

обложения. По нашему мнению, такие некоммерческие организации имеют право получать доход как от основной деятельности, так и от предпринимательской деятельности, но не выходя за рамки присущих этим организациям кодов, входящих в общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

Библиографический список

1. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия. М.: ИНФРА–М, 2004. 208 с.
2. ФЗ «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996. № 7-ФЗ.
3. С.С. Алексеев, И.З. Васильев, В.В. Голофаев и др. Гражданское право. М.: Проспект; Екатеринбург: Институт частного права, 2012. 464 с.
4. Грищенко Ю.И. Финансовое планирование в некоммерческих организациях // Некоммерческие организации в России. 2011. № 2.
5. Ларина Л.Р. Источники финансирования некоммерческих организаций и управление ими // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6.
6. Новодворский В.Д., Перфильев Г.А. Признаки предпринимательской деятельности некоммерческих организаций // Некоммерческие организации в России. 2004. № 3.

Шмелева С.Ю.

Самарский государственный университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ САЛОНОМ КРАСОТЫ

В представленной работе рассматривается логистический подход в управлении деятельностью салона красоты, с помощью выявления риска, снижения спроса на услуги салона красоты.

Ключевые слова: сервис, клиентская база, исследования, статистика, анализ.

Салон красоты «Магия» находится по адресу: г. Самара ул. Новосадовая 139. Данный салон красоты был ориентирован для клиентов со средним заработком, которые желают за небольшие деньги получить качественные парикмахерские услуги без дополнительных новейших услуг по уходу за волосами.

Услуги салона красоты «Магия» включают в себя:

- Стрижки
- Окрашивание
- Укладки
- Временное выпрямление или завивка волос утюжком (вид укладки)

В данном салоне красоты могут обслуживаться одновременно пять клиентов. Чуткий и доброжелательный персонал всегда ответственно подойдет к пожеланиям клиента, а также клиенту будут предложены чай, кофе, сладости. Небольшой и уютный салон красоты находится рядом с несколькими развлекательными заведениями такими, как: культурно-развлекательный центр «Звезда»; Кафе «Coffee Moose»; Ресторан «IL Патио»; Ресторан «Бразилия». Такое местоположение весьма удобно, ведь в этих заведениях проходят многие праздничные мероприятия и клиенты салона красоты «Магия», готовящиеся к тому или иному мероприятию в одном из этих заведений, могут сразу после получения необходимых парикмахерских услуг отправиться на празднование или корпоратив, не затратив много времени на дорогу.

Салоны красоты никогда не утратят своей актуальности, поскольку желание хорошо выглядеть – естественная потребность человека в современном мире. Но в данном бизнесе возникают внешние и внутренние логистические риски. Салон красоты «Магия» столкнулся с риском снижения спроса на предоставляемые услуги в связи с увеличением количества салонов конкурентов.

Таблица 1

Логистические риски салона красоты «Магия»

Признак	Вид риска
Внешний	1. Риски, снижения спроса на оказываемые услуги; 2. Рыночные риски
Внутренний	1. Риски, связанные с оказанием услуг; 2. Риски, связанные со снижением уровня контактов с клиентами; 3. Риск снижения прибыли; 4. Форс-мажорные обстоятельства; 5. Риск, связанный с поломкой оборудования.

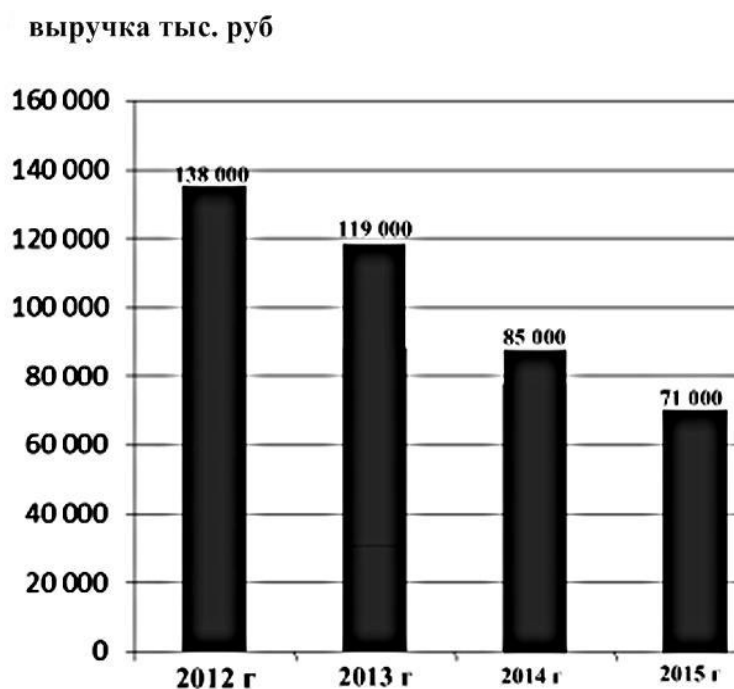


Рис. 1. Динамика выручки салон красоты «Магия» за период 2012-2015 год.

Исходя из представленной таблицы, можно сделать вывод, что в данном салоне красоты доминирует риск, связанный с оказанием услуг, снижением спроса на оказываемые услуги и, как следствие, снижение уровня контактов с клиентами, уменьшение прибыли.

$$Z=Z_0-K \times t,$$

где Z -тренд выручки гостиницы

Z_0 -максимальное значение тренда

$$K=tg \times (x_1/x_2)=0,5$$

Согласно представленному рисунку можно заметить, что с течением лет выручка салона красоты «Магия» идет на убыль, так как спрос на услуги салона уменьшается, но все же основная клиентская база остается. Проведя исследования, для выявления причины тенденции ухудшения эффективности салона красоты «Магия» я выявила несколько факторов:

Первый фактор, влияющий на ухудшение эффективности салона красоты является снижение спроса на оказываемые салоном услуги. Ведь за четыре года в салоне не появились дополнительные современные услуги, не расширился выбор предоставляемых услуг по уходу за волосами.

Второй фактор это возросший уровень конкуренции. Салоны – конкуренты предлагают аналогичные услуги и регулярно предлагают обновленные инновационные услуги по уходу за волосами.

Третий фактор это снижающаяся эффективность рекламы салона красоты «Магия».

Проанализировав все факторы, влияющие на уменьшение эффективности салона можно сделать вывод, что есть люди, сделавшие свой выбор в пользу салона красоты «Магия», и на их решение не влияет появление новых более современно оснащенных салонов. Эти люди и есть основная клиентская база салона, но необходимо работать над привлечением новых клиентов. Нужно совершенствовать, обновлять старые услуги, для расширения ассортимента предоставляемых услуг. Нужно работать над эффективностью рекламы, продвигать услуги салона.

Таблица 2

Исследование клиентов

Предоставляемые услуги	Женщины	Мужчины
стрижка	75,00%	60,00%
окрашивание	60,00%	25,00%
укладка	45,00%	5,00%

Исходя из данных таблицы 2 можно сделать вывод, что основной клиентурой являются женщины, желающие получить качественные и не дорогие парикмахерские услуги. Нужно расширить список предоставляемых салоном услуг для большего привлечения клиентов. Например, помимо временной укладки в список услуг можно включить такие услуги, как временная завивка, ламинирование волос, кератиновое выпрямление. Перечисленные услуги являются очень популярными в наше время.

Библиографический список

1. Чертыковцев В. К. Маркетинговое управление устойчивостью социально-экономической системы. 2014.
2. Чертыковцев В.К. Метод повышения точности прогнозирования параметров линейных динамических рядов маркетинговых процессов. 2009.