Негосударственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

Московский технологический институт «ВТУ»

**Программа производственной практики**

**для студентов направления 080500.62 «Менеджмент»**

Оренбург 2015

**Содержание**

Введение

Общая характеристика салона красоты «Кокетка»

Организационная структура управления салона красоты «Кокетка»

Управление производством

Управление персоналом

Информационная система управления

Экономические службы и финансовое состояние предприятия

Управление маркетингом

Правовое обеспечение производства

Рекомендации по обеспечению условий для повышения качества услуг салона красоты «Кокетка»

Заключение

Список использованных источников

Приложения

**Введение**

Производственная практика студентов является одной из важных частей подготовки специалиста.

Целью производственной практики является закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами при изучении дисциплин специальности и специализации, и приобретение навыков работы по избранной специальности.

Задачами практики являются:

закрепление теоретических знаний в области изученных экономических дисциплин

ознакомление с производственной, финансово-хозяйственной и управленческой деятельностью организации

приобретение практических навыков решения конкретных научных, производственных и экономических задач;

сбор и изучение нормативно-справочных материалов, данных бухгалтерского и статистического учета

Объектом исследования и прохождения производственной практики стал салон красоты «Кокетка». За период производственной практики были получены сведения о деятельности салона красоты «Кокетка», изучена хозяйственная деятельность организации и связь ее с другими организациями. Изучена организационная структура управления организацией, организация управленческой деятельности в отделе продаж и бухгалтерская отчетность.

**1. Общая характеристика салона красоты «Кокетка»**

Салон красоты «Кокетка» был основан в 2004 году. Организационно-правовая форма предприятия - Общество с ограниченной ответственностью. Выбор данной организационно-правовой формы обусловлен небольшими масштабами деятельности фирмы, в том числе относительно небольшой численностью персонала.

Для организации салона было приобретено нежилое помещение площадью 80 кв. м на первом этаже дома. Помещение как нельзя лучше подходило для салона красоты: витринные окна, отдельный вход с улицы, наличие места для парковки.

Основной задачей салона красоты «Кокетка» является предоставление услуг потребителю на профессиональном уровне, используя профессиональные качественные материалы, оборудование и высококвалифицированный персонал.

Максимизировать прибыль предприятия и удовлетворить спрос потребителей - вот цели, которые ставит перед собой салон красоты «Кокетка».

Деятельность салона «Кокетка» ориентирована на жителей города Оренбург со средним достатком, работает непосредственно с большим количеством людей, объясняется это тем, что салон предоставляет качественные и не дорогие для салона красоты косметические услуги.

Миссия салона красоты «Кокетка» - используя арсенал передовых достижений парикмахерского искусства, ногтевого сервиса, косметологии и эстетики, уникальные профессиональные возможности и человеческие качества наших специалистов, через совершенствование тела и облика дать возможность нашим гостям обрести гармонию внутреннего и внешнего - души и тела с окружающим миром.

Для более эффективной организации сбыта салон предполагает сделать обширную рекламу своих услуг в средствах массовой информации (газеты, радио и т.п.), для привлечения большего количества клиентов планируется сделать заказ визитных карточек салона красоты.

Еще один способ стимулирования сбыта - это прием заказов по телефону, т.е. по записи, а также оказание услуг по специальным каталогам, по которым клиент может выбрать себе стрижку или прическу.

Салон красоты «Кокетка» оказывает следующие виды услуг:

) парикмахерский кабинет:

женская стрижка;

мужская стрижка;

детская стрижка;

химическая завивка;

мелирование;

долговременная укладка;

покраска волос;

лечение волос профессиональными средствами;

плетение косичек;

сушка феном;

укладка феном, профессиональными средствами.

) кабинет маникюра и педикюра:

маникюр обрезной;

горячий маникюр;

европейский маникюр (смешанный тип);

горячий маникюр (парафинотерапия);

сухой маникюр;

детский маникюр;

мужской маникюр;

SPA маникюр;

массаж кистей рук;

покрытие лаком;

наращивание ногтей типсы;

лечение ногтей профессиональными средствами;

наращивание ногтей на формах;

дизайн ногтей;

экспресс-наращивание гель-пудрой;

наращивание ногтей биогелем;

коррекция ногтей.

Чаще всего на работу мастер приходит со своим личным комплектом инструментов, приобретенным на свои деньги. Необходимый набор включает ножницы прямые (3 штуки с полотнами разной длины, с насечками и без), филировочные ножницы (2 шт. с полотнами разной длины и формы), набор расчесок (4 вида) и щеток (3 вида), профессиональную опасную бритву с насадками для стрижки, кисточку и емкость для окраски волос, профессиональный фен (жаропрочный, с длинным соплом, 2-3 скорости, 2 температурных режима, мощность от 1200 Вт), машинку для стрижки волос, электрощипцы (круглые и плоские).

Для оказания услуг было приобретено необходимое оборудование и технические средства, которые представлены в (Приложении 1.)

Также были приобретены расходные материалы. К расходным материалам относятся все средства, которые мастер использует в своей работе: шампуни и бальзамы, жидкости для окраски, завивки и укладки, а также лечения и реабилитации волос. Все это приобретается у специализированных компаний-поставщиков. Приобретенные расходные материалы представлены в (Приложении 2.)

В салоне красоты «Кокетка» представлены 2 профессиональные линии для ухода и окрашивания волос - Matrix и Estel professional, а также материалы для ногтевого сервиса следующих фирм - Irisk professional, Planet nail, Elle ellis cosmetic.

Косметику и расходные материалы для салона красоты администратор (менеджер) приобретает по заявке мастеров в сети магазинов Рестайл proff.

В ближайшее время директором было решено автоматизировать салон красоты необходимой техникой и программным обеспечением и составлена смета (таблица 1).

Таблица 1. Смета автоматизации салона красоты «Кокетка»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Количество (шт.) | Цена (руб.) | Сумма (руб.) |
| Источник бесперебойного питания APC Back-UPS ES 700VA 230V Russian | 1 | 4 000 | 4 000 |
| Ноутбук Asus | 1 | 23 000 | 23 000 |
| 1С:Предприятие 8. Салон красоты. | 1 | 5 000 | 5 000 |
| Общая стоимость сметы 32 000 | | | |

Главная цель автоматизации салона красоты «Кокетка» - это поднять на новый качественный уровень процессы управления за счет использования информационных технологий в деловых взаимоотношениях, при работе с документами, а также совершенствование системы коммуникаций с клиентами.

**Организационная структура управления салона красоты «Кокетка»**

Организационная структура салона красоты «Кокетка» имеет линейный вид (Рисунок 1).

Во главе салона красоты «Кокетка» стоит директор. Она решает самостоятельно все вопросы деятельности салона красоты, организует всю работу предприятия и несет ответственность за его состояние. Она заключает договора, в том числе по найму работников. Она несет в пределах своих полномочий полную ответственность за деятельность предприятия, обеспечение сохранности товарно-материальных ценностей, денежных средств и другого имущества предприятия.

Рисунок 1 - Организационная структура салона красоты «Кокетка»

Директор осуществляет организацию бухгалтерского учета предприятия и контроль за экономным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов, принимает меры по своевременному снабжению предприятий продовольственными товарами и средствами материально-технического снабжения. А также обеспечивает соблюдение работниками правил безопасности и санитарных требований. В обязанности директора входит и рассмотрение жалоб и предложений, принятие мер по устранению отмеченных недостатков; обеспечить повышение квалификации работников салона красоты. В подчинении директора находится администратор.

Администратор является организатором всей работы внутри салона красоты. Основная задача администратора заключается в доброжелательном приеме гостей, причем, организовать это все нужно так, чтобы гости чувствовали себя комфортно, не нуждаясь ни в чем. Утром, приходя на работу, администратор должен проверить техническое состояние торговых помещений: зала, вестибюля, туалетной комнаты, обращая внимание на качество проведенной уборки, на наличие и исправность мебели, оборудования, освещения и т.д. Тут же он принимает необходимые меры по устранению недостатков или неисправностей. После осмотра всех помещений администратор знакомится с записями, предварительно принятыми заказами на услуги, делает соответствующий анализ и отдает распоряжения каждому из сотрудников. Администратор составляет графики выхода персонала на работу, ведет учет рабочего времени сотрудников, обеспечивает своевременную и правильную подготовку зала к открытию салона, необходимое наличие прейскуранта.

Только после вышеуказанных распоряжений администратор приступает к выполнению своей основной задачи - встречи клиентов. В течение целого дня он должен держать в памяти много важной информации, а в первую очередь число свободных мест.

Администратор также принимает участие в работе по оценке качества труда, ведет журнал учета.

Администратор имеет право:

1) не допускать или отстранять от работы работников зала нарушивших трудовую дисциплину или правила внутреннего распорядка;

2) докладывать о произошедшем инциденте высшему руководству;

) давать предложения по найму и увольнению персонала торгового зала;

) проверять знания персонала и давать заключение об уровне их профессиональной подготовки;

) вносить предложения по поощрению работников салона.

В обязанности администратора входит:

1) записывать предварительные заказы в книге учетов;

2) приветствовать постоянных посетителей, называя их по имени;

3) усаживать клиентов;

) отслеживать процедуру обслуживания в торговом зале;

) справляться у посетителей о качестве обслуживания;

) организовывать учет поступающих денежных средств;

) принимать жалобы со стороны посетителей;

) объясняться с недовольными посетителями по телефону, выясняя причину их жалоб;

) сохранять и возвращать посетителям забытые вещи;

) сопровождать санитарную инспекцию во время ее посещения предприятия;

) в случае необходимости оказывать первую помощь сотрудникам и посетителям;

) составлять письменные объяснения по поводу всех происшествий и несчастных случаев;

) сообщать о происшествии в полицию;

) следить за поведением служащих и создавать на предприятии условия, отвечающие всем требованиям безопасности.

Администратор также ответственен за организацию процесса обслуживания, руководит работой парикмахеров, мастера маникюра и педикюра.

В обязанности парикмахера входит:

1) выполнение стрижки, бритье кожи головы;

2) осуществление завивки и укладки волос химическим и электрическим способом;

3) выполнение вечерних и свадебных причесок;

) окрашивание волос в различные цвета и оттенки, учитывая особенности кожи и структуру волос (через шапочку или фольгу);

) необходимость содержать в чистоте свое рабочее место, используемые инструменты.

В обязанности мастера маникюра и педикюра входит:

1) маникюр (классический, французский, худ. маникюр);

2) наращивание ногтей акрилом или гелем, реставрация ногтей;

3) лечение и дизайн ногтей;

) педикюр аппаратный;

) необходимость содержать в чистоте свое рабочее место, используемые инструменты.

Так как организационная структура салона красоты «Кокетка» линейная, (Рисунок 1), я считаю, что она имеет ряд достоинств:

1) четкие системы взаимосвязи между руководителем и подчиненными;

2) быстрота реакции в ответ на прямые указания;

3) личная ответственность руководителя за конечные результаты предприятия и другие.

Конечно же, есть и недостатки, такие как высокие требования к руководителю и перегрузка администратора.

Такая структура управления представляет организацию как совокупность взаимосвязанным элементов. Каждый элемент имеет свои цели и задачи. Директор управляет администратором, имея при этом представление о действиях нижестоящих подчиненных.

**3. Управление производством**

Салон красоты «Кокетка» работает с 9-00 до 21-00 (без обеда), выходной воскресенье. В салоне красоты работают 4 мастера парикмахера-универсала, 2 мастера ногтевого сервиса, 1 администратор (менеджер), директор и уборщица. Мастера в салоне работают посменно: первая смена работает с 9-00 до 15-00, вторая смена - с 15-00 до 21-00. В (таблице 2) указан график работы персонала салона красоты «Кокетка».

Таблица 2. График работы персонала салона красоты «Кокетка»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Персонал | Пн | | Вт | | Ср | | Чт | | Пт | | Сб | |
|  | 900- 1500 | 1500- 2100 | 900- 1500 | 1500- 2100 | 900- 1500 | 1500-2100 | 900- 1500 | 1500- 2100 | 900- 1500 | 1500- 2100 | 900- 1500 | 1500- 2100 |
| Директор |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Администратор |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Парикмахер №1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Парикмахер №2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Парикмахер №3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Парикмахер №4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Мастер маникюра и педикюра №1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Мастер маникюра и педикюра №2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Персонал | пн | | вт | | ср | | чт | | пт | | сб | |
|  | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 |
| Уборщица |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Рабочий день уборщицы не нормирован, поэтому по соглашению она имеет право приходить проводить влажную уборку салона во время смены, т.е. в 15-00 и к концу рабочего дня, т.е. в 20-00. Раз в неделю в ее обязанности входит генеральная уборка. Рабочий день директора также не нормирован.

При расчете мотивационной части месячного премирования устанавливается мотивационный фонд в размере:

1. 40% от суммы повременной оплаты труда;
2. 55% от суммы повременной оплаты труда;
3. 75% от суммы повременной оплаты труда.

При расчете мотивационной части квартального премирования устанавливается премиальный фонд в размере:

1. 85% от средней величины суммы повременной оплаты труда;
2. 70% от средней величины суммы повременной оплаты труда;
3. 30% от средней величины суммы повременной оплаты труда.

За достижение высоких результатов директор салона вправе дополнительно премировать работников салона. Премия начисляется с условием, если не было нарушений. Премия выплачивается за счет собственных средств Салона.

Следует отметить, что на ООО «Кокетка» практически отсутствует планирование как средство достижения поставленных целей, то есть деятельность предприятия планируется преимущественно в краткосрочном аспекте, без углубленного анализа тенденций внешней среды.

Из-за отсутствия конкретных стратегических и тактических целей организации практически отсутствуют организация, регулирование, контроль как средства достижения поставленных целей. Мотивация персонала осуществляется только в материальном аспекте.

Анализ управления производством выявил как преимущества, так и недостатки. Преимуществом управления производством в салоне красоты «Кокетка» является то, что специалисты работают без обеда, и любой желающий может прийти и быть обслуженным в салоне в обеденный перерыв.

**Управление персоналом**

Рассмотрим сведения, характеризующие состав и структуру персонала салона красоты «Кокетка» за три года: 2010, 2011, 2012 гг. Списочная численность персонала на 01.01.2012 года составила 9 человек. Динамика списочной численности персонала салона красоты Кокетка «» 2010 - 2012 гг. представлена в (таблице 3).

Таблица 3. Динамика списочной численности персонала салона красоты «Кокетка» за 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | 2010 г. | 2011г. | Темп прироста, % | 2012 г. | Темп прироста, % |
| Кол-во, чел. | 9 | 9 | - | 9 | - |

Списочная численность персонала предприятия не менялась на протяжении рассматриваемого периода.

Качественный состав персонала по категориям салона красоты «Кокетка» за период 2010 - 2012 гг. представлен в (таблице 4).

Качественный состав персонала по категориям за рассматриваемый период не менялся.

Таблица 4. Анализ персонала по категориям салона красоты «Кокетка» за 2010-2012 г.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории | 2010г | 2011г | 2012г | Отклонения | | | |
|  |  |  |  | 2010/2011 | | 2011/2012 | |
|  |  |  |  | Абс., +/- | % | Абс., +/- | % |
| Руководители | 1 | 1 | 1 | 0 | - | 0 | - |
| Специалисты | 6 | 6 | 6 | 0 | - | 0 | - |
| Служащие | 1 | 1 | 1 | 0 | - | 0 | - |
| Рабочие | 1 | 1 | 1 | 0 | - | 0 | - |

Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по стажу работы на предприятии представлен в (таблице 5).

Таблица 5. Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по стажу работы на предприятии за 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Стаж | 2010г | 2011г | 2012г | Отклонения | | | |
|  |  |  |  | 2010/2011 | | 2011/2012 | |
|  |  |  |  | Абс., +/- | % | Абс., +/- | % |
| До 1 года | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - |
| 1-3 года | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - |
| 3-5 лет | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - |
| Свыше 5 лет | 9 | 9 | 9 | 0 | - | 0 | - |

За рассматриваемый период остаётся стабильным стаж работников - свыше 5 лет, так как весь персонал работает на предприятии со дня его основания. Качественный состав персонала салона красоты «Кокетка» по возрасту за период 2010 - 2012 гг. представлен в (таблице 6).

Таблица 6. Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по возрасту за 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Возраст | 2010г | 2011г | 2012г | Отклонения | | | |
|  |  |  |  | 2011/2010 | | 2012/2011 | |
|  |  |  |  | Абс., +/- | % | Абс., +/- | % |
| от 20-30 лет | 3 | 3 | 2 | 0 | - | -1 | 88,8% |
| 31-40 лет | 4 | 4 | 5 | 0 | - | +1 | 111,2% |
| 41-50 лет | 2 | 2 | 2 | 0 | - | 0 | - |
| свыше 50 лет | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - |

В период 2010-2012 гг. качественный состав персонала по возрасту оставался неизменным. В 2012 г. доля работников в возрасте от 20 до 30 лет снизилась на 1 человека, а доля работников в возрасте от 31 до 40 лет увеличилась на 1 человека. За рассматриваемый период возрастные группы работников от 41 до 50 лет и свыше 50 лет остались неизменными.

Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по уровню образования за 2009-2011 гг. представлен в (таблице 7).

Таблица 7. Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по уровню образования за 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Уровень образования | 2010г | 2011г | 2012г | Отклонения | | | |
|  |  |  |  | 2011/2010 | | 2012/2011 | |
|  |  |  |  | Абс., +/- | % | Абс., +/- | % |
| высшее | 4 | 5 | 6 | +1 | 111,2% | +1 | 111,2% |
| среднее профессиональное | 4 | 3 | 2 | -1 | 88,8% | -1 | 88,8% |
| среднее общее | 1 | 1 | 1 | 0 | - | 0 | - |
| без образования | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - |

Динамика роста количества работников с образованием выше среднего профессионального связана с тем, что политика организации направлена на непрерывное образование персонала, его квалификационный рост.

Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по полу за 2010-2012 гг. представлен в (таблице 8).

Таблица 8. Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по полу за 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | 2010г | 2011г | 2012г | Отклонения | | | |
|  |  |  |  | 2011/2010 | | 2012/2011 | |
|  |  |  |  | Абс., +/- | % | Абс., +/- | % |
| Мужчины | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - |
| Женщины | 9 | 9 | 9 | 0 | - | 0 | - |

Анализ персонала салона красоты «Кокетка» по полу за рассматриваемый период свидетельствует о том, что на предприятии чисто женский коллектив.

Отбор будущих сотрудников салона красоты во многом зависит от характера должности, на которую подбирается кандидат, однако в общем виде может быть представлен следующей схемой: первичный отбор -> собеседование с руководителем -> испытание -> решение о найме.

Первичный отбор начинается с анализа списка кандидатов с точки зрения их соответствия требованиям салона красоты к будущему сотруднику. Основная цель первичного отбора состоит в отсеивании кандидатов, не обладающих минимальным набором характеристик, необходимых для занятия вакантной должности.

В качестве метода первичного отбора планируется использовать анализ анкетных данных. При использовании этого метода руководитель проводит анализ информации, содержащейся в заполненных кандидатами анкетах, сравнивая фактические данные с собственной моделью. Наличие такой модели) является необходимым условием проведения справедливого для кандидатов и эффективного для салона красоты первичного отбора.

Для формулирования квалификационных и иных требований к вакантной должности может быть составлена следующая анкета, представленная в (таблице 9).

Таблица 9. Квалификационные и иные требования к вакантной должности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерий | Наименование характеристики | Требования |
| Физические данные | Здоровье Возрастные ограничения Пол | + 18-50 лет женский |
| Квалификация | Образование Опыт работы по специальности Стаж работы | Не ниже ср.общ. Не менее 1 года Не менее 1 года |
| Отношение к труду | Чувство личной ответственности за порученное дело Трудолюбие Личная дисциплинированность | + + + |
| Черты характера | Коммуникабельность Умение отстаивать свою точку зрения | + + |
| Другие условия | Проживание в определенном районе Способность работать сверхурочно | + + |

После формулирования четких требований к кандидату необходимо опубликовать сведения о наличии вакансии. Для этого формируется реклама, которая должна быть направлена на соответствующую целевую группу кандидатов, содержать четкую информацию об оплате труда.

Основными источниками поступления кандидатов в процессе найма на работу выбраны:

государственные службы занятости;

рекламные объявления в средствах массовой информации.

Для усиления материальной заинтересованности работников в повышении эффективности производства и качества работы могут вводиться системы премирования, вознаграждения по итогам работы за год, другие формы материального поощрения.

В салоне применяются три системы оплаты труда:

1. Сдельно-премиальная оплата труда, которая предусматривает право Работника на премию за перевыполнение показателей производственной деятельности.

2. Окладно-премиальная система оплаты труда, которая предусматривает ежемесячную выплату установленного должностного оклада с применением премирования по итогам работы за отчетный период (месяц).

3. Повременная оплата труда, определяемая установленными Тарифами повременной оплаты труда отдельным категориям работников Салона.

Заработная плата работникам начисляется и выплачивается за фактически отработанное ими время с периодичностью полмесяца, не позднее 5-го и 20-го числа каждого месяца. При совпадении дня выплаты с выходными или нерабочим праздничным днем, выплата заработной платы производиться накануне этого дня.

Сроки выплаты нерегулярных денежных вознаграждений, компенсаций и иных выплат работникам устанавливаются администрацией салона в соответствии с действующим законодательством.

Выплата заработной платы в соответствии со ст. 131 Трудового кодекса Российской Федерации производится в валюте Российской Федерации (в рублях).

Оплата труда работников включает в себя следующие основные виды, предусмотренные настоящим Положением выплат:

1) заработная плата за фактически выполненную работу, исчисленная исходя из должностных окладов в соответствии с утвержденным штатным расписанием слона или за фактически отработанное время при повременной оплате труда;

2) выплаты стимулирующего характера;

3) выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда, осуществляемые в соответствии с законодательством Российской Федерации;

) доплаты к заработной плате, обусловленные применением районных коэффициентов и процентных надбавок к заработной плате за работу в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностям;

) выплаты, предусмотренные законодательством Российской Федерации о труде, за проработанное на производстве (неявочное) время;

) оплата очередных и дополнительных отпусков, компенсация за неиспользованный отпуск;

) выплаты работникам, высвобождаемым в связи с реорганизацией салона, сокращением численности работников.

Перечень предоставляемых гарантий и компенсаций, а также оснований их предоставления установлен действующим законодательством РФ.

При предоставлении гарантий и компенсаций соответствующие выплаты производятся в размере и в порядке, оговоренном действующим законодательством РФ.

Премия начисляется на должностной оклад за фактически отработанное время и на доплаты за совмещение профессий (должностей), выполнение обязанностей временно отсутствующего работника, расширение зоны обслуживания и увеличение объема выполняемых работ, приемку смены оперативным персоналом, работу во вредных условиях труда, работу в вечернее, ночное время.

Показатели, периодичность выплат и размер премирования зависят от категории Работника, наименования подразделения и профессии (должности).

Перечень должностей и профессий, относящихся к данным категориям утверждается директором Салона.

Премирование руководителей производится:

- по итогам месяца за выполнение Салоном месячных базовых КПЭ в размере 20% и за выполнение подразделением КПЭ подразделения в размере 40%;

по итогам квартала за выполнение Салоном квартальных базовых КПЭ в размере 35% и за выполнение подразделением КПЭ подразделения в размере 85%.

Премирование специалистов производится:

- по итогам месяца за выполнение Салоном базовых КПЭ в размере 15%, за выполнение подразделением КПЭ подразделения в размере 20% и за выполнение индивидуальных КПЭ в размере 35%;

по итогам квартала за выполнение Салоном квартальных базовых КПЭ в размере 20% и за выполнение подразделением КПЭ подразделения в размере 70%.

Премирование рабочих производится:

- по итогам месяца за выполнение Салоном базовых КПЭ в размере 10%, за выполнение подразделением КПЭ подразделения в размере 20% и за выполнение индивидуальных КПЭ в размере 55%;

- по итогам квартала за выполнение Салоном квартальных базовых КПЭ в размере 15% и за выполнение подразделением КПЭ подразделения в размере 30%.

При расчете мотивационной части месячного премирования устанавливается мотивационный фонд в размере:

1. 40% от суммы повременной оплаты труда;
2. 55% от суммы повременной оплаты труда;
3. 75% от суммы повременной оплаты труда.

При расчете мотивационной части квартального премирования устанавливается премиальный фонд в размере:

1. 85% от средней величины суммы повременной оплаты труда;
2. 70% от средней величины суммы повременной оплаты труда;
3. 30% от средней величины суммы повременной оплаты труда.

За достижение высоких производственных результатов директор салона вправе дополнительно премировать работников салона. Премия начисляется с условием, если не было производственных нарушений. Премия выплачивается за счет собственных средств Салона.

Минимальный стаж непрерывной работы для начисления вознаграждения - 1 год. Первая выплата производится за фактически отработанное время в расчетном периоде, после возникновения права на его получение. Стаж работы, который учитывается для начисления вознаграждения, определяется на дату возникновения права на его получение.

Выплата вознаграждения за выслугу лет производится ежемесячно. Вознаграждение за выслугу лет определяется в зависимости от продолжительности стажа работы сотрудника. Размеры коэффициентов указаны в (таблице 10).

Таблица 10. Размеры коэффициентов

|  |  |
| --- | --- |
| Стаж работы, дающий право на получение вознаграждения за выслугу лет | Коэффициент по стажу для расчета вознаграждения за выслугу лет |
| свыше 1 года до 3 лет | 0,6 |
| от 3 лет до 5 лет | 0,8 |
| от 5 лет до 10 лет | 1,0 |
| от 10 лет до 15 лет | 1,2 |
| 15 лет и более | 1,5 |

Директор салона красоты «Кокетка» целенаправленно проводит мероприятия по повышению удовлетворенности персонала работой на предприятии, используя разнообразные методы мотивации работников труда - материальное стимулирование, обеспечение социальными благами, поощрения за успехи и достижения. Размер вознаграждения за использование рационализаторского предложения с экономическим эффектом определяется по шкале (таблица 11).

Таблица 11. Расчет вознаграждений

|  |  |
| --- | --- |
| Сумма годового экономического эффекта, руб. | Расчет вознаграждения в % и руб. |
| До 10000 | 15% |
| От 10000 до 30000 | 15% |
| От 30000 до 50000 | 15% |
| От 50000 до 100000 | 15% |
| От 100000 до 150000 | 10% + 5000 |
| От 150000 до 300000 | 10% + 5000 |
| От 300000 до 500000 | 7% + 14000 |
| От 500000 до 1000000 | 7% + 14000 |
| Свыше 1000000 | 7% + 14000 Но не более 150000 руб. |

Планируется предоставлять возможность специалистам салона красоты повышать квалификацию, посещать различные семинары, курсы и тренинги каждый год.

Директор салона выступает главным субъектом управления персоналом в салоне красоты. Основными целями деятельности директора являются:

обеспечение организационных структур салона персоналом, профессионально подготовленным к выполнению задач, стоящих перед управлением;

рациональное управление профессиональным опытом персонала - важнейшим и ценнейшим капиталом любой организации;

создание должностных структур, обеспечивающих возможности для реализации достигнутого опыта персонала и формулирующих благоприятные условия для реализации творческого потенциала человека и его карьерного роста.

Таким образом, на директоре лежит ответственность за формирование высокого профессионализма и культуры управленческой деятельности, достижение укомплектованности квалифицированными, инициативными, высоконравственными работниками, эффективное использование интеллектуально-кадрового потенциала салона красоты, его сохранение и приумножение, а также за создание благоприятных условий и гарантий для проявления каждым работником своих способностей, реализации позитивных интересов и личных планов, повышения эффективности трудовой деятельности.

На рисунке 2 схематично представлены основные направления деятельности по управлению персоналом в салоне красоты. При этом управление включает следующие функции.

Рисунок 2 - Основные направления деятельности при управлении персоналом в салоне красоты «Кокетка»

В Приложении 3 представлены основные методы, применяемые в управлении персоналом в салоне.

Ежегодно в салоне осуществляется аттестация, целью которой является: принятие решения о повышении или понижении квалификации, увольнении тех или иных работников; о конкретных направлениях работы с имеющимся резервом.

Аттестацию проводит аттестационная комиссия (директор и администратор). Комиссия осуществляет оценку на основе:

анализа личных документов аттестуемого;

заслушивает доклад работника о результатах работы за прошедший год.

Результаты оценки даются в следующих формулировках:

работник соответствует занимаемой должности;

соответствует занимаемой должности при условии улучшения работы и выполнения рекомендаций аттестационной комиссии (в плане обучения и самодисциплины), работник в целях контроля проходит повторную аттестацию через год;

На рисунке 3 схематично представлена система управления персоналом, действующая в управлении салона красоты.

Рисунок 3 - Схема управления персоналом в салоне красоты «Кокетка»

В результате анализа управления персоналом в организации было выявлено ряд проблем, которые можно систематизировать в следующую таблицу.

Таблица 12. Недостатки системы управления персоналом в салоне красоты

|  |  |
| --- | --- |
| Область | Характеристика недостатка |
| 1.Подбор персонала | Большая трудоемкость при оценке кандидатов из-за длительной системы собеседований; недостаточное внимание уделяется личностным характеристикам (таким, как способности к выполнению тех или иных функций, черты характера), во многом определяющим успешность выполнения должностных обязанностей и взаимодействия с окружающими |
| 2.Система обучения и развития персонала | Деятельность по созданию резерва "на выдвижение" не эффективна. Не используется возможность качественного (личностного) роста работников, который предполагает создание возможностей для проявления инициативы и развития способностей каждого отдельного сотрудника, зачисленного в резерв. Другими словами, отсутствуют разработки программ карьерного роста сотрудников |
| 3.Мотивация труда | Сдельная система оплаты выполняет уравнительную функцию. Данная система оплаты труда ориентирует работников на «внешний карьерный рост», выражающийся в получении вышестоящей должности и, собственно, более высокой зарплаты. В действительности, не происходит развитие внутренних способностей, очень значимых для руководящего работника, - умение принять на себя ответственность, проявить инициативу, координировать деятельность подчиненных, завоевывать доверие коллег |

Таким образом, в системе управления персоналом существует недостаточная четкость распределения функциональных обязанностей, большая трудоемкость подбора персонала. Система обучения и развития персонала, а также система стимулирования его трудовой деятельности требует совершенствования.

**Информационная система управления**

В рассмотрении процесса коммуникации, можно выделить 2 взаимосвязанные составляющие: клиент - администратор, администратор - обслуживающий мастер.

Клиенты (потребители услуг) обращаются в салон красоты с просьбой оказания косметологических и парикмахерских услуг либо посредством непосредственного обращения к администратору салона красоты, либо путем записи на услугу через телефонный звонок. Администратор, учитывая предпочтения клиента и график оказания услуг, записывает клиента в удобное для него время на обслуживание в салоне красоты, после чего с клиентом заключается договор на оказание услуг салоном красоты (Приложение А), договор закрепляется подписями и печатями: 1 экземпляр отдается клиенту - заказчику, другой - отправляется в архив договоров. На основании регистрации заявок администратор оповещает обслуживающих мастеров о количестве заявок на услуги, в результате формируется отчет о загрузке обслуживаемого мастера по времени рабочей смены. После оказания услуги обслуживающий мастер предоставляет администратору наряд на услугу (один экземпляр которого передается клиенту), благодаря которому администратор подсчитывает стоимость оказанной услуги (исходя из стоимости использованных расходных материалов и стоимости работы мастера) и сообщает клиенту о сумме к оплате. Затем клиент оплачивает услугу и получает кассовый чек (и прикрепленный к нему наряд на услугу). Получив денежные средства от клиентов, администратор перечисляет их в банк на расчетный счет салона красоты и получает от банка выписку о выполненной операции. Для возобновления своей деятельности (покупка расходных материалов, выплата заработной платы и т.п.) салону красоты необходимо иметь наличные денежные средства в кассе, поэтому директор обращается в банк с требованием обналичить денежные средства с расчетного счета салона красоты и получает их. Данный процесс имеет циклический характер и повторяется заново (Приложение 6).

Коммуникационная связь также осуществляется между салоном красоты и органами государственного надзора, санитарно-эпидемиологической службой.

Организацию делопроизводства в салоне красоты осуществляет администратор.

К списку форм входных документов относятся: список заявок на услуги, договор (Приложение 4), отчет о проведенных процедурах, отчет о загрузке обслуживающего мастера по времени рабочей смены, банковская выписка.

К списку форм выходных документов относятся: договор, кассовый чек, наряд на услугу (Приложение 5).

В ближайшее время директором было решено автоматизировать систему управления салона красоты необходимой техникой и программным обеспечением. В результате была составлена смета (таблица 13).

Таблица 13. Смета автоматизации салона красоты «Кокетка»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Количество (шт.) | Цена (руб.) | Сумма (руб.) |
| Источник бесперебойного питания APC Back-UPS ES 700VA 230V Russian | 1 | 4 000 | 4 000 |
| Ноутбук Asus | 1 | 23 000 | 23 000 |
| 1С:Предприятие 8. Салон красоты. | 1 | 5 000 | 5 000 |
| Общая стоимость сметы 32 000 | | | |

Главная цель автоматизации системы управления салона красоты «Кокетка» - это поднять на новый качественный уровень процессы управления за счет использования информационных технологий в деловых взаимоотношениях, при работе с документами, а также совершенствование системы коммуникаций с клиентами.

Ниже представлен список документов для проверяющих различных органов.

Для налоговой службы:

уставные документы (свидетельства о регистрации и постановке на учет, ИНН, устав)

кассовый аппарат, зарегистрированный в налоговой инспекции со всеми регистрационными документами;

журнал администратора;

бухгалтерская отчетность об уплате налогов;

товарные накладные с чеками;

трудовые договора с сотрудниками, оформленные трудовые книжки.

Для санитарных служб:

сертификаты на продукцию;

сертификаты на оборудование;

мед. книжки персонала;

журнал производственного контроля;

журнал стерилизации.

Для пожарной инспекции;

договор на обслуживание пожарной сигнализации;

план эвакуации;

приказ о назначении ответственного за пожарную безопасность.

**Экономические службы и финансовое состояние предприятия**

Салон красоты «Кокетка» финансирует сам владелец за счёт собственного капитала. В (таблице 14) представлена выручка салона красоты за 2010-2012 гг.

Таблица 14 Выручка салона красоты за период 2010-2012 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид услуг | Цена (руб.) | 2010 г (руб.) | 2011 г (руб.) | 2012 г (руб.) | Темпы прироста, % | |
|  |  |  |  |  | 10/09 | 11/10 |
| Стрижка женская модельная | 220 | 396000 | 398500 | 413000 | 107,6 | 108,4 |
| Стрижка мужская модельная | 100 | 96000 | 99600 | 101300 | 108,3 | 109,7 |
| Стрижка детская | 90 | 64800 | 67000 | 69000 | 106,5 | 107,3 |
| Химическая завивка длинных волос | 600 | 36000 | 42000 | 45000 | 107,2 | 107,9 |
| Химическая завивка частичная | 400 | 57600 | 63500 | 65000 | 105,7 | 106,6 |
| Мытьё головы | 30 | 57600 | 65800 | 67000 | 107,1 | 107,8 |
| Укладка феном | 120 | 144000 | 151300 | 152600 | 109,3 | 109,9 |
| Мелирование | 750 | 180000 | 187000 | 189000 | 114,4 | 115,8 |
| Тонирование | 800 | 86400 | 97500 | 99500 | 117,3 | 118,5 |
| Окраска волос | 250 | 18000 | 25000 | 34000 | 128,2 | 129,1 |
| Окраска бровей | 50 | 21000 | 26000 | 29700 | 127,5 | 128,3 |
| Маникюр | 180 | 108000 | 127800 | 128500 | 109,8 | 110,6 |
| Педикюр | 160 | 19200 | 20500 | 22500 | 117,8 | 118,3 |
| Наращивание ногтей | 850 | 1020000 | 1270000 | 1453400 | 125,5 | 126,3 |
| ИТОГО: | - | 2399160 | 2554000 | 2718000 | 108,2 | 108,7 |

Цены на оказываемые услуги представлены с наценкой для салона 60%, себестоимость и работа мастера 20%. Наценка обусловлена следующими условиями: использование в работе материалов, которые непосредственно принадлежат самому салону, а также аналогичные цены у конкурентов. В таблице 15 представлены затраты салона красоты в год.

Таблица 15. Затраты салона красоты в год

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Постоянные издержки | Кол-во | Цена | Переменные издержки | Кол-во | Цена |
| Квартплата |  | 54000 | Материалы: |  |  |
| электроэнергия |  | 33600 | 1.Лак для волос | 60 | 6600 |
| ЕСН |  | 40800 | 2. Краска для волос | 70 | 10500 |
| Заработная плата: |  |  | 3. Шпильки | 1200 | 2400 |
| 1.Директор 2.Администратор 3. Парикмахер 4. 4. Мастер по маникюру 5. Уборщица | 1 | 240000 | 4. Средство для мелирования | 36 | 7200 |
| 1. | 1 | 180000 | 5. Гель для волос | 80 | 5670 |
| 1. | 4 | 180000 | 6. Воск для волос | 80 | 8800 |
| 1. | 2 | 180000 | 7. Состав для хим.завивки | 50 | 9000 |
| 1. | 1 | 120000 | 8.Блеск для волос | 20 | 2000 |
|  |  |  | 9.Шампунь,опаласкиватель | 30 | 1800 |
| ИТОГО: |  | 1748400 | 10.Маска для волос | 30 | 3000 |
|  |  |  | ИТОГО: |  | 63970 |

Рассмотрим основные технико-экономические показатели салона красоты за период 2010-2012 гг. (Таблица 16).

Таблица 16. Основные технико-экономические показатели салона красоты за 2010-2012гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | Темпы прироста | |
|  |  |  |  | 10/09 | 11/10 |
| Выручка от реализации услуг, руб. | 2399160 | 2554000 | 2698000 | 125,1 | 121,6 |
| Себестоимость реализованных услуг, руб. | 1812034 | 1820408 | 183537 | 123,1 | 125,5 |
| Прибыль от реализации услуг, руб. | 587126 | 590168 | 637159 | 121,7 | 124,5 |
| Рентабельность реализованных услуг, % | 30,2 | 32,3 | 40,5 | - | - |
| Налог на прибыль, руб. | 1545 | 1696 | 1986 | 112,40 | 130,01 |
| Чистая прибыль, руб. | 231558 | 247869 | 251388 | 112,40 | 130,01 |
| Среднесписочная численность | 9 | 9 | 9 | - | - |
| Фонд оплаты труда | 120000 | 120000 | 135000 | - | 111,54 |
| Средняя з/плата | 14000 | 14000 | 15000 | - | 107,77 |

Выручка от реализации услуг - это сумма денежных средств, полученных предприятием за оказанные услуги. Из таблицы видно, что выручка увеличилась в 2010 г. по сравнению с 2010 г. на 25,1% и в 2012 г. по сравнению с 2011 г. на 21,6%.

Себестоимость услуг - стоимостная оценка используемых в процессе предоставления услуг сырья, материалов, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на их производство, реализацию. Себестоимость выросла в 2010 г. по сравнению с 2010 г. на 23,1% и в 2012 г. по сравнению с 2011 г. на 25,5% (замедление темпов прироста себестоимости, что положительно влияет на рост чистой прибыли).

Прибыль от реализации услуг - обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности; определяется как разность между выручкой от хозяйственной деятельности и суммой затрат на эту деятельность. Прибыль выросла в 2011 г. по сравнению с 2010 г. на 21,7% и в 2012 г. по сравнению с 2011 г на 24,5%.

Рентабельность реализованных услуг - отношение прибыли от реализации услуг к затратам; показатель эффективности работы предприятия. Произошел небольшой прирост рентабельности в 2011 г. по сравнению с 2010 г., и большой прирост - в 2012 г. по сравнению с 2011 г.

Чистая прибыль (нераспределенная прибыль) - разность между суммой балансовой прибыли и суммой внесенных в бюджет налогов из прибыли, экономических санкций и других расходов п/п, покрываемых за счет прибыли. Чистая прибыль выросла в 2011 г. по сравнению с 2010 г. на 12,40% и в 2012 г. по сравнению с 2011 г. на 30,01%. Такой большой рост чистой прибыли обусловлен снижением темпов прироста себестоимости реализованных услуг в 2011 году.

ФОТ повышается, темп прироста свидетельствует о том, что предыдущее значение больше следующего на 11,54% (2012 г. в сравнении с 2011 г.).

Размеры среднемесячного заработка работника Филиала также свидетельствуют о приросте: на 7,77% (2012 г. в сравнении с 2011 г.).

Основные технико-экономические показатели работы за 2010 - 2012 гг. свидетельствуют о положительном финансовом результате деятельности салона красоты.

**7. Управление маркетингом**

управление маркетинг персонал оплата труд

Ассортиментная политика салона красоты направлена на расширение видов предоставления услуг. Таким образом, планируется открытие массажного и косметологического кабинетов, а чтобы вызвать интерес у постоянных клиентов и для привлечения новых клиентов предполагается проведение акции «Каждому клиенту подарок» на новые услуги.

Для оказания услуг массажного и косметологического кабинетов планируется приобрести необходимое оборудование и технические средства, которые представлены в (таблице 17).

Таблица 17. Оборудование и технические средства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Кол-во единиц | Цена за единицу, руб. |
| Косметологический кабинет: |  |  |
| Кресло косметологическое | 1 | 5600 |
| Столик для косметолога | 1 | 4280 |
| Стул для мастера | 1 | 1485 |
| Косметологическое оборудование | 1 | 36000 |
| Шкаф | 1 | 3500 |
| Кондиционер | 1 | 5000 |
| ИТОГО: |  | 55865 |
| Массажный кабинет: |  |  |
| Массажный стол | 1 | 8000 |
| Стул для мастера | 1 | 2485 |
| Столик | 1 | 1800 |
| Шкаф | 1 | 1500 |
| Кондиционер | 1 | 4000 |
| ИТОГО: |  | 17785 |

Для более эффективной работы салона красоты предполагается сделать обширную рекламу услуг салона в средствах массовой информации (газеты, радио и т.п.), для привлечения большего количества клиентов планируется сделать заказ визитных карточек салона, а также прием заказов по телефону, т.е. по записи, а также оказание услуг по специальным каталогам, по которым клиент может выбрать себе стрижку или прическу.

Для ООО «Кокетка» товаром являются парикмахерские и услуги маникюра. В рамках элемента «цена» можно охарактеризовать ценовую стратегию предприятия - это стратегия средних цен, то есть фирма устанавливает цену на уровне конкурентов (нейтральное ценообразование, стратегия средних цен или «справедливое ценообразование»). В этом случае рыночный сектор, завоеванный предприятием, не увеличивается и не сокращается. Такая стратегия характерная для данного рынка, на котором потребители весьма чувствительны к уровню цены, а предприятия-конкуренты жестко отвечают на любую попытку изменить сложившиеся пропорции продаж на рынке. Цены на продукцию формируются исходя из заработной платы, стоимости материалов, постоянных расходов (квартплата, коммунальные платежи), нормы прибыли (стратегия издержки + прибыль). Цены на услуги подходят для частого посещения салона.

К основным средствам продвижения услуг фирмы относятся неличные средства, а именно, реклама в прессе, на радио, сувениры, интернет-сайт. Стимулирование сбыта - скидки, подарки.

Маркетинговая стратегия ООО «Кокетка» заключается в долгосрочном согласовании возможностей фирмы с ситуацией на рынке, то есть в согласовании внутренней и внешней сред деятельности фирмы. В данном случае предлагается стратегия дифференцированного маркетинга, которая требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально разработанными для них товарами и маркетинговыми программами. Это позволяет добиться роста сбыта за счет более глубокого проникновения на каждый из осваиваемых сегментов рынка.

**Правовое обеспечение производства**

Важными организационно распределительными документам в салоне красоты «Кокетка» являются правила внутреннего трудового распорядка, которые включают следующие разделы: общие положения, порядок приема и увольнения рабочих и служащих, основные обязанности администрации, рабочее время и его использование, поощрения за успехи в работе, ответственность за нарушение трудовой дисциплины.

Должностная инструкция - документ, регламентирующий деятельность в рамках каждой управленческой должности и содержащий требования к работнику, занимающему эту должность. Должностная инструкция в салоне красоты состоит из трех разделов: функции, права, ответственность работника. В должностной инструкции помимо основной работы, которую выполняет работник, указана дополнительная, входящая в круг его обязанностей.

Важным организационным документом является коллективный договор. С целью регулирования трудовых отношений и согласования социально-экономических интересов работников предприятия с работодателем заключен коллективный договор. Настоящий коллективный договор соглашение заключен на основании закона Российской Федерации, является правовым актом. В договоре согласованы обязанности сторон, обеспечение занятости и регулирование увольнений, производственно-экономическая деятельность, оплата труда и нормирование, охрана, рабочее время и время отдыха, профессиональная подготовка и переподготовка, социальное развитие коллектива, удовлетворение интересов и нужд трудящихся.

Нормативными документами салона красоты «Кокетка» являются:

закон «Об обществах с ограниченной ответственностью», принят Государственной Думой 24 ноября 1995 года;

правила оказания услуг (в ред. Постановлений Правительства РФ от 30.06.2005 N 408, от 29.12.2005 N 828, от 05.02.2007 N 77, от 25.07.2007 N 477, от 16.02.2008 N 93, от 10.03.2009 N 219);

СанПиН 2.1.2.1199-03 «Парикмахерские. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию и содержанию».

Учредительными документами салона красоты «Кокетка» являются:

свидетельство о регистрации, дата регистрации 15 декабря 2004 года;

устав ООО «Кокетка», новая редакция, 2011 год.

Преимуществом правового обеспечения салона красоты «Кокетка», на мой взгляд, является надзор санитарных служб, так как в салоне красоты в обязательном порядке должны соблюдаться санитарные нормы и правила не только к техническому оборудованию, но и к самому персоналу.

**Рекомендации по обеспечению условий для повышения качества услуг салона красоты «Кокетка»**

В качестве рекомендации по улучшению работы салона красоты «Кокетка» предлагается следующее:

Систематизировать проведение маркетинговых исследований с целью получения достоверной информации необходимой для анализа и принятия решений. Предпринимательская деятельность в сфере услуг требует от предпринимателя знаний по бечмаркингу. Бечмаркингом называют изучение положительного опыта конкурентов, которые добились успеха в похожих услугах. Это помогает определить, что можно сделать для повышения качества и удовлетворения клиентов.

Поскольку организация сделала акцент на удовлетворение потребителя, следовательно основным принципом должна стать концентрация на клиенте. Это означает, что надо выполнять и превзойти требования и ожидания клиента и в первый раз и в последствии. Это требует систематического и постоянного исследования желаний клиентов, так как их требования и ожидания все время меняются. Прежде всего, необходимо уделить внимание совершенствованию системы социального опроса клиентов и системы учета степени удовлетворенности услугами салона. С этой целью клиентам может быть предложено после каждого посещения салона оставлять рецензии на качество обслуживания в салоне. Рецензии могут быть зафиксированы в соответствующих опросных листах, предлагаемых клиентам во время посещения салона красоты и получения услуги. В результате систематизации опросных листов можно получить наиболее достоверные сведения об ожиданиях и степени удовлетворенности клиентов. Использование технических средств позволит снизить трудоемкость этой работы. Другими словами, в салоне красоты необходимо создать соответствующую систему сбора и обработки данных, чтобы определить чего требует клиент, насколько хорошо разработана услуга, насколько система предоставления соответствует требованиям, и в какой степени услуги удовлетворяют потребностям клиентов.

Одним из недостатков в работе салона является то, что повышение квалификации работников осуществляется за их счет. Многие связанные с качеством проблемы возникают из-за недостаточного обучения сотрудников, следовательно, руководству салона рекомендуется разработать мероприятия, предусматривающие необходимость обучения и повышения квалификации работников и выделять необходимые средства на эти цели.

Предлагается предусмотреть профессиональную переподготовку парикмахера на курсах визажа для того, чтобы соединить в лице одного мастера профессионального визажиста с опытом парикмахера. Данная подготовка мастеров практикуется в лучших отечественных салонах красоты и позволяет оказывать комплексные услуги клиенту, кроме того, снизить затраты на заработную плату, так как возможно сокращение штатной единицы мастера по визажу.

Заинтересованность работников в повышении квалификации стимулирует и моральную заинтересованность в повышении качества оказываемых услуг. Достижения работников в улучшении качества обслуживания и удовлетворении покупателя должны быть признаны и вознаграждены. Поощрение - самый лучший способ утвердить новые ценности и практические требования

Кроме того, необходимо постоянное изучение конкурентоспособности оказываемых услуг. Природа конкуренции изменилась в последние десятилетия в сфере потребительских услуг и сейчас она предполагает более быстрое введение новых услуг большее разнообразие, а следовательно, предпринимательская деятельность должна быть гибкой и проворной, чтобы отвечать на изменение покупательской потребности и на угрозы конкуренции.

**Заключение**

Для успешного ведения бизнеса необходимо не только уметь предоставлять качественные услуги, но и знать, кому они необходимы, почему, для каких целей. Для этого проводятся маркетинговые исследования.

Правильное понимание потребителей услуг предоставляют субъектам рынка возможности:

прогнозировать их потребности;

выявлять услуги, пользующиеся наибольшим спросом;

улучшать взаимоотношения с потенциальными потребителями;

приобретать доверие потребителей за счет понимания их запросов;

понимать, чем руководствуется потребитель, принимая решение о приобретении услуг;

устанавливать, кто и каким образом оказывает влияние на выработку и принятие решения о приобретении услуги;

вырабатывать соответствующую стратегию маркетинга и конкретные элементы наиболее эффективного комплекса маркетинга;

создавать систему обратной связи с потребителями услуг;

налаживать эффективную работу с клиентами в целом.

Таким образом, маркетинговые исследования потребителей - это систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед исследователем маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах, и последующее использование исследования, представляющее собой процесс, состоящий из нескольких этапов. В данной работе автором выявлены отдельные аспекты развития рынка красоты Оренбурга, характеристики и предпочтения потребителей, группы влияния, оказывающие воздействие на их выбор салона. Рынок красоты Оренбурга в целом очень насыщен, но все еще имеет большой потенциал роста, так как не все потребности посетителей удовлетворяются в полном объеме.

**Список использованных источников**

1. Барнгольц С.Б., Мельник М.В. «Методология экономического анализа деятельности хозяйственного объекта», Москва «Финансы и статистика», 2007;

Бухгалтерская отчетность - Форма №1 за 2010 год;

Бухгалтерская отчетность - Форма №2 за 2011 год;

Бухгалтерская отчетность - Форма №3 за 2011 год;

Бухгалтерская отчетность - Форма №4 за 20012 год;

Бухгалтерская отчетность - Форма №5 за 20012 год;

Веснин В.Р. Менеджмент: учеб.-3-е изд., перераб. И доп.- М.: Проспект, 2008.- 512 с.

Виханский О.С., Наумов А.И Менеджмент: Учебник.- 4-е изд.- М.: Экономистъ, 2006.-670 с.

Годовой отчет салона красоты «Кокетка» за 2012 финансовый год;

Герчикова И.Н. Менеджмент.- 4-е изд.- М.: Юнити - ДАНА, 2007. - 511 с.

Голубович А.Д., Ситнин А.В., Хенкин Б.Л. Управление банком: Организационные структуры, персонал и внутренние коммуникации.- М.: АО «Менатеп-Информ», 2005.- 652 с.

Дафт Р.Л. Менеджмент : учеб. - 8-е изд. -М.: Питер, 2009. - 799 с.

Дорофеева Л.И. Менеджмент: Конспект лекций -М.: ЭКСМО, 2007.-192.

Егоршин А.П. Управление персоналом.- М.: Лотос, 2007.- 1093 с.

Жуков Е.Ф. Банковский менеджмент: Учебник для студентов вузов / Е.Ф. Жуков.- М.: Юнити - Дана, 2007.- 318 с.

Иода Е.В., Унанян И.Р. Банковский менеджмент: Учеб. пособие / Под общей ред. Иода Е.В. Тамбов. - М.: ТГТУ. 2006 - 192 с.

Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учебник.- 6-е изд.- М.: Новое Издание, 2006.- 336 с.

Карминский А.М., Фалько С.Г. Контроллинг -М.: Финансы и статистика, 2006.- 336 с.

Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента.- М.: Дека, 2006.- 896 с.

Менеджмент: учебник/ кол. авторов; под ред. Разу М.Л.- М: КноРус, 2008.- 472 с.

Маслеченков Ю.С. Финансовый менеджмент банка.- М.: Юнити-Дана, 2006. -160 с.

Поршнев А.Г., Разу М.Л., Тихомирова А.В. Российский менеджмент.- М.: ФБК - ПРЕСС, 2006.- 368 с.

Разу М.Л. Менеджмент.- 2-е изд.- М.: Проспект, КноРус, 2009.- 472 с.

Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие.- Пенза: изд-во ПГУ, 2006.- 240 с.

Русинова Ф.И., Разу М.Л. Современный российский менеджмент.- М.: ФБК-ПРЕСС, 2007.- 286 с.

Румянцева З.П. Общее управление организацией - М.: Инфра - М, 2007.- 304 с.

Карминский А.М., Фалько С.Г. Контроллинг -М.: Финансы и статистика, 2006.- 336 с.

Томилов В.В. Культура предпринимательства. Учебник для ВУЗОВ.- М.: Питер, 2008.- 368 с.

Усоскин В.М. Современный коммерческий банк: управление и операции.- М.: Антидор, 2007.- 320 с.

Уткин Э.А., Мырынюк И.В. Контроллинг: российская практика. - М.: Финансы и статистика, 2006.- 272 с.

Федорова Г.В. «Учет и анализ банкротств», учебное пособие, ООО «Омега-Л», 2008.

**Приложение 1**

Оборудование и технические средства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Количество единиц | Цена за единицу, руб. |
| Администратор + холл: |  |  |
| Стойка | 1 | 2000 |
| Стул | 1 | 485 |
| Диван | 1 | 2500 |
| Столик журнальный | 1 | 950 |
| Вешалка | 1 | 480 |
| Кассовый аппарат Элвес Микро К | 1 | 3000 |
| Парикмахерская: |  |  |
| Туалеты парикмахерские | 3 | 2000 |
| Кресла парикмахерские | 3 | 2000 |
| Кресло-мойка | 1 | 4000 |
| Тележки парикмахерские | 3 | 500 |
| Шкаф | 2 | 400 |
| Фен | 2 | 1500 |
| Машинка | 2 | 2000 |
| Пеньюар | 2 | 300 |
| Кондиционер | 1 | 5000 |
| Зал маникюра и педикюра: |  |  |
| Маникюрный стол + вытяжка | 1 | 6560 |
| Стул для мастера | 1 | 785 |
| Кресло для клиента | 1 | 850 |
| Кресло для педикюра | 1 | 5725 |
| Стул для мастера | 1 | 1485 |
| Столик | 1 | 1280 |
| Ванночка для педикюра | 1 | 900 |
| Аппарат для маникюра и педикюра | 1 | 5800 |
| Кондиционер | 1 | 5000 |
| Шкаф | 1 | 1500 |
| Прочее оборудование и материалы: |  |  |
| Полотенца | 20 | 100 |
| ИТОГО стоимость основных средств: | | 72 200 |

**Приложение 2**

Расходные материалы и инструменты

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование оборудования, Технических средств | Цена за ед., руб. | Кол-во | Стоимость оборудования |
| 1. | Красящий порошок для мелирования и осветления волос | 300,00 | 1 | 300,00 |
| 2. | Краска профессиональная для окрашивания волос | 98,00 | 20 | 1960,00 |
| 3. | Перчатки для окрашивания волос | 25,00 | 2 | 50,00 |
| 4. | Состав для химической завивки волос | 325,00 | 2 | 325,00 |
| 5. | Посуда для окраски, завивки волос | 115,00 | 2 | 230,00 |
| 6. | Плойка для завивки волос | 1250,00 | 1 | 1250,00 |
| 7. | Лампа для наращивания | 2100,00 | 1 | 2100,00 |
| 8. | Лампа освещения | 800,00 | 1 | 800,00 |
| 9. | Сушилка для ногтей | 890,00 | 1 | 890,00 |
| 13. | Гель для наращивания | 1560,00 | 2 | 3120,00 |
| 14. | Цветные гели (набор) | 3850,00 | 1 | 3850,00 |
| 15. | Типсы набор | 1300,00 | 1 | 1300,00 |
| 16. | Клей для типс | 250,00 | 1 | 250,00 |
| 17. | Формы | 360,00 | 1 | 360,00 |
| 18. | Декоративный материал для дизайна | 190,00 | 10 | 1900,00 |
| 19. | Кисточки | 160,00 | 2 | 320,00 |
| 20. | Пилки | 120,00 | 2 | 240,00 |
| 21. | Пилки | 100,00 | 2 | 200,00 |
| 22. | Базовый гель для покрытия | 480,00 | 1 | 480,00 |
| 25 | Жидкое мыло дезинфицирующее | 98,00 | 1 | 98,00 |
| 26 | Парафин | 600,00 | 2 | 1200,00 |
| 27 | Препарат для растворения кутикулы | 350,00 | 1 | 350,00 |
| 28 | Масло для размягчения кутикулы | 150,00 | 1 | 150,00 |
| 29 | Препараты для укрепления ногтей | 189,00 | 3 | 567,00 |
| 30 | Нетканые салфетки | 160,00 | 1 | 160,00 |
| 31 | Лак | 56,00 | 20 | 1120,00 |
| Всего в месяц: | | | | 23 570,00 |

**Приложение 3**

Методы управления персоналом, применяемые в салоне красоты «Кокетка»

|  |  |
| --- | --- |
| Метод | Содержание (сущность) |
| Системный | Любая система (объект управления) рассматриваются как совокупность взаимосвязанных элементов |
| Комплексный | Учет экономических, социальных и психологических аспектов управления в их взаимосвязи |
| Интеграционный | Учет взаимосвязей: между отдельными подсистемами и элементами системы управления; между уровнями управления по вертикали; между субъектами управления по горизонтали |
| Маркетинговый | Ориентация управленческой системы при решении поставленных задач на клиентов |
| Функциональный | Управление персоналом рассматривается как совокупность функций, выполняемых кадровыми структурами при реализации процесса управленческого воздействия |
| Динамический | Рассматривает процесс управления персоналом в диалектическом развитии, в причинно-следственных связях и соподчинении и проводит ретроспективный (5-10 лет) и перспективный анализ |
| Процессный | Рассматривает функции управления как взаимосвязанные и взаимообусловленные, а процесс управления как комплекс непрерывных и взаимосвязанных действий |
| Нормативный | Устанавливает нормативы управления по всем подсистемам управления (обоснованные нормативы по каждому элементу системы повышают уровень управления) |
| Административный | Регламентирует функции, права и обязанности в нормативных актах |
| Поведенческий | Оказание помощи персоналу в осознании своих возможностей, способностей на основе применения научных методов управления |
| Ситуационный | Пригодность различных методов управления персоналом определяется конкретной ситуацией |

**Приложение 4**

Договор с клиентом салона красоты «Кокетка» №\_\_\_

г. Оренбург «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_года

Общество с ограниченной ответственностью «Кокетка» в лице директора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании Устава, с одной стороны, и \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, именуемая(ый) в дальнейшем Клиент, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

Предмет договора

Клиент поручает, а ООО «Кокетка» (в соответствии с лицензией МЗ РФ №\_\_\_\_\_\_) принимает на себя организацию выполнения работ по проведению парикмахерских/косметологических процедур.

Права и обязанности сторон

Исполнитель обязан

Оказать услуги, предусмотренные настоящим договором, с применением необходимых материалов, медикаментов, инструментов и оборудования.

Поставить в известность Клиента о возникших обстоятельствах, которые могут привести к увеличению объема оказания услуг и возможных осложнениях.

Исполнитель имеет право

Самостоятельно определить характер и объем услуг, необходимых манипуляций в рамках плана оказания услуг.

Требовать у клиента сведения и документы (в случаях предыдущего потребления услуг в других аналогичных организациях), необходимые для эффективного оказания услуг.

Отказать в приеме Клиента в случае:

нахождение Клиента в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения;

когда действия Клиента угрожают жизни и здоровью персонала;

в иных случаях, установленных законодательством и настоящим договором.

Клиент обязан

Лично записаться на прием и забронировать время визита.

Являться на прием в строго назначенное время.

Строго соблюдать и выполнять установленные Исполнителем профилактические, лечебные и иные правила и меры.

Сообщить Исполнителю достоверные сведения о перенесенных или имеющихся у него заболеваниях, которые могут оказать влияние на результаты процедур. В случаях не сообщения Клиентом указанных сведений Исполнитель вправе отказать в предоставлении услуг по настоящему договору.

Немедленно извещать Исполнителя о всяких осложнениях или иных отклонениях, возникших в процессе оказания услуг.

Предупредить Исполнителя по телефону или лично о невозможности явки не менее чем за 24 часа до времени визита.

Клиент имеет право

Получать информацию об объеме, стоимости и результатах предоставленных услуг.

Ответственность сторон

Исполнитель несет ответственность за качество оказанных услуг.

Исполнитель не несет ответственности перед Клиентом в случае:

Возникновения осложнений по вине Клиента: невыполнение назначений Исполнителя, несвоевременное сообщение о возникших нарушениях и др.

Возникновение аллергии или непереносимости препаратов и материалов.

Возникновение осложнений из-за ранее проведенных аналогичных услуг в другой организации.

Возникновение осложнений, связанных с наличием заболеваний, указанных в пункте 2.3.4 настоящего договора, сведения о которых не были сообщены Исполнителю.

Клиент несет ответственность за достоверность предоставляемой информации, четкое выполнение рекомендаций Исполнителя, своевременную оплату услуг.

Клиент предупрежден о возможных последствиях и осложнениях в случае несоблюдения пункта 2.3 настоящего договора, и в случае его не выполнения Клиент лишается права пользования договором без возврата его стоимости.

Порядок расчета между сторонами

Оплата медицинских услуг производится за наличный и безналичный расчет Клиентом согласно прейскуранту. Оплата за наличный расчет подтверждается чеком кассового аппарата.

Порядок оплаты услуг Клиентом предусматривает предоставление ООО «Кокетка» дополнительных бесплатных процедур на аппаратах фирмы.

Срок действия договора

Настоящий договор заключен и действует с момента подписания до окончания физиотерапевтических процедур, принимаемых Клиентом с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Договор составлен в двух экземплярах, оба из которых подписаны и имеют одинаковую юридическую ценность. Все вопросы, не нашедшие отражения в данном договоре, подлежат разрешению в договорном порядке в соответствии с действующим законодательством РФ.

Реквизиты сторон

ООО «Кокетка»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Клиент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись клиента: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Приложение 5**

Образец наряда на услугу

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наряд на услугу | | Линия отрыва | Наряд на услуги | |
| №\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | №\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Ф. И. клиента | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | Ф. И. клиента | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Услуга | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | Услуга | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Расходные материалы | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | Расходные материалы | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Подпись специалиста | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | Подпись специалиста | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

# **Приложение 6**

Документооборот учета оказанных услуг