

**УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА ПЕНЗЫ
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ЦЕНТР ОБРАЗОВАНИЯ № 1 Г. ПЕНЗЫ**

МУНИЦИПАЛЬНЫЙ КЛАСТЕРНЫЙ ПРОЕКТ «ПРОДВИЖЕНИЕ»

НАПРАВЛЕНИЕ: АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКОЕ

**НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:
ИМИДЖ-САЛОН «ИНДИРА»**



**РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА: БИРЮЗОВА О.В.
КУРАТОР: МЕДВЕДЕВА О.Н.
КАПИТАН КОМАНДЫ: ТИМОШИНА НАТАЛЬЯ
СОЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЁР: Колледж парикмахерского
искусства и эстетики
«Бьюти-профи»**

ПЕНЗА, 2016/2017

Оглавление (содержание):

1.Введение:

- 1.1.актуальность проекта;
- 1.2.нормативная база;
- 1.3.практическая значимость;
- 1.4. цель и задачи;
- 1.5. целевая аудитория;
- 1.6. ожидаемые результаты проекта (индикаторы, показатели, значения).

2.Основная часть:

- 2.1.предполагаемые этапы проекта;
- 2.2. план-график проектных работ;
- 2.3.ресурсы проекта (наличные и необходимые);
- 2.4.бюджет проекта;
- 2.5.эффективность проекта;
- 2.6.риски проекта;
- 2.7.команда проекта.

3.Заключение

4.Список использованных документов

5.Приложения

1. Введение.

«Проект» в переводе с латинского языка – projektus¹ - «брошенный вперед».

В наше время модным словом «проект» называют деятельность по разработке и созданию чего-то полезного и нужного обществу или конкретно взятому человеку. Главное в проектной деятельности – результат.

Месторасположение имидж-салона: г. Пенза, ул. Воронова, 16 Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение центр образования № 1 г.Пензы (далее МБОУ центр образования № 1 г.Пензы)

Организационно-правовая форма бизнеса: Индивидуальный предприниматель, на текущий момент находится на стадии планирования и организации предприятия.

Название имидж-салона в переводе с индийского означает «КРАСОТА».

«ИНДИРА» - это:

- И** - индийские,
- Н** - необыкновенные,
- Д** - деловые,
- И** - интригующие,
- Р** - роскошные,
- А** - артистичные.

Именно такими мы видим, юношей и девушек, мужчин и женщин, выходящими из нашего салона, после работы наших мастеров:

*Салон «Индира» - стиль и красота,
Уникальность Индии загадочной.
Девчонки наши – супер-мастера,
Помогут сделать жизнь вам сказочной!*

1.1. Актуальность.

Одним из важнейших условий повышения результативности учебной деятельности является использование во внеурочной деятельности технологий проектирования с целью развития ее основных компонентов – исследовательских, поисковых, творческих умений, которые позволяют школьникам лучше справляться с требованиями учебной программы, развивают у них логическое мышление, создают внутренний мотив учебной деятельности в целом.

Для нас это тем более актуально, потому что с 2015-2016 учебного года старшекласники нашего общеобразовательного учреждения параллельно с получением среднего общего образования на базе школы приобретают навыки по специальности «Основы визажа». В этом направлении мы тесно сотрудничаем с Центром технологического образования молодежи г.Пензы. Кроме того, на базе нашей школы получают среднее общее образование студенты Колледжа парикмахерского искусства и эстетики «Бьюти-профи». Работа в имидж-салоне «ИНДИРА» научит их применению полученных теоретических знаний на практике, расширит их кругозор, потому что особенностью этого имидж-салона является создание индийского макияжа, индийских причесок и мехенди (биотату хной).

¹ В «Словаре иностранных слов» под редакцией А.Г.Спиркина, члена-корреспондента АН СССР, имеет несколько значений: 1) технические документы – чертежи, расчеты, макеты...., 2) предварительный текст какого-либо документа, 3) план, замысел. Аналогичное толкование данного слова дает «Словарь русского языка» С.И.Ожегова.

1.2. Нормативная база.

Проект исходит из целевых ориентиров, заданных в нормативных правовых актах Российской Федерации, Пензенской области, регулирующих вопросы образовательной политики:

- Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ;
- Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1662-р (с последующими изменениями);
- Концепцией развития дополнительного образования детей в Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 04.09.2014 г. № 1726-р;
- Концепцией развития системы образования Пензенской области на 2012-2021 гг.;
- Стратегией социально-экономического развития Приволжского федерального округа на период до 2021 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 07.02.2011 г. № 165-р;
- Стратегией социально-экономического развития Пензенской области на долгосрочную перспективу (до 2021 года), утвержденной Законом Пензенской области от 04.09.2007 г. № 1367-ЗПО (с последующими изменениями).

1.3. Практическая значимость.

Развитие и актуализация у школьников ключевых компетенций, необходимых для успешного продвижения в жизни, а именно лидерских, коммуникативных и организаторских способностей, умения планировать и достигать цели, посредством погружения в проектную деятельность по созданию своего бизнеса, в данном случае - имидж-салона «Индира» в сфере оказания парикмахерских услуг с национальным индийским колоритом (причесок, макияжа, мехенди). Такие услуги могут пригодиться для жителей нашего микрорайона и города при проведении какого-либо праздника, театрального или танцевального фестивалей, связанных с индийской национальной культурой. Работа имидж-салона «Индира» поможет расширить кругозор юношей и девушек, интересующихся обычаями, традициями, символикой Индии; оказать помощь в оформлении причесок, наложении макияжа и мехенди. Мехенди – это искусство росписи тела узорами из специальной хны, своеобразная копия татуировки коричневого цвета, имеющая временный характер.

Приведем пять аргументов в пользу нанесения биотату хной.

- 1. Безопасность метода.** Никаких иголок для нанесения менди не используется.
- 2. Краткосрочность.** Срок «жизни» росписи – максимум 3-4 недели. За такое время тату хной просто не успеет вам надоесть!
- 3. Высокие декоративные свойства.** Необычный рисунок гармонично впишется и в ретро-образ, и в образ восточной красавицы.
- 4. Лечебное воздействие.** Издревле порошок хны накладывали на мелкие ранки и царапины. Она обладает отличными ранозаживляющими свойствами. А еще делает кожу мягче, эластичнее. Поэтому татуировка хной – отличная профилактика ороговения и шелушения кожи рук.
- 5. Гипоаллергенность хны.** Естественный краситель практически не вызывает аллергии. Чтобы минимизировать риск негативного воздействия, мы НЕ ИСПОЛЬЗУЕМ порошок хны, который применяется как краска для волос. В нашем арсенале – профессиональный набор, который содержит масло и специальную пасту.

1.4. Цель и задачи проекта.

Цель проекта – овладение обучающимися проектной технологией в сфере организации своего бизнеса – создания имидж-салона «Индира».

Задачи проекта:

В рамках бизнес-проекта решаются следующие задачи:

- разработка и внедрение модели организации деятельности обучающихся на основе проектной технологии;
- формирование у них ключевых компетенций как универсального способа освоения проектной деятельности в сфере создания своего бизнеса;
- воспитание школьников в качестве активного, ответственного гражданина и творческого созидателя.

1.5. Целевая аудитория.

МБОУ центр образования № 1 г. Пензы, на базе которого будет располагаться имидж-салон «ИНДИРА», находится в Первомайском районе г. Пензы, по ул. Воронова, 16. Данный микрорайон сравнительно молодой. Построен в 80-х гг XX века. В нем достаточно хорошо развита инфраструктура. Активно курсирует разнообразный транспорт, рядом с зданием школы находится остановка общественного транспорта, есть парикмахерские, работающие по общепринятым стандартам, но среди них нет ни одной парикмахерской, которая в создании причесок, макияжа, визажа использовала бы какой-либо национальный колорит.

В микрорайоне находится много школ (МБОУ СОШ №№ 32, 46, 65) и МБОУ центр образования № 1 г. Пензы, старшеклассников которых могут заинтересовать услуги имидж-салона «Индира». Кроме того, на базе нашей школы получают среднее общее образование студенты среднеспециальных учебных заведений (Пензенского многопрофильного колледжа, Пензенского художественного училища, Колледжа парикмахерского искусства и эстетики «Бьюти-профи», Пензенского медицинского колледжа), организована и работает студия индийского танца «Валери», которых также могут заинтересовать услуги имидж-салона «Индира».

1.6. Ожидаемые результаты проекта.

Открытие новых заведений сферы услуг может стать выгодным и прибыльным бизнесом или «зачахнуть» еще до того, как успеет набрать обороты. Грамотный подход к исследованию спроса на услугу позволит сделать правильные первые шаги в бизнесе и добиться безубыточности впоследствии.

Проведя опрос посетителей мастер-класса, выявили предпочтения клиента, уточнили, какими услугами чаще всего пользуются в салонах красоты, определили основные критерии выбора салона.

В ходе исследования мы пришли к следующим выводам:

из 100 человек опрошенных клиентов находятся в возрасте от 13-25 лет (95 %)

Эти данные позволили определить, что имидж-салон «ИНДИРА» будет популярен у подростков и молодежи. Для привлечения внимания к своим услугам имидж-салон «Индира» планирует использовать **социальные сети для распространения информации** о своих услугах. По итогам опроса 79% респондентов используют социальную сеть ВКонтакте. Для привлечения и удержания клиентов салон планирует использовать приемы мотивации клиентов. Скидку на посещение, в качестве подарка от имидж-салона предпочитают – 74%.

2. Основная часть:

2.1. Предполагаемые этапы проекта.

Краткосрочный и долгосрочный эффект от реализации проекта: на 1 этапе деятельности:

- ✓ найти наиболее выгодное направление предпринимательской деятельности при относительно малых накопительных вложениях;
- ✓ наработка опыта в данном виде деятельности;

- ✓ наработка своего контингента клиентов.
- на 2 этапе:
- ✓ дальнейшее расширение бизнеса путем увеличения ассортимента услуг, создания дополнительных рабочих мест - прием мастера-визажиста.

Главная стратегия предприятия – предоставление услуг высокого качества. Деятельность имидж-салона «Индира» ориентирована на клиентов со средним и низким достатком, поэтому будет проводиться гибкая ценовая политика.

Основными преимуществами данного вида деятельности являются:

- ✓ свободный график работы;
- ✓ независимость от работодателя;
- ✓ возможность проявить все свои самые лучшие качества и желание работать на себя и свою семью;
- ✓ возможность выстроить свою систему скидок для постоянных клиентов, тем самым увеличив количество клиентов, следовательно, и объем прибыли;
- ✓ достаточно небольшая сумма первоначальных вложений.

Для финансирования бизнес-проекта на первом этапе необходимо вложение инвестиций в сумме 27 045 рублей.

Срок окупаемости проекта составит 4-5 месяцев.

Рентабельность реализации услуг – 27,7 %.

Рентабельность деятельности — 32,3 %

2.2. План-график проектных работ.

В результате проведенных исследований было выявлено, что реальную конкуренцию имидж-салона «Индира» могут составить уже успешно работающие на этом рынке услуг салон-парикмахерская «Сакура», «Зазеркалье», «NANOMAX», эконом-парикмахерская, расположенные в том же районе, что и наш имидж-салон. Данное месторасположение выбрано не случайно

Таблица 1- Матрица сильных и слабых сторон основных конкурентов

| Факторы | «Индира» | Конкуренты | | |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| | | Салон-парикмахерская «Сакура» | Салон-парикмахерская «Зазеркалье» | Салон-парикмахерская «NANOMAX» |
| Качество | Высокое | Среднее | Высокое | Высокое |
| Уровень цен | Средний | Высокий | Высокий | Высокий |
| Ассортимент | Узкий | Широкий | Широкий | Широкий |
| Репутация фирмы | Не совсем известный, так как имидж-салон только открывается | Известна, постоянным клиентам | Известна, постоянным клиентам | Известна, постоянным клиентам |

Для того чтобы начать деятельность по оказанию услуг необходимо подобрать помещение, где будет размещен офис.

Имидж-салон «Индира» будет располагаться в многонаселенном районе города с развитой инфраструктурой по адресу г. Пенза, ул. Воронова, 16. Это помещение, арендованное у МБОУ центр образования № 1 – учебная парикмахерская, расположенная в школе. В данном учреждении обучаются большое количество учащихся и сотрудников, которые также могут стать нашими постоянными клиентами.

Так как арендуемое нами помещение уже оборудовано под учебную мастерскую-парикмахерскую, то средства на оборудование помещения не требуются, необходимо лишь закупить необходимые материалы для работы.

Таблица 2- Потребность в инструментах и материалах

| Наименование оборудования | Количество единиц | Цена за единицу, руб. | Стоимость, руб. |
|---------------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|
| Лак для волос | 3 | 365,00 | 1095,00 |
| Пена для волос | 2 | 200,00 | 400,00 |
| Мусс для волос | 2 | 150,00 | 300,00 |

| | | | |
|---|---|-------------------------|----------------|
| Хна для росписи | 5 | 100,00 | 500,00 |
| Профессиональный набор теней для макияжа | 1 | 950,00 | 950,00 |
| Профессиональные средства и материалы (расчески, бигуди, шпильки, невидимки, краска для ресниц и т.д.) | - | - | 5000 |
| ИТОГО | | | 8145,00 |
| Наличие собственных основных средств | | | |
| Фен | 2 | 2700 | 5400 |
| Утюг для волос | 1 | 2000 | 2000 |
| Компьютер с выходом в Интернет (для рассылки заказов и рекламных проспектов, для ведения документооборота и т.д.) | - | имеется в собственности | |
| Сотовый телефон | 2 | имеется в собственности | |

На первом этапе предполагается закупить необходимые материалы, для привлечения клиентов провести широкую рекламную деятельность в виде повсеместной раздачи рекламных листовок, визитных карточек в магазинах, в школе, размещения объявления на сайтах, а также размещения объявлений на рекламных стендах города о деятельности имидж-салона.

Таблица 3 - Потребности в материальных ресурсах на программу 2016 г.

| Наименование вида материальных ресурсов | Потребности на программу 2016 год | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
| | I квартал | | II квартал | | III квартал | | IV квартал | |
| | в натур. Выражении | сумма, руб. | в натур. выражении | сумма, руб. | в натур. выражении | сумма, руб. | в натур. выражении | сумма, руб. |
| Фен | 2 | 5 400 | 2 | 5130 | 2 | 4860 | 2 | 4590 |
| Утюг для волос | 1 | 2 000 | 1 | 1900 | 1 | 1800 | 1 | 1700 |
| Профессиональные средства и материалы (расчески, бигуди, шпильки, невидимки, краска для ресниц и т.д.) | - | 5 000 | | 7000 | | 5000 | | 5000 |
| Парикмахерские косметические средства | - | 3145 | | 7970 | | 0 | | 7970 |
| Прочие расходы (фартуки, полотенца, накидки) | - | 5 000 | | 3 000 | | 3 000 | | 3 000 |
| ИТОГО: | | 20545 | | 25000 | | 14660 | | 22260 |

Залогом успеха в реализации маркетингового плана будет являться наличие клиентской базы, готовой к сотрудничеству.

Виды услуг имидж-салона являются востребованными в районе Микрорайона Окружная, т.к. есть парикмахерские, работающие по общепринятым стандартам, но среди них нет ни одной парикмахерской, которая в создании причесок, макияжа использовала бы какой-либо национальный колорит.

Одним из способов стимулирования сбыта - это прием заказов по телефону, т.е. по записи. Также имидж-салон может оказывать такую услугу клиентам, как выезд мастера к клиентам на дом.

Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на качество и цены на услуги. Помимо парикмахерских услуг, потребителям будут представлены услуги по росписи хной биотату (мехенди).

При формировании цены на услуги ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний и низкий целевой сегмент потребителей услуг и объем затрат имидж-салона «Индира».

Таблица 4 - Прейскурант цен на оказание услуг имидж-салона «Индира»

| | Наименование услуги | Стоимость услуги, руб. |
|----|--|------------------------|
| 1 | Укладка волос феном: короткие, средние, длинные; | 200, 250, 300 |
| 2 | Укладка волос на бигуди: короткие, средние, длинные; | 80, 100, от 100 |
| 3 | Укладка волос на щипцы: короткие, средние, длинные; | 70, 80, от 100 |
| 4 | Укладка – локоны (щипцы) | от 300 - 600 |
| 5 | Прическа вечерняя, свадебная, в индийском стиле | 500 - 800 |
| 6 | Пена, мусс, лак | 20, 30, 40 |
| 7 | Мытье головы | 40, 50, 60 |
| 8 | Макияж | |
| 9 | в индийском стиле | 300-600 |
| | вечерний | 500-750 |
| | Мехенди (роспись хной, биотату) | |
| 10 | Маленькая | от 50 |
| | Ладонь | от 100 |
| | До запястья | от 150 - 300 |
| | До локтя | от 300 – 500 |
| | Сложный рисунок | 700 |

Затраты собственных средств на непредвиденные расходы в начале создания будут минимальными, значит данные расходы в учет брать не будем.

Таблица 5 – Источники финансирования

| № п\п | Наименование источника | Сумма, руб. |
|-------|----------------------------------|-------------|
| 1. | Собственные средства | 27045 |
| 2. | Привлеченные средства | - |
| 3. | Заемные средства – беспроцентные | - |
| 4. | Заемные процентные средства | - |
| | Итого | 27045 |

Таблица 6 - Смета единовременных затрат (1 квартал)

| № п\п | Статьи затрат | Сумма в руб. |
|-------|--|--------------|
| 1. | Основные средства, расходные материалы | 20545 |
| 2. | Реклама | 3500 |
| 3 | Аренда помещения | 3000 |
| | Итого | 27045 |

Таблица 7 - Расчет дохода от реализации услуг за 1 квартал и за 2016 год согласно производственному плану

| № п\п | Наименование услуги | Ед. измерения | Кол-во в январе | Кол-во в феврале | Кол-во в марте | Кол-во с апреля по декабрь | Цена за единицу | Сумма за 1 квартал, руб. | Сумма за 2016 г., руб. |
|-------|---------------------|---------------|-----------------|------------------|----------------|----------------------------|-----------------|--------------------------|------------------------|
| 1. | Укладка волос | шт. | 5 | 10 | 10 | 60 | 250 | 6250 | 25000 |

| | | | | | | | | | |
|-------|--|-----|----|----|----|-----|-----|-------|--------|
| | феном | | | | | | | | |
| 2. | Укладка волос на бигуди | шт. | 5 | 5 | 10 | 60 | 100 | 2000 | 8000 |
| 3. | Укладка волос на щипцы | шт. | 3 | 5 | 8 | 48 | 300 | 6300 | 25200 |
| 4. | Прическа вечерняя, свадебная | шт. | 4 | 6 | 10 | 60 | 600 | 12000 | 48000 |
| 5. | Роспись хной | шт. | 10 | 20 | 30 | 270 | 100 | 6000 | 24000 |
| 6. | Макияж в индийском стиле | шт. | 5 | 5 | 10 | 60 | 600 | 12000 | 48000 |
| 7. | Макияж вечерний | шт. | 5 | 10 | 10 | 60 | 750 | 18750 | 75000 |
| 8. | Прическа с индийским колоритом с выездом | шт. | 2 | 5 | 8 | 60 | 850 | 12750 | 51000 |
| Итого | | - | 39 | 66 | 96 | 678 | - | 76050 | 304200 |

Таблица 8 - Расчет чистого дохода от реализации услуг в течение 1 квартала согласно производственному плану

| №п/п | Показатель | Сумма за 1 квартал, руб. | Сумма за 2016 год, руб. |
|------|---|--------------------------------|-------------------------|
| 1 | Доход от реализации услуг | 76050 | 304200 |
| 2 | Расходы в том числе: Основные расходные материалы Реклама Аренда помещения | 27045 20545 3500 3000 | 81135 |
| 3 | Оплата телефона, интернет – услуг | 3000 | 12000 |
| 5 | Вознаграждение работникам | 37224 | 111672 |
| 6 | Чистый доход | 8781 | 99393 |

Ниже представлены результаты расчета разных систем налогообложения.

Таблица 9 – Расчет налогов с учетом разных объектов налогообложения

| Показатели | Сумма, руб. | Ставка налога в % | Сумма налога, руб. |
|---------------------------------------|--------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Налоговая база – доход | 304200 | 6 | 18252 |
| Налоговая база – доходы минус расходы | 99393 | 15 | 14909 |
| ПСО УСН | 1000000 (4 более наемных работников) | 6 | 60 000 |
| ЕНВД | 99519 | 15 | 14928 |

Исходя из таблицы 9 видно, что для ИП менее затратной системой налогообложения является налоговая база – «Доходы – расходы».

Чистая прибыль за квартал прогнозируется в размере:

$$99393 - 14909 = 84484 \text{ руб.}$$

Расчет страховых взносов индивидуального предпринимателя:

МРОТ на 1 января 2016 года в России установлен в 6204 рублей в месяц, страховой тариф составляет 26%. В итоге страховые взносы ПФР будут равны 19356,48 руб. в год. Сумма эта получилась так: $6204 * 26\% * 12$, а с учетом платежей в ФФОМС $6204 * 5,1 * 12 = 3796,85$ руб. Итого обязательные взносы за 2016 год = $19356,48 + 3796,85 = 23153,33$ руб.

Оплатить их нужно будет до 31 декабря 2016 года.

Расчет страховых взносов, которые обязан заплатить индивидуальный предприниматель за своих наемных работников:

$148896 (26 \% + 5,1\%) = 46307$ руб.

Размер страховых взносов составит 46307 руб. Оплатить их нужно будет также до 31 декабря 2016 года.

Кроме того индивидуальный предприниматель является налоговым агентом по уплате НДФЛ для наемного работника, т.е. с суммы доходов работника с учетом налоговых льгот вычисляется НДФЛ по ставке 13% и перечисляется в бюджет ежемесячно.

Расчет срока окупаемости инвестиций на организацию бизнеса:

При условии стабильности рынка и минимальным набором услуг, оказываемых имидж-салонем «Индира» (табл. 8) произведем расчет ожидаемой годовой прибыли; расчеты сведены в таблицу 10.

Таблица 10 – Расчет ожидаемого чистого годового дохода имидж-салона (2016 г.)

| Показатель | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал |
|--|-----------|------------|-------------|------------|
| Доходы, руб. | 76050 | 140523 | 140523 | 140523 |
| Дополнительно инвестированные средства, руб. | 27045 | 52045 | 12385 | 4785 |
| Чистый доход, руб. | 49005 | 88480 | 128138 | 135738 |

Из таблицы видно, что окупаемость первоначальных инвестиций (27045 руб.) произойдет уже во втором квартале.

Профиль инвестиционного проекта представлен на рисунке 1.

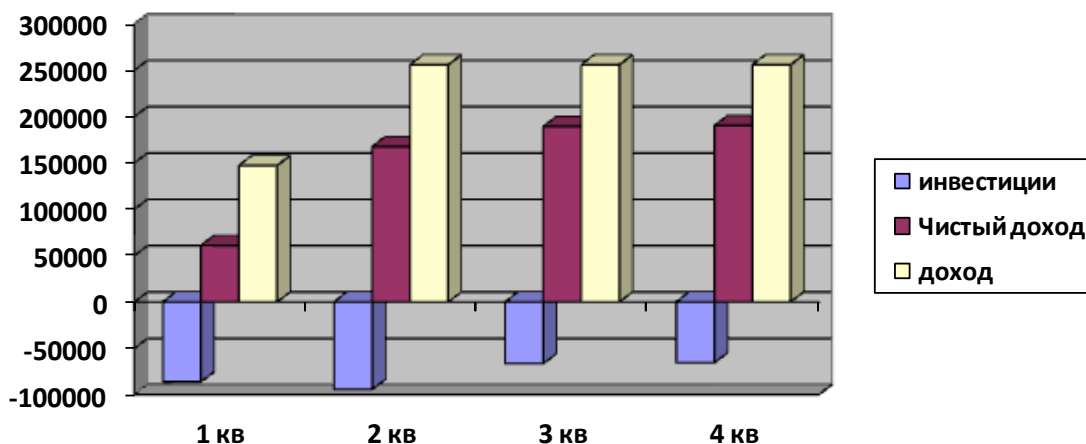


Рисунок 1 - профиль инвестиционного проекта

Рентабельность деятельности имидж-салона «Индира» будет зависеть от востребованности у клиентов тех или иных видов услуг. Коэффициенты рентабельности показывают, насколько прибыльна деятельность предприятия. Эти коэффициенты рассчитываются как отношение полученной прибыли к затраченным средствам либо как отношение полученной прибыли к объему реализованной продукции.

Рентабельность реализации услуг = $\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Чистая выручка}}$, в нашем случае это 27,7 % (84484 : 304200).

Рентабельность деятельности = $\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{затраты}}$,

Рентабельность деятельности — 32,3 % (исходя из чистой прибыли и полных затрат в сумме 261 853 руб., включающих в себя выплаченную заработную плату, инвестиции

в организацию бизнеса и налоги)

Расчет точки безубыточности:

По данным таблицы 7 рассчитаем среднюю стоимость услуги (по средней взвешенной формуле). Она равна 346 руб.

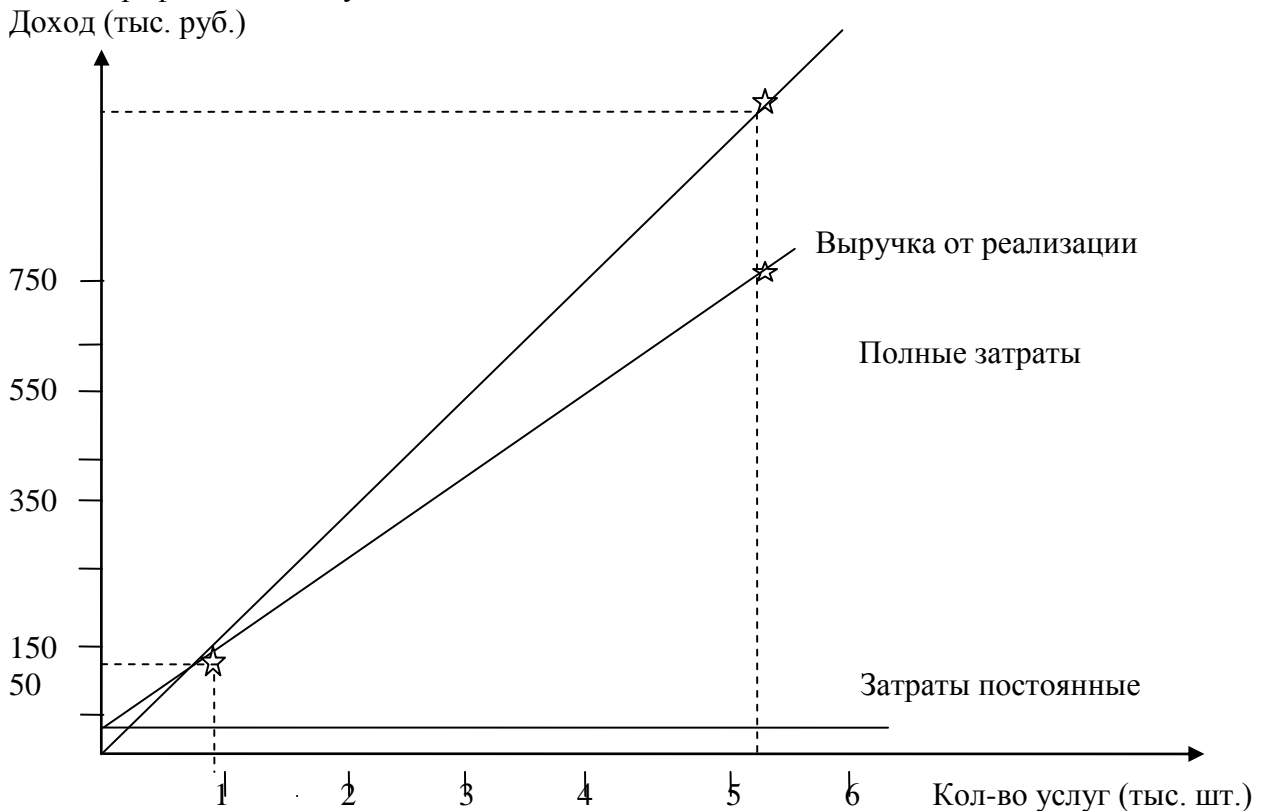
По данным таблицы 8 рассчитаем средние расходы на одну услугу. Она равна руб. Это будут удельные переменные расходы на одну услугу.

Постоянные затраты ежемесячно составляют 13000 руб. (аренда помещения и оборудования, а также абонентская плата за телефон, интернет) и они не зависят от объема предоставляемых услуг. Постоянные затраты за год составляют 39000 руб.

Имея эти данные, можно рассчитать минимальный объем услуг (в стоимостном и количественном выражении), которое необходимо для покрытия всех затрат.

Объем критический = $\frac{\text{Затраты постоянные}}{\text{Цена} - \text{удельные переменные затраты}} = \frac{39000}{346 - 233} = 345$ (шт). Чтобы окупить вложенный капитал необходимо оказать вышеперечисленные услуги не менее 345 раз на сумму 119 370 руб.

Графически это будет выглядеть так:



3. Заключение

Бизнес – планирование – необходимый элемент эффективной деятельности фирмы на рынке. Бизнес – план является эффективным инструментом управления, который помогает фирме определить перспективы своего дела, контролировать текущую ситуацию. План даёт основу для принятия рациональных решений, позволяет оформить и анализировать интуитивные предложения.

На основании ответов респондентов, разработали оптимальный ассортимент услуг для своего имидж-салона «ИНДИРА» при МБОУ центре образования № 1 г.Пензы:

- женская прическа с индийским колоритом, долговременная укладка волос;
- индийский *макияж*;
- биотату - *ропись хной – мехенди (временное тату)*.

Таким образом, в будущем имидж-салоне «ИНДИРА» особенной популярностью будет пользоваться

- ✓ макияж
- ✓ прически с индийским колоритом
- ✓ мехенди

так как в салонах красоты, находящихся в микрорайоне по предварительному анализу, акцент делается не на макияж, а на ногтевой сервис, на парикмахерские услуги (стрижка, завивка, укладка и др.) Прически с индийским колоритом и мехенди не делает ни один салон не только в микрорайоне, но и в городе.

Из вышеприведенных расчетов видно, что проект достаточно выгоден и имеет право на существование и реализацию, так как расходы, вложенные в организацию бизнеса, окупятся уже во втором квартале. Малый срок окупаемости снижает риски проекта, однако существует достаточно высокий риск на рынке данных видов услуг:

- ✓ нестабильность экономической ситуации в регионе;
- ✓ невостребованность тех или иных видов услуг;
- ✓ плохая рекламная деятельность сотрудников фирмы;
- ✓ наличие большого количества конкурентов.