Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНА.....5
1.1. Цель, функции и структура бизнес-плана.....5
1.2. Инвестиционное проектирование в бизнесе.....12
1.3 Выбор методов оценки эффективности инвестиционного проекта.....18
ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА 28
2.1 Организационная характеристика организации свадебного салона «Богиня».....28
2.2 Анализ рынка свадебных услуг в РФ.....29
2.3. Анализ конкурентоспособности.....40
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ООО «САЛОН БОГИНЯ» И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ.....46
3.1. Обоснование бизнес-проекта.....46
3.2. План маркетинга.....47
3.4. Производственный план.....51
3.5. Организационный план.....56
3.6. Финансовый план.....58
3.7. Оценка эффективности проекта.....73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....79
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....82

ВВЕДЕНИЕ

Разработка бизнес-плана является важным условием для начала бизнеса и его функционирования. В идеале каждое предприятие должно иметь развитый набор целей и задач, подумать над стратегией преобразования целей в действия. В маркетинге принято считать, что наличие бизнес-плана является одним из инструментов повышения рентабельности предприятия и защиты от необоснованных рисков.

В условиях рыночной экономики предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если они не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и накапливать информацию о состоянии целевых рынков, о позиции конкурентов на них и о собственных перспективах и возможностей. При всем разнообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности для различных фирм. Необходимо, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым снижая риск достижения целей.

Актуальность этой темы в современных условиях подчеркивается тем фактом, что проблема привлечения инвестиций, способная создать мощный импульс для развития, сегодня беспокоит большинство коммерческих организаций. Организации должны в полной мере учитывать условия, при которых они получают инвестиции. В противном случае они рискуют потерять деньги, а в некоторых случаях станут банкротами. Тот, кто предоставляет деньги, инвестор заинтересован в прибыли, которую он может получить.

Важнейшим элементом организации предпринимательской деятельности в рыночной экономике является бизнес-план, который в мировой практике является основой для оценки жизнеспособности вновь созданных коммерческих предприятий или планируемых ими для реализации проектов разработки новых продуктов.

В российской практике бизнес-план стал широко распространенным с 1990-х годов, когда переход к рыночному механизму инвестиций потребовал изменения в принципах финансирования капиталовложений.

Разработка новой модели инвестиционного планирования была вызвана, с одной стороны, сокращением государственных инвестиций, что потребовало поиска альтернативных источников финансирования и на регулярной основе; с другой стороны, цели обеспечения соответствия разработанных проектов международным стандартам.

Основная **цель** данной выпускной квалификационной работы - разработка бизнес-плана вновь созданной организации.

Реализация поставленной цели требует решения следующих **задач:**

- изучить теоретические основы разработки инвестиционного проектирования;
- изучить содержание и структуру бизнес-плана;
- провести анализ рынка свадебных услуг;
- разработать бизнес-план по созданию салона;
- провести оценку экономической эффективности созданного проекта и его устойчивости в условиях воздействия на него факторов внешней среды.

Объект исследования – ООО «Салон Богиня».

Предметом исследования является методы, подходы, инструментарий разработки создания бизнес-организации.

Методологической основой исследования явились такие методы как анализ, логический подход к оценке экономических явлений, сравнение изучаемых показателей.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы труды отечественных и зарубежных авторов: Баканов М.И., Вайсман А., Волков О.И., Головань С.И., Коссов В.В., Орлова П.И., Фишер С., Чуев И.Н. и других.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1. Цель, функции и структура бизнес-плана

Сегодня в России бизнес-план представляет собой официальный документ, при помощи которого добываются денежные средства. На Западе его нередко именуют «сделкой».

В России бизнес-план впервые появился в 90-х годах и разительно отличался от действующей документации. Его появление было встречено довольно прохладно; многие предприниматели не только не обратили на него никого внимания, но и продолжали пользоваться привычными технико-экономическими обоснованиями.[1]

На практике стало понятно, что разработка и ведение бизнес-плана требуют знаний отечественного бизнеса. Из-за этого далеко не все предприниматели начали предъявлять, разрабатывать и требовать бизнес-план.

Разработка бизнес-плана многими предприятиями осуществляется по их собственным рекомендациям и методикам путем создания списка вопросов, на которые необходимо дать ответы в данном документе. Бизнес-план требуется не только коммерческими, но и государственными банками от своих потенциальных помощников.

Практически во всех сферах предпринимательской деятельности используется бизнес-план. Фактически, весь процесс функционирования предприятия описывается в данном документе. В нем также может отображаться способ достижения поставленных задач и целей. Качественный и грамотно составленный бизнес-план позволяет компании, расти, развиваться, завоевывая новые позиции на рынке, составляя концепции производства новых услуг и товаров и подбирая наиболее рациональные способы их реализации. Проще говоря, в бизнес-плане достаточно подробно описаны основные аспекты предприятия, осуществляется анализ проблем, с

[1]. Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: Анализ рынка компьютерной техники в РФ // электр. сб. ст. по материалам XIX студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2014 —№ 12(19)

которыми придется столкнуться, и находятся способы их решения. Бизнес-план одновременно представляет собой проектную, поисковую и научно-исследовательскую работу.

Основной целью разработки бизнес-плана является обоснование предпринимательской состоятельности решений, связанных с созданием или развитием предприятия. Она предполагает выполнения сразу двух основополагающих требований:[2]

- полная окупаемость вкладываемых денежных средств;
- получение прибыли, размер которой должен полностью оправдывать отказ от использования других ресурсов и в полной мере компенсировать риски, связанные с неопределенностью конечного результата.

Выделяют несколько основных функций бизнес-планирования в современной экономической практике:[3]

- составление и разработка генеральной стратегии фирмы посредством использования бизнес-плана;
- оценка и контроль развития основной деятельности предприятия благодаря функции планирования;
- инвестирование в проект денежных средств со стороны;
- привлечение партнеров, которые могут вложить в процесс развития предприятия собственные технологии или капитал.

Основные функции бизнес-плана сведены в таблице 1.[4]

Таблица 1

Основные функции бизнес-плана

Внутрифирменная деятельность	Внешние функции
Разработка стратегии (концепции) развития фирмы и конкретизация отдельных направлений ее деятельности	Привлечение для реализации проектов инвестиций
Разработка и осуществление проектов создания новой продукции (услуги)	Обоснование для включения проектов в государственные программы и получение

[2]. Абрамов А. Е. Основы анализа финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности предприятия в 2-х ч. М.: Экономика и финансы АКДИ, 2013 – С.74.

[3]. Головань С.И. Бизнес-планирование: учеб. Пособие / С.И. Головань. – Ростов н/Д.: «Феникс», 2014. – С.215.

[4]. Там же - С.135.

	средств из централизованных источников
Оценка внутреннего научного, технического, производственного и коммерческого потенциала фирмы и выявление резервов	Получение банковских кредитов
Подготовка и осуществление мероприятий по внедрению новых технологий и приобретению оборудования	Обеспечение успешной реализации акций фирмы на фондовом рынке
Подбор новых и переобучение собственных рабочих и специалистов	Организационно-финансовое обоснование необходимости создания совместных производств, предприятий с использованием иностранного капитала и других форм совместной деятельности.
Контроль над финансовыми результатами деятельности фирмы	Разработка и осуществление мероприятий по созданию финансово-промышленных групп
Мероприятия по снижению степени риска в деятельности фирмы	-
Формирование благоприятного имиджа фирмы	-
План мер предупреждения банкротства и выхода из кризисных ситуаций	-
Подготовка и проведение собраний акционеров фирмы	-

В данной работе рассматривается бизнес-план для организации предприятия в сфере торговли и обслуживания, характеристики которого необходимо рассмотреть более подробно.

Структура бизнес-плана состоит из письменного описания проекта, количества и сроков его реализации. Такой план характеризует целесообразность его существования. Состав бизнес-плана во многом зависит от области, в которой расположен проект, а также от его размера.

Таким образом, если предполагается производство нового типа продукта, необходимо разработать наиболее подробный бизнес-план, в котором будут описаны все преимущества нового продукта, а также процесс его изготовления.

При создании открытия торгового объекта, бизнес-план может быть простым и включать только разделы с кратким описанием и расчетами периодов окупаемости. Структура и содержание бизнес-плана играют важную роль в начале деятельности организации.

Разработка подобного плана осуществляется с учетом сразу нескольких условий.

Первое - бизнес-план должен быть грамотным и профессиональным, поскольку о компетенции предпринимателя будут судить по его содержанию и тщательности проработки отдельных разделов.

Второе - бизнес-план должен быть изложен понятным и простым для пользователя языком.

Третье - структура бизнес-плана должна быть таковой, чтобы любое заинтересованное в нем лицо - инвестор, партнер - могло с легкостью отыскать необходимые ему пункты. Информация для наглядного и более понятного восприятия может преподноситься при помощи графиков, схем, диаграмм и таблиц.

Четвертое - желательно, чтобы бизнес-план оценивался объективно, а в расчетах отсутствовали ошибки.

Пятое - распространение бизнес-плана должно строго контролироваться, поскольку в нем может содержаться конфиденциальная информация о предпринимателе, его бизнесе или партнерах.

Бизнес-план предприятия решает определенные задачи, которые выявляются с учетом всех его функций и требований, предъявляемых к нему:[5]

- обоснование экономической целесообразности создания предприятия и направлений его дальнейшего развития;
- расчет прогнозируемых результатов деятельности;
- определение источника финансирования для реализации выбранной стратегии;
- подбор сотрудников, способных реализовать составленный план.

Целесообразность создания нового предприятия в сфере сервисных услуг оценивается тремя основными категориями характеристик:

[5]. Уткин Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – С.58.

а) общие: годовая прибыль, потенциальная и существующая конкуренция, размер инвестиций и сроки их компенсации, различные трудности и способы их преодоления, степень риска;

б) маркетинговые: конкурентоспособность товаров и услуг, привлекательность для существующего рынка, потенциальный срок жизни услуги или товара. Информация, которая отражается в маркетинговом плане должна содержать убедительность потенциального потребителя приобрести этот продукт для себя. Покупатели в этом случае имеют свои характеристики, например, в месте в цепочке поставок, а также статус - они могут быть юридическими или физическими лицами, с большим и малым достатком.

в) производственные: простота производства товара или оказания услуги, доступность необходимых ресурсов, соответствие производственным мощностям, возможность производства услуг или товаров по конкурентной стоимости.[6]

Коммерческая состоятельность бизнес-плана состоит из двух элементов: экономической эффективности инвестиций и финансовой состоятельности созданного проекта.

Определение потенциальной возможности обеспечения необходимого уровня прибыли проекта осуществляется посредством экономической оценки, или оценки эффективности вложения капитала. Судьба проекта зависит от оценки эффективности капиталовложений, проводимой во время инвестиционного анализа.

Основная задача финансовой оценки - выбор конкретной схемы финансирования проекта, от которой зависит экономический потенциал всего проекта. При оценивании проекта рассматриваются только те потери и выгоды, которые измеряются в денежном эквиваленте, в строгом соответствии с экономическим подходом.

---

[6]. Чеботарев Н. Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Учебник / Н.Ф. Чеботарев. - М.: Дашков и Ко, 2017. – С.124.

Модель может пополняться новыми блоками по мере необходимости и в зависимости от исходных данных, применяемых методов расчета разных параметров и уровня детальности.

Бизнес-план предприятия в сфере торговли и обслуживания разрабатывается с учетом специфики данного вида деятельности. Услуги, предлагаемые таким предприятием, направлены на конкретного потребителя и строго локальны, характеризуются сезонностью спроса, смешением процессов производства и реализации услуг.

Экономико-математическая модель бизнес-плана состоит из обязательных блоков расчета: потока финансовых средств, прибыли и финансового баланса. Схема экономико-математической модели бизнес-плана показана на рисунке 1.[7]

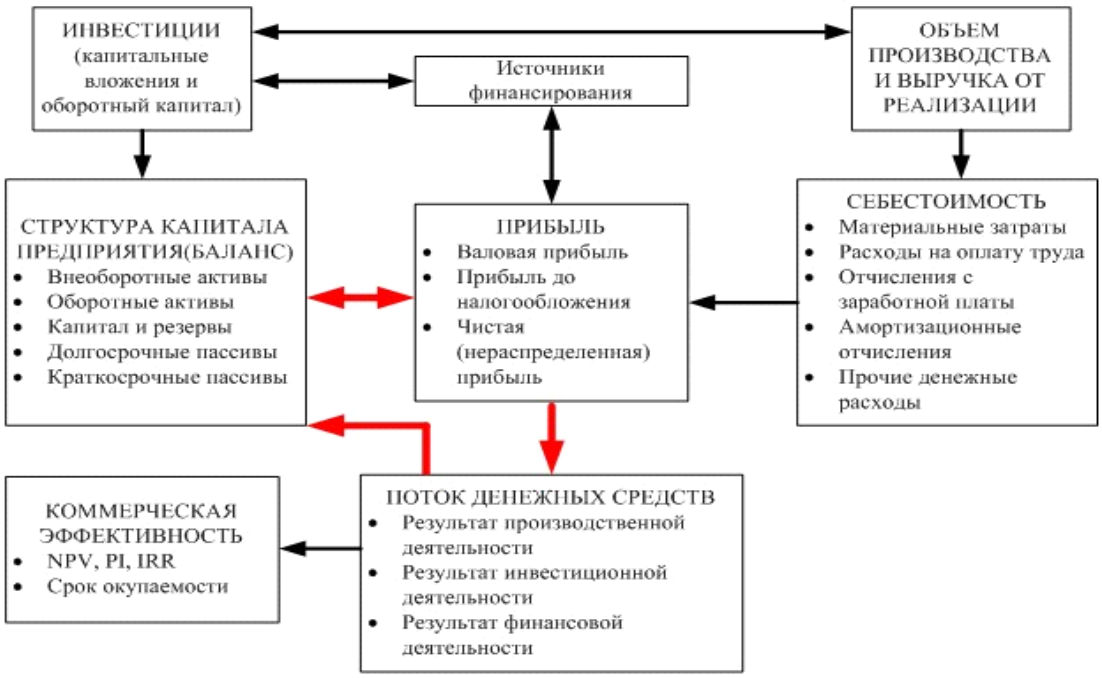

Рис. 1. Схема экономико-математической модели бизнес-плана

Каждый из таких блоков обладает своими параметрами, которые соответствуют конкретному временному промежутку и определяются с учетом инвестиционных вложений, производственного объема и структуры источников финансирования.

[7]. Крутиков В.К., Аракелян С.А., Дорожкина Т.В., Субботина Т.Н., Якунина М.В. Бизнес планирование. Учебно-методическое пособие. Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд-во «Эйдос»), – 2017. – С.54.

Отдельное внимание должно уделяться каждому новому предприятию сервисного обслуживания, поскольку оно создается для удовлетворения потребностей потребителей. Каждое предприятие обладает своими специфическими особенностями, которые обязательно учитываются при создании центра, определении концепции и выделения перспектив предприятия.[8]

Подобная деятельность требует знаний об особенностях подобных предприятий подходящего подбора методов оценки эффективности проекта.

Таким образом, структура и содержание бизнес-плана являются основными компонентами, от которых многое зависит процесс реализации проекта.

Следует отметить, что в настоящее время на практике используется множество продуктов, которые упрощают подготовку бизнес-плана. Существуют специальные программы, при помощи которых можно создать планирование и расчет основных показателей рентабельности и эффективности проекта. Также используются специальные программы, предназначенные исключительно для разработки маркетинговых стратегий, а также для описания производственных процессов.

При правильном подходе к составлению основных разделов этого документа можно привлечь внимание инвесторов и в то же время получить средства для финансирования своей идеи. Однако для того, чтобы бизнес-план был настолько грамотным и привлекательным, насколько это возможно во многих аспектах, необходимо обратить внимание на многие элементы. Очень важно четко соблюсти структуру и описание всех действия с точки зрения эффективности. Необходимо следовать порядку последовательности.

[8]. Веснин В.Р. Основы менеджмента: курс лекций / В.Р. Веснин. – М.: Знание, 2013. – С.96.

1.2. Инвестиционное проектирование в бизнесе

Инвестиционное проектирование представляет собой комплексное обслуживание для обоснования возможности инвестирования в бизнес-идею, которое охватывает весь спектр работ по планированию.

При разработке своей деятельности предприятие или организация могут:

- рассмотреть все возможные варианты развития бизнеса;

- учесть всевозможные риски и выбрать меры эффективной защиты;

- с точностью спланировать необходимые инвестиционные потребности и распределить их с течением времени;

- разработать оптимальную модель будущего бизнеса.

Рассматривая инвестиционное проектирование как услугу, предоставляемую клиентам специализированными организациями (компаниями, инвестиционными банками), то ряд потребителей таких услуг будет включать:

- авторы или разработчики продуктов (бизнес-идеи), которые планируют протолкнуть их на рынок, разработать основу своего бизнеса;

- представители интересов молодых, активно развивающихся предприятий со значительными рыночными перспективами, но имеющие отсутствие инвестиционных ресурсов;

- инициаторы модернизации или расширения производства с выходом на новые рынки или выпуска нового продукта;

- инвесторы, желающие принять аргументированное и разумное решение по выбору инвестиционного проекта.

Каждое инвестиционное проектирование состоит из нескольких этапов, которые необходимы для таких целей, как: принять окончательное решение инициаторам проекта, позволяющее привлечь инвесторов в целях эффективной реализации проекта. Данный целевой, временной и локализационный вид ресурсов документируется определенным набором расчетных, финансовых, организационных и правовых документов, способствующий реализации целенаправленного инвестиционного проекта. В соответствии с федеральном законом, самым крупным компонентом данного набора документов будет:[9]

- описание практических действий по реализации инвестиций (бизнес-план);

- необходимая проектно-сметная документация, составленная согласно нормативного законодательства РФ и установленными стандартам, нормам и правилам.

Отсюда следует, что концепция инвестиционного проекта как деятельности более емкая и в первую очередь по смыслу, чем ее интерпретация как документация.

Основой инвестиционного проектирования является подробный анализ рынка, прогноз производства и продаж, а также структура капитала. Поэтому инвестиционный проект должен решить следующие вопросы:

- формирование (или анализ существующего) спроса и определение потенциальной емкости рынка;
- определение ключевых факторов, лежащих в основе успеха будущего проекта, и определение основной идеи проекта;
- подробное описание продукта с точки зрения удовлетворения потребностей.

После предварительного расчета показателей проекта определяются потребности в финансировании. Это определяет объем наличных денег,

[9]. Глухов В.В. Менеджмент / В.В. Глухов. - СПб.: Питер, 2014. – С.74.

необходимый и достаточный для покрытия дефицита капитала в каждый расчетный момент времени.

На основе полученных данных разрабатывается стратегия финансирования предприятий - привлечение капитала или долгового капитала. На основе подробного финансового анализа рассчитываются финансовые показатели, финансовые коэффициенты и оценивается финансовая устойчивость проекта.

В зависимости от признаков, которые составляют основу для классификации инвестиционных проектов, можно различать следующие типы.

По назначению:

а) коммерческие проекты, основной целью которых является получение прибыли (наиболее типичной и многочисленной);

б) научно-технические (инновационные) проекты, направленные на разработку и создание новых продуктов, технологий, технологий. Прибыль этих проектов приносит только при условии последующей коммерциализации созданной инновации;

в) социальные проекты направлены на качественное улучшение состояния социальной сферы страны (региона) - здравоохранение, образование, культуру и т.д. Они реализуются властями, тогда как инициаторами двух предыдущих типов инвестиционных проектов являются предприятия;

г) экологические проекты приводят к строительству экологических объектов или улучшают вредное воздействие на окружающую среду параметров существующего производства. Типичным примером возможного государственно-частного партнерства, когда предприятия заинтересованы в снижении платежей за загрязнение окружающей среды, а власти - в его сохранении и улучшении.[10]

По степени взаимосвязи:

[10]. Орлова П.И. Бизнес-планирование: Учебник. / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2016. – С.44.

а) независимые, позволяющие одновременное и раздельное финансирование и реализацию, а результаты их реализации не влияют друг на друга;

б) альтернативный (взаимоисключающий, конкурирующий), т.е. не допускающий одновременной реализации из-за того, что, например, выполняют одну функцию или заявку на такую же сумму финансирования. Из множества альтернативных проектов можно реализовать только один вариант;

в) взаимодополняющие (взаимозависимые), реализация которых может происходить только вместе, например, в рамках одной инвестиционной программы.

В терминах: а) краткосрочного со сроком погашения до трех лет; б) среднесрочный (от трех до пяти лет); в) долгосрочные (более пяти лет).[11]

Из всех типов инвестиционных проектов наиболее важными являются коммерческие производственные проекты, поскольку они выполняют основную задачу капитальных вложений - простого и расширенного воспроизводства основных фондов. Поэтому коммерческие инвестиционные проекты, в свою очередь, классифицируются еще двумя функциями.

Что касается инвестиций, существуют:[12]

- небольшие проекты, реализованные в рамках небольшой фирмы и представляющие планы по расширению производства и увеличению ассортимента продукции. Они, чаще всего, кратковременны.
- средние проекты - проекты реконструкции и технического перевооружения существующего производства. Выполняется поэтапно, в соответствии с заранее разработанными графиками получения всех ресурсов проекта. Они, чаще всего, среднесрочные, но они также могут быть долгосрочными (для сложного производства);

[11]. Орлова П.И. Бизнес-планирование: Учебник. / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2016. – С.45.
[12]. Там же. – С.46.

- крупные проекты - проекты по у предприятий на основе принципиально новой идеи продуктов или технологий. Новые продукты и технологии являются результатом внедрения инновационных инвестиционных проектов, поэтому задача этого - тиражирование этих инноваций (инноваций). Большие проекты могут, конечно, быть только долгосрочными;

- мегапроекты - целевые инвестиционные программы международного, государственного или регионального масштаба, содержащие ряд взаимосвязанных, но окончательных проектов.

Временной интервал между моментом появления инвестиционного проекта и моментом его завершения называется жизненным циклом проекта (проектного цикла). Этот цикл состоит из трех этапов: прединвестиционного, инвестиционного и операционного.

Предварительная инвестиционная фаза включает:

- формирование инвестиционного плана (формирование идеи проекта), а также его инновационного и патентного анализа;

- технико-экономическое обоснование инвестиционного проекта и подготовка его бизнес-плана. Самая важная и трудоемкая часть этого этапа;

- поиск потенциальных инвесторов и источников финансирования инвестиционного проекта;

- юридическое оформление инвестиционного проекта (регистрация менеджера предприятия-проекта);

- заключение договоров с клиентами (подрядчиками).[13]

Если предварительная инвестиционная фаза является периодом планирования и организации реализации инвестиционного проекта, то инвестиционным этапом является его реализация, то есть формирование постоянных активов проекта, который включает:

- разработка проектно-сметной документации;

---

[13]. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – С.78.

- строительство промышленных зданий и сооружений;
- заказ и поставка технологического оборудования;
- его установка и ввод в эксплуатацию;
- наем и обучение персонала, и другие расходы.[14]

Эксплуатационная (производственная) фаза начинается с ввода в эксплуатацию основного оборудования и включает в себя запуск предприятия, его выпуск до его проектной мощности, а также производство и сбыт продукции запланированного качества и количества. Очевидно, что эффективность инвестиционного проекта будет выше, чем короче будут прединвестиционные и инвестиционные этапы, тем дольше будет операционная.

Окончание жизненного цикла инвестиционного проекта может быть:[15]

- возврат проекта на самообеспечение;
- ввод в эксплуатацию объекта инвестиций, начало его эксплуатации и использование результатов проекта. Подобными примерами могут быть ввод в эксплуатацию социальных объектов (школ, больниц) и природоохранных объектов;
- начало работ по вступлению в проект крупных изменений, не предусмотренных первоначальным планом (модернизация объекта инвестиций);
- вывод объекта инвестиций из эксплуатации (ликвидация проекта). Причинами этого могут быть истечение амортизации основных средств, моральное устаревание продукции, произведенной в рамках проекта, насыщение рынка этим продуктом и т.д.

Инвестиции в долгосрочные объекты, которые не принимают материальной формы, но имеют оценку, участвуют в экономической деятельности предприятия и приносящие доход, составляют суть инвестиций в нематериальные активы.

---

[14]. Там же. – С.107.

[15]. Аверина О.И., др. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебник; КноРус - М., 2016. - С.52.

Инвестор - это лицо, осуществляющее инвестиции, инвестирование собственных, заимствованных или других привлеченных средств в инвестиционные проекты, финансовые или реальные активы. Инвестором может быть юридическое или физическое лицо, государство или его административно-территориальная единица (представленная их представителями).

Наряду с инвестором одним из основных участников проекта является будущий владелец или пользователь инвестиционного объекта, то есть клиент. Это физическое или юридическое лицо, которое взяло на себя функции организатора и менеджера по строительству (созданию) объекта, начиная с завершения и выдачи задания проекта и заканчивая принятием объекта в эксплуатацию или его достижением вместимость.

Клиент определяет основные требования и объем проекта, обеспечивает его финансирование, заключает контракты с различными исполнителями, организует взаимодействие между ними, отвечает за проект в целом. Клиент может быть одним или несколькими юридическими и физических лиц, объединив свои усилия и ресурсы для реализации проекта и получения выгоды.

Таким образом, инвестиционная деятельность предприятия является неотъемлемой частью общей экономической стратегии развития предприятия. В этой связи инвестиционный проект позволяет, прежде всего, предпринимательской организации, а затем и внешнему инвестору, проведение всесторонней оценки ожидаемой эффективности и осуществление реализации определенных реальных инвестиций.

1.3 Выбор методов оценки эффективности инвестиционного проекта

Инвестирование бизнес-проектов - одна из неотъемлемых составляющих деятельности предпринимателей. Цель любого вложения денежных средств - получение прибыли в следующем. Для того чтобы получить прибыль, предприниматель должен точно рассчитать риски, доходы и расходы, чтобы понять, принесет ли выбранный бизнес-проект прибыль и в каком размере.[16]

Оценка эффективности инвестиционных проектов требует анализа большого объема информации. Различия в проектах вынуждают использовать определенные методы оценки. Подобный процесс относится к категории инвестиционного менеджмента. Если выбранный инвестиционный проект не отличается размерами и вложения в него, то достаточно ограничиться самыми простыми методами оценки. Более крупные проекты требуют сложных расчетов, соответственно, и оценочные методы подбираются более тщательно.

Проводимые расчеты должны быть очень точными, особенно если проект большой и его оценка требует обработки больших объемов информации. Оценка эффективности инвестиционного проекта осложняется еще и тем, что необходимо рассчитать движение денежного потока на несколько лет вперед; любая допущенная ошибка может стать причиной серьезных расхождений между фактическими и проектными показателями.

Причинами такого расхождения могут быть:[17]

- излишний оптимизм по отношению к проекту, который завышает его эффективность. Справиться с этим помогут либо приглашенные независимые эксперты, либо созданные внутри компании контрольные группы;
- плохо проведенный анализ рисков, которыми сопровождают любой инвестиционный проект. Решить эту проблему можно более тщательным

[16]. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – С.109.

[17]. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – С.96.

анализом неопределенностей и рисков, с которыми можно столкнуться за время реализации бизнес-проекта.

Практически все возможные проблемы решаются посредством грамотного подбора методов оценки эффективности проектов. Все методы делятся на две группы - включающие и не включающие дисконтирование.

Для первой группы на основании концепции дисконтирования определяются следующие показатели: индекс доходности инвестиций, текущая стоимость, норма доходности, срок, за который окупятся все инвестиции и максимальный отток средств с учетом дисконтирования. Перечисленные методы оценки основываются на методе дисконтирования и предполагают оценивание инвестиционных проектов посредством выражения денежных потоков через их стоимость на сегодняшний день. Такие методы используются только для долгосрочных и крупномасштабных проектов.

Для второй группы показатели, которые не подразумевают использования дисконтирования: чистые финансовые поступления, срок окупаемости инвестиционных вложений, показатели рентабельности инвестиций, индекс доходности инвестиций и максимальный денежный отток.

Подобный метод оценивания инвестиционных проектов нередко носит статистический характер, поскольку основывается на статистических методах - к примеру, на фактических, проектных и плановых затратах и результатах реализации других проектов.[18]

Применяются такие методы в тех случаях, когда идет неравномерное распределение денежных потоков по годам. У подобных методов оценки имеется огромный минус - не берутся во внимание факторы инфляционных процессов и вероятные риски, поэтому их стараются использовать при небольших сроках окупаемости проектов и стабильных денежных потоках.

[18]. Фишер С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. - Пер. с англ. со 2-го изд. - М.: «Дело ЛТД», 2013. – С.38.

Одновременно с этим такими методами оценки пользуются как в малом, так и в среднем бизнесе благодаря их простоте.

В отличие от статических методов, при применение динамических методов берутся во внимание изменения стоимости денежных средств, с течением времени. Временная стоимость финансовых ресурсов обладает двумя аспектами.

В отличие от статических методов, при применение динамических методов берутся во внимание изменения стоимости денежных средств, с течением времени. Временная стоимость финансовых ресурсов обладает двумя аспектами.

Классификация основных показателей эффективности инвестиционных проектов приведена на рисунке 2.[19]

<table>
<tr><td colspan="2">Абсолютные показатели</td><td>Относительные показатели</td><td>Временные показатели</td></tr>
<tr><td>Метод приведенной стоимости</td><td>Метод аннуитета</td><td>Метод рентабельности</td><td>Метод ликвидности</td></tr>
<tr><td colspan="4">Способы, основанные на применении концепции дисконтирования</td></tr>
<tr><td>Интегральный экономический эффект (чистая текущая стоимость, NPV)</td><td>Дисконтированный годовой экономический эффект (ANPV)</td><td>Внутренняя норма доходности (JRR). Индекс доходности инвестиций</td><td>Срок окупаемости инвестиций с учетом дисконтирования</td></tr>
<tr><td colspan="4">Упрощенные (рутинные) способы</td></tr>
<tr><td></td><td>Приблизительный аннуитет</td><td>Показатели простой рентабельности. Индекс доходности инвестиций</td><td>Приблизительный (простой) срок окупаемости инвестиций</td></tr>
</table>

Рис. 2. Основные показатели эффективности инвестиционных проектов

Первый связан с покупательной способностью денег: при равной номинальной стоимости покупательная способность денежных средств на

[19]. Липсиц И.В. Инвестиционный проект / И.В. Липсиц, В.В. Коссов - М.: БЕК, 2016. – С.38.

данный момент и спустя определенное количество времени сильно разнится. Денежные средства, не вложенные в деятельность или не хранящиеся в банке, очень быстро обесцениваются при современном уровне инфляции и состоянии экономики. Второй аспект связан с обращением денежных средств и получением от данного оборота прибыли.[20]

Дисконтирование существует для оценивания временной стоимости денег. Дисконтирование доходов - процесс приведения доходов к моменту капиталовложения.

Данный способ чаще всего используют для оценивания инвестиционных проектов; он позволяет выразить денежные потоки, связанные с реализацией проекта, через их стоимость на данный момент времени. Благодаря этому методы данной группы искореняют недостатки методов статистической группы, но при этом имеют свои минусы. К числу основных можно отнести сложность прогнозирования денежных потоков и выбора ставки дисконта и необходимость учитывать вероятность существования идеального рынка капитала.

Под эффективностью инвестиционного проекта понимается категория, характеризующая соответствие проекта по целям и интересам его участников, что требует проведения оценки эффективности проекта в целом, а также эффективность участия в проекте каждого из его участников.

Оценка эффективности проекта в целом проводится в целях определения потенциальной привлекательности проекта его потенциальных участников и поиска источников финансирования. Она охватывает: [21]

- социально-экономическую эффективность проекта;

- коммерческая эффективность проекта.

Эффективность участия в проекте определяется в целях проведения оценки осуществимости проекта и заинтересованности всех его участников в нем и включает в себя:

---

[20]. Барроу К. Бизнес-планирование: Полное руководство / К. Барроу – М.: ФАИР – ПРЕСС, 2015. – С.14.

[21]. Глухов В.В. Менеджмент / В.В. Глухов. - СПб.: Питер, 2014. – С.114.

• насколько эффективно участие предприятий и организаций в проекте;

• насколько эффективен инвестиционный проект;

• насколько эффективно участие в проекте структур более высокого уровня, в том числе:

- в отношении региональной и национальной экономики;

- в отношении промышленности;

- отношении эффективности бюджета.[22]

Среди наиболее важных основных принципов оценки эффективности проектов выделяется:[23]

• рассмотрение проекта на протяжении всего его жизненного цикла (оценка эффективности проекта должна проводиться при разработке инвестиционного предложения при разработке обоснования инвестиций при разработке технико-экономического обоснования проекта и во время реализации проекта в форме экономических мониторинг как часть управления стоимостью проекта);

• моделирование денежных потоков;

• сравнение условий сопоставимости в отношении разных проектов (или вариантов проекта);

• принцип положительности и максимального эффекта;

• учет факторов времени;

• записывать только будущие затраты и доходы;

• сравнение состояний «с проектом» и «без проекта»;

• рассмотрение всех наиболее значимых последствий проекта;

• учет присутствия разных участников проекта;

• проведение многоэтапной оценки;

---

[22]. Липсиц И.В. Инвестиционный проект / И.В. Липсиц, В.В. Коссов - М.: БЕК, 2016. – С.52.
[23]. Там же. – С.54.

• рассмотрение влияния на эффективность проекта требований к оборотному капиталу;

• с учетом влияния инфляции и возможности использования нескольких валют в реализации проекта (мультивалюта);

• принимая во внимание (в количественной форме) влияние неопределенности и риска, сопровождающих реализацию проекта.

Оценка эффективности проекта осуществляется в три этапа (рис.3).[24]

1. Первым шагом является экспертная оценка социальной значимости проекта. Крупномасштабные, национальные экономические и глобальные проекты считаются социально значимыми.

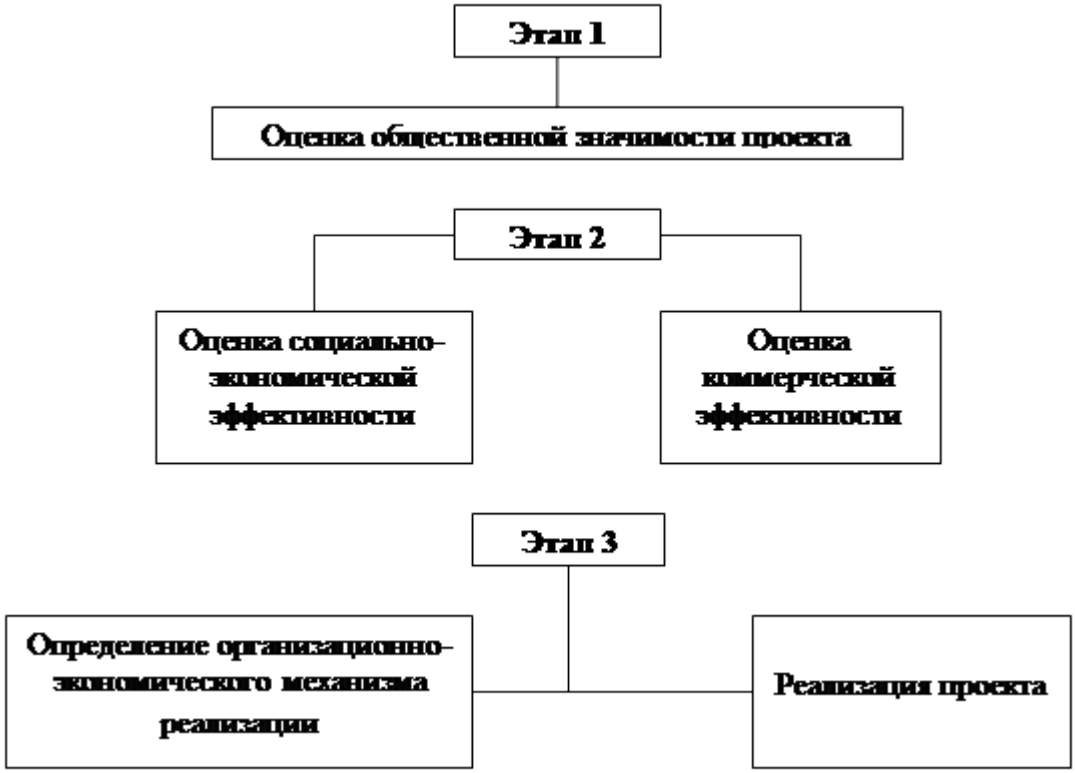

Рис. 3. Этапы оценки эффективности проекта

2. Второй этап рассматривает проведение оценки эффективности проекта, который рассчитывается в целом. Целью данного этапа является интегральная экономическая оценка проектных решений и создание необходимых условий для поиска инвестора. Для местных проектов оценивается только их коммерческая эффективность и, если это окажется

[24]. Липсиц И.В. Инвестиционный проект / И.В. Липсиц, В.В. Коссов - М.: БЕК, 2016. – С.44.

приемлемым, рекомендуется перейти непосредственно на второй этап оценки. Для социально значимых проектов сначала оценивается их социально-экономическая эффективность. В случае неудовлетворительной оценки такие проекты не рекомендуются для реализации и не могут претендовать на государственную поддержку. Если их социально-экономическая эффективность достаточна, то проводится оценка их коммерческой эффективности.

3. На третьем этапе оценки после разработки схемы финансирования, уточняется состав участников, а также финансовая осуществимость и эффективность участия в каждом проекте проекта (региональная и отраслевая эффективность, эффективность участия в проекте отдельных предприятий и акционеров, бюджетная эффективность и т. д.).

Основные показатели эффективности проекта основаны на стоимости финансовых ресурсов во времени, что определяется дисконтированием.

Дисконтирование денежного потока на m-м шаге вычисляется по методу умноженного значения f (m) на коэффициент дисконтирования at, для которого определена следующая формула:[25]

$$\alpha_m = \frac{1}{(1+E)^{t_m - t^0}}, \qquad (1)$$

где t_m — момент окончания m-го шага.

Нормативная ставка E может быть выбрана неравномерной для разных этапов расчета. Это может быть целесообразно при переменном временном риске, структуры капитала с переменным временем.

Различаются следующие дисконтные ставки:

- коммерческая, которая применяется для коммерческой эффективности проекта (определяется с учетом альтернативной эффективности использования капитала);

[25]. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 2014. – С.28.

- норма дисконта участника проекта, отражающая эффективность участия в проекте предприятий и других участников (выбирается самими участниками, когда отсутствуют предпочтения примениться коммерческая ставка дисконтирования);

- социальная ставка дисконтирования, применяющаяся при расчете социально-экономической эффективности и характеризующаяся минимальными требованиями общества к эффективности проекта (является национальным параметром, который должен быть установлен центральным органом национальной экономики в сочетании с прогнозами экономической экономики страны и его социального развития);

- бюджетный, который используется при расчете показателей эффективности бюджета и отражает альтернативную стоимость бюджетных средств (устанавливается федеральными или региональными органами власти, по поручению которых оценивается бюджетная эффективность проекта).[26]

В качестве основных показателей, используемых для расчета эффективности проекта, вы можете использовать:

- чистый доход;

- чистая приведенная стоимость;

- внутренняя норма прибыли;

- необходимость дополнительного финансирования (стоимость проекта, рисковый капитал);

- показатели рентабельности затрат и инвестиций;

- срок окупаемости;

- показатели финансового состояния.

Чистым доходом (ЧД) представляет собой совокупный эффект (баланс денежного потока) за расчетный период, определяющийся по формуле:

[26]. Тютюкина Е.Б. Финансы организаций (предприятий): Учебник / Е.Б. Тютюкина. - М.: Дашков и К, 2016. – С.84.

$$ЧД = \sum_{m} f_m , \quad (2)$$

где применяется суммирование всех этапов расчетного периода.

К важному показателю эффективности проекта относят чистую приведенную стоимость (ЧДД), которая представляет собой накопленный дисконтированный эффект (дисконтированный накопленный баланс) за расчетный период, и определяется по формуле:

$$ЧДД = \sum_{m} f_m \alpha_m , \quad (3)$$

ЧД и ЧДД характеризуется как рост суммарного превышения денежной выручки в отношении общих затрат данного проекта, соответственно, без учета и неравномерности эффектов, связанных с разным моментам времени.[27]

Разница между ЧД и ЧДД называется дисконтом проектом.

Чтобы признать проект эффективным с точки зрения инвестора, NPV проекта должен быть положительным; сравнивая альтернативные проекты предпочтение следует отдавать проекту с большим значением NPV.

Опираясь на настоящие условия функционирования предприятия, можно сделать вывод о том, что оптимальным методом оценки эффективности инвестиционных проектов является метод, в основе которого лежит концепция дисконтирования денежных потоков. Поскольку он отличается большей точностью в сравнении со статистическим методом, учитывает расчеты в сопоставимых величинах и отражает реальную цену проекта, благодаря чему можно провести оценку выгоды, упущенной при выборе конкретного способа при затратах на ресурсы.

Поскольку темой данной дипломной работы является разработка бизнес-плана создания салона, то необходимо обратить внимание на вопросы, связанные со спецификой данного вида деятельности, вопросы,

[27]. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – С.106.

которые нужно учитывать при открытии нового офиса и проблемы, с которыми придется столкнуться.

ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

2.1 Организационная характеристика организации свадебного салона «Богиня»

Агентство будет зарегистрировано как ООО с двумя учредителями, которые будут вносить учредительский взнос в уставной капитал предприятия по 500 тысяч рублей каждый в соответствии с учредительным договором. В случае банкротства предприятия они будут отвечать в соответствии размеру своих взносов по долгам компании. В качестве юридического статуса компания была выбрана как ООО потому, как эта форма собственности проста в применении и удобна.

Чтобы открыть это предприятие, понадобятся следующие документы:

1. Устав общества с ограниченной ответственностью

2. Заявление на регистрацию

3. Документ, подтверждающий оплату не менее 50% уставного капитала предприятия

4. Учредительный договор или решение о создании предприятия

5. Свидетельство об уплате государственной пошлины

6. Документы, подтверждающие согласие соответствующего антимонопольного органа

Организационная структура ООО «Салон Богиня» представлена на рисунке 4.

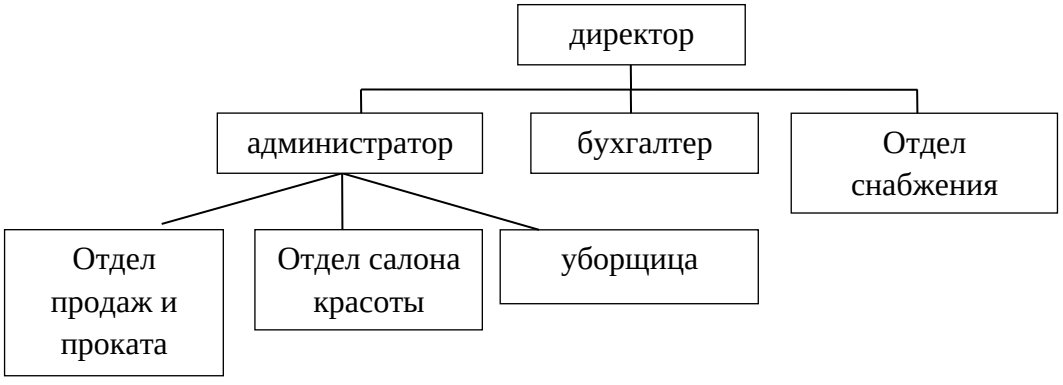

Рис. 4. Организационная структура ООО «Салон Богиня»

Организационная структура предприятия линейно-функциональная.

Во главе ООО «Салон Богиня» стоит директор, ему подчиняются следующие подразделения: администратор, бухгалтер, отдел снабжения.

Персонал состоит из 14 человек, а именно: директор, бухгалтер, администратор, отдела снабжения, отдел продаж, отдел салона.

Персонал:

Директор – 1 человек

бухгалтер - 1 человек,

кладовщик – 1 человек

Отдел продаж и проката - 2 человека,

Администратор – 1 человек

Парикмахер – 4 человека

Манекюрщица – 4 человека

Так же салон будет оснащен телефонной мини АТС, которая позволяет одновременно подключить городской телефон в нескольких отделах.

2.2 Анализ рынка свадебных услуг в РФ

По результатам исследования рынка свадебных услуг в настоящее время на рынке насчитывается более 1000 свадебных салонов и более 300 свадебных агентств. Количество фирм повышается постоянно. Одной из причин этого роста является относительно небольшой начальный капитал, необходимый для начала свадебного бизнеса, а также короткий срок окупаемости.

Так, для свадебного салона он составляет 10 месяцев, а в свадебный сезон период окупаемости уменьшается до 1-4 месяцев.

Тем не менее, высокое число новых свадебных салонов закрываются, не успев раскрутиться. Необходимо также отметить, что крупных

специализированных свадебных агентств на московском рынке - не более десятка, которые составляют половину оборота всех свадебных агентов.

Остальная часть денег приходится на услуги ЗАГСов, частных предпринимателей по рекламе и объявлениям и тех, кто не обращается к услугам свадебных агентов.

В России свадебный бизнес находится в процессе становления. Тем не менее, эксперты оценивают возможности рынка свадебных услуг в Москве в размере 90-230 миллионов долларов.

В 2017 году количество браков увеличилось на 4%. Об этом сообщил официальный портал мэра и Правительства Москвы.

Отмечается, что в 2017 году в столице зарегистрировалось более 90000 супружеских пар.

Так, в 2017 году в Москве было образовано 13 тысяч 685 международных (интернациональных) семей. По статистике, в 2017 году браки с иностранцами составили 15% от общего числа, зарегистрированного в Москве. Самый популярный возраст для создания семьи не изменился. Жители Москвы принимают решение о браке в возрасте от 25 до 34 лет. В прошлом году в этом возрасте создали семью 55% мужчин и 53% женщин.

Свадебные туры для регистрации брака за рубежом становятся все более популярными. В отличие от Европы, где мотивом для организации свадьбы за границей является экономия (играть на свадьбе за границей намного дешевле, чем дома - несколько раз), в России мотив - это тяга к романтике. Такие туры в Россию могут обеспечить только богатые люди, поскольку стоимость свадьбы за границей, по сравнению со свадьбой у себя дома, увеличивается в несколько раз.

Игроки на рынке свадебных услуг утверждают, что для начала собственного бизнеса почти не требуется больших денежных вливаний, если только нет желания немедленно перейти на твердый уровень.

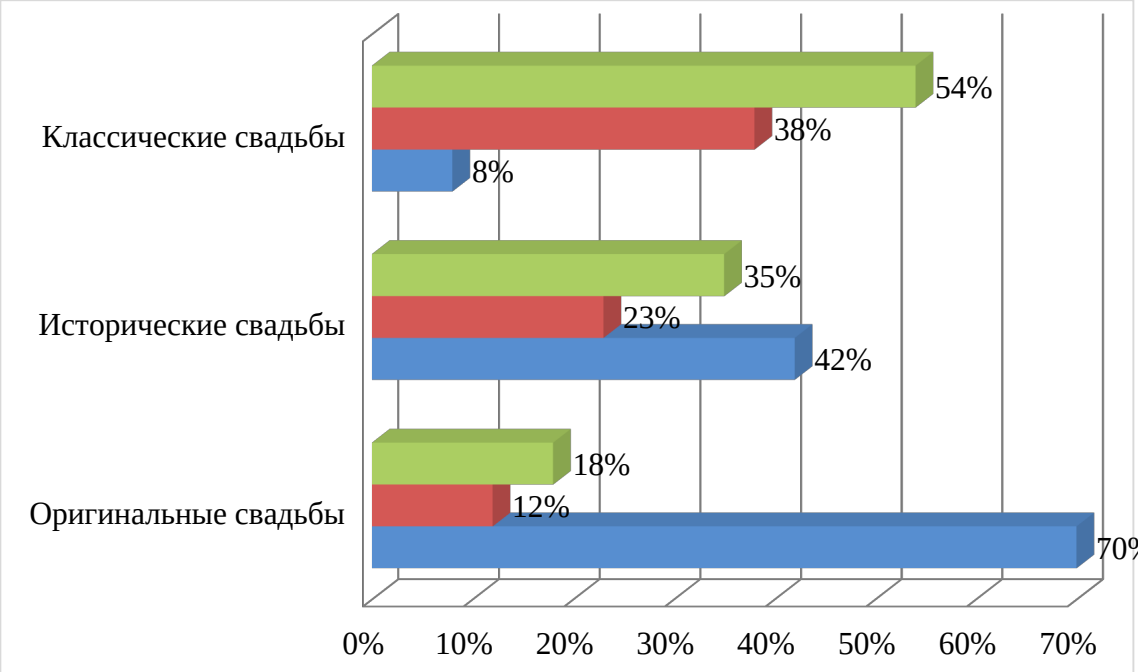

Рис. 5. Свадебные стили в России

Как можно заметить на рис. 5, стиль свадьбы можно выбрать на любой вкус. Большая часть предпочитают проводить свадьбы в оригинальном стиле, таких пар 70%. Пары предпочитающие традиционный европейский стиль для своего торжества составляет 54%, остальные выбирают исторические свадьбы.

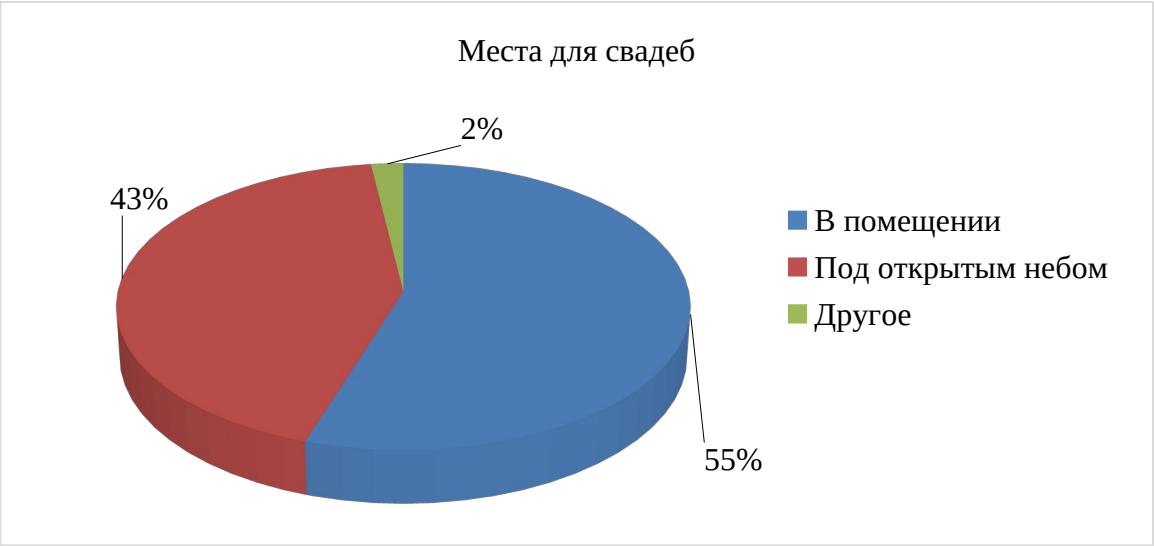

Рис. 6. Места, где чаще играют свадьбы

В основном место для свадьбы, выбирают стандартную ЗАГСовскую церемонию, таких пар 55%. Так же не мало пар которые предпочитают роспись под открытым небом, их 43%.

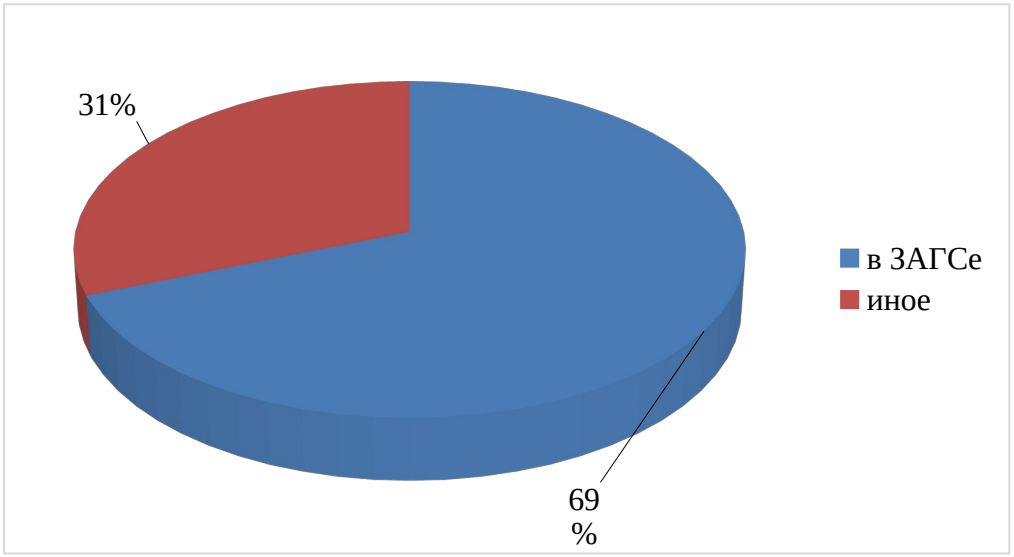

Рис. 7. Официальная регистрация

Официально регистрирующие браки составляют 69% пар.

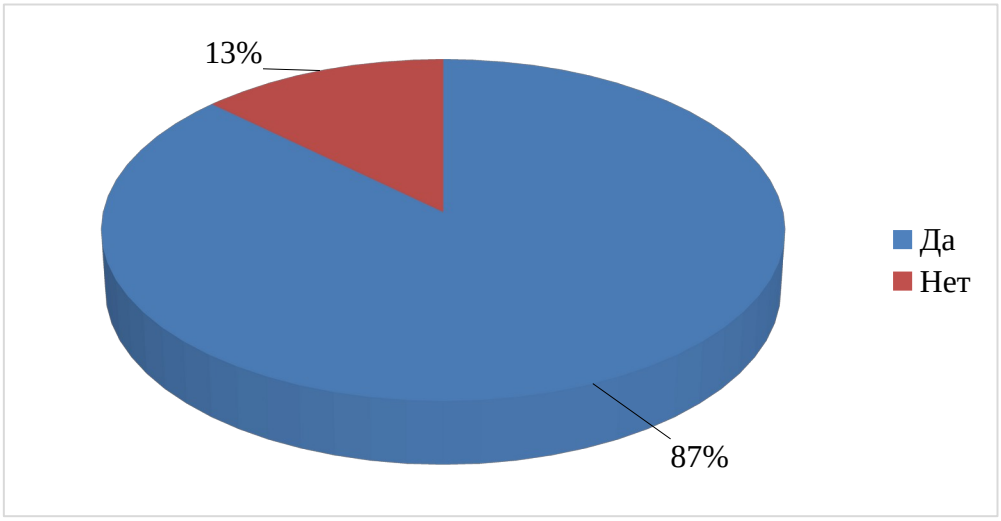

Рис. 8. Венчание

Венчании - вопрос очень индивидуален. С одной стороны - узаконить отношения перед Небесами с каждым годом желают все больше граждан России (87%). А с другой — традиционная для нашего государства Русская православная церковь констатирует некую формализацию данного процесса. То есть, многие пары решают венчаться не потому, что чувствуют в этом глубокую душевную потребность, а потому - что готовы отдать дань моде.

Рассмотрим анализ по количеству приглашенных на свадьбу.

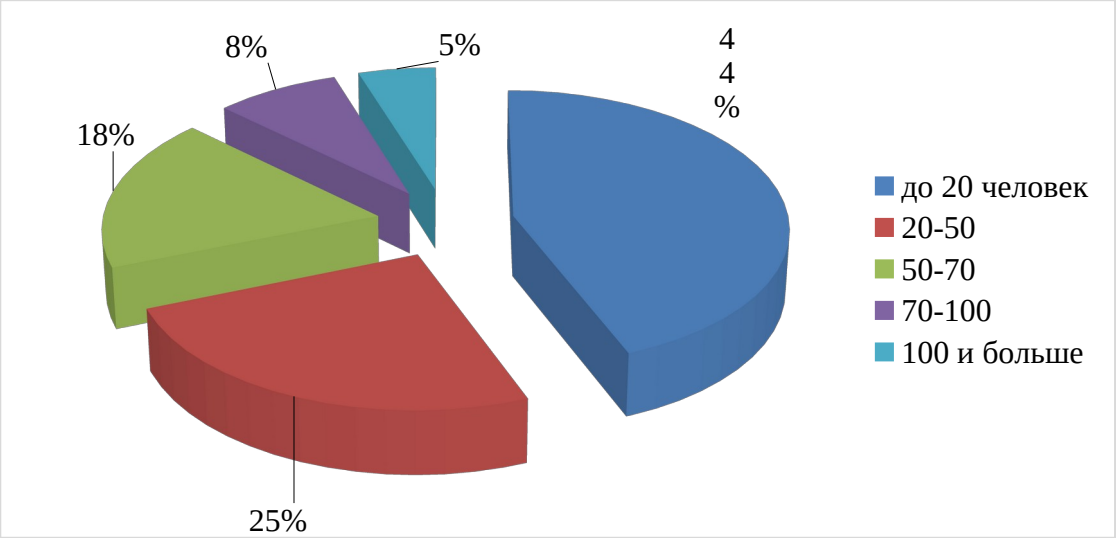

Рис. 9. Количество приглашенных на свадьбу

Сейчас популярны немногочисленные свадьбы (до 20 человек). Специалисты же называют так «число комфорта» — от 20 до 50 приглашенных. Список гостей, как правило, формируется согласно существующей семейной традиции каждого слоя общества.

Свадебный бизнес в России находится в процессе становления, но рынок свадебных услуг развивается очень динамично. Причинами такого развития являются улучшение экономической ситуации в стране и, как результат, рост благосостояния населения. Важной причиной можно отнести к психологическому фактору, который сопровождается повышением благосостояния - желанием избавиться от ненужных неприятностей. Именно поэтому к основным игрокам на рынке свадебных услуг являются агентства, дающие полный спектр свадебных услуг. Эксперты в этой области прогнозируют рост объема рынка в ближайшие два года, по крайней мере, в два раза. Бюджет мероприятий обычно складывается из оплаты неопределенных услуг и товаров, а также агентских сборов.

Каждый год многие новые агентства открывают, организуют мероприятия, в том числе свадьбы. Однако, не меньше они закрываются с каждым годом. Годовой оборот крупного свадебного агентства может составлять сотни тысяч долларов.

Ка правило свадебные агентства берут плату за услуги в размере 10% от стоимости заказанных услуг, а некоторые предлагают пакет услуг, которые разделяется на классы по цене. Примерная стоимость стандартного (дешевого) пакета услуг составляет от 1500 долларов США и включает в себя всю свадебную организацию, исключением составляют проведение банкета (транспорт, свадебный букет, прическа, тамада, ди-джей, фото и видео и т.д.).

В Европе свадьба может составлять в размере 10-20 тысяч евро. В то же время основной статьей расходов является свадебный ужин, который составляет половину всех свадебных расходов (от 60 евро на человека). Второй важный элемент стоимости - свадебное платье невесты. Он стоит в среднем около 2000 евро (около 10-20% от общих затрат). На свадебном букете и аксессуарах для свадебного платья невеста тратит еще 350 евро. Свадебное шествие (аренда) стоит около 300 евро. Расходы на украшения церкви или места празднования цветами составляет около 240 евро. Расходы на свадебный оркестр колеблятся в размере от 180 евро. Расходы на фотографа и видеооператора составляют в приделах 900 евро каждый (рисунок 10).

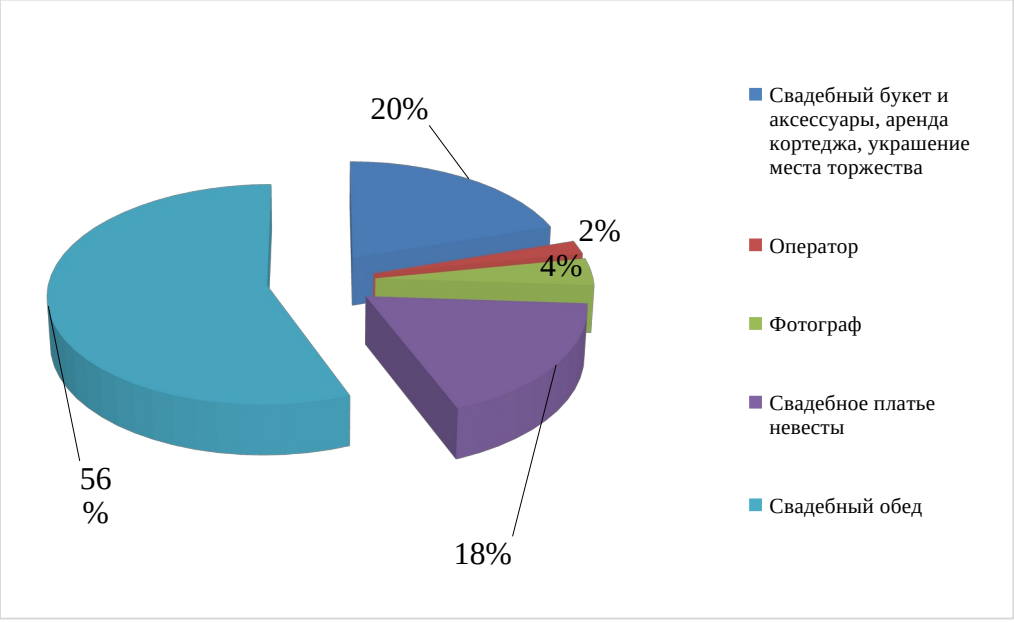

Рис. 10. Структура свадебного бюджета в Европе

Структура свадебных расходов российских молодоженов, согласно исследованию «Исследование рынка Абару», выглядит следующим образом:

первое место - банкет (от 23% до 60%); во-вторых - свадебные туалеты жениха и невесты - на двоих с 18% до 35%; на третьем месте, в зависимости от бюджета молодоженов, это свадьба, покупка обручальных колец и стоимость расходов ЗАГСа (рисунок 11).

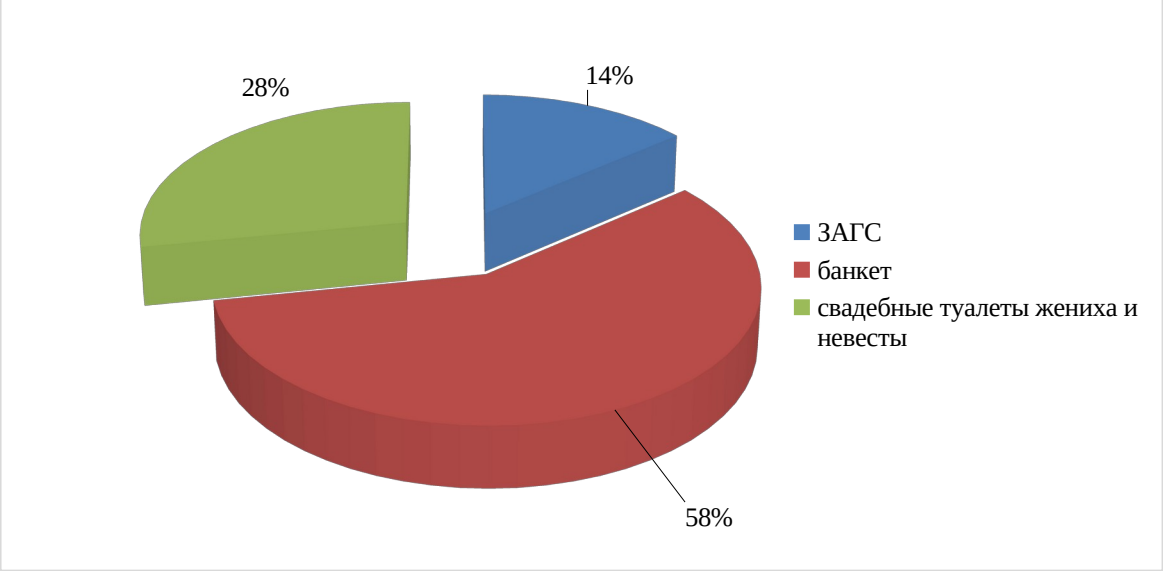

Рис. 11. Структура свадебного бюджета в России

Свадебный наряд - одна из основных статей расходов. В Москве около ста свадебных салонов продают платья по цене от 5 тысяч до 150 тысяч рублей. Но большинство покупателей покупают платья на 20-30 тысяч. Но по-прежнему существуют рынки, где дешевые и часто некачественные продукты продаются из Китая и из Украины. В Украине есть деревни, где все жители сдают и арендуют свадебные платья на российский рынок, а поскольку на платьях нет обязанности, оптовая цена составляет 100 долларов. Но даже если предположить, что все невесты выбирают недорогие платья за 15 тысяч рублей, а невест в Москве ежегодно составляют 78 тысяч, получается, что рынок свадебных платьев превышает 40 миллионов долларов.

Согласно исследованию, в Москве, в среднем, стоимость свадьбы составляет 80-100 тысяч рублей (включая банкет). По словам участников рынка, самая дешевая свадьба для 35 гостей в Москве обойдется в 40 тысяч рублей (при условии самоорганизации праздника, покупки платьев на рынке, без заказа банкета в ресторане, а количество гостей - не более 30 человек).

Согласно некоторым сообщениям, 30% пар пытаются сохранить минимальную сумму. Еще 60% пар свадебных расходов в среднем составляют 80-100 тысяч рублей (включая банкет). А около 10% пар проводят на свадьбе более 300 тысяч рублей, в том числе банкет (рис.12). Если бюджет позволяет, приглашаются звездные артисты на свадьбу. В среднем, звезда стоит 8-15 тысяч долларов за 40-минутную работу.

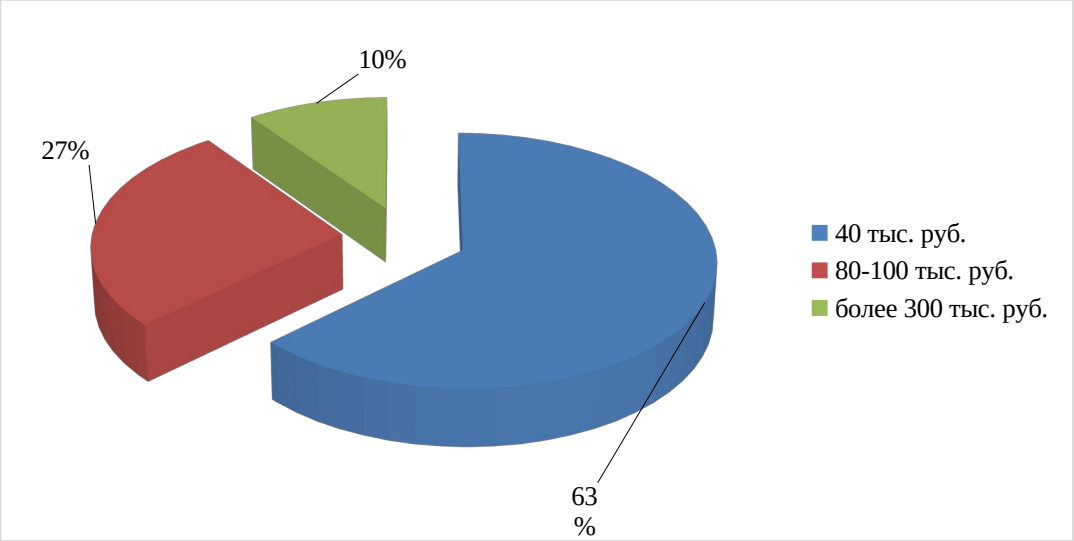

Рис. 12. Структура свадебных мероприятий по размерам бюджетов

В настоящее время на рынке свадебных услуг достаточно большого количества игроков: свадебных салонов, свадебных агентств, следует также отметить, что на московском рынке насчитывается не более десятка специализированных свадебных агентств, на них приходится половина оборота всех свадебных агентств. Самыми известными агентствами в Москве являются «СЕМЬЯ», «Свадебный консалтинг», «Студия свадебных событий», «Любовь-морковь», «Мастерская Op-Position». Из представленных агентств только половина из них являются членами Российской ассоциации свадьбы - Scarlet Star, Mon Amour, Wedding Events Studio, FAMILY.

Свадьбы приносят стабильный доход не только специализированным учреждениям, но и соседнему бизнесу - ресторанному, цветочному и туристическому. Например, для любого ресторана свадьба - гораздо более прибыльный бизнес, чем работа в обычном режиме. Со средним свадебным чеком в размере 100 долларов США за посетителя и средним свадебным

капиталом дополнительный доход столичных ресторанов оказывается довольно приличным до 250 миллионов долларов в год в столичных заведениях общественного питания. Стоимость места проведения свадебного мероприятия составляет 35-40% от среднего свадебного бюджета, и с точки зрения выбора места практически ничего не получается.

Флористы также приносят пользу, потому что помимо стандартного свадебного букета (100 долларов США) и украшений для автомобилей, часто необходимо устраивать ресторанные залы, которые составляют 500 долларов США и выше.

После свадьбы для молодых людей принято организовывать поездки медового месяца в медовый месяц, которые обычно дороже стандартных туров - не потому, что это другое, они часто не экономят на медовый месяц, они выбирают хорошие отели в очень дорогих теплых странах. Каждый год молодые люди проводят на гастролях более 100 миллионов долларов.

Российский рынок свадебных услуг имеет несколько особенностей:

-сезонность: свадебный сезон начинается на Красной горе и заканчивается в декабре перед Рождеством;

- отсутствие подготовки населения к оплате за организацию свадебных услуг, что связано с низкими доходами россиян: по мере роста доходов населения ситуация меняется в сторону более профессиональной организации.

- Многие из числа нигде не зарегистрированных лиц, которые предлагают свадебные услуги. Многие из них занимаются этими услугами в свободное от работы время.

Другая тенденция - за границей, браки регистрируются в более зрелом возрасте, в возрасте 30-40 лет, когда молодожены уже сделали себе имя, карьеру, и им не хватает только семьи для полного счастья. В России средний возраст новобрачных составляет 20-25 лет, и часто родители являются «спонсорами» свадебных событий. Поэтому необходимо учитывать не только мечту молодоженов, но и пожелания родителей.

Участники рынка отмечают, что для летнего периода поведение свадебных мероприятий составляет до 60% всех свадеб, тогда молодожены предпочитают такие месяцы, как сентябрь-октябрь, зимний период наименее востребован: в это время в основном молодые люди подписывают из-за неожиданной беременности, когда они больше не дорогие обряды. Самые рейтинговые даты - день города, День святого Валентина и прекрасные даты (в 2008 году заветные три восьмерки - 08/08/08 - выпал 8 августа 2008 года, «предупреждение о свадьбе» было 07/07/07) из-за к массивной природе свадебных церемоний в эти дни требуется, для всех услуг гораздо дороже (рис. 13).

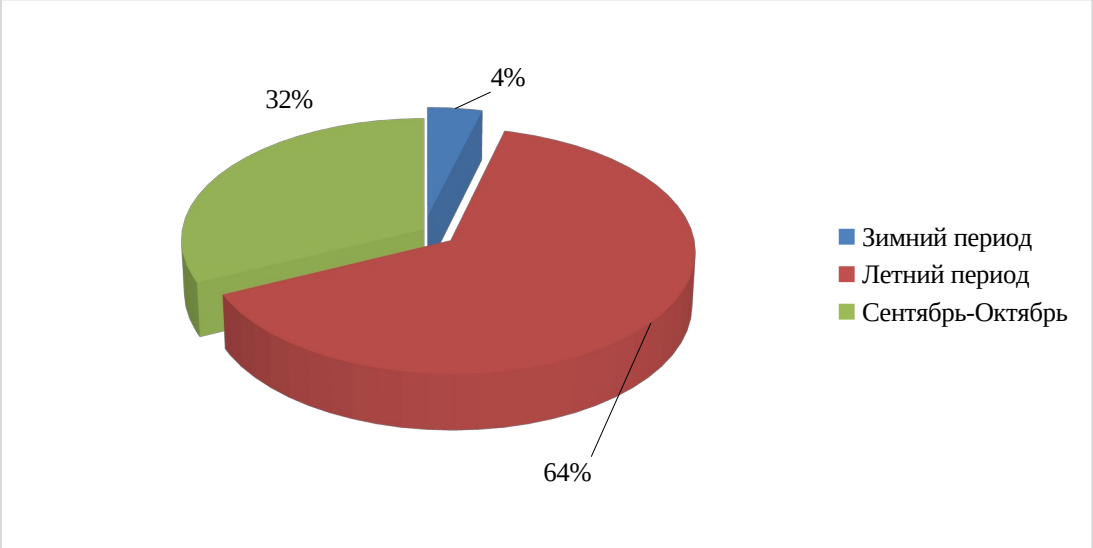

Рис. 13. Структура предпочтений населения по времени празднования свадьбы

В целом, число людей, которые регистрируют свои отношения, растет с каждым годом в нашей стране. Развитие этого рынка в основном происходит не из-за увеличения числа свадеб, а из-за большей доли пар, которые решают обратиться за помощью к организации свадеб. Динамичный рост показывает сегмент салонов свадебных платьев. Учитывая текущие тенденции и политику нашего государства в области укрепления семейного учреждения (2008 год в России был официально объявлен Годом семьи), можно с уверенностью сказать, что количество свадеб будет увеличиваться еще более динамично.

Фирмы для свадебных церемоний уже объединили самые популярные услуги в 4 свадебных пакетах: «свадебный бизнес», «свадебный бизнес», «свадебное кино» и «супер свадьба» - эти пакеты позволят молодожонам быстро и легко оценить необходимый бюджет. Никаких дополнительных или скрытых сборов, денежных и неденежных способов оплаты, порядок заканчивается заключением официального контракта с печатью и подписью.

Критерием развития любой отрасли также является количество специализированных публикаций. Сейчас на свадебном рынке представлены журналы «Корона», «Невеста и жених», «Свадьба», «Свадебный стиль», а также около десятка интернет-сайтов, основными из которых являются: edem.ru, svadba.ru и свадьба. RU. Особое внимание следует уделить так называемой папке агентства Zags-info, которую получает потенциальный жених и невеста, пересекая порог Дворца браков при подаче заявки. Именно в этой папке даются рекламные объявления всех компаний, работающих на свадебном рынке и предлагающих свои услуги новобрачным. Для большинства компаний основная реклама, благодаря которой есть заказы, по-прежнему является профессиональной работой. Если бы свадебная церемония прошла хорошо, благодарные клиенты по всему миру звонили, как все было круто, весело и красиво, поэтому многие агентства, работая некоторое время, могут с уверенностью сказать: «Нам не нужна реклама!»

Если реклама работает, и клиент все-таки пришел, это не факт, что он сделает заказ, ему все равно нужно убедиться. Для этого у многих компаний есть рекламные материалы, а именно: брошюра, несколько примеров сценариев, короткий презентационный фильм, где вы можете увидеть, как работает ведущий и оператор видео, небольшой портфолио, где вы можете оценить возможности фотографа, парикмахера художник-стилист.

Развитие свадебного бизнеса тесно связано с социальными программами нашего правительства. Нынешний стабильный экономический статус государства позволяет людям думать о профессиональной организации своих торжеств. В рамках развития свадебной инфраструктуры

проводятся многочисленные специализированные выставки и мероприятия. Итак, одним из таких мероприятий является парад невест - некоммерческий проект, основанный на инициативе мастеров свадебных салонов. Это праздник для девушек, которые недавно поженились, а также информацию для рассмотрения тем, кто только собирается это сделать.

2.3. Анализ конкурентоспособности

Анализ конкурентоспособности отличается 5 силами конкуренции, способными действовать на том или ином рынке:

- действующие конкуренты
- Потенциальные конкуренты
- товары-заменители
- поставщики
- потребители

Основными конкурентами Салона «Богиня» являются свадебные салоны «Флер-Люкс», «Камелия», «Ипомея» и «Наташа-Стиль».

Более четко, анализ конкурентной среды может быть выполнен с помощью определенных критериев (уровень цен, период обновления ассортимента, количество ассортиментов, предлагаемых магазином) и их оценка по пятибалльной системе. Проведенный анализ представлен в (таб. 2).

Таблица 2

Отношение уровня цены, периода обновления ассортимента, количества предлагаемого ассортимента свадебных платьев, предлагаемых магазином

Критерий	Салон Богиня	Флер-Люкс	Камелия	Ипомея	Наташа
1 Уровень цен свадебных платьев	От 2000 до 39000 тыс.руб.	От 10000 до 60000 тыс.руб.	От 5000 до 30000 тыс.руб.	От 5000 до 7000 тыс.руб.	От 6000 до 14000 тыс.руб.
Баллы	5	1	3	4	2
2 Обновление ассортимента	Через неделю	Каталог	Через полтора месяца	Через месяц	Через две недели
Баллы	5	1	2	3	4

3 Перечень дополнит. услуг: - прокат -подгон -на заказ -утюжка	Есть Есть Есть Есть	Нет Нет Нет Нет	Есть Нет Есть Нет	Нет Нет Нет Есь	Есть Есть Есть Нет
Баллы	5	1	3	2	4
4 Количество ассортимента свадебных платьев	Более 500	Около 100	145	65	Около 350
Баллы	5	2	3	1	4

Теперь проведем размещение свадебных салонов по уровню цен на свадебные платья и предоставление услуг на время обновления ассортимента, в соответствии со списком дополнительных услуг и количеством ассортиментов свадебных платьев, предоставляемых свадебные салоны.

Выделим трех лидеров и возможных конкурентов:

1. Флер-Люкс;
2. Камелия;
3. Ипомея.

Таблица 3

Оценка ключевых факторов осуществляется по пятибалльной системе

Ключевые факторы оценки конкурентов	Камелия	Флер-Люкс	Ипомея	Салон Богиня
Качество услуг;	2	3	4	3
Опыт организации торжества;	3	4	4	3,6
Реклама;	3	4	3	3,3
Доля рынка;	3	4	4	3,6
Затраты	5	4	4	4,3

Рассматривая первый фактор, качество услуг, в данном случае мы видим лидером является креативное агентство «Успех» его показатель выше среднего по городу, а затем лидирует свадебное агентство «Свадебный переполох», имеющее качество услуг предоставляемых на уровне среднего уровня в городе Череповце.

Фактом опыта организации праздников лидерами является также агентство «Камелия» и «Салон Богиня», имеющий цифру выше среднего по городу.

Индикатор рекламы выигрывает агентство «Флаер-Люкс», агентство имеет свой собственный сайт, группу в социальной сети (vk.com), отстают от среднего показателя агентств «Камелия» и студия «Ипомея».

Доля рынка в основном сосредоточена на агентстве «Камелия» и свадебный салон «Богиня».

По коэффициенту затрат выходит лидером студия «Ипомея», а именно:

• Костюмированная встреча при выходе из ЗАГСа;

• Костюмированный выкуп невесты.

В общем, свадебное агентство «Камелия» занимает лидирующее положение, так как оно обеспечивает полный цикл свадебных услуг и является прямым конкурентом.

Рычаги давления на конкуренцию - это прежде всего предоставление услуг более высокого качества, чем у конкурентов, а также эффективная маркетинговая деятельность по продвижению компании на рынок города.

Источники и условия финансирования инвестиционного проекта - частные инвесторы. Система налогообложения - упрощенная система налогообложения. Для разработки стратегий для данного проекта необходимо выявить его сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. Для этого в таблице 4 проведем SWOT-анализ.

Таблица 4

SWOT-анализ

S - Сильные стороны	W - Слабые стороны
S1 Высококвалифицированный персонал S2 Отличное качество оказываемых услуг	W1 Отсутствие дополнительных офисов W2Достаточно большие начальные вложения могут не окупиться
S3Достаточно низкие цены	W3 Средняя база клиентов
O - Возможности	T - Угрозы
O1 Расширение сети O2 Увеличение клиентской базы	T1 Низкие доходы потребителей T2 Усиление конкуренции на рынке T3 Трудности прогнозирования макроэкономический ситуации

На основании выявленных сильных, слабых сторон, возможностей и угроз составим в таблице 5 матрицу стратегий.

Таблица 5

Матрица стратегий

SO-развитие возможностей	WO-преодоление недостатков
Возможность роста, при появлении интереса у населения к новым услугам. Рост возможен также благодаря ценовой политике.	Донесение до населения полной информации о новых услугах.
ST-избежание угроз	WT-устранение недостатков
Политика цен, обязательное условие их стабильности и не повышения. Активная реклама с целью борьбы с конкурентами.	Информация об услугах должна быть полной, цены оставаться на доступном уровне. Рекламные компании с целью расширения несколько узкого круга потенциальных потребителей.

SWOT-анализ показал, что сильными сторонами является: высококвалифицированный персонал, отличное качество оказываемых услуг, достаточно низкие цены.

Но при реализации проекта необходимо учитывать угрозы - низкие доходы потребителей, усиление конкуренции на рынке и трудности прогнозирования в макроэкономической ситуации.

На основании выявленных сильных, слабых сторон, возможностей и угроз была составлена матрица стратегий.

Для преодоления недостатков в реализации проекта необходимо донесение до населения полной информации о продукте, а так же, во избежание угроз необходимо проводить политику цен, обязательное условие их стабильности и не повышения, и активную рекламу с целью борьбы с конкурентами.

Из-за широкого ассортимента, высокого качества, эстетической составляющей и местоположения данный конкурент представляет опасность. В таблице 6 составлена оценка цены/качества.

Оценка цены качества рассматривалась по десяти бальной шкале.

За основу были взяты данные по цене оказываемых услуг и качества на примере свадебного платья. Для это составим следующую таблицу 6.

Таблица 6

Показатели цены и качества Салон «Богиня» и его конкурента Камелия

Показатели	Цена, руб.	Качество оказываемых услуг
Свадебный салон «Богиня»	15000	отличное качество, пользуется большим спросом и востребована на рынке
Свадебный салон «Камелия»	22000	хорошее качество, не всегда пользуется большим спросом

Согласно рассмотренной таблице составлена бальная оценка цены и качества. Данные представлены в таблице 7.

Таблица 7

Балльная оценка цена/качество

Показатели	Цена, в баллах	Качество продукции, в баллах
Свадебный салон «Богиня»	9	10
Свадебный салон «Камелия»	6	8

Отобразим данную оценку в виде диаграммы на рисунке 14.

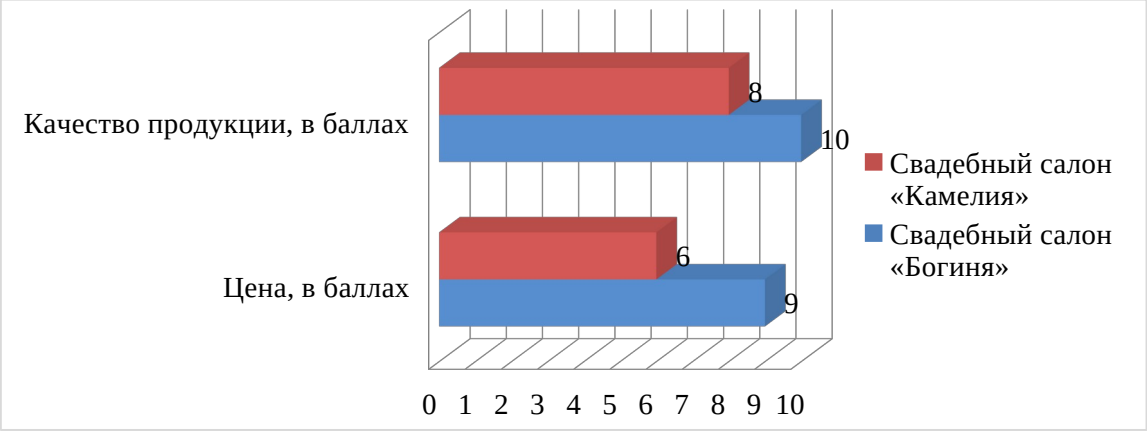

Рис. 14. Балльная оценка цена/качество

Далее в таблице 8 проведем подобную оценку, но уже по нескольким конкурентным позициям.

Таблица 8

Оценка по конкурентным позициям

Конкурентные позиции	Оценка в баллах

	Свадебный салон «Богиня»	Свадебный салон «Камелия»
Местоположение	8	9
Имидж фирмы	7	10
Цена продукции	9	6
Качество продукции	10	10
Качество облуживания	10	8
Реклама	9	10
Квалификация персонала	10	10
Соблюдение стандартов и регламентов	10	10
Итого	73	73

Оценка по конкурентным позициям отображена на рисунке 15.



Рис. 15. Оценка по конкурентным позициям

Исходя из анализа, представленного на рисунке 15, можно сделать вывод, что наше предприятие значительно проигрывает лишь по одной позиции «Имидж», что логично. Данное предприятие в данной сфере, пока кому известно. Но предприятие будет лидировать по ценовой политике и качеству обслуживания, что, несомненно, огромный плюс.

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ООО «САЛОН БОГИНЯ» И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

3.1. Обоснование бизнес-проекта

ООО «Салон Богиня» в первую очередь направлен торговлю и прокатом свадебных платьев.

Его уникальность состоит в том, что в масштабах одной фирмы собрана целая гамма услуг, охватывающая различные области, так или иначе связанные с свадьбой и торжественными мероприятиями. В отличие от подавляющего большинства конкурентов данная фирма делает ставку не только на продажу и прокат платьев, но и оказание большого спектра услуг салона красоты.

Как правило, каждой невесте, а так же ее гостям необходимо посетить не только салоны платьев, но и салоны торжественных услуг, включая и салоны красоты.

Поэтому идея данного салона заключается в избавлении хождений по всем салонам, на которые уходит не один день. Только что б посетить салон красоты, это занимает, как правило, 2 дня.

В салоне Богиня планируется оказывать услуги салона красоты всего лишь за 2-2,5 часа, клиентка может сделать прическу и маникюр.

Для этого будет сделан тщательный отбор персонала, который сможет работать в паре.

На каждую клиентку будет выделено по 2 маникюрщицы и в зависимости от услуги 2 парикмахера.

Таким образом, планируется добиться максимального уменьшенного времени для клиента.

Так же в данном салоне будет осуществляться продажа свадебных свеч, которые будут изготавливаться на глазах клиентов. По желанию будет предложено выбрать самому клиенту гамму красок.

Для данного салона планируется арендовать помещение под офис в приделах 100-150 км^2 в районе Хамовники, по адресу: ул. Спортивная,16. В

данном районе меньше конкурентов, а соответственно будет значительнее количество потенциальных клиентов.

Так как в данной организации будет числиться 15 сотрудников, в соответствии, с чем будет применяться упрощенная система налогообложения, согласно установленному приделу НК РФ в п. 3 пп.15 ст. 346.12.

Цель бизнес-плана – получение прибыли организации ООО «Салон Богиня».

Планируемый объем оборота в год по всем видам деятельности – порядка 70182306 руб. при полной занятости работников.

Ожидаемая чистая прибыль от всех видов услуг 45383118 руб.

Общая стоимость проекта 45383118 руб., так как в организации отсутствуют денежные средства, то для открытия данного салона будет взят кредит в размере 14500000 руб.

Планируемый срок окупаемости составит менее 1 года.

3.2. План маркетинга

Создание салона, ориентированного на людей с разными доходами; на людей с традиционными и совершенно нестандартными предпочтениями. Салон предоставит полный спектр услуг представительниц женского пола, для тех, кто вступает в брак, а так же тех, кому нужно на торжество: свадьба, вечеринка, выпускной, день рождение. Так же в данном салоне будет предлагаться перечень платьев для маленьких представительниц прекрасного пола. Данные платья подойдут как для торжеств, таких как свадьба, день рождение, так и для нового года.

Будет предложено как продажа, так и прокат платьев.

Так же будет разработан спектр следующих услуг:

- продажа/прокат платья
- аксессуары к наряду - продажа/прокат
- свадебная/ торжественная прическа

- маникюр
- свадебные свечи – продажа.

Планируется сотрудничать с салонами предоставляющие такие мероприятия как проведение свадебного торжества, подбор аренды помещения для праздника, услуги фотографа и оператора, цветочный магазин. Планируется заключить с данными организациями договор в размере 15% выручки от услуги.

Миссия нашей компании - предоставить жителям района Хамовники качественные услуги.

Краткосрочная цель. Удовлетворение потребностей потребителей в товарах свадебных предметов, получение постоянной прибыли.

Долгосрочная цель. Разработка ряда дополнительных услуг, консолидация на рынке в основном сегменте и достижение максимальной прибыли.

Основная задача бизнеса - прибыль. На первом этапе работы компания намерена сосредоточиться на продаже свадебных и вечерних платьев, которые обеспечат быстрый доход для компании и увеличат капитал.

На втором этапе, при большом увеличении, расширении производства, возможно увеличение диапазона, также предполагается создание данных салонов.

Салон будет направлен на максимальный комфорт для клиента.

Специальный подход. Салон будет полностью оригинальным.

Возможность участвовать в организации свадьбы. Для агентства желания молодоженов - закон. Но компания не лишит молодых людей возможности наслаждаться радостными моментами подготовки к свадьбе. Салон сделает для них весь процесс подготовки к торжеству радостным и приятным во всех смыслах.

Предлагается использовать стратегию средней цены, в том числе среднее качество по средней цене. Ценовая политика включает разумную цену за платья.

Салон Богиня будет использовать стратегию «бизнес на двух ногах». Суть его заключается в следующем: разрабатывается эксклюзивный продукт, который дает основную прибыль, и параллельно организуется система «фоновых продаж», которые удерживают компанию на плаву. К примеру, эксклюзивным продуктом станут услуги салона красоты, обеспечивающие минимум времени в салоне по оптимальной цене. А продажи платьев и прокат платьев обеспечат фоновые продажи.

Образ салона, пройдя все этапы организации и потратив все необходимые расходы, будет создан после результатов обслуживания первых клиентов, которые могут привлечь своих знакомых в салон, рекомендовать им воспользоваться услугами.

Особое место уделяется коммуникации с клиентами, поскольку это искусство успешного маркетинга, создавая благоприятные условия в салоне. Выбор моделей одежды будет проводиться с учетом требований современной моды, по просьбе клиентов, из-за особенностей их фигуры (желательно подчеркнуть преимущества, при необходимости, скрыть недостатки и отклонения).

Продвижение салона планируется за счет интернет-ресурсов и наружной рекламы. Чтобы стимулировать бизнес, салон будет активно использовать рекламу: размещение рекламы в печатных СМИ, в телевизионных программах, особенно на первом этапе работы.

При открытии салона планируется презентация потенциальных потенциальных клиентов.

В будущем они также будут проводить рекламные мероприятия, которые привлекают людей.

Также реклама будет производиться в следующих областях:

• сотрудничество с Свадебным дворцом, объявление о салоне;

• реклама на страницах городских газет «Стиль», «Свадебная мода», «Город красоты», «Камелот», 3 раза в месяц;

• составление онлайн-каталога с предыдущими свадьбами, наши услуги.

Основные задачи салона при оказании услуг конкретному клиенту:

• максимальный комфорт;

• индивидуальный подход;

• сокращение времени приема услуг (с высокой квалификацией специалистов, время производства продукции значительно сокращено)

Обслуживание клиентов может осуществляться непосредственно в приемной, оборудованной подходящими помещениями (по предварительной договоренности, чтобы избежать очередей и сохранения конфиденциальности клиентов), а также оставить нашего консультанта в офисе дома или клиента (клиента).

При необходимости может быть выполнен срочный заказ.

Отношения клиентов с салоном регулируются правилами ОН населения в Российской Федерации, разработанными на основании закона Российской Федерации «О защите прав потребителей». Заказы на предоставление услуг составляются по договору-кассе с указанием деталей сторон (подрядчика и заказчика), даты получения заказа, сроков и начала исполнения.

В случае нарушения условий исполнения заказа подрядчик выплачивает клиенту штраф за каждый просроченный день в размере 3% от стоимости услуги или полную стоимость заказа (услуги).

Услуга оплачивается по предварительной предоплате в размере 50% от стоимости услуги.

Так же планируется продажа сопутствующих аксессуаров и обуви для свадебного наряда, создание собственной коллекции свадебных платьев и вечерних платьев авторских салонов и рекламное шоу (один раз в полтора

года). Предполагается также покупка ткани и аксессуаров за рубежом для выполнения заказов.

3.4. Производственный план

Население района Хамовники составляет 108 766 человек. Так как по данному району нет полных показателей, проведем пропорциональные расчеты к г. Москва, для выявления количественного состава женского населения.

Численность общего состава населения по г. Москва составляет 12 506 тыс. чел., из них женского состава в возрасте от 5 и свыше 55 лет около 6 709 тыс. чел.

Тогда предположительный состав женского населения в районе Хамовники составит:

109 /12 506 = 0,87%

Предположительный состав женского населения составит:

6709 *0,87% = 58 тыс. чел.

Выявим потенциальных потребителей. Для этого необходимо провести анкетирование по позиционированию. То есть, выявлению отличий услуг организации от услуг конкурентов для привлечения специфической клиентуры и более полного удовлетворения запросов определенного сегмента рынка. Для определения позиции ООО «Салона Богиня» необходимо составить портрет потенциального потребителя услуг. Критерии подбора клиентов следующие:

- женский пол;
- возраст;
- уровень дохода.

Также для составления портрета потенциального покупателя можно провести анкетирование местного населения. Для этого необходимо составить примерный список вопросов для анкеты:

К какой возрастной категории Вы относитесь:

- от 5 до 12 лет;
- от 12 до 18 лет;
- от 18 до 25 лет;
- от 25 до 35 лет;
- от 35 до 45 лет;
- от 45 до 55 лет;
- старше 55 лет.

1) Посещаете ли торжественные мероприятия?
2) Какой бюджет тратите на наряд?
3) Степень значимости факторов для потребителя при выборе свадебного наряда
4) Придете ли Вы на день открытых дверей в данный салон?

Проанализировав ответы на данные вопросы, можно выяснить, насколько привлекателен будет данный салон в городе, и какое количество посетителей уже явно намерены его посетить.

Так как организация относится к торговли, то такие критерии как пол и возраст будут иметь особый вес при создании портрета потенциального потребителя. Однако если учесть специфику направленности, то к основным потребителям можно отнести молодежь, средний возраст которых соответственно составит от 18 до 45 лет.

Результаты анкетирования, представленные на рисунке 16, показали, что женский пол был более заинтересован в данном центре, как и говорилось ранее.

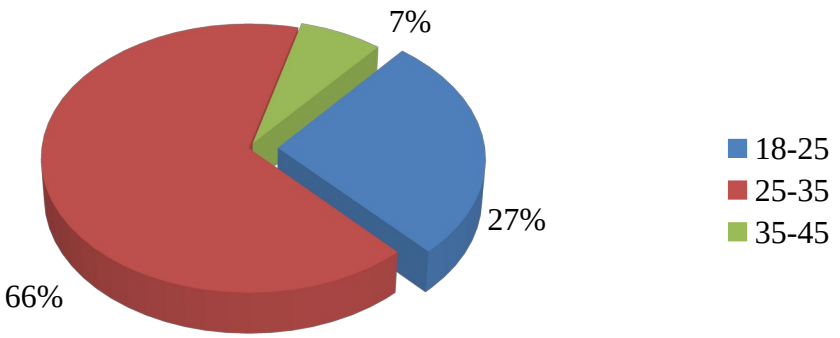

Рис. 16. Структура заинтересованных потенциальных клиентов

Таким образом, одним из способов привлечения новых посетителей (ориентирован на молодой контингент посетителей) будет относительная дешевизна предлагаемых услуг.

Позволить пользоваться услугами данного салон сможет любой клиент с уровнем дохода от ниже среднего.

Проанализировав данные анкетирования, можно сделать вывод, что предлагаемые услуги будут привлекать своей ценой и перечным оказываемых услуг.

Поэтому следующим этапом проведем разработку планового маркетинга по плановой выручки оказываемых услуг. Для этого необходимо определить услуги, которые будут предлагаться потенциальным потребителям. В таблице 9 составим плановую выручку по количеству товаров по недельно.

Для определения объема реализации в количественном выражении возьмем предположительно 50% от общего состава женского населения, которые будут пользоваться салоном Богиня.

Примерная численность составит 29 тыс. чел.

Так учтем, что не всегда могут быть продажи, поэтому в расчете берем 6 дней в неделю. Составим плановый расчет по недельно в разрезе ассортиментных позиций по их количеству.

За 2017 г. в Москве было 1 049 725 примерное число браков по району Хамовники составит:

1049725 * 0,87% = 9132 брака

Предположим, что в данном салоне будут заказывать 50% из данного числа, примерное количество покупок и прокатов платьев составит 4500 ед. в год.

Так как в салон для свадебного платья ходят всегда с подружками и мамами то посчитаем примерное количество продаж на вечерние наряды.

На одну невесту приходится 1 мама и 3 подружки, итого 4 чел., то плановые показатели за год составят:

4500 * 4 = 18000

Расчет детских платьев возьмем из количества детей в период от 5 – 14 лет.

В Москве в данном промежутке составляет 622740 девочек, то примерное количество в районе Хамовники составит:

622740 * 0,87% = 5415 девочек.

На основании этих данных составим плановые показатели продаж, проката и услуг салона.

Таблица 9

Плановый лист по недельно

День недели	Наименование ассортиментной позиции	Количество оказанных услуг, ед.
Понедельник	Маникюр	1
	Прическа + маникюр	1
	Прокат детского платья	2
	Покупка детского платья	1
	Свадебные аксесуары	1
Вторник	Маникюр	2
	Прическа + маникюр	2
	Покупка детского платья	1
	Прокат детского платья	1
	Продажа свадебного платья	1
	Свадебные аксесуары	1
	Прическа + маникюр	3
Четверг	Прическа	2
	Покупка детского платья	2

	Маникюр	3
Пятница	Прическа + маникюр	3
	Маникюр	3
	Прокат детского платья	1
	Свадебные аксесуары	1
	Прическа	1
	Покупка детского платья	1
	Покупка свадебного платья	2
Суббота	Покупка детского платья	2
	Прическа + маникюр	2
	Свадебные аксесуары	1
	Прическа	1
	Прокат детского платья	1
Итого		69

План маркетинга для ООО «Салона Богиня» так же основывается на проведении широкой рекламной компании, т.к. на начальном этапе деятельности организации важно, чтобы как можно больше потенциальных клиентов узнало о нем. Рекламная кампания будет включать 3 основных этапа:

а) объявления по радио и телевидению;

б) реклама на улице;

в) проведение дня открытых дверей;

г) реклама в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, Facebook.

Для проведения активной рекламной кампании лучшее время для открытия – поздняя весна или лето.

Реклама на улице заключается в распространении рекламных листовок на улице города, но не совсем обычно. Некоторое количество сотрудников в специально сшитых на заказ костюмах будут ходить по улицам города, и рассказывать людям об открывающейся новинке и предлагать рекламные листовки. Такая необычная рекламная акция, несомненно, заинтересует потенциальных посетителей и привлечет клиентов. Такую акцию лучше провести за 1,5 – 2 недели до открытия центра.

Итак, рекламная кампания включает в себя несколько этапов и способов привлечения клиентов.

Сроки проведения рекламы в 2018 году можно представить в таблице 10. Можно сказать, что основная рекламная кампания будет сосредоточена в первые два месяца и направлена на моментальное привлечение посетителей.

Таблица 10

Сроки проведения рекламы

Реклама	сен	окт	ноя	дек	янв	фев р	март	апр	май	июнь	июль	авг
Радиореклама												
Реклама на ТВ												
День открытых дверей												
Уличная реклама												
Реклама в соц. сетях												

В 2018 году предполагается проведение таких видов рекламы, как:

- день открытых дверей (раз в год на день рождение кентра);
- уличная реклама (в течение каждого года, 28 дней);
- реклама в соц. сетях.

3.5. Организационный план

Структура управления, в ООО «Салон Богиня» используется как линейно – функциональная структура управления. Главным управляющим органом управления организации является директор. В подчинении у директора находятся администратор, бухгалтер, отдел снабжения.

В свою очередь администратор контролирует отдел салона красоты, уборщицу и отдел продаж и проката.

Основным документом, регламентирующим деятельность компании ООО «Салон Богиня» является Устав организации.

Положение о структурном подразделении является документом определяющим:

- порядок создания подразделения;
- правовое положение подразделения в организационной структуре

организации;

- задачи и функции подразделения;

- права подразделения;

- взаимоотношения с другими подразделениями организации;

- ответственность подразделения.

Помимо положений о структурных подразделений, на каждую штатную единицу разработаны должностные инструкции.

Кроме устава, положений по отдельно взятым структурным подразделениям и должностным инструкциям, сотрудники организаций используют при выполнении своих должностных обязанностях бизнес процессы, разработанные для каждого отдельно взятого процесса выполняемого сотрудниками организации.

Основным документом по учётной политике является Положение по бухгалтерскому учету "Учетная политика организаций" ПБУ 1/2008 (с изменениями от 28.04.2017 N 69н). Данное Положение устанавливает основы формирования (выбора и обоснования) и раскрытия (придание гласности) учётной политики организаций, являющихся юридическими лицами по законодательству РФ (кроме кредитных организаций).[28]

На исследуемом предприятии действует учетная политика в соответствии с (п. 1 ст. 256 НК РФ в ред. от 03.08.2018 N 334-ФЗ).[29]

Бухгалтерский учет осуществляется по журнально-ордерной форме бухгалтерского учета ручным способом.

Ответственность за организацию бухгалтерского учета несет руководитель предприятия, бухгалтерский учет осуществляется бухгалтерией возглавляемой бухгалтером.

---

[28]. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету" (с изм. от 28.04.2017 N 69н) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2014, N 45, ст. 6154

[29]. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч.2) от 5 августа 2000 года N 117-ФЗ (с изм. от 03.08.2018 N 334-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2018, N 1, ст. 20

Таблица 11

Штатное расписание персонала

Должность	количество
Директор	1
Администратор	1
Бухгалтер	1
Продавец-консультант для свадебного салона	4
Парикмахер	4
Манекюрщица	4
Резчик свечей	1
Уборщица	1
Охранник	1
Итого	18

Для деятельности данного салона потребуется 18 чел.

3.6. Финансовый план

Для определения планируемого объема реализации в стоимостном выражении в таблице 16 сформированы листы оказания услуг по каждому дню недели, в которых отражено в разрезе ассортиментных позиций количество оказанных услуг.

Таблица 12

Лист продаж по недельно

День недели	Наименование ассортиментной позиции	Количество оказанных услуг, ед.	Цена	Сумма
Понедельник	Маникюр	1	1425	1425
	Прическа + маникюр	1	4000	4000
	Прокат свадебного платья	1	4193	4193
	Прокат детского платья	2	736	1473
	Покупка детского платья	1	1473	1473
	Свечи резные	1	1400	1400
	Свадебные аксесуары	1	4952	4952
Вторник	Маникюр	2	1425	2850
	Свечи резные	2	1400	2800
	Прическа + маникюр	2	4000	8000
Среда	Покупка вечернего платья	1	4260	4260
	Покупка детского платья	1	1473	1473
	Прокат детского платья	1	736	736
	Прокат вечернего платья	1	2130	2130
	Продажа свадебного платья	1	8386	8386
	Свечи резные	1	1400	1400
	Свадебные аксесуары	1	4952	4952

	Прическа + маникюр	3	4000	12000
Четверг	Прическа	2	3063	6125
	Прокат вечернего платья	2	2130	4260
	Покупка вечернего платья	1	4260	4260
	Покупка детского платья	2	1473	2946
	Свечи резные	4	1400	5600
	Прокат свадебного платья	2	4193	8386
	Маникюр	3	1425	4275
Пятница	Прическа + маникюр	3	4000	12000
	Маникюр	3	1425	4275
	Покупка вечернего платья	2	4260	8519
	Прокат детского платья	1	736	736
	Свадебные аксесуары	1	4952	4952
	Прическа	1	3063	3063
	Свечи резные	3	1400	4200
	Покупка детского платья	1	1473	1473
	Покупка свадебного платья	2	8386	16772
Суббота	Покупка детского платья	2	1473	2946
	Покупка вечернего платья	2	4260	8519
	Прическа + маникюр	2	4000	8000
	Свечи резные	2	1400	2800
	Свадебные аксесуары	1	4952	4952
	Прическа	1	3063	3063
	Прокат свадебного платья	1	4193	4193
	Прокат детского платья	1	736	736
Итого		69		194951

На основании данных о плановом формировании недельных листов реализации оказанных услуг ООО «Салона Богиня» с учетом цикличности доходов сформируем в таблице 13 сумму плановой выручки за месяц, квартал и год.

Таблица 13

Планируемая сумма выручки за месяц, квартал и год, руб.

	неделя	месяц	квартал	год
Понедельник	18916	567468	2269872	6809616
Вторник	13650	409500	1638000	4914000
Среда	35336	1060093,5	4240374	12721122
Четверг	35851	1075518	4302072	12906216
Пятница	55990	1679691	6718764	20156292
Суббота	35209	1056255	4225020	12675060
	194951	5848525	23394102	70182306

Плановая выручка за неделю составит 194951 руб., за месяц – 5848525 руб., за квартал – 23394102 руб., за год – 70182306 руб.

Для реализации проекта необходим персонал, проедем расчеты затрат на заработную плату и сумм страховых взносов. Данные по численности персонала определены в таблице 14.

Таблица 14

Штатное расписание ООО «Салона Богиня»

Наименование профессии / должности	численность, чел.	Оклад			Страховые взносы	
		в месяц	в месяц на всех сотрудников	в год	в месяц	в год
Директор	1	40000	40000	480000	5200	62400
Администратор	1	30000	30000	360000	3900	46800
Бухгалтер	1	25000	25000	300000	3250	39000
Продавец-консультант для свадебного салона	4	18000	72000	864000	9360	112320
Парикмахер	4	60000	240000	2880000	31200	374400
Манекюрщица	4	40000	160000	1920000	20800	249600
Резчик свечей	1	15000	15000	180000	1950	23400
Уборщица	1	10000	10000	120000	1300	15600
Охранник	1	25000	25000	300000	3250	39000
Итого	18		617000	7404000		962520

Таким образом, расчет затрат на заработную плату персонала ООО «Салона Богиня» за год составит 7 404 000 руб., затраты по НДФЛ составят – 962520 руб.

Общие затраты будут 8366520 руб.

Помещение будет взято в аренду, сумма затрат представлена в таблице 15.

Таблица 15

Стоимость аренды

Помещение, предназначение	Площадь, кв. м	Стоимость руб. за кв. м (с НДС)	Арендная плата в месяц, руб.	Коммунальные расходы, руб.	Расходы за год
Офис	150	1490	223 500	6000	2754000
ИТОГО			223 500	6 000	2 754 000

Затраты по аренде составят 2 754 000 руб.

Рассмотрим стоимость затрат за телефонные услуги и интернет.

Таблица 16

Телефонные услуги

Ростелеком тариф "Безлимитный"			В год
Пакет минут	неограниченный	количество	
Абонентская плата	610	2	14640
Плата за подключение (здание подключено)	183	2	4392
Итого			19032

Затраты на интернет составят:

Основные тарифы Ростелеком

Компания предлагает следующие базовые пакеты для малого и среднего бизнеса:

Пакет «Базис №1»

- Скорость интернета до 512 Кбит/сек.
- 1 телефонная линия.

1586 рублей в месяц.

Затраты за год составят 1586 * 12 = 19 032 руб.

Для создания данного салона потребуются материалы и сырье.

Таблица 17

Материальные затраты для отдела «салон свадебных и вечерних платьев»

Материалы	цена	количество	Сумма
Вешало "Барокко" Е0014	9730,8	2	19461,6
Настенное вешало Е-0012 с верхним декором УЛИЦА РОЗ	6715	1	6715
Зеркало "Дубовая Роща"	13022	3	39066
Рецепшен	20925	1	20925
ноутбук с M.2 SATA SSD слот Apollo Lake N3450 13.3 "IPS 6 г DDR3 Ultrabook	19523	2	39046
Манекен женщина	3750	6	22500
Манекен детский	3150	4	12600
Полка навесная Ассоль АС-49	1490	2	2980
Шея для бижутерии и украшений малая	250	5	1250
Шея для бижутерии и украшений большая	350	5	1750
Вешалка для одежды с утолщенными концами, 44.5 см	132	250	33000

Стул для посетителей Самба	2900	6	17400
Комплект мягкой мебели для салона Диван "Kalipso" для зоны ожидания	16665	1	16665
Стол Цунами 80см черный Т - 07R80	21900	1	21900
Ваза для конфет 22 см н/н "Квадро /Синее дно" /	1180	3	3540
Витрина стеклянная "ИСТРА" №1 (закрытая, задняя стенка - стекло)	11749,1	3	35247,3
Кассовый аппарат АМС-300Ф	16490	1	16490
Манекен рука для колец	218,79	5	1093,95
Манекен для бижутерии	1054,05	5	5270,25
Полочка для обуви раздвижная	689	3	2067
Оборудование для свечей набор «Стандарт»	38400	1	38400
Упаковка для резных свечей №1 высотой до 16 см	112	312	34944
Упаковка для резных свечей №2 высотой свыше 16 см	122	312	38064
Дополнительные затраты для свечей			45271
Итого			475646,1

Сумма затрат для отдела составит 475646,1 руб.

Таблица 18

Свадебные наряды

№ п/п	Свадебные платья	Затратная цена
1	Свадебные платья vestido de Novia с короткими рукавами	7700
2	Свадебное платье с коротким рукавом и открытой спиной, большой размер 2018, Vestido De Noiva, W0016	6500
3	Иллюзия Vestido De Noiva платье 2018 с коротким рукавом FSM-453M	5900
4	Иллюзия мусульманской линии свадебное платье с длинным рукавом Пояса бантом бисер кружево накладное	5500
5	Свадебные платья для платье невесты Винтаж Плюс	5000
6	Свадебные платья 2018 Boda robe de mariée EP08838	2200
7	Свадебное платье кружева 2018 EP07232WH	2600
8	Свадебное платье V-образным вырезом Weddig платье 2018 Vestido De Noiva элегантный развертки поезд трапециевидной формы	4200
9	Свадебное платье 2018 цветы, бабочки, вышивка, кружева Vestidos De Novia	3300
10	Свадебное платье Русалка 2017 винтажный пояс vestido De noiva SLD-W001	3600
11	Свадебные платья 2018 Лори Vestido Noiva Praia с поясом	4500
12	Свадебные платья без бретелек жемчуг Белый vestidos De Novia HS103	2600
13	Романтический кружево свадебное платье 2018	3000
14	Свадебное платье Vestido De Noiva 2018	5000
15	Свадебные платья кружево	7300
16	Свадебное платье Fansmile Корейский кружево платья 2017	4600
17	Свадебные платья JIERUIZE белого кружева Boho Русалочки 2018 Половина рукава с открытыми плечами	6300
18	Свадебные платья JIERUIZE белый простой спинки 2018 3/4 рукава	9000

19	Свадебные платья JIERUIZE кружевные аппликации спинки Лето Boho 2018 A-Line	9700
20	Свадебные платья JIERUIZE белые кружевные аппликации 2018 Кристалл Sash кнопка	11000
21	Свадебное платье Vestido De Noiva princesa Luxo кружево See Through Royal	15800
22	Свадебные платья Bridalaffa роскошный жемчуг св одежда с длинным рукавом 2018	14500
23	Свадебные платья JIERUIZE мусульманский стиль 2017 одежда с длинным рукавом зимние теплые	4400
24	Свадебные платья 2018 зимнее, кружево, аппликации жемчугом	5900
25	Свадебные платья E JUE Шунг мусульманские свадебные платья 2018 одежда с длинным рукавом, зимние	4100
26	Свадебные платья E JUE Шунг с длинным рукавом 2018 теплые	4100
27	Свадебное платье 2018 зимняя одежда с длинными рукавами зима	3300
28	Свадебное платье 2018 кружевное, элегантное, длинным шлейфом	6200
29	Свадебные платья vestido de Novia с короткими рукавами	8100
30	Свадебное платье с коротким рукавом и открытой спиной, большой размер 2018, трапециевидной формы Vestido De Noiva, W0016	5300
31	Свадебное платье иллюзия Vestido De Noiva 2018 с коротким рукавом FSM-453M	5600
32	Свадебное платье иллюзия мусульманской линии с длинным рукавом, пояс бантом, бисер кружево накладное	5900
33	Свадебные платья для платье невесты Винтаж Плюс	4200
34	Свадебные платья 2018 Boda robe de mariée EP08838	2600
35	Свадебное платье кружева 2018 EP07232WH	2400
36	Свадебное платье V-образным вырезом Weddig платье 2018 Vestido De Noiva элегантный развертки поезд трапециевидной формы	4100
37	Свадебное платье 2018 цветы, бабочки, вышивка, кружева Vestidos De Novia	3600
38	Свадебное платье Русалка 2017 винтажный пояс vestido De noiva SLD-W001	3800
39	Свадебные платья 2018 Лори Vestido Noiva Praia с поясом	4200
40	Свадебные платья без бретелек жемчуг Белый vestidos De Novia HS103	2400
41	Романтический кружево свадебное платье 2018	2800
42	Свадебное платье Vestido De Noiva 2018	5300
43	Свадебные платья кружево	7800
44	Свадебное платье Fansmile Корейский кружево платья 2017	4200
45	Свадебные платья JIERUIZE белого кружева Boho Русалочки 2018 Половина рукава с открытыми плечами	6600
46	Свадебные платья JIERUIZE белый простой спинки 2018 3/4 рукава	10100
47	Свадебные платья JIERUIZE кружевные аппликации спинки Лето Boho 2018 A-Line	12000
48	Свадебные платья JIERUIZE белые кружевные аппликации 2018 Кристалл Sash кнопка	10000
49	Свадебное платье Vestido De Noiva princesa Luxo кружево See Through Royal	16300
50	Свадебные платья Bridalaffa роскошный жемчуг с длинным рукавом 2018	4400

	Итого	299500

Сумма затрат на свадебные платья составит 299500 руб.

Таблица 19

Вечерние наряды

№ п/п	вечерние платья	Затратная цена
1	CAZDZY с длинным рукавом Русалка с аппликациями черный кружево	7400
2	Babyonlinedress Sexy розовый, кружево, шифон	3300
3	FADISTEE Русалка	6200
4	Русалка кружево, длинные	4400
5	Yiiya v-образный вырез три четверти рукав, асимметричные	3300
6	YiiYa Новый 2017 Холтер без рукавов, русалка	2800
7	Искра 2018 v-образным вырезом	1800
8	Классическое, v-образный вырез, кружева, А-силуэт	3400
9	Ever, фиолетовые	2200
10	Длинные элегантные с v-образным вырезом 2018, без рукавов трапециевидные, шифоновые	1400
11	Вечернее платье длинное 2018 аппликации	3000
12	Трапециевидной формы с открытыми плечами 2018, половина рукава Vestido de noite	2500
13	Элегантное кружевное платье	1900
14	Babyonline o-образным вырезом длинные платья	2700
15	Robe de Soiree Longue коралловые, кружевные платья с аппликациями длинное	1600
16	YiiYa Половина рукава с плеча спинки кружево, цветочный принт	3600
17	Ламия 2018 Серебристые, атласные, длинные	3700
18	ASWOMOYE Новинка 2018 года	2800
19	Dressv daffodil аппликации	2400
20	Ever-Pretty трапециевидные, без рукавов, v-образный вырез	2200
21	Dressv темно-синий кружева, длина до пола	2200
22	Элегантные платья с кристаллами и бисерами в стиле Русалки	4200
23	Вечерние платья, длинные EP08697 Ever	2050
24	Aswomoy платье 2018 короткое спереди и длинное сзади платье	1600
25	Yiiya розовый оборки с длинными рукавами на молнии	5300
26	Yiiya 2018 красный, О образным вырезом, половина рукава	2500
27	Элегантные трапециевидной формы с рукавами 2018	1200
28	Элегантный половины рукав, кружево, длинное	3000
29	Dressv темно-Королевский синий цвет, большие размеры	4200
30	Платье голубое вечернее платье, кружевное, трапециевидное без рукавов длиной до колена	3400
31	CAZDZY с длинным рукавом Русалка с аппликациями черный кружево	8200
32	Babyonlinedress Sexy розовый, кружево, шифон	2900
33	FADISTEE Русалка	6000
34	Русалка кружево, длинные	4200
35	Yiiya v-образный вырез три четверти рукав, асимметричные	3300
36	YiiYa Новый 2017 Холтер без рукавов, русалка	2800
37	Искра 2018 v-образным вырезом	1600
38	Классическое, v-образный вырез, кружева, А-силуэт	3600

39	Ever, фиолетовые	2400
40	Длинные элегантные с v-образным вырезом 2018, без рукавов трапециевидные, шифоновые	1600
41	Вечернее платье длинное 2018 аппликации	2800
42	Трапециевидной формы с открытыми плечами 2018, половина рукава Vestido de noite	2400
43	Элегантное кружевное платье	1600
44	Babyonline o-образным вырезом длинные платья	2200
45	Robe de Soiree Longue коралловые, кружевные платья с аппликациями длинное	1500
46	YiiYa Половина рукава с плеча спинки кружево, цветочный принт	3800
47	Ламия 2018 Серебристые, атласные, длинные	2400
48	ASWOMOYE Новинка 2018 года	2600
49	Dressv daffodil аппликации	2200
50	Ever-Pretty трапециевидные, без рукавов, v-образный вырез	2000
51	Dressv темно-синий кружева, длина до пола	2600
52	Элегантные платья с кристаллами и бисерами в стиле Русалки	4400
53	Вечерние платья, длинные EP08697 Ever	2000
54	Aswomoy платье 2018 короткое спереди и длинное сзади платье	1500
55	Yiiya розовый оборки с длинными рукавами на молнии	5000
56	Yiiya 2018 красный, O образным вырезом, половина рукава	2800
57	Элегантные трапециевидной формы с рукавами 2018	1400
58	Элегантный половины рукав, кружево, длинное	2900
59	Dressv темно-Королевский синий цвет, большие размеры	4000
60	Платье голубое вечернее платье, кружевное, трапециевидное без рукавов длиной до колена	3600
	Итого	182550

Сумма затрат на вечерние платья составит 182550 руб.

Таблица 20

Детские платья

№ п/п	детские платья	Затратная цена
1	Детские Платья с цветочным рисунком	600
2	Платье для девочек, вечерние праздничное платье принцессы с цветочным рисунком	1100
3	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1400
4	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1200
5	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1100
6	Детские платья 2017 года	790
7	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1160
8	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1300
9	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1230
10	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1160

11	Детские Платья с цветочным рисунком	590
12	Платье для девочек, вечерние праздничное платье принцессы с цветочным рисунком	1000
13	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1300
14	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1400
15	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1000
16	Детские платья 2017 года	850
17	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1050
18	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1200
19	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	900
20	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	950
21	Детские Платья с цветочным рисунком	720
22	Платье для девочек, вечерние праздничное платье принцессы с цветочным рисунком	1000
23	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1300
24	Шелковое платье принцессы с вышивкой	1050
25	Шелковое платье принцессы с вышивкой	950
26	Детские платья 2017 года	840
27	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1200
28	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1150
29	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1030
30	кружевное платье для девочек, длинное тюлевечерние праздничное платье	1040
	Итого	31560

Сумма затрат на детские платья составит 31560 руб.

Таблица 21

Дополнительные аксессуары

№ п/п	Бижутерия	Затратная цена
1	Дубай золотые ювелирные наборы нигерийские Свадебные африканские бусы	3300
2	Дубай ювелирные наборы браслет, модные свадебные Цепочки и ожерелья + серьги + браслет + кольцо	3400
3	ААА кубический цирконий, свадебные украшения комплект	3500
4	ААА фианит тяжелый ожерелье, серьги-капли, браслет и кольцо 4 шт.	2600
5	Пресноводные природный жемчуг 925 Серебряные комплекты ювелирных изделий белый циркон Браслеты кулон и Цепочки и ожерелья кольца	1100
6	925 стерлингового серебра Для женщин Ювелирные наборы белый циркон Серьги с Камни Цепочки и ожерелья подвеска Серьги Кольца Браслеты	1040

7	естественный пресноводный жемчуг изделия из жемчуга Модный комплект / Элегантные Цепочки и ожерелья Браслет Серьги	1500
8	Zhboruini Ювелирные украшения с жемчужинами естественный пресноводный 925 стерлингов Серебряные ювелирные изделия лук жемчужные Цепочки и ожерелья Серьги брасле	1800
9	Дубай золотые ювелирные наборы нигерийские Свадебные африканские бусы	3200
10	Дубай ювелирные наборы браслет, модные свадебные Цепочки и ожерелья + серьги + браслет + кольцо	3300
11	AAA кубический цирконий, свадебные украшения комплект	3600
12	AAA фианит тяжелый ожерелье, серьги-капли, браслет и кольцо 4 шт.	2800
13	Пресноводные природный жемчуг 925 Серебряные комплекты ювелирных изделий белый циркон Браслеты кулон и Цепочки и ожерелья кольца	1000
14	925 стерлингового серебра Для женщин Ювелирные наборы белый циркон Серьги с Камни Цепочки и ожерелья подвеска Серьги Кольца Браслеты	1300
15	естественный пресноводный жемчуг изделия из жемчуга Модный комплект / Элегантные Цепочки и ожерелья Браслет Серьги	1700
16	Свадебная куртка теплые Болеро	1600
17	Свадебные зимние с капюшоном искусственная меховая отделка атласная Свадебная куртка Плащ шаль	5600
18	Свадебная накидка Болеро	1700
19	Искусственный мех болеро одежда с длинным рукавом цвета слоновой кости	1000
20	накидка для свадебного торжества	2500
21	Подъюбник детский	380
22	Подъюбник детский	514
23	Подъюбник взрослый	618
24	Подъюбник взрослый	680
25	Подъюбник взрослый	720
26	Подъюбник взрослый	865
27	Подъюбник взрослый	950
	Итого	35140

№ п/п		Цена за ед.	Кол-во	сумма
1	Туфли в европейском и американском стиле с закрытым острым носком с Обувь на высоком каблуке	1800	8	14400
2	Кристалл queen ботильоны на высоком каблуке	3200	8	25600
3	белый кружевной зонт	1100	3	3300
4	Фата	2100	3	6300
5	Фата	700	6	4200
	Итого	53800		

№ п/п		Затратная цена	количество	сумма
	Подъюбник детский	380	5	1900
	Подъюбник детский	514	5	2570
	Итого			4470

№		Затратна	количеств	сумм

п/п		я цена	о	а
	Подъюбник взрослый	618	2	1236
	Подъюбник взрослый	680	2	1360
	Подъюбник взрослый	720	1	720
	Подъюбник взрослый	865	1	865
	Подъюбник взрослый	950	1	950
	Итого			5131

Общая сумма затрат по дополнительным аксессуарам составит 110941 руб.

Рассмотрим затраты для салона красоты.

Таблица 22

Оборудование для салона

	Затратная цена	количество	сумма
Кресла для клиента	13200	4	52800
Маникюрный стол	11090	3	33270
Стеллаж "Ripple"	29040	2	58080
Навесная полочка под лаки "SANDRA"	4680	2	9360
Тележка для хранения материалов/инструментов	4940	3	14820
Сейф офисный для документов ШБМ-65	7951	1	7951
Вешалки для одежды	1100	2	2200
Кресло для педикюра	41920	1	41920
Телевизор Samsung UE32J4710AK	19990	1	19990
УФ-лампа для наращивания (для сушки гель-лака)	3250	4	13000
Маникюрный набор	1050	4	4200
Кисти для художественной росписи ногтей	250	4	1000
Стерилизатор	2000	1	2000
Фрезер для маникюра и педикюра NAIL POLISHER DM-202, 25000 об/мин, розовый	3400	4	13600
Жидкость для снятия гель-лака, акрила и типс 100 мл	120	8	960
Профессиональный воскоплав Double Wax Warmer для салонов HAR / 0-52 KS	4400	1	4400
Раковина MEzza-161	5396	1	5396
Ванночка для маникюра TNL (голубая)	70	4	280
White line Одноразовые полотенца 45*90 спанлейс белый (50 шт)	390	2	780
Барбершоп зеркало "Andres" с подсветкой	53600	4	214400
кресло для клиентов парикмахерское	16200	4	64800
Парикмахерская мойка "Гламур"	38900	1	38900
Водонагреватель Gorenje GBU200B6	23440	1	23440
Тумба для парикмахера	15300	4	61200
Итого			688747

Стоимость затрат составит 688747 руб.

Таблица 23

Амортизация ОС

Наименование	Сумма	лет	Годовые затраты на амортизацию
Сейф офисный для документов ШБМ-65	7951	8	994
Телевизор Samsung UE32J4710AK	19990	5	3998
Парикмахерская мойка "Гламур"	38900	7	5557
Водонагреватель Gorenje GBU200B6	23440	10	2344
Комплект мягкой мебели для салона Диван "Kalipso" для зоны ожидания	16665	5	3333
Стол Цунами 80см черный Т - 07R80	21900	5	4380
Рецепшен	20925	5	4185
ноутбук с M.2 SATA SSD слот Apollo Lake N3450 13.3 "IPS 6 г DDR3 Ultrabook	19523	3	6508
Итого			31299

Итого амортизационные затраты в год составят 31299 руб.

Таблица 24

Рекламная кампания

Реклама	Характеристика и стоимость	Сроки реализации	Затраты, руб.
Радиореклама	500руб./день; 10 сек. сообщение каждый час	2 недели до открытия; 2 недели после открытия	14000
Реклама на ТВ	300руб./день; видеоролик 20 сек. на каналах СТС и ТНТ каждые 2 часа	2 недели до открытия каждый день; 6 месяцев после открытия один день в неделю	18000
День открытых дверей	Привлечение посетителей путем их информирования	День открытия	60000
Уличная реклама	Привлечение посетителей путем их информирования с помощью листовок; Цветная печать – 2руб./шт.; 2000 шт.; з/п. сотрудникам – 200руб./час; 4 часа, 4 чел.	2 недели до открытия раз в 2 дня; 2 недели после открытия раз в 3 дня	42400
Реклама в соц. сетях	Создание групп и бесед в социальных сетях для оповещения жителей города о проходящих акциях и розыгрышах.	На протяжении существования сервиса	-
		ИТОГО:	134400

Суммарную стоимость затрат за год составит 14 500 000 руб.

Так как на первоначальном этапе для развития данного бизнеса потребуется около 15 млн. руб., а данная наличная сумма отсутствует, то для оформления кредита был выбран банк «Сбербанк России».

Предложений в банке для кредитования представителей малого, среднего и крупного бизнеса. Самый простой в оформлении займ – «Доверие», что довольно выгодно для малого бизнеса с годовым оборотом не более 60 млн. рублей. Процентная ставка от 16,5% в год максимальная сумма до 3000000 рублей, целевое использование средств подтверждать не нужно.

Данный кредит будет оформлен сроком на 3 года.

Кредит 14500000 руб. на 36 месяцев под 16.5% годовых. Аннуитетный платеж.

Размер ежемесячного платежа: 513 363,55 руб.

Общая сумма выплат: 18 481 087,69 руб.

Переплата за кредит: 3 981 087,69 руб. или 27,46% от суммы кредита.

Начало выплат: Октябрь 2018

Окончание выплат: Сентябрь 2021

Таблица 25

График платежей

№	Дата платежа	Остаток долга после выплаты	Погашение основного долга	Начисленные проценты	Сумма платежа
1	Октябрь 2018	14 186 011,45	313 988,55	199 375,00	513 363,55
2	Ноябрь 2018	13 867 705,56	318 305,89	195 057,66	513 363,55
3	Декабрь 2018	13 545 022,97	322 682,60	190 680,95	513 363,55
4	Январь 2019	13 217 903,49	327 119,48	186 244,07	513 363,55
5	Февраль 2019	12 886 286,11	331 617,37	181 746,17	513 363,55
6	Март 2019	12 550 109,00	336 177,11	177 186,43	513 363,55
7	Апрель 2019	12 209 309,45	340 799,55	172 564,00	513 363,55
8	Май 2019	11 863 823,91	345 485,54	167 878,00	513 363,55
9	Июнь 2019	11 513 587,94	350 235,97	163 127,58	513 363,55
10	Июль 2019	11 158 536,23	355 051,71	158 311,83	513 363,55
11	Август 2019	10 798 602,55	359 933,67	153 429,87	513 363,55
12	Сентябрь 2019	10 433 719,79	364 882,76	148 480,79	513 363,55
13	Октябрь 2019	10 063 819,89	369 899,90	143 463,65	513 363,55
14	2 год сумма в месяц	9 688 833,87	374 986,02	138 377,52	513 363,55
26	3 год сумма в месяц	-0,00	506 400,54	6 963,01	513 363,55
Итого по кредиту:			14 500 000,00	3 981 087,69	18 481 087,69

Ежемесячная сумма платежа по кредиту составит 513363,55 руб.

За год сумма составит:

513363,55 * 12 = 6160362,6 руб.

Для регистрации данной фирмы было решено обратиться в фирму ООО «Практическая бухгалтерия». Стоимость услуг данной фирмы за регистрацию составило:

Пакет «Под ключ»

- Полный пакет документов в распечатанном виде.
- Консультирование по вопросам регистрации и выбору системы налогообложения.
- Подача документов в регистрирующий орган.
- Получение документов из регистрирующего органа.
- Квитанция об оплате Гос. пошлины.
- Заявление о применении УСН.
- Срок исполнения - от 48 часов.

Стоимость: 15000 руб.

Средняя цена химчистки за 1 платье взрослого платья составит 3500 руб.

За 1 детское платье 700 руб.

Посчитаем затраты.

В год взрослых платьев будет сдано в химчистку в количестве 336 шт.

336 х 3500 = 1176000 руб.

В год детских платьев будет сдано в химчистку в количестве 240 шт.

240 х 700 = 1680000 руб.

Итого затраты химчистки составят:

1176000 + 168000 = 1344000 руб.

Составим в таблице 25 общий свод затрат.

Таблица 26

Общий свод затрат

Затраты	Сумма
Свадебные платья	299500
вечерние платья	182550
детские платья	31560
Бижутерия	35140
Туфли	53800
Свадебная куртка теплые Болеро	12400
Реклама	134400
Подъюбник детский	4470
Подъюбник взрослый	5131
Зарплата	7404000
Страховые взносы	962520
Аренда	2 754 000
Телефонные услуги и услуги Интернет	25023
Расходные материалы для отдела свадебный салон	357367
Расходные материалы для отдела салон красоты	688747
Затраты по кредиту	6160363
Затраты на оформление фирмы	15000
УЕС «Доходы» единый налог (6%)	4 210 938
Итого затраты	24 799 188

Общие затраты составят 24799188 руб.

Теперь необходимо собрать и рассчитать все планируемые доходы и расходы в бюджет доходов и расходов, для того чтобы увидеть картину плановой прибыли. Бюджет доходов и расходов является базой для финансового плана. Проведем данные в таблице 27.

Таблица 27

Расчет плановой прибыли

Показатели	Плановый результат
Выручка	70 182 306
Себестоимость	24 799 188
Прибыль от реализации	45 383 118
Рентабельность продаж	183,00

Полученные результаты показывают, что планируемая выручка составит 70 182 306 руб. Рентабельность продаж составить 83%.

Данные мероприятия можно считать целесообразными.

3.7. Оценка эффективности проекта

Вся зона рисков делится на внешнюю, где особенно ощутимо влияние общей экономической ситуации и событий, не связанных с процессом управления бизнесом, и внутреннюю, которая напрямую зависит от эффективности организации управления и реализации бизнеса.

Таблица 28

Основные внешние риски проекта

Наименование риска	Оценка риска	Характеристика риска и способы реагирования
Повышение	высокий	Риск приведет к увеличению стоимости продукции и
себестоимости		снижению маржинальной части дохода. Компенсация риска происходит увеличением отпускной цены
		продукции или пересмотром весовых требований. Для нивелирования риска необходимо вести постоянный мониторинг рынка поставщиков и заключение долгосрочных контрактов.
Открытие в городе прямых конкурентов	высокий	При появлении прямых конкурентов, существующая емкость рынка пропорционально делится на участников, что ведет к снижению продаж. Для преодоления риска на организационном этапе следует вести политику отстройки от конкурентов, поддерживать лояльность потребителя.
Открытие в городе прямых конкурентов	высокий	При появлении прямых конкурентов, существующая емкость рынка пропорционально делится на участников, что ведет к снижению продаж. Для преодоления риска на организационном этапе следует вести политику отстройки от конкурентов, поддерживать лояльность потребителя.
Сезонное снижение продаж	средний	Риск влечет снижение среднегодовых показателей продаж, увеличивает затраты на содержание персонала, ведет к колебанию интенсивности использования производственного оборудования. Риск нивелируется грамотной рекламной и организационной политикой.
Изменение на государственном уровне нормативных требований	низкий	Риск может привести к пересмотру технологический карт производства и ассортиментной базы.

Все внешние риски можно смягчить, если на организационном этапе бизнеса разработать стратегию кризисного управления, удерживать грамотное позиционирование и постоянный контакт с покупателем.

Таблица 29

Основные внутренние риски проекта

Наименование риска	Оценка риска	Характеристика риска и способы реагирования
Низкий уровень компетенции собственного персонала и контрагентов	высокий	Риск может привести к снижению продаж, низкой степени удовлетворённости покупателя и усилить все внешние риски. Нивелируется угроза созданием эффективной системы обучения и мотивации персонала.
Технологические риски	низкие	Выбранная технология и ассортимент не влекут сложностей с процессом производства и технологическим обеспечением бизнеса.

Количественный анализ рисков проекта

Все внешние и внутренние риски имеют единое негативное следствие – снижение прибыли. Причинами снижения прибыли могут стать:

- увеличение сырьевой себестоимости продукции вследствие повышения цен на материалы, сырье, рабочую силу;

- открытие прямых конкурентов, которые смогут отвоевать собственную долю рынка;

- снижение потребительского спроса вследствие неудовлетворительного качества и обслуживания.

Таблица 30

Оценка рисков фирмы ООО «Салон Богиня»

Наименование риска	Баллы(Бi)	Коэф. знач. (Кзн)	Баллы*коэф. знач. (Ктяж)
Внутренние риски			
отказ работника выходить на работу	75	0,05	3,75
смена руководства предприятия	50	0,05	2,5
изменение личных отношений между руководителями	25	0,025	0,625
трудности с набором квалифицированных кадров	50	0,05	2,5
отказ оборудования (авария, ремонт и прочее)	25	0,05	1,25
ошибки менеджеров	25	0,04	1
отключение коммуникаций (вентиляции, водоснабжения)	25	0,05	1,25
несоблюдение договорных обязательств предприятием (несвоевременная отгрузка, не того качества, пересортица)	50	0,08	4
рост дебиторской задолженности	100	0,005	0,5

неоптимальное распределение ресурсов	75	0,07	5,25
недостаток оборотных средств	25	0,05	1,25
снижение платежеспособности покупателей	50	0,025	1,25
несоблюдение экологических норм при производстве продукции	25	0,02	0,5
возможность возникновения пожара	25	0,04	1
Внешние риски			
изменение отношений с местными органами власти и управления	50	0,005	0,25
возможность совершения кражи, поджога	25	0,04	1
изменение условий сотрудничества с поставщиками	50	0,07	3,5
появление новых технологий производства, что ведет к снижению цен на продукцию или появление товаров-заменителей	100	0,005	0,5
изменение ГОСТов	75	0,005	2
продукция не находит сбыта по плановым ценам и в расчетные сроки	50	0,05	2,5
появление прямых конкурентов	25	0,05	1,25
прекращение отношений с предприятиями-поставщиками (их закрытие, ликвидация)	25	0,04	1
изменение процентных ставок по кредитам банков	25	0,01	2,5
установления региональных ограничений на перемещение товаров и капитала	50	0,05	2,5
ужесточение экологических норм хранения и	25	0,05	1,25
транспортировки продукции			
экстремальные погодные условия и катаклизмы	50	0,02	1
Интегральная величина риска		1	45,31

Таким образов, интегральная величина риска составляет 45,3%, что ниже общеэкономического уровня и значит, развитие новой фирмы не потребует значительных финансовых ресурсов на снижение рисков.

Оценка рисков и анализ чувствительности проекта инвестиционного проекта свадебного салона указывают на его значительную привлекательность для потенциальных кредиторов (инвесторов):

Таблица 31

Бюджет инвестиционного планирования инвестиционной программы, руб.

	месяц											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Выручка	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526	5848526
Свадебные платья	299500											
вечерние платья	182550											
детские платья	31560											
Бижутерия	35140											
Туфли	53800											
Свадебная куртка теплые Болеро	12400											
Реклама	33600			33600			33600			33600		
Подъюбник детский	4470											
Подъюбник взрослый	5131											
Зарплата	617000	617000	617000	617000	617000	617000	617000	617000	617000	617000	617000	617000
Страховые взносы	80210	80210	80210	80210	80210	80210	80210	80210	80210	80210	80210	80210
Аренда	229500	229500	229500	229500	229500	229500	229500	229500	229500	229500	229500	229500
Телефонные услуги и услуги Интернет	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25	2085,25
Расходные материалы для отдела свадебный салон	475646,1											
Расходные материалы для отдела салон красоты	688747											
Затраты по кредиту	513363,6	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55	513363,55
Расходы химчистки	112000	112000	112000	112000	112000	112000	112000	112000	112000	112000	112000	112000
Затраты на оформление фирмы	15000											
УЕС «Доходы» единый налог (6%)			5147062			5147062			5147062			5147062

Итого	2456823	6751189	5898494	10159260	14453627	13600931	17861698	22156065	21303369	25564136	29858502	29005807

Таблица 32

Показатели эффективности инвестиционного проекта

Наименование показателя	Значение
Чистый приведенный доход проекта (NPV) за 12 мес., руб.	78319888
Внутренняя норма доходности (IRR,%)	72,57
Дисконтированный период окупаемости (DPBP, месяцев)	7 месяцев

$PV=CF_1/ (1+r)^{1}+CF_2/ (1+r)^{2}+\ldots. +CF_n/ (1+r)^{n}$

для расчета дисконтирования денежных потоков будет учитывать риск банковского кредита в размере 16,5% и ставки рефинансирования – 2%.

где, CFn - денежные потоки, r - ставка дисконта (18,5%)

PV=

$$\frac{2456823}{1,185}+\frac{6751189}{1,404}+\frac{9992821}{1,664}+\frac{14253588}{1,972}+\frac{18547955}{2,337}+\frac{21789587}{2,769}+\frac{26050354}{3,281}+\frac{30344720}{3,888}+$$

(2073268,02 + 4807768,91 + 6005277,42+ 7228543,57 + 7937875,4 + 7869350,61 +7939354,07 +7804342,78 + 7289499,12 + 6931852,67 + 6513403,6 + 5919351,44) = 78 319 888 руб.

2) Рассчитаем чистую текущую стоимость проекта

NPV= -45 383 118 + 78 319 888 = 32 936 770 руб.

3) Внутренняя норма дохода (рентабельности) на инвестиции

IRR= (78319888 / 45383118) - 1= 72,57 %

IRR= 72,57 %

4) Период окупаемости инвестиций

PP= 45383118 / (78319888 /12) = 7 мес.

5) Индекс рентабельности

PI= 78319888 / 45383118 = 1,72

Значение чистого приведенного дохода (NPV) инвестиционной программы по разработке нового салона (за 7 мес.) составляет значительную положительную величину (78319888 рублей), что указывает на наличие экономической эффективности Проекта;

Значение внутренней нормы доходности (IRR) программы свадебного салона составляет 72,57 %, что указывает на относительно высокий запас прочности проекта. Другими словами, при значительном отклонении плановых значений доходов и расходов (притоков и оттоков) от фактических, вероятность достижения отрицательного значения чистой приведенной стоимости (NPV) и некоторое увеличение периода окупаемости проекта незначительно.

Периоды окупаемости программы составляют 7 месяцев, и является приемлемым для подобной категории проектов и приемлемыми для возврата инвестиционных вложений.

Согласно полученных результатов можно сделать вывод, что разработка данного бизнес плана будет способствовать:

- созданию дополнительных рабочих мест в количестве 18 человек.
- обеспечению дополнительных налоговых поступлений;
- данное расширение позволит организации получить дополнительную прибыль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В основе процесса принятия управленческих решений инвестиционного характера лежит оценка эффективности инвестиционных проектов. Для снижения степени риска при принятии инвестиционного решения необходимо объективно оценить предстоящий проект, т. е. учесть всю совокупность факторов, которые в той или иной степени могут повлиять на эффективность инвестиционного проекта.

Оценка инвестиционного проекта – процесс анализа желательности инвестиционных предложений. Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования.

Данный инвестиционный проект относится к малым проектам, он характеризуется как краткосрочный, так как срок его окупаемости составляет менее 1 года и является монопроектом, т.е. имеет ограниченные ресурсные рамки.

Так как инвестиции представляют собой применение финансовых ресурсов, то для наиболее эффективного применения финансовых ресурсов предприятие формирует свой инвестиционный план. Качественный и грамотно составленный бизнес-план позволяет компании расти, развиваться, завоевывая новые позиции на рынке, составляя концепции производства новых услуг и товаров и подбирая наиболее рациональные способы их реализации.

Оценка эффективности инвестиционных проектов требует анализа большого объема информации. Различия в проектах вынуждают использовать определенные методы оценки. Подобный процесс относится к категории инвестиционного менеджмента. Если выбранный инвестиционный проект не отличается размерами и вложения в него, то достаточно ограничиться самыми простыми методами оценки. Более крупные проекты требуют сложных расчетов, соответственно, и оценочные методы подбираются более тщательно.

Для грамотного инвестиционного проектирования проводится маркетинговый анализ деятельности организации в сфере торговли, позволяющий оценить экономические возможности расширения данного бизнеса на рынке.

В России свадебный бизнес находится в процессе становления. Тем не менее, эксперты оценивают возможности рынка свадебных услуг в Москве в размере 90-230 миллионов долларов.

В 2017 году количество браков увеличилось на 4%. Об этом сообщил официальный портал мэра и Правительства Москвы.

Отмечается, что в 2017 году в столице зарегистрировалось более 90000 супружеских пар.

Так, в 2017 году в Москве было образовано 13 тысяч 685 международных (интернациональных) семей. По статистике, в 2017 году браки с иностранцами составили 15% от общего числа, зарегистрированного в Москве.

Для разработки данного проекта была выбрана организации ООО «Салон Богиня». Организационно-правовая форма предприятия – индивидуальный предприниматель. Всего в штатной численности трудится 18 сотрудников. В соответствии с ООО «Салон Богиня» применяет упрощенную форму налогообложения.

Стратегия предполагает вхождение в состав новой организации в сфере торговли и оказания услуг женского населения, направленного на удержание и закрепление позиций на рынке, позволяющие укрепить конкурентоспособность данной организации на рынке.

По результатам анкетного исследования было выявлено, что по отношению к возрастной категории, большинство заинтересованных в открытии данного салона учитывая специфику направленности, то к основным потребителям можно отнести молодежь, средний возраст которых соответственно составит от 18 до 45 лет.

Значение чистого приведенного дохода (NPV) инвестиционной программы по разработке нового салона (за 7 мес.) составляет значительную положительную величину (78319888 рублей), что указывает на наличие экономической эффективности Проекта;

Значение внутренней нормы доходности (IRR) программы свадебного салона составляет 72,57 %, что указывает на относительно высокий запас прочности проекта.

Согласно полученных результатов можно сделать вывод, что создание данного салона будет способствовать: созданию дополнительных рабочих мест в количестве 18 человек, обеспечению дополнительных налоговых поступлений, обеспечению прибыли, а расчеты с показателями, заложенными в бизнес плане, подтверждая успешное развитие бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (в ред. от 03.08.2018 N 339-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2016, N 27, ст. 4287
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 2) (НК РФ ч.2) от 5 августа 2000 года N 117-ФЗ (с изм. от 03.08.2018 N 334-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018, N 1, ст. 20
3. Трудовой кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 декабря 2001 г., одобрен Советом Федераций 26 декабря 2001 г. (ред. от 03.08.2018 N 315-ФЗ) // Собрание законодательства РФ, 2017, N 49, ст. 7331
4. Федеральный закон от 8 августа 2001г. №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (с изм. от 03.08.2018 N 295-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2017, N 1, ст. 29; N 45, ст. 6586
5. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 2014 - 284 с.
6. Барроу К. Бизнес-планирование: Полное руководство / К. Барроу – М.: ФАИР – ПРЕСС, 2015. – 157 с.
7. Бланк, И.А. Управление финансовыми ресурсами / И.А. Бланк. - М.: Омега-Л, 2017. - 158 с.
8. Богомолова В.А. Бизнес-планирование : учеб. пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина ; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2014. — 250 с.
9. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / А. Вайсман. - М.: Интер эксперт, Экономика, 2015. – 59 с.

10. Вайсс А. 101 идея для роста вашего бизнеса : результаты новейших исследований эффективности людей и организаций Альпина Паблишер, 2016. – 398 с.
11. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016. - 320 с.
12. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 195 с.
13. Галенко В. П. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учеб. пособие для студ. вузов / В.П. Галенко, Г.П. Самарина, О.А. Страхова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 152 с.
14. Глухов В. В. Менеджмент / В.В. Глухов. - СПб.: Питер, 2014. - 600 с.
15. Головань С.И. Бизнес-планирование: учеб. Пособие / С.И. Головань. – Ростов н/Д.: «Феникс», 2014. – 264 с.
16. Гончаренко Л.И. Налогообложение организаций: учебник для бакалавров, Издательство: КноРус, 2014. – 512с.
17. Горемыкин В.А. Планирование на предприятии / В.А. Горемыкин. - М.: Юрайт, 2018. - 509 с.
18. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с.
19. Ефимова О.В. Анализ рентабельности капитала // Бухгалтерский учет. - 2012 - № 5 - С. 16-20.
20. Казакова Н. А. Финансовый анализ : учебник и практикум / Н. А. Казакова. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 539 с.
21. Каплан А. В. Решение экономических задач на компьютере / А.В. Каплан - СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2014. – 152 с.
22. Каплюк Т.С. Финансовый анализ / Т.С. Каплюк. - М.: Экзамен, 2016. - 760 с.

23. Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: учебное пособие / В.В. Коссов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ГУ ВГИЭ, 2014. – 160 с.
24. Крутиков В.К., Аракелян С.А., Дорожкина Т.В., Субботина Т.Н., Якунина М.В. Бизнес планирование. Учебно-методическое пособие. Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд-во «Эйдос»), – 2017. – 144 с.
25. Липсиц И.В. Инвестиционный проект / И.В. Липсиц, В.В. Коссов - М.: БЕК, 2016. – 152 с.
26. Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: Анализ рынка компьютерной техники в РФ // электр. сб. ст. по материалам XIX студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2014 —№ 12(19) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://nauchforum.ru/archve/MNF_social/12(19).pdf
27. Морошкин В. А. Бизнес-планирование / В.А. Морошкин, В.П. Буров. - М.: Форум, 2016. - 288 с.
28. Налогообложение ИП и ООО: разница // http://xn----otbabhrsdikm1b8h.xn--p1ai/ip-ili-ooo/
29. Непомнящий Е.Г. Инвестиционное проектирование. учебное пособие / Е.Г. Непомнящий. – СПб.: ТРТУ, 2014. – 241 с.
30. Орлова П.И. Бизнес-планирование: Учебник. / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2016. - 288 с.
31. Романова М. В. Бизнес-планирование. Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: Инфра-М, Форум, 2015. - 240 с.
32. Соломатина А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли / Под редакцией А.Н. Соломатина. - М.: Питер, 2018. - 560 с.
33. Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование. Учебное пособие - Санкт-Петербург: СПб: Университет ИТМО, 2015. - 90 с.
34. Турманидзе Т.У. Финансовый анализ / Т.У. Турманидзе. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 288 с.

35. Фролов Д.И. Стратегическое управление и планирование на предприятии / Д.И. Фролов // «Экономика и коммерция». – 2014. - № 4. – С. 3-21.

Приложение 1

Калькуляция на свечу



Свеча – пирамида 10 х 10 х 21

Материалы	Количество	Цена	Сумма
Парафин	1,26	130,9	164,93
Стерианин	0,13	142,8	18,56
Краситель	0,63	4,76	3,00
Держатель	1	1,19	1,19
Фитиль	0,42	7,14	3,00
Лак свечной	0,06	975,8	58,55
Итого			**249,2**
Дополнительные расходы 20%			299,08

Свеча – пирамида 7 х 7 х 20

Материалы	Количество	Цена	Сумма
Парафин	0,594	130,9	77,75
Стерианин	0,06	142,8	8,57
Краситель	0,297	4,76	1,41
Держатель	1	1,19	1,19
Фитиль	0,4	7,14	2,86
Лак свечной	0,04	975,8	39,03
Итого			**130,81**
Дополнительные расходы 20%			156,98

Приложение 2

Калькуляция на свечу



Свеча – пирамида ажурная 7 х 7 х 20

Материалы	Количество	Цена	Сумма
Парафин	0,297	130,9	38,88
Стерианин	0,06	142,8	8,57
Краситель	0,297	4,76	1,41
Держатель	1	1,19	1,19
Фитиль	0,4	7,14	2,86
Лак свечной		0	0,00
Итого			**52,91**
Дополнительные расходы 20%			63,49

Свеча – пирамида ажурная 7 х 7 х 16

Материалы	Количество	Цена	Сумма
Парафин	0,234	130,9	30,63
Стерианин	0,05	142,8	7,14
Краситель	0,23	4,76	1,09
Держатель	1	1,19	1,19
Фитиль	0,32	7,14	2,28
Лак свечной			
Итого			**42,34**
Дополнительные расходы 20%			50,81

Приложение 3

Жилет без рукавов из искусственного меха



Приложение 4

Длинные платья для подростков для девочек



Приложение 5

Свадебные платья 2018 Винтаж, Королевский синий и белый



Приложение 6

Свадебное платье с лепестками ADLN корсет бисер белый



Приложение 7

Вечерние платья одно плечо шифон



Приложение 8

Полка



Приложение 9

Кресла для клиента



Приложение 10

Кресла для мастера



Приложение 11

Стеклянная витрина



Приложение 12

Столик



Приложение 13

Комплект мягкой мебели для салона



Приложение 14

Манекен детский



Приложение 15

Вешалка напольная для платьев



Приложение 16

Зеркало большое

