс, Р. Бизнес-план на 100 % : стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. – М. : Альпина Паблишер, 2014. – 496 с.
- 2 Афонасова, М. А. Бизнес-планирование : учебное пособие / М. А. Афонасова. – Томск : Эль Контент, 2015. – 108 с.
- 3 Баринов, В.А Бизнес-планирование : учебное пособие / В.А. Баринов. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 272 с.
- 4 Баркалов, С.А. Бизнес-планирование : учебное пособие / С.А. Баркалов, О.Н. Бекирова. – Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. – 266 с.
- 5 Бекетова, О.Н. Бизнес-планирование : учебное пособие / О.Н. Бекетова, В.И. Найденков. – Саратов : Научная книга, 2012. – 159 с.
- 6 Бизнес-планирование : учебник / под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 816 с.
- 7 Владимирова, Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учебное пособие / Л.П. Владимирова. – М. : Дашков и К, 2006. – 400 с.
- 8 Восколович, Н.А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А. Восколович. – М. : Юрайт, 2018. – 428 с.
- 9 Герчикова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. – М. : Юнити, 2014. – 165 с.
- 10 Головань, С.И Бизнес-планирование : учебное пособие / С.И. Головань. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 320 с.
- 11 Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование / В.Л. Горбунов. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. – 141 с.
- 12 Грузинов, В.П. Экономика предприятия : учебник / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 687 с.
- 13 Друкер, П. Задачи менеджмента в XXI веке : учебное пособие / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2012. – 454 с.
- 14 Ефимова, О.В. Финансовый анализ / О.В. Ефимова. – М. : Бухгалтерский учет, 2014. – 230 с.
- 15 Интернет-магазин тату оборудования TattooMall.ru [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://tattoomall.ru>. – 22.03.2018.
- 16 Крутякова, Ю.А. Бизнес-планирование: учеб.-практическое пособие /

- Ю.А. Крутякова, С.Р. Юсупова. – М. : Проспект, 2006. - 352 с.
- 17 Кулибанова, В.В. Маркетинг : сервисная деятельность / В.В. Кулибанова. – СПб. : Питер, 2000. – 324 с.
- 18 Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум / Е. В. Купцова, А.А. Степанов. – М. : Юрайт, 2017. – 435 с.
- 19 Мазилкина, Е.И. Бизнес-планирование : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. – Саратов : Вузовское образование, 2017. – 336 с.
- 20 Менеджмент организации : учебное пособие / под ред. З.П. Румянцевой. – М. : Инфра-М, 2014. – 215 с.
- 21 Михеева, Н.А. Менеджмент в социально-культурной сфере : учебное пособие / Н.А. Михеева, Л.Н. Галенская. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 403 с.
- 22 Модный журнал о красоте, здоровье, отношениях и уюте в доме [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.stilnos.com/2014/10/s-chem-svyazana-populyarnost-tatuirovok.html>. – 15.03.2018.
- 23 Мудунов, А.С. Методологические проблемы моделирования функционирования объектов сферы услуг в условиях рыночных отношений : бизнес-реинжиниринг / А.С. Мудунов // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 4. – С. 312.
- 24 Орлова, П. И. Бизнес-планирование : учебник для бакалавров / П. И. Орлова. – М. : Дашков и К°, 2014. – 286 с.
- 25 Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности: учебник / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. – М. : Юнити, 2014. – 602 с.
- 26 Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. – М. : Дашков и К, 2011. – 442 с.
- 27 Пивоваров, К.В. Бизнес-планирование / К.В. Пивоваров. – М. : Дашков и К, 2003. – 258 с.
- 28 Пивоваров, К.В. Бизнес-планирование : учебно-методическое пособие / К.В. Пивоваров. – М. : Дашков и К, 2005. – 164 с.
- 29 Плоткин, Б.К. Управление материальными ресурсами / Б.К. Плоткин. – СПб. : Питер, 2009. – 248 с.
- 30 Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность : учебник / Ф.П. Половцева. – М. : Инфра-М, 2009. – 248 с.
- 31 Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А.

- Раицкий. – М. : Дашков и К, 2012. – 1012 с.
- 32 Рендер, Б. Управление и организация в сфере услуг / Б. Рендер, Р.Г. Мердик, К. Хасквер. – М. : Норма, 2002. – 752 с.
- 33 Румянцева, Е.Е. Самоучитель по разработке бизнес-проектов : учебное пособие / Е.Е. Румянцева. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 152 с.
- 34 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2009 – 128 с.
- 35 Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Сергеев. – М. : Юрайт, 2017. – 463 с.
- 36 Синецкий, Б.И. Основы коммерческой деятельности : учебник / Б.И. Синецкий. – М. : Юрист, 2014. – 658 с.
- 37 Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Амурской области [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : http://amurstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/amurstat/resources/d600c10043769f3eb9effbdd898fc419/07_1_4.htm. – 15.03.2018.
- 38 Торговое дело : экономика, маркетинг, организация : учебник для вузов / под ред. Л.А. Брагина. – М. : Инфра-М, 2013. – 560 с.
- 39 Торосян, Е.К. Бизнес-планирование : учебное пособие / Е.К. Торосян, Л.П. Сажнева, А.В. Варзунов. – СПб. : Университет ИТМО, 2015. – 90 с.
- 40 Уникальная Татуировка – интернет-журнал [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://uniquetattoo.ru>. – 13.03.2018.
- 41 Управление организацией : учебник / под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – М. : Инфра-М, 2013. – 669 с.
- 42 Финансовый менеджмент : теория и практика : учебник / под ред. Е.С. Стояновой. – М. : Перспектива, 2010. – 950 с.
- 43 Хартукова, Я.О. Организация предприятий сферы сервиса / Я.О. Хартукова. – СПб. : ГУАП, 2008. – 80 с.
- 44 Черняк, В.З. Бизнес-планирование : учебное пособие / В.З. Черняк. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 591 с.
- 45 Чкалова, О. В. Выбор месторасположения торгового предприятия / О. В. Чкалова // Маркетинг в России и за Рубежом. – 2005. – № 1. – С. 54.
- 46 Шевченко, Н.С. Управление затратами, оборотными средствами и производственными запасами / Н.С. Шевченко. – Курск : Курск. гос. тех. ун-т, 2012. – 569 с.

47 FunTattoo.ru – Интернет-журнал [Электронный ресурс] : офиц. сайт. –
Режим доступа : <http://funtattoo.ru>. – 22.03.2018.

48 TATTOO MASTER – Интернет-журнал [Электронный ресурс] : офиц.
сайт. – Режим доступа : <http://www.tattoomaster.ru>. – 24.03.2018.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Классификация предприятий сферы сервиса

Таблица А.1 – Классификация предприятий сферы сервиса

Признак классификации	Типы предприятий	Краткая характеристика
1	2	3
1. Общие классификационные признаки		
1.1. Форма собственности	1.1.1. Частное индивидуальное предприятие	Принадлежит гражданину на праве собственности. Имущество предприятия формируется из имущества гражданина, полученных доходов и других законных источников. Собственник предприятия несет ответственность по его обязательствам в пределах, определяемых уставом предприятия.
	1.1.2. Частное семейное предприятие	Принадлежит членам семьи на праве общей долевой собственности или в другом порядке, предусмотренном договором между ними. Имущество предприятия формируется из имущества семьи, полученных доходов и других законных источников.
	1.1.3. Частное юридическое лица	Предприятия с долевым (складочным) капиталом, принадлежащим частным лицам в виде паев (общества с ограниченной и дополнительной ответственностью, хозяйственные товарищества) или пакетов акций (акционерные общества). Имущество предприятия формируется за счет имущества учредителей, полученных доходов и других законных источников.
	1.1.4. Государственное	Учреждается органами управления Российской Федерации или ее субъектов (автономных республик, автономных областей, автономных округов, краев и областей). Имущество предприятия является федеральной собственностью или собственностью субъекта Федерации.
	1.1.5. Муниципальное	Учреждается органами местного самоуправления. Имущество предприятия образуется за счет ассигнований из средств соответствующего местного бюджета и (или) вкладов других муниципальных предприятий, полученных доходов и других законных источников. Оно находится в собственности района, города, входящих в них административно-территориальных образований.
	1.1.6. Предприятие со смешанной формой собственности	Имущество принадлежит в виде пакетов акций государству и частным лицам Российской Федерации. Второй вариант подобных предприятий – имущество предприятия формируется за счет вкладов физических и (или) юридических лиц Российской Федерации и зарубежных партнеров.
1.2. Наличие прав юридического лица	1.2.1. Юридические лица	
	1.2.2. Предприятие без образования юридического лица	
1.3. Вид юридического	1.3.1. Хозяйственное общество	Коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом.

ого лица (организац ионно-		Хозяйственные общества – объединение капиталов: - акционерные общества (АО); - открытое акционерное общество (ОАО);
----------------------------------	--	---

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Классификация предприятий сферы сервиса

Продолжение таблицы А.1

1	2	3
правовая форма предприятия)		<ul style="list-style-type: none"> - закрытое акционерное общество (ЗАО); - общество с ограниченной ответственностью (ООО); - общество с дополнительной ответственностью (ОДО).
	1.3.2. Хозяйственное товарищество	Коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Хозяйственное товарищество -объединение лиц: <ul style="list-style-type: none"> - полные товарищества; - товарищество на вере (коммандитное).
	1.3.3. Производственный кооператив (артель)	Добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов. Число членов кооператива не должно быть меньше пяти человек. Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива.
	1.3.4. Государственное унитарное предприятие (ГУП)	Унитарное предприятие (ГУП) – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущества. Имущество УП является неделимым. Предприятие наделяется имуществом на праве хозяйственного ведения или на праве оперативного управления.
1.4. Уровень специализации	1.4.1. Специализированные предприятия сферы сервиса	Предприятия, оказывающие сервисные услуги одной отраслевой группы. Например, предприятие химической чистки и крашения одежды; парикмахерская; фотопредприятие; предприятие автосервиса и т. п.
	1.4.2. Комплексные предприятия сферы сервиса	Предприятия, оказывающие сервисные услуги различных отраслевых групп. Например, дом бытовых услуг, центры бытовых услуг «Мультисервис»; предприятия по изготовлению и ремонту швейных и трикотажных изделий и др.
1.5. Мощность предприятия	1.5.1. Микропредприятия 1.5.2. Малые предприятия 1.5.3. Средние предприятия 1.5.4. Крупные предприятия	Параметрами, которые характеризуют мощность предприятий сферы сервиса, могут быть численность работников, годовой оборот капитала, объем выручки, размеры производственной площади, пропускная способность (парикмахерские, фотоуслуги). В российской практике мощность предприятий принято характеризовать численностью персонала. В связи с этим микропредприятия имеют численность до 15 человек, малые – 15-30, средние – 30-50, крупные – свыше 50 человек
1.6. Форма организации	1.6.1. Предприятия с цеховой структурой	Предприятия, в составе которых выделяется полный комплекс структурных подразделений: цех → производственный участок → рабочее место
	1.6.2. Предприятия с бесцеховой	Микро– и малые предприятия, которые в составе своей структуры выделяют только производственный участок и

	структурой	рабочее место либо только рабочие места
1.7. Тип производства	1.7.1. Предприятия с единичным типом производства	Предприятия сферы сервиса, выполняющие различные виды услуг по индивидуальным заказам клиентов

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Классификация предприятий сферы сервиса

Продолжение таблицы А.1

1	2	3
	1.7.2. Предприятия, сочетающие единичный и серийный типы производства	Предприятия сферы сервиса, выполняющие различные виды услуг по индивидуальным заказам клиентов и одновременно изготавливающие отдельные виды товаров (швейные, трикотажные изделия, мебель, обувь и др.) мелкими сериями
2. Специфические классификационные признаки		
2.1. Порядок сбора и реализации заказов	2.1.1. Стационарные предприятия сферы сервиса	Микро– и малые предприятия, осуществляющие прием, выполнение и выдачу заказов территориально в одном месте. Например, швейное ателье, парикмахерская, фотоателье, предприятие по ремонту обуви и др.
	2.1.2. Предприятия сферы сервиса с сетью приемных пунктов	Средние и крупные предприятия, имеющие централизованные производственные цехи и участки и осуществляющие прием и выдачу заказов через сеть приемных пунктов. Например, предприятия химической чистки и крашения одежды, прачечные
	2.1.3. Выездные предприятия сферы сервиса	Предназначены для обслуживания населения сельской местности, могут как выполнять часть видов услуг непосредственно на месте (парикмахерские, фото-услуги, ремонт обуви и др.), так и осуществлять сбор заказов для выполнения услуг на средних и крупных предприятиях с централизованными производственными цехами и участками
2.2. Время действия	2.2.1. Предприятия круглосуточного действия	Стационарные предприятия сферы сервиса
	2.2.2. Предприятия периодического действия	Выездные предприятия сферы сервиса
2.3. Метод обслуживания потребителей	2.3.1. Предприятия с индивидуальным обслуживанием потребителей	Прием и выдача заказов осуществляются индивидуально специально определенным работником предприятия – приемщиком заказов
	2.3.2. Предприятия, подразделения, работающие по методу самообслуживания	Химические чистки и прачечные самообслуживания, Интернет-салон, где клиент оплачивает услуги и сам использует оборудование, инструментарий для получения услуги. Работник сферы сервиса выступает в роли консультанта
	2.3.3. Предприятия, осуществляющие прокат предметов потребления	Прокатные салоны, пункты, оказывающие услуги по выдаче на определенный срок за соответствующую плату необходимых предметов потребления
2.4. Качество (классность)	2.4.1. Предприятия, оказывающие услуги разряда «люкс»,	Характеризуются высоким классом выполнения услуг, обслуживания клиентов, высокопрофессиональным персоналом, дополнительным набором консультационных и

) предоставляемых услуг	высшего класса)	иных видов услуг, соответствующим уровнем оформления салонов, производственных помещений, более высоким уровнем цен. Например: Дом моделей, Дом моды, салон-парикмахерская «Люкс» и т. п.
	2.4.2. Предприятия, оказывающие услуги обычного уровня качества	Предприятия, оказывающие услуги с соблюдением всех требований, предъявляемых к качеству выполнения услуг и обслуживания населения, имеющие диапазон цен услуг на среднем уровне

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Пример диплома об окончании курса обучения в школе художественной татуировки «Dream Art»



Рисунок Б.1 – Пример диплома об окончании курса обучения в школе художественной татуировки «Dream Art»