 МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

**Факультет «Сервис и туризм»**

**Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»**

**Зайнуллина Т.Г.**

**Экономическое обоснование проекта (работы)**

Методические указания для подготовки экономического раздела ВКР обучающихся направления подготовки 430301 «Сервис» профиль «Сервис индустрии моды и красоты»

Ростов-на-Дону

ДГТУ

2022

УДК 338.242.2

Экономическое обоснование проекта (работы) – Ростов-на-Дону: Донской гос. техн. ун-т, 2022. – 34 с.

В методических указаниях приводятся примеры для подготовки эконмического раздела ВКР бакалаврами направления подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль «Сервис индустрии моды и красоты».

**Содержание**

[1 Основные экономические показатели 4](#_Toc95990148)

[2 Примерная тематика ВКР: 6](#_Toc95990149)

[3 Услуги предприятий индустрии моды и красоты 7](#_Toc95990150)

[4 Примеры экономического обоснования практических рекомендаций в третьем разделе ВКР 10](#_Toc95990151)

[4.1 Разработка и внедрение новой дополнительной услуги «Компьютерный подбор прически» 10](#_Toc95990152)

[4.2 Программа и расчет экономической эффективности мероприятия внедрения АСУ для салона красоты. 12](#_Toc95990153)

[4.3 Экономическое обоснование мероприятия. Организация сервисного обслуживания детей дошкольного возраста салоном красоты «Мануфактура создания безупречности «Yes» 15](#_Toc95990154)

[4.4 Экономическое обоснование программы. Организация мастер-класса по ногтевому дизайну в салоне красоты 20](#_Toc95990155)

[4.5 Экономическое обоснование проведения мероприятия «Мастер-класс по современной мужской стрижке» в салоне красоты «Стриж» 26](#_Toc95990156)

[4.6 Экономическое обоснование мероприятия. Участие в специализированной выставке «Шарм» 30](#_Toc95990157)

[5 Список использованных источников 33](#_Toc95990158)

# **1 Основные экономические показатели**

Экономический показатель – характеризует состояние экономики, ее объектов, протекающих в ней процессов в прошлом, настоящем и в будущем. Экономические показатели представляют один из самых распространенных и эффективных инструментариев описания экономики, используемых в экономической науке и в управлении экономическими процессами.

Система экономических показателей – совокупность взаимосвязанных, систематизированных показателей, характеризующих экономику в целом, ее отрасль, регион, сферу экономической деятельности, группу однородных экономических процессов.

Экономические показатели подразделяются на два основных вида – натуральные и стоимостные (денежные) в зависимости от того, какие измерители могут быть использованы при исчислении данных показателей.

Экономический анализ, проводимый в ВКР, представляет собой анализ деятельности экономического субъекта – сервисного предприятия в части разрабатываемого мероприятия.

Хозяйствующий субъект (фирма) представляет собой экономическую систему – основное звено реализации цели производства. Экономическая деятельность хозяйствующего субъекта включает:

* информационное обеспечение управления (сбор, обработку, систематизацию и группировку информации об экономических процессах и явлениях);
* анализ (анализ хода экономической деятельности и ее результатов, оценку возможностей экономической деятельности);
* планирование (оперативное, текущее, стратегическое);
* процесс организации управления (организацию эффективного функционирования всех элементов экономической системы хозяйствующего субъекта в целях рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов).

Оценка эффективности мероприятий, предложенных в рамках какого-либо проекта в общем виде, рассматривается как их результативность. Следовательно, эффективность мероприятий оценивается соотношением между затратами различных ресурсов и получаемым при этом эффектом.

Результативность деятельности предприятия можно охарактеризовать следующими показателями:

* экономический эффект;
* показатели эффективности;
* срок окупаемости;
* точка безубыточности.

Важным показателем оценки эффективности мероприятий, связанных с капитальными вложениями, являются доход, прибыль, рентабельность, срок окупаемости и коэффициент эффективности.

Экономический эффект – это абсолютный показатель (прибыль, доход от реализации и т.п.), характеризующий результат деятельности предприятия.

Экономическая эффективность мероприятия – это его результативность, относительный показатель соотношения затрат и полученной прибыли. Вместо прибыли может выступать и другой показатель, который является эффектом от предложенного мероприятия. Оценка эффективности предложенных мероприятий должна показать повышение эффективности хозяйственной деятельности предприятия в результате предложенных мероприятий. Необходимо выразить эффективность через улучшение экономических показателей деятельности предприятия.

Под доходом понимаются средства, полученные за реализованную продукцию или оказанные услуги.

где Д – доход от реализации продукции (работ, услуг);

Кп – количество реализованной продукции (работ, услуг);

Цп – цена продукции (работ, услуг).

Прибылью принято называть разницу между выручкой от реализации товаров/услуг и затратами на их производство/оказание.

Экономический эффект – это абсолютный показатель (прибыль, доход от реализации и т.п.), характеризующий результат деятельности предприятия:

Пр = Впр - Зпр,

где Пр – прибыль от реализации продукции;

Впр – выручка о (доход)т продажи продукции или услуг;

Зпр – издержки на производство и сбыт продукции или услуг.

Себестоимость – это затраты компании на изготовление товара или услуги.

Экономическая эффективность – это относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами, обусловившими этот эффект, или с ресурсами, использованными для достижения этого эффекта:



Степень доходности предприятия можно оценить с помощью показателей рентабельности. Рентабельность продукции (отдельных видов) (Rп) рассчитывается как отношение прибыли от реализации продукции (Пр) к затратам на ее производство и реализацию (Зпр):



Существуют и другие показатели рентабельности. Все они представляют собой различные соотношения прибыли и вложенного капитала, либо прибыли и произведенных затрат.

Точка безубыточности. Концепция безубыточного ведения хозяйства может быть выражена в виде простого вопроса: сколько единиц продукции необходимо продать в целях возмещения произведенных при этом затрат.

Соответственно цены на продукцию устанавливаются таким образом, чтобы возместить все условно-переменные затраты и получить надбавку, достаточную для покрытия условно-постоянных затрат и получения прибыли. Таким образом, как только объем проданных единиц продукции достигнет минимального значения, достаточного для покрытия полной себестоимости, предприятие получает прибыль, которая начинает расти быстрее, чем этот объем. При расчете точки безубыточности вы должны определить ее значение в денежном выражении (объем продаж или выручка) и в натуральном выражении (в единицах продукции).

Срок окупаемости (Т) – это отношение капитала, или затрат на проведение мероприятия (К) к прибыли от данного мероприятия(Пч), если полученный результат умножить на 12, то получится срок окупаемости в календарных месяцах.

.

Этот параметр показывает, через сколько лет (месяцев) окупятся вложенные в данное мероприятие средства при неизменных условиях производственно-финансовой деятельности.

# **2 Примерная тематика ВКР:**

1. Разработка процесса оказания услуг ногтевого сервиса в салоне (на примере…).
2. Разработка процесса оказания комплексных услуг в студии красоты (на примере…).
3. Разработка процесса оказания услуг детского сервиса в студии красоты (на примере…).
4. Проект технического перевооружения предприятия индустрии моды с целью улучшения качества оказываемых
5. Выставка как средство продвижения бренда fashion-индустрии.
6. Оптимизация системы обслуживания потребителей (на примере проведения мастер-класса в ателье)
7. Специфика обслуживания клиентов предприятий сервиса (на примере салона красоты).
8. Особенности организации и проведения рекламного мероприятия для повышения эффективности деятельности предприятия индустрии моды и красоты (на примере…).
9. Особенности использования инновационных оздоровительных технологий в деятельности фитнес-клуба с лечебно-оздоровительной специализацией.
10. Специфика организации и предоставления дополнительных услуг магазином декоративной косметики (на примере…).
11. Особенности разработки и предоставления дополнительных услуг предприятий индустрии моды и красоты (на примере салона красоты...).
12. Совершенствование форм организации работы с клиентами современного сервисного предприятия (на примере салона красоты…).
13. Организация системы качества на предприятии сервиса (примере …).
14. Перспективные формы обслуживания клиентов на предприятиях индустрии моды и красоты.
15. Разработка специализированной рекламной кампании (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
16. Совершенствование деятельности по организации выставок предприятием сервиса (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
17. Совершенствование работы по обучению персонала (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
18. Совершенствование системы мотивации персонала на предприятии сервиса (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
19. Организация материальной и технологической базы предприятия сервиса в индустрии моды и красоты.
20. Совершенствование работы по подбору (отбору/найму) персонала (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
21. Совершенствование имиджа предприятия сервиса (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
22. Разработка инновационного проекта (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
23. Разработка (или Совершенствование) фирменного стиля предприятия сервиса (на конкретном примере предприятия сервиса индустрии моды и красоты).
24. Совершенствование организационной культуры на примере салона красоты.

# **3 Услуги предприятий индустрии моды и красоты**

Отечественная бьюти-индустрия на сегодняшний день является одним из самых динамичных и перспективных бизнес-направлений. В последние годы парфюмерно-косметический рынок (чуть меньше трети которого составляют предприятия индустрии красоты), по оценкам экспертов, дает ежегодный прирост около 25-30%. Тем не менее, изменения на рынке происходят постоянно, и прекращение деятельности одних заведений компенсируется открытием других, предлагающих новые технологии и сервисы.

Это происходит прежде всего по двум причинам, во-первых, красота – это то, что востребовано у всей женской и частично у мужской половины населения. Во-вторых, косметические услуги – не одноразовая, а регулярно возникающая потребность, причем нарастающая с мультипликативным эффектом.

Еще одна из причин происходящего роста – широкая целевая аудитория. Женщины и мужчины всех возрастов хотят быть красивыми, выглядеть свежо и молодо, поэтому прибегают к салонным процедурам, причем делают это на регулярной основе. Эта тенденция постоянно поддерживается средствами массовой информации, интернет-блогерами, продвигающими здоровый образ жизни, агрессивно насаждается социальными сетями «Instagram», «Facebook» и другими.

Основные виды услуг индустрии красоты можно разделить на несколько групп;

* имиджевые услуги (парикмахерские услуги, ногтевой сервис, услуги визажа, боди-арт);
* массаж и SPA (различные виды массажа: тайский массаж; массаж Шиацу; массаж при помощи нагретых камней; аромамассаж и др.; SPA -услуги представляют собой комплекс процедур релаксирующего и оздоровительного характера);
* эпиляция (биоэпиляция; фотоэпиляция, электроэпиляция, лазерная эпиляция, ЭЛОС-эпиляция);
* косметологические услуги (комплексного ухода за кожей лица; пилинг; введения инъекций ботокса, диспорта, рестилайна и других, указанных в Государственном реестре лекарственных средств; инвазивных процедур: пирсинга, перманентного татуажа; услуг солярия и др.).

Различные виды услуг салона красоты составляют группу ОКВЭД-93.02, подразумевающий предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. Эта группа состоит из:

* мытья волос, подравнивания и стрижки, укладки, окрашивания, подкрашивания, завивки, распрямления волос и аналогичных работ, выполняемых как для женщин, так и для мужчин, включая бритьё и подравнивание бород;
* косметического массажа лица, маникюра, педикюра, макияжа и т.п.

В качестве дополнительных видов деятельности ОКВЭД93.04, посвящен услугам физкультурно-оздоровительной деятельности. В эту группировку включены все виды деятельности, направленные на улучшение физического состояния человека, обеспечение комфорта. К примеру, яркими представителями группы будут турецкие бани, сауны и парные бани, солярии, курорты на минеральных источниках, салоны для снижения веса, массажные кабинеты, центры физической культуры и т.п.

Условно виды услуг салона красоты классифицируются на две группы: эстетической направленности и медицинской направленности.

Принадлежность видов услуг салона красоты к одной из названых групп является основным критерием в вопросе необходимости приобретения медицинской лицензии на их осуществление. Государственными санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами утверждён перечень услуг, для осуществления которых не требуется лицензия. Это виды услуг салона красоты гигиенической, декоративной и эстетической направленности, к которым относят: стрижку, укладку, окраску, химическую завивку и прочие услуги, относящиеся к уходу за волосами; окраску бровей и ресниц, гигиеническую чистку лица, визаж, нанесение масок и прочие косметические услуги; массажи лица и шеи; услуги маникюра, педикюра.

Таким образом, чтобы оказывать эстетические услуги, получать лицензию не нужно. Но оказывать медицинские услуги без специальной лицензии нельзя. Это регламентировано в статье 17 Федерального закона от 8 августа 2001 г. N 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Салон красоты, ставший бизнес-единицей в Америке в начале ХХ века, изначально занимался обслуживанием мужчин и женщин и оказывал разнообразные, в частности парикмахерские услуги. В отличие от старомодных «Парикмахерских» салоны красоты предоставляют более широкий спектр услуг: маникюр, педикюр, эпиляции, депиляции, солярий, окрашивание волос, завивки и лечение волос, татуаж и множество разнообразных услуг из серии SPA (процедуры с использованием различной формы воды и возможной целебных растений для улучшения кожи человека и релаксации).

На рынке современных предприятий индустрии красоты условно можно выделить шесть сегментов, в зависимости от набора услуг, цен, брендов используемой косметики, географического расположения и статуса:

* социальный,
* эконом,
* средний,
* премиум,
* суперпремиум,
* люкс.

Beauty-услуга как рыночный продукт обладает всеми характеристиками, свойственными нематериальной услуге, не является чистой услугой, а обладает рядом свойств товара. Это обусловливает повышенное внимание к материальной составляющей данной услуги, а именно к обеспечению предприятия наилучшим набором средств и материалов, использованию преимуществ товарных брендов для привлечения клиента.

# **4 Примеры экономического обоснования практических рекомендаций в третьем разделе ВКР**

## **4.1 Разработка и внедрение новой дополнительной услуги «Компьютерный подбор прически»**

Для того что бы услуга была актуальной и приносила прибыль необходимо учесть ее экономическое обоснование.

Сама программа «3000 Причесок» является бесплатной и может быть использована абсолютно легально без каких-либо ограничений. Фотографирование будет осуществляться на мобильный телефон мастера-парикмахера, осуществляющего подбор прически и с помощью сети Интернет передаваться на ноутбук с программным обеспечением. Для предоставления услуги «Компьютерный подбор прически» необходимо оборудование, представленное в таблице 1.

Таблица 1 – Оборудование и материалы, необходимые для внедрения услуги «Компьютерный подбор прически»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование статьи расходов | Цена за единицу руб. | Количество шт. | Стоимость руб. |
| Ноутбук Irbis NB63 | 10 890 | 1 | 10 890 |
| Нетканый фон 1,6x2,1м Белый | 650 | 1 | 650 |
| Falcon Eyes CL-C35 клипса-зажим металлическая для крепления фона | 200 | 4 | 800 |
| МФУ HP DeskJet 2130 All-in-One | 1789 | 1 | 1798 |
| Заправочный набор для принтера | 420 | 1 | 420 |
| Фотобумага 100 листов | 200 | 1 | 200 |
| Итого | | | 14 758 |

Таким образом минимальная стоимость оборудования для начала оказания дополнительной услуги по компьютерному модулированию стрижки, прически или окрашивания волос составит 14758 руб.

За день работы салон красоты осуществляет стрижку-укладку-окрашивание в среднем 10 человек в день, цифры могут сильно отличаться в зависимости от сезона, например сезон свадеб или праздничных корпоративов число клиентов увеличивается, бывают будние дни с 2-3 клиентами за день. Поэтому для расчета мы взяли среднее число посещений парикмахерской.

Безусловно не все клиенты салона будут пользоваться данной услугой. Чтобы привлечь клиентов и повысить спрос на новую дополнительную услугу цена на нее будет не большая, около 100 руб., а в случае дорогостоящей свадебной или вечерней прически услуга будет предоставляться бесплатно. Еще одно назначение данной дополнительной услуги – это привлечение новых клиентов.

Также предполагается, что печать фотографий с подобранными прическами будет оплачиваться отдельно, стоимость одной фотографии с несколькими вариантами причесок обойдется клиенту салона в 20 руб.

Панируемый объем продаж дополнительной услуги «Компьютерный подбор прически» 2 платные услуги в день, при ежедневном режиме работы салона объем услуг за год составит:

(1)

где Оп – объем продаж дополнительной услуги за год;

Уд – количество платных услуг в день;

Крд – количество рабочих дней в месяц;

Крм – количество рабочих месяцев в году.

2 × 30 × 12 = 720 шт.

Тогда валовая выручка от реализации дополнительной услуги за год составит:

(2)

где Вв – валовая выручка от реализации дополнительной услуги;

Оп – объем продаж дополнительной услуги за год;

Цу – цена одной дополнительной услуги.

720 × 100 = 72000 руб.

Предполагается, что 50% от стоимости услуги идет на оплату услуг парикмахера-стилиста, тогда доход парикмахерской от оказания данной услуги составит:

; (3)

где Ду – доход парикмахерской от дополнительной услуги;

Вв – валовая выручка от реализации дополнительной услуги;

Оу – оплата услуг парикмахера стилиста.

72000 ÷ 2 = 36000 руб.

Предположим, что за год 100 человек воспользуются печатью фотографий с подобранными прическами, как уже было сказано стоимость одной фотографии 20 руб., тогда:

; (4)

где Дпф – доход от печати фотографий;

Кф – количество фотографий за год;

Цф – цена одной фотографии.

100 × 20 = 2000 руб.

Итого суммарный доход от реализации дополнительной услуги «Компьютерный подбор прически» за год составит:

(5)

где До – общий доход от реализации дополнительной услуги.

36000 + 2000 = 38000 руб.

Если вычесть из дохода все затраты на организацию предоставления данной услуги, то чистая прибыль составит:

(6)

где Пр – прибыль от реализации услуги за год;

Зр – затраты на реализацию дополнительной услуги.

38000 – 14758 = 23242 руб.

Таким образом рентабельность продаж составит:

(7)

где Рп – рентабельность продаж дополнительной услуги.

(23242 / 38000) × 100 = 61 %

Срок окупаемости данной услуги составит:

(8)

где Ток – срок окупаемости новой услуги.

(38000 / 23242) × 12 = 19 месяцев.

Таким образом услуга является рентабельной (61 %), даже в случае минимального количества клиентов желающих воспользоваться данной услугой, тогда срок окупаемости составит 1,6 года или 19 месяцев. Если количество желающих воспользоваться дополнительной услугой «Компьютерный подбор прически» будет больше, то соответственно увеличится рентабельность и сократиться срок окупаемости.

## **4.2 Программа и расчет экономической эффективности мероприятия** **внедрения АСУ для салона красоты.**

Администратор салона красоты сталкивается с проблемой расчета заработной платы для своих сотрудников, в независимости от масштаба предприятия. Также при расчете заработной платы нужно учитывать и авансы, и премии, и штрафы. Расчет заработной платы занимает много времени у директора или бухгалтера салона. С другой стороны, нужно постоянно контролировать работу каждого сотрудника (от времени прихода на работу до расхода им материалов). Что касается аналитической части и таких отчетов как:

* загруженность сотрудника по времени;
* сравнительный анализ загруженности всех сотрудников;
* динамика изменения заработной платы сотрудника;
* общая ведомость по заработной плате;
* количество отработанных часов у каждого сотрудника;
* информация о постоянных клиентах сотрудника;
* отчет о востребованных услугах, у сотрудника;
* отчет по выручке каждого из мастера.

Внедрение компьютерной программы позволит решить все эти задачи. Разнообразие вариантов начисления заработной платы, позволяет индивидуально адаптировать систему под свой стиль работы. Аналитическая часть программы позволяет сформировывать разнообразные отчеты за любой период времени, распечатать их, а также экспортировать в «Excel», для дальнейшей обработки.

Главная характеристика «UNIVERSE-Красота», позволяющая быстро решать вышеупомянутые задачи – эффективная простота.

Для расчета затрат на внедрение АСУ рассмотрим затраты на компьютерное оборудование и организацию локальной сети (таблица 1).

Таблица 1 – Компьютерное оборудование, организация локальной сети

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Количество | Стоимость  руб. |
|  | Прокладка локальной сети между двумя компьютерами | 1 | 7500 |
|  | Моноблок HP на рецепцию: диагональ/разрешение: 20"/1600x900 пикс., Тип процессора: Pentium G630, Тактовая частота процессора: 2.7 ГГц, Оперативная память (RAM): 2 ГБ, Жесткий диск (HDD): 500 ГБ | 1 | 21500 |
|  | Ноутбук для руководителя Sony: Core i3-2350M 2.3ГГц, Оперативная память (RAM): 4 ГБ, Жесткий диск (HDD): 320 ГБ, Графический контроллер: GeForce 410M 512МБ | 1 | 23000 |
|  | Лазерное МФУ Panasonic KX-MB2020RU | 1 | 11500 |
|  | Итого: |  | 63500 |

Расчет затрат на программное обеспечение автоматизации салона красоты рассмотрим в таблице 2.

Таблица 2 – Программное обеспечение для салона красоты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Количество | Стоимость руб. |
| 1 | Программа «UNIVERSE-Красота» на 2 рабочих места. | 1 | 51000 |
| 2 | Модуль «Universe-SMS». | 1 | 15000 |
|  | Итого: |  | 66000 |

В таблице 3 ознакомимся с суммой затрат на торговое оборудование, предназначенное для внедрения АСУ в салон красоты.

Таблица 3 – Торговое оборудование для салона красоты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Количество | Стоимость руб. |
| 1 | Сканер штрих-кода 1200 | 1 | 8000 руб. |
| 2 | Чековый принтер квитанций Aura-8000 | 1 | 15500 руб. |
| 3 | Фискальный регистратор Fprint-22K | 1 | 22500 руб. |
| 4 | Программный модуль для связи фискальных регистраторов | 1 | 10000 |
| 5 | Денежный ящик CR 3100 | 1 | 5000 |
| 6 | Чековая лента, 10 рулонов | 1 | 1000 |
|  | Итого: |  | 62000 |

Таблица 4 представляет общие затраты на приобретение системы видеонаблюдения и контроля доступа.

Таблица 4 – Система видеонаблюдения и контроля доступа

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Количество | Стоимостьруб. |
| 1 | Система видеонаблюдения: видеорегистратор, жесткий диск 1500Gb, 3 купольных видеокамеры, комплект кабелей, работы по монтажу | 1 | 40000 |
| 2 | Установка домофона: видеодомофон DPV-4HP2, вызывная панель AVC-305, электромагнитный замок, доводчик, считыватель, кнопка выхода, блок питания, кабель 5 м., работы по монтажу | 1 | 25000 |
|  | Итого: |  | 65000 |

Пластиковые карты позволяют формировать персонифицированную базу данных по постоянным клиентам. Затраты на изготовление пластиковых карт приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Изготовление пластиковых карт

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Количество | Стоимость руб. |
| 1 | Верстка макета по «исходникам» заказчика | 1 | 3000 |
| 2 | Тираж: 1000 карт, полноцветные с двух сторон с нанесенным штрих-кодом | 1 | 25000 |
|  | Итого: |  | 28000 |

В стоимость контракта входит: бесплатная установка, обучение и техническая поддержка в течение 1 года (обновления, консультации по электронной почте и телефону, решение проблем). После завершения срока бесплатного сопровождения можно, по желанию, заключить договор на платное сопровождение. Стоимость платного сопровождения составляет 20%\* от стоимости программного обеспечения в год.

Таким образом, общая стоимость затрат на внедрения автоматизированной системы управления – программы для управления салоном красоты «UNIVERSE-Красота» составит сумму итоговых показателей.

САСУ= СКО + СПО + СТО + ССВ + СПК, (1)

где САСУ – общая стоимость автоматизированной системы управления;

СКО – стоимость компьютерного оборудования и организации локальной сети;

СПО – стоимость программного обеспечения;

СТО – стоимость товарного оборудования;

ССВ – стоимость системы видеонаблюдения и контроля доступа;

СПК – стоимость изготовления пластиковых карт.

САСУ= 63500 + 66000 + 62000 + 65000 + 28000 = 284500 руб.

Итого: общая стоимость автоматизации салона красоты с двумя рабочими местами будет составлять 284500 руб., данная сумма будет включать в себя: прокладку локальной сети, компьютеры (2 шт.), МФУ, программу для салона красоты «UNIVERSE-Красота» на 2 рабочих места, торговое оборудование (фискальный регистратор, денежный ящик, сканер-штрих-кода, термопринтер), монтаж видеонаблюдения, установку видеодомофона, изготовление клиентских пластиковых карт.

## **4.3 Экономическое обоснование мероприятия. Организация сервисного обслуживания детей дошкольного возраста салоном красоты «Мануфактура создания безупречности «Yes»**

Перечислим основные этапы организации услуги.

Первый этап – организация и проведение ремонта помещения.

Помещение, которое будет использовано под детский зал, потребует создания нового дизайна, адаптированного для детей. Помещение не требует значительного обновления, поскольку ранее использовалось салоном в качестве подсобного помещения и было отремонтировано в 2020 году. Будет произведен только косметический ремонт стен и потолка с использованием трафаретного нанесения рисунков (герои мультфильмов). Стоимость ремонтных работ помещения детской парикмахерской составит 100 тыс. руб. из расчета 2,5 тыс. руб. за кв. м., поскольку общая площадь выделяемого помещения составляет 40 кв. м.

Второй этап – закупка оборудования и предметов интерьера.

Перечень оборудования и предметов интерьера приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Стоимость необходимого оборудования и предметов интерьера

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Цена, руб. | Кол-во, шт. | Стоимость, руб. |
| Игровой уголок | 15 000 | 1 | 15 000 |
| Детское парикмахерское кресло  («Автомобиль») с подъемным механизмом | 12 000 | 1 | 12 000 |
| Униформа сотрудников | 4 000 | 2 | 8 000 |
| Предметы интерьера, игрушки | 5 000 | 1 | 5 000 |
| Парикмахерская тележка | 9 000 | 2 | 18 000 |
| Рабочее место парикмахера с зеркалом | 11 000 | 1 | 11 000 |
| Маникюрная стойка | 3 000 | 1 | 3 000 |
| Диван для посетителей | 5 000 | 1 | 5 000 |
| Кресло парикмахерское | 5 000 | 1 | 5 000 |
| Мойка | 2 000 | 1 | 2 000 |
| Полка настенная | 500 | 4 | 2 000 |
| Вешалка | 1 000 | 1 | 1 000 |
| Всего: | 84 500 | | |

Третий этап – закупка инструментов парикмахера, что приведено в таблице 2.

Таблица 2 – Стоимость парикмахерских инструментов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Цена, руб. | Кол-во, шт. | Стоимость, руб. |
| Фен | 2000 | 1 | 2000 |
| Машинка для стрижки | 2000 | 1 | 2000 |
| Парикмахерские ножницы | 1500 | 4 | 6 000 |
| Распылитель парикмахерский | 200 | 1 | 200 |
| Расческа, щетка | 100 | 4 | 400 |
| Всего: | 10 600 | | |

Четвертый этап – закупка расходных материалов на 1 год работы, что отражено в таблице 3.

Таблица 3 – Стоимость расходных материалов на 1 год работы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Цена, руб. | Кол-во | Стоимость, руб. |
| Пеньюар | 400 | 20 упаковок | 8000 |
| Воротник парикмахерский | 100 | 20 упаковок | 2000 |
| Лак для волос | 300 | 30 штук | 9000 |
| Фольга парикмахерская | 200 | 10 рулонов | 2000 |
| Зажим | 10 | 100 штук | 1000 |
| Всего: | 22 000 | | |

Пятый этап – расчет заработной платы персонала за месяц работы приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Расходы на заработную плату сотрудникам за 1 год работы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование должности | Заработная плата в месяц, руб. | Кол-во сотрудников | Кол-во месяцев в году | Итого, руб. |
| Детский парикмахер | 25 000 | 2 чел. | 12 | 600 000 |
| Всего: |  | 600 000 | | |

Уборка помещения входит в обязанности парикмахеров, бухгалтерские обязанности и обязанности администратора – общие на весь салон, включая услуги детского парикмахера.

Для того чтобы посчитать себестоимость данного мероприятия, следует воспользоваться формулой, представленной ниже:

А = А1+ А2 + А3 + А4 + А5, (1)

где А – совокупная себестоимость мероприятия;

А1 − затраты на ремонт помещения;

А2 − затраты на оборудование и предметы интерьера;

А3 − затраты на парикмахерские инструменты;

А4 − затраты на расходные материалы на 1 месяц работы;

А5 − затраты на заработную плату сотрудникам за 1 месяц работы.

По представленной формуле произведем расчет:

А = 100 000 + 84 500 + 10 600 + 22 000 + 600 000 = 817 100 руб.

Таким образом, комплекс мероприятий, направленных на организацию дополнительной услуги, предполагает первоначальные единовременные затраты, а затем постоянные расходы на содержание и обслуживание. Первоначальная организация, включающая стоимость оборудования, оформления помещения и закупки необходимых расходных материалов и зарплаты сотрудникам за год работы составит 817 100рублей.

Допустим ежедневно парикмахерская для детей будет обслуживать 20 клиентов. Целесообразно с учетом расценок на подобные услуги назначить цену на обслуживание одного маленького клиента – 500 руб. Салон работает ежедневно, значит количество дней работы в год в среднем – 365 дней.

Следовательно, доход в месяц от внедрения новой услуги можно рассчитать по формуле:

|  |  |
| --- | --- |
| Dдет. = К × P × 365, | (2) |

где Dдет. – доход от внедрения услуги в месяц;

К – количество клиентов в день;

P – стоимость одной услуги.

Dдет. = 20 × 500 × 365 = 3 650 000 руб.

Таким образом, доход от внедрения новой услуги составит 3 650 000 руб. в год.

Валовую прибыль за месяц от предоставления услуги рассчитаем по формуле:

|  |  |
| --- | --- |
| Dвал. = Dдет. – А, | (3) |

где Dвал. – валовая прибыль;

Dдет. – доход от внедрения услуги в месяц;

А– затраты на внедрение услуги.

Dвал. = 3 650 000 – 817 100 = 2 832 900 руб.

Валовая прибыль от внедрения новой услуги за год составит 2 832 900 руб.

Рассчитаем предположительно экономическую эффективность от внедрения услуги. Доход салона в год составляет 18 560 000 руб. Предположим, что эффект от внедрения услуги выразится в повышение дохода в месяц на 5% за счет привлечения новых клиентов, что составит 912 000 руб.

(4)

где ∆Д – прирост дохода после проведения мероприятия;

Д1 – доход после проведения мероприятия;

Д0 – доход до проведения мероприятия.

Рентабельность от внедрения услуги можно рассчитать, как отношение результата от внедрения услуги к затратам на нее, выраженное в процентах.

В этом случае рентабельность от внедрения услуги определяется по формуле:

Рм = %, (5)

где Рм – рентабельность от внедрения услуги;

А – затраты на внедрение услуги;

– прирост дохода после внедрения услуги.

Рм = % = 72%.

Следовательно, рентабельность от внедрения услуги составит 72%.

Поскольку услуга производится на регулярной основе, то можно рассчитать срок окупаемости от ее внедрения. Это показатель обратный рентабельности. При умножении на 12 срок окупаемости будет в месяцах. В этом случае срок окупаемости от внедрения услуги определяется по формуле:

Ток = 2, (6)

где Ток – срок окупаемости от внедрения услуги;

А – затраты на внедрение услуги;

– прирост дохода после внедрения услуги.

Ток = 2 = 17 мес.

Таким образом, срок окупаемости от внедрения дополнительной услуги по обслуживанию детей в салоне красоты «Мануфактура создания безупречности «Yes» города Батайска составит немногим более года.

## **4.4 Экономическое обоснование программы. Организация мастер-класса по ногтевому дизайну в салоне красоты**

Cалон красоты «Беллиссимо», начиная с открытия предприятия, ежемесячно выделяет порядка 15% от общей прибыли на продвижение компании, популяризацию услуг и товаров, а также осуществление маркетинговых технологий.

Для проведения мастер-класса предусмотрено формирование четырех основных зон:

* зона «кофе-брейк»;
* зона информационная;
* зона теории;
* зона практики.

В таблице 1 представлена смета расходов для организации зоны «кофе-брейк». В процессе проведения мероприятия эта зона послужит комфортному общению и знакомству участников.

Таблица 1 – Смета расходов на организацию зоны «кофе-брейк»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Кол-во | Цена, руб. | Стоимость, руб. |
| Чай черный (пакетир.) | 2 пачки | 70 | 140 |
| Чай зеленый (пакетир.) | 1 пачка | 70 | 70 |
| Зерна для кофемашины | 1 пачка | 800 | 800 |
| Сахар | 2 упаковки | 90 | 180 |
| Кофе растворимый | 1 банка | 250 | 250 |
| Молоко Веселый Молочник | 3 бутылки | 90 | 270 |
| Питьевая вода 19л | 2 бутылки | 120 | 240 |
| Пластиковые стаканы | 100 шт. | 100 | 100 |
| Термостойкие пластиковые стаканы | 100 шт. | 250 | 250 |
| Салфетки | 3 пачки | 60 | 180 |
| Скатерть | 3 шт. | 50 | 150 |
| Пирожные | 5 упаковок | 200 | 1 000 |
| Печенье в ассортименте | 5 упаковки | 150 | 750 |
| Итого: | 4 380 рублей | | |

Для обеспечения второй, информационной зоны не нужны затраты, поскольку она регулярно обновляется – появляются новые каталоги, брошюры, листовки.

Третья зона – зона теории. Ее цель – познакомить обучающихся с тренером, получить теоретические знания по профессиональному мастерству нейл-дизайна, ведь посетители мастер-класса – возможные будущие мастера салона. В целях организации данной зоны будет привлечена компания ООО «Ульяновск-Печать», которая предоставит тетради и ручки с логотипом салона красоты «Беллиссимо», что также послужит рекламой салона.

Смета расходов на зону теории представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Смета расходов на зону теории

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Кол-во | Цена 1 единицы, руб. | Стоимость, руб. |
| Рабочая тетрадь для записей | 15 | 50 | 750 |
| Ручки с эмблемой салона | 15 | 50 | 750 |
| Итого | 1 500 рублей | | |

Практическая зона салона красоты «Беллиссимо» города Ульяновска регулярно обновляется – появляются новые расходные материалы (фартуки, слайдеры, перчатки, лаки, и пр.) поскольку на предприятии имеется свой мини-магазин и представлена разнообразная продукция различных брендов.

В качестве моделей обучающиеся могут привлечь своих знакомых, либо сделать маникюр с использованием практики нейл-дизайна друг другу (любому желающему).

Стерильные инструменты для проведения маникюра в процессе мастер-класса будут предоставлены бесплатно. В качестве затратной части выступят расходные материалы.

В таблице 3 представлена смета расходов на практическую часть мероприятия, в ходе которой обучающиеся смогут сами использовать на практике полученные в теоретической части знания.

Таблица 3 – Смета расходов на зону практики

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Единица. | Кол-во | Цена за ед., руб. | Стоимость, руб. |
| Слайдеры для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 50 | 100 |
| Наклейки для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 40 | 80 |
| Переводная фольга для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 60 | 120 |
| Втирка для дизайна ногтей | штука | 2 | 100 | 200 |
| Трафареты для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 50 | 100 |
| Пигмент для дизайна ногтей | штука | 5 | 60 | 300 |
| Краски для дизайна ногтей | штука | 6 | 150 | 900 |
| Гель для дизайна ногтей | штука | 2 | 200 | 400 |
| 4-d гель для дизайна ногтей | штука | 2 | 100 | 200 |
| Гель-паста для дизайна ногтей | штука | 2 | 150 | 300 |
| Специализированная фольга для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 40 | 80 |
| Нити для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 20 | 40 |
| Клей для дизайна ногтей | штука | 2 | 100 | 200 |
| Термопленка для дизайна ногтей | упаковка | 2 | 300 | 600 |
| Итого | 3 620 рублей | | | |

В ходе проведения заключительной части мероприятия – мастер-класса по нейл-дизайну, будут вручены анкеты участникам мероприятия о прохождении мастер-класса, чтобы отследить качество проделанной работы.

После успешного прохождения мастер-класса всем участникам будут вручены сертификаты о прохождении данного мероприятия с логотипом салона и с подписью тренера.

Бланки сертификатов также планируется заказать в ООО «Ульяновск-Печать».

В проведении бонусной части мероприятия «Теоретический блок о профилактических мерах, связанных с COVID-19» планируется задействовать специалиста органов Роспотребнадзора по РО.

Смета расходов на проведение завершающего этапа мастер-класса представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Смета расходов на проведение завершающего этапа мастер-класса

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Реквизит | Единица измерения | Кол-во | Цена 1 единицы, руб. | Стоимость, руб. |
| Анкеты | шт. | 15 | 20 | 300 |
| Сертификат | шт. | 15 | 40 | 600 |
| Оплата ведущему бонусной части | час | 1 | 1 000 | 1 000 |
| Итого: | 1 900 рублей | | | |

Исходя из приведенных выше расходов, рассчитаем общие затраты на мастер-класс по нейл-дизайну.

Итак, общие затраты на проведение мероприятия составят:

Зм = Зкб + Зи + Зт + Зп + Зз, (1)

где Зм – затраты на проведение мероприятия;

Зкб – затраты на зону «кофе-брейк»;

Зи – затраты на зону информации;

Зт – затраты на зону теории;

Зп – затраты на зону практики;

Зп – затраты на завершающий этап.

Зм = 3 825 + 0 + 1 500 + 3 620 + 1900 = 14 465 руб.

Таким образом, салона красоты «Беллиссимо» города Ульяновска потратит на проведение мастер-класса по нейл-дизайну 14 465 рублей.

Рассчитаем расходы на мероприятие на одного обучающегося.

Предположим, что на мероприятии будет присутствовать 15 обучающихся.

Если распределить расходы на мероприятие на каждого участника мероприятия, то получится следующая сумма, которую рассчитаем по формуле:

Роб = Зм / Коб, (2)

где Роб – расходы на мероприятие в расчете на одного обучающегося;

Зм – затраты на проведение мероприятия;

Коб – количество обучающихся.

Роб = 14 465 / 15 = 964 руб.

Тогда, расходы на мероприятие за год составят:

Ргод = Роб × Коб × 12, (3)

где Ргод – расходы на мероприятие за год;

Коб – количество обучающихся.

Ргод = 964 × 15 × 12 = 173 520 руб.

Таким образом, себестоимость участия в мастер-классе на одного участника составит – 964 рублей. А расходы на мероприятие за год составят 173 520 рублей.

Для определения стоимости участия в мастер-классе по нейл-дизайну (билет) на одного обучающегося, к себестоимости участия сделаем надбавку в 50%.

Aв = Роб × 0,5, (4)

где Aв – стоимость участия в мастер-классе на одного человека;

Роб – себестоимость мероприятия (расходы на мероприятие в расчете на одного обучающегося).

По представленной формуле произведем расчет:

Aв = 964 × 0,5 = 482 руб.

Чтобы высчитать цену билета, к стоимости участия в мастер-классе на одного человека, прибавим затраты на одного человека.

Мб = Aв + Роб, (5)

где Мб – цена билета;

Aв – стоимость участия в мастер-классе на одного обучающегося;

Роб – расходы на мероприятие в расчете на одного обучающегося.

Мб = 964 + 482 = 1 446 руб.

Таким образом, стоимость участия в мастер-классе (билет) составит 1 446 рублей.

Определим доход от проводимого мероприятия по формуле:

Дмес = Мб × Sоб, (6)

где Дмес – доход от проводимого мероприятия за месяц;

Мб – стоимость одного билета на мастер-класс;

Sоб – ожидаемое количество обучающихся.

По представленной формуле произведем расчет:

Дмес = 1 446 × 15 = 21 690 руб.

По результатам проведения первого мероприятия, руководством салона красоты «Беллиссимо» города Ульяновска, будет рассмотрен вопрос о регулярном (один раз в месяц) проведении подобных мероприятий.

Для данного варианта – регулярного проведения мероприятия – произведем расчет дохода за год по формуле:

Дгод = Дмес × 12мес (7)

Дгод = 21 690 руб × 12 мес = 260 280 руб. в год.

Таким образом, доход от проведенного мероприятия в год составит 260 280 рублей.

Определим прибыль от проведения одного мероприятия по формуле:

Побщ = Дгод – Робщ, (8)

где Побщ – прибыль от проведения мероприятия;

Дгод – доходы от проведения мероприятия за год;

Робщ – расходы на мероприятие за год.

По представленной формуле произведём расчет прибыли за год:

Побщ = 260 280 – 173 520 = 86 760 руб. в год.

Таким образом, прибыль от мероприятия, проводимого каждый месяц, за год составит 86 760 рублей.

Рентабельность мероприятия можно рассчитать, как отношение результата от проведения мероприятия к затратам на него, выраженное в процентах.

В этом случае рентабельность мероприятия определяется по формуле:

Рм = (Побщ/З) × 100%, (9)

где Рм – рентабельность мероприятия;

З – затраты на мероприятие;

Побщ – прибыль после проведения мероприятия.

Произведем расчет по представленной формуле:

Рм = (86 760 /173 520) × 100 = 50%

Таким образом, рентабельность данного мероприятия составит 50%, что наиболее оптимально для данной фирмы. Таков ожидаемый эффект от проведения мероприятия, другими словами, внедрения технологий мастер-класса в деятельность салона красоты «Беллиссимо» города Ульяновска.

Если мероприятие проводится на регулярной основе (в данном случае один раз в месяц), то можно рассчитать срок окупаемости мероприятия, это показатель обратный рентабельности, при умножении на 12 срок окупаемости будет в месяцах.

Ток = З/Побщ × 12 мес., (10)

где Ток – срок окупаемости мероприятия;

З – затраты на мероприятие;

Побщ – прибыль в результате проведения мероприятия.

Произведем расчет по представленной формуле:

Ток = (173 520/86 760) × 12 = 24 мес.

Таким образом, поскольку доход в первый же месяц после проведения мероприятия у предприятия увеличится на 21 690 рублей, а стоимость самого мероприятия 1 446 рублей (с человека), можно сделать вывод, что окупится оно в течение двадцати четырех месяцев.

Таков ожидаемый эффект от проведения мастер-класса по нейл-дизайну, цель которого – развитие направления по уходу за ногтями в салоне красоты «Беллиссимо» города Ульяновска и привлечение внимание посетителей к компании.

## **4.5 Экономическое обоснование проведения мероприятия «Мастер-класс по современной мужской стрижке» в салоне красоты «Стриж»**

Оценка эффективности мероприятий, предложенных в рамках какого-либо проекта в общем виде, рассматривается с точки зрения их результативности. Следовательно, эффективность мероприятий оценивается с точки зрения соотношения между затратами различных ресурсов и получаемым при этом эффектом [28].

Важным показателем оценки результативности мероприятий, связанных с капитальными вложениями, являются доход, прибыль, рентабельность, срок окупаемости и коэффициент эффективности.

Экономическая эффективность мероприятия – это его результативность, относительный показатель соотношения затрат и полученной прибыли.

Вместо прибыли может выступать и другой показатель, который является эффектом от проведения мероприятия.

Оценка эффективности предложенных мероприятий должна показать повышение эффективности хозяйственной деятельности предприятия в результате предложенных мероприятий [26].

Салон красоты «Стриж» организовывает мастер-класс для обучения персонала.

Мастер-класс продлится один день, для его проведения необходимо:

– подготовить помещение;

– пригласить стилиста-парикмахера;

– подготовить канцелярские, методические и расходные материалы.

Мастер-класс будет проводиться на территории салона красоты «Стриж», поэтому в аренде помещения, приобретении столов и стульев нет необходимости.

Ноутбук для демонстрации презентаций и видеороликов, а также принтер для распечатки методических материалов, предоставит салон красоты.

Для проведения мастер-класса салону красоты необходимо приобрести канцелярские материалы:

– ручки;

– сертификаты о прохождении мастер-класса;

– блокноты для записи лекции;

– памятки для сотрудников.

Смета расходов на канцелярские материалы представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Смета расходов на канцелярские принадлежности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Кол-во | Единица измерения | Стоимость единицы | Стоимость |
| Ручка с логотипом фирмы | 20 | Штука | 78 руб | 1560 руб |
| Блокнот с логотипом фирмы | 4 | Штука | 112 руб | 448 руб |
| Сертификаты о прохождении мастер-класса | 4 | Штука | 86 руб | 344 руб |
| Памятки для сотрудников | 20 | Штука | 43 руб | 860 руб |
| Итого: |  |  |  | 3556 руб |

Для проведения практической части мастер-класса нужно приобрести расходные материалы:

– лак для волос;

– гель для волос;

– лезвия к бритве парикмахерской;

– воротничок парикмахерский одноразовый.

В таблице 3 рассчитана общая расходных материалов.

Таблица 2 – Смета расходов на закупку материалов для мастер-класса

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Кол-во | Единица измерения | Стоимость единицы | Стоимость |
| Лак для волос | 4 | Штука | 289 руб | 1156 руб |
| Гель для волос | 4 | Штука | 187 руб | 748 руб |
| Лезвия к бритве парикмахерской | 4 | Упаковка | 678 руб | 2712 руб |
| Воротничок парикмахерский одноразовый | 4 | Упаковка | 496 руб | 1984 руб |
| Итого: |  |  |  | 6600 руб |

Также в статью расходов входят услуги стилиста-парикмахера, проводящего тренинг, которые обойдутся фирме в 12000 рублей. Приглашенный мастер имеет высокую квалификацию, стаж более 5 лет, международный опыт работы, узнаваемый стиль исполнения работы. Следовательно, для салона красоты «Стриж», как для корпоративного заказчика, сумма оплаты труда парикмахера является оптимальной.

Помимо этого, для экономической эффективности от данного мероприятия, за месяц до его проведения следует запустить рекламу в социальных сетях салона красоты «Стриж», а также популярных сообществах города на тему парикмахерского искусства. В общей сумме таргетированная реклама постов в социальных сетях (Вконтакте, Инстаграм, Фейсбук) составит 3000 рублей.

Исходя из данных, приведенных выше, рассчитаем общие затраты на мероприятие «Мастер-класс по современной мужской стрижке».

Общая смета расходов на мероприятие представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Общая смета расходов на мероприятие «Мастер-класс по современной мужской стрижке»

|  |  |
| --- | --- |
| Статья расходов | Стоимость |
| Канцелярские принадлежности | 3556 руб |
| Расходные материалы | 6600 руб |
| Приглашенный стилист-технолог | 12000 руб |
| Реклама в социальных сетях | 3000 руб |
| Итого: | 25156 руб |

Таким образом, общие затраты на проведение мероприятия составят:

Зм = Зрм + Зкм + Зр + Зпр, (1)

где Зм – затраты на проведение мероприятия;

Зрм – затраты на расходные материалы;

Зкм – затраты на канцелярские материалы;

Зр – затраты на рекламу в социальных сетях;

Зпр – затраты на услуги приглашенного стилиста.

По представленной формуле произведем расчет:

Зм = 6600 + 3556 + 3000 + 12000 = 25156 руб.

Таким образом, салон красоты «Стриж» потратит на проведение мастер-класса 25156 рублей. Экономическую эффективность мероприятия мы сможем рассчитать только предположительно. Поскольку «Мастер-класс по современной мужской стрижке» рассчитан на 10 участников, а опыт проведения подобных мероприятий в городе свидетельствует о средней численности присутствующих в пределах 7-9 человек. Исходя из среднего показателя, предположим, что в мастер-классе захотят принять участие 8 человек.

Стоимость участия одного парикмахера составляет 4500 рублей. Данная цена является оптимальной, особенно учитывая обширную программу мероприятия, высококлассного стилиста-парикмахера, который будет проводить мастер-класс, возможность отработать полученные знания на модели.

Тогда доход от мероприятия можно рассчитать по следующей формуле:

Д = Ку × Ду (2)

где Д – доход после проведения мероприятия;

Ку – количество участников мероприятия;

Ду – доход от одного участника.

Произведем расчет по представленной формуле:

Д = 8 × 4500 = 36000 руб.

Прирост дохода после проведения мероприятия рассчитывается по следующей формуле:

∆Д=Д-Зм, (3)

где ∆Д – прибыль после проведения мероприятия;

Д – прирост дохода после проведения мероприятия;

Зм – затраты на проведение мероприятия.

Произведем расчет по представленной формуле:

∆Д = 36000 – 25156 = 10844 руб.

Таким образом, рентабельность данного мероприятия можно рассчитать, как отношение результата от проведения мероприятия к затратам на него, выраженное в процентах.

В этом случае рентабельность мероприятия определяется по формуле:

Рм = ∆Д /(Зм )×100%, (4)

где Рм – рентабельность мероприятия;

Зм – затраты на мероприятие;

∆Д – прибыль после проведения мероприятия.

Произведем расчет по представленной формуле:

Рм = 10844/25156×100% = 43%

Таким образом, рентабельность данного мероприятия составит 43%, что наиболее оптимально для салона красоты. Следовательно, можно сделать вывод, что окупится оно за один проведенный мастер-класс.

Таков ожидаемый эффект от проведения мероприятия «Мастер-класс по современной мужской стрижке. Если мероприятие проводится на регулярной основе или эффект его рассчитан на год, то при условии, что мастер-класс будет проводиться 1 раз в сезон (4 раза в год), можно рассчитать срок окупаемости мероприятия, это показатель обратный рентабельности, при умножении на 4 – количество проведенных мастер-классов в год, срок окупаемости будет в месяцах.

Ток =Зм/Д ×4, (5)

где Ток – рентабельность мероприятия;

Зм – затраты на мероприятие;

Д – прирост дохода после проведения мероприятия.

По представленной формуле произведем расчет:

Ток = 25156/36000×4 = 2,7

Так как доход от мероприятия за один проведенный мастер-класс составит 36000 рублей, а стоимость самого мероприятия 25156 рублей, можно сделать вывод, что его экономическая эффективность составит 10844 рублей. И если проводить такие мероприятия один раз в три месяца, то годовой прирост дохода салона красоты «Стриж» составит 43376 рублей. Экономический расчет показал, что показатель рентабельности мероприятия составил 43 %, что делает возможным считать его рентабельным. Если проводить мероприятие на постоянной основе 1 раз в 3 месяца, то срок его окупаемости составит 2,7 месяца.

## **4.6 Экономическое обоснование мероприятия. Участие в специализированной выставке «Шарм»**

Участие в выставке предоставляет уникальную возможность – показать свое предприятие в лучшем свете, поэтому даже для предприятий, участвующих в выставках несколько раз в год, оно является важным событием и требует серьезной мобилизации всех ресурсов, как трудовых, так и финансовых.

Экономическую эффективность иногда называют также коммерческой эффективностью. Экономический эффект подразумевает оценку экономической целесообразности произведенных вложений. Экономическая эффективность обычно зависит от коммуникативной, другими словами, уровень продаж зависит от степени психологического воздействия рекламы на потребителя. Экономическая эффективность рекламы может определяться соотношением между результатом, полученным от рекламы отдельных рекламных мероприятий или кампаний в целом, и величиной затрат (материальных, финансовых) на проведение рекламных мероприятий за фиксированный промежуток времени.

Эффективность рекламы – важнейшая составляющая в маркетинговой политике предприятия. Для оценки эффективности рекламной кампании могут быть использованы психологические и экономические методы оценки эффективности. Эффективность психологического воздействия–это степень влияния рекламы на человека, т.е. оценка привлечения внимания потребителя, запоминаемости рекламы, воздействие рекламы на мотив покупки и т. п.

Эффективность рекламной деятельности представляет собой комплексное отражение конечных результатов рекламной деятельности за определенный промежуток времени. Информационная (коммуникативная) эффективность рекламы - показатель степени воздействия конкретного рекламного сообщения на целевую аудиторию в части передачи необходимых сведений и/или формирования желательной точки зрения. Чтобы произвести расчеты эффективности рассчитаем бюджет рекламного мероприятия.

Таблица 1 – Затраты на оформление стенда

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование статьи расходов | Сумма затрат (руб.) |
| Аренда выставочной площади (3 дня) | 170 000 |
| Оформление стенда | 56 000 |
| Аренда выставочного оборудования (3 дня) | 10 000 |
| Организация звукового и видео сопровождения (3 дня) | 18 000 |
| Доставка продукции и дополнительного оборудования | 8 000 |
| Оплата приглашенных консультантов (3 дня) | 45 000 |
| Итого | 307 000 |

Таким образом, общая сумма затрат на организацию рекламного стенда ООО «Академия Научной Красоты» для участия в выставке «Шарм» 2022 составит 307000 руб.

Таблица 2 – Затраты на рекламные материалы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование статьи расходов | Кол-во  (шт.) | Цена за ед.  (руб.) | Сумма затрат (руб.) |
| Рекламные буклеты | 200 | 20 | 4 000 |
| Анкеты участника | 300 | 10 | 3 000 |
| Пригласительные | 30 | 50 | 1 500 |
| Прайс-листы | 300 | 5 | 1 500 |
| Рекламный баннер | 1 | 5 000 | 5 000 |
| Сувенирная продукция | 100 | 25 | 2 500 |
| Стенд для фотозоны | 1 | 3 000 | 3 000 |
| Итого | | | 20 500 |

Общие затраты на рекламные материалы, включая печатную продукцию, баннер с логотипом и стенд для оформления фотозоны составит 20500 руб.

Так же планируется в день открытия провести кофе-брейк для посетителей стенда, что привлечет дополнительное внимание к стенду кампании.

Таблица 3 – Затраты на кофе-брейк в день открытия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Реквизит | Единица измерения | Кол-во (шт.) | Стоимость 1 единицы (руб.) | Стоимость (руб.) |
| Набор пирожных «Камилла» «Золотой колос» 350 гр. | Шт. | 5 | 250 | 1250 |
| Чай черный | Уп. | 1 | 150 | 150 |
| Чай зеленый | Уп. | 1 | 160 | 160 |
| Кофе растворимый | Уп. | 1 | 225 | 225 |
| Вода питьевая | Уп. | 3 | 60 | 180 |
| Пластиковые тарелки | Уп. | 4 | 50 | 200 |
| Термостойкие пластиковые чашки | Уп. | 2 | 60 | 120 |
| Салфетки | Уп. | 3 | 30 | 90 |
| Скатерть | Шт. | 1 | 300 | 300 |
| Пластиковые ложки | Уп. | 5 | 20 | 100 |
| Итого: |  |  |  | 2 775 |

Таким образом, общая сумма затрат на участие в выставке составит:

Зм = Зос + Зрм + Зкб , (1)

где Зм – затраты на проведение мероприятия;

Зос – затраты на оформление стенда;

Зрм – затраты на рекламные материалы;

Зкб – затраты на кофе-брейк.

307000 + 20500 + 2775 = 330275 руб.

Общая сумма затрат на организацию рекламного мероприятия – участие в выставке «Шарм» 2022 составит 330275 руб.

В период проведения выставки количество посетителей мероприятия составит примерно 3000 человек. Из них рекламный стенд «Академии научной красоты» посетит порядка 500 человек, в т.ч. партеры компании и потенциальные клиенты 150 чел. Мы не можем произвести точный расчет доходов от рекламного мероприятия, так как посещение стенда на выставке не гарантирует, что потенциальные клиенты станут реальными партнерами. Поэтому, произведем расчет эффективности исходя из предполагаемых доходов от участия в выставке.

Предположим, что участие в выставке привлечет внимание новых клиентов и позволит заключить контракты на поставку косметического оборудования и материалов (оптовые поставки). Также на стенде обычные посетители не только смогут познакомиться с продукцией, но и приобрести ее.

Существующие и новые клиенты компании после посещения стенда могут заключить новые долгосрочные контракты, если предположить, что из 200 потенциальных клиентов, заинтересовавшихся продукцией 10 %, то есть 20 клиентов заключат договоры на поставку продукции, то при минимальной стоимость 1 контракта 50000 руб., выручку от участия в выставке можно рассчитать по формуле:

Вр = Смк × К , (2)

где Вр – выручка от заключенных на выставке контрактов;

Смк – минимальная стоимость 1 контракта;

К – количество контрактов, заключенных на выставке.

50000 × 20 = 1000000 руб.

Таким образом предполагаемый доход от рекламы компании на выставке составит 1000000 руб. Рассчитаем рентабельность продаж по формуле:

Рп = Пр / Вр × 100% , (3)

где Рп – рентабельность продаж;

Пр – прибыль от реализации продукции;

Вр – выручка от реализации продукции.

(1000000 – 330275) / 10000000 × 100 = 68 %

Рентабельность мероприятия составит 68 %. Как указывалось ранее, возможна продажа образцов продукции на выставке в целях рекламы, тогда возможно еще увеличить уровень рентабельности.

# **5 Список использованных источников**

1. Виноградова, С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / С. А. Виноградова, Н. В. Сорокина, Т. С. Жданова. – Саратов : Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. – 158 c. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/16742.html>
2. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / Т. А. Казакевич. – Санкт-Петербург : Интермедия, 2015. – 186 c. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/30207.html>
3. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / Т. Н. Костюченко, Н. Ю. Ермакова, Ю. В. Орел [и др.]. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017. – 138 c. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/76044.html>
4. Нуруллина, Г. Н. Современные производственные структуры предприятий сервиса : учебное пособие / Г. Н. Нуруллина, В. И. Богданова. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. – 89 c. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/79512.html>
5. Экономика предприятия : учебник / Л. И. Исеева, А. А. Федченко, Е. И. Рейшахрит [и др.]. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский горный – URL: <http://www.iprbookshop.ru/78138.html>
6. Семиглазов, В. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / В. А. Семиглазов. – Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. - 164 c. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/72148.html>
7. Панина, З. И. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса : практикум / З. И. Панина, М. В. Виноградова. - 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2017. – 244 c. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85138.html>
8. Профстандарт: 07.002 «Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией» <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357714/756661d356601deefca8501f07bd91cd49695df0/>

Для заметок

В печать 20.02.2022

Формат 60х84/16 Объём 3 усл. п.л.

Тираж 50 экз.

Издательский центр ДГТУ

Адрес университета и полиграфического предприятия:

344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина 1