Выполнили:
студенты группы 19-ия
Коваленко Милана
Колесова Анастасия
Романов Алексей
Руководитель:
д.э.н., профессор
Гриненко С.В.

Школа актуального модного образования

“Haus Of Margiela”

Оглавление

1. Введение
2. Актуальность
3. цели и задачи
4. Перспективы и риски
5. Резюме комплекса маркетинга
6. Рентабельность
7. Ключевые финансовые показатели
8. Заключение

Введение

В наше время профессия стилиста обретает все большую востребованность. В век, когда одежда и внешний вид стали новыми международными языками, возможностями межкультурной коммуникации данный вид деятельности стал проводником в этот глубокий и ранее недоступный мир моды и стиля.

Наша школа предлагает получить современное, актуальное и востребованное модное образование. Конкретные и разделенные друг от друга курсы дают возможность легко ориентироваться в наших образовательных программах, а индивидуальный подход позволяет раскрыть потенциал каждого ученика.

Школа стилистов — это авторские методики, глубокие и всесторонние знания, полноценный учебный процесс, стройная система профессиональных обучающих модулей и мастер-классов международного уровня.

Мы поможем вам стать профессиональным стилистом-имиджмейкером, обрести профессию мечты, развить свои творческие способности.

Мы ждем вас в нашей школе — единомышленников и каждого, кто сопричастен вопросам создания стиля. Ведь именно в Ваших руках имидж должен стать произведением искусства. Вселенная моды и искусства раскроет для Вас свои двери, и Вы станете уже не гостем, а добрым другом этому увлекательному миру.

Актуальность

В нашей стране количество успешных людей ежегодно увеличивается в геометрической прогрессии. Все чаще женщины и мужчины обращаются к профессиональным стилистам, чтобы приобщиться к более высоким слоям общества.

Трудно представить успешного медийного человека, бизнесмена, политика, общественного деятеля без персонального имиджмейкера-стилиста.

Навыки стилиста помогают не только в профессиональной, но и в личной жизни.

Школа направлена на обеспечение каждого ученика фундаментальной базой знаний, практическими навыками, а также, бесценным опытом работы с экспертами в ритейл-пространствах, необходимым для успешного старта в профессиональной деятельности.

Цели и задачи

ЦЕЛИ:

- формирование фундаментальных знаний о моде и практических навыков, которые являются основой для работы в индустрии;
- формирование у обучающихся понимания закономерности в формировании имиджа;
- получение прибыли от организации проекта.

ЗАДАЧИ:

- оказание качественных профессиональных услуг;
- обеспечение доступности обучения в школе для всех желающих;
- разработать стратегию продвижения концепции модного образования.

Перспективы и риски

Проанализировав рынок сбыта Краснодарского края, мы пришли к выводу, что концепция школы стилистов не имеет конкуренции. Исходя из этого, можно предполагать высокую востребованность как среди местных жителей, так и в крае в целом.

Ближайший конкурент в данной отрасли – г. Москва и Московская область.

Школа будет успешной и прибыльной по ряду причин:

- актуальность концепции модного образования;
- востребованность профессии;
- отсутствие конкурентов по краю;
- большая клиентская база для стилистов в Сочи;
- удобство продвижения через местных инфлюэнцеров.

Тем не менее существуют определенные риски, которые могут помешать развитию проекта. К ним относится:

- сравнительно маленькое население города Сочи;
- узкий круг клиентской базы из-за неразвитости рынка;
- нехватка квалифицированных педагогов в сфере моды.

Резюме комплекса маркетинга

1. Товар или услуга.

При реализации услуг клиентам, основные акценты будут сделаны на комплексном и гибком подходе к удовлетворению требований клиентов и качественном и быстром оказании услуг.

1. Цена.

Система ценообразования основывается на стоимости курсов в г. Москва и Московской области и определяется как затраты и желаемая прибыль.

1. Продвижение.

Реклама будет размещаться на разных интернет-платформах.

Примерный план затрат на продвижение представлен на следующем слайде

Затраты на продвижение

Тип коммуникации	Кол-во	Цена, тыс. руб./мес.
Таргет Instagram	4 недели	10
Нативная реклама в Вконтакте	2 недели	5
Google Ads	2 недели	5
Итого:		**20**

Ключевые финансовые показатели

Расчет дохода “Haus of Margiela”:

1. В концепцию школы входит организация курсов по изучению дисциплины, длительность которых в среднем будет составлять 4 недели. Занятия для одной группы будут проводиться два раза в неделю.
2. Группы будут формироваться по 10 человек максимум.
3. Стоимость курса будет составлять 17 тыс. руб.
4. Первые несколько месяцев планируется набор максимум 3 групп на курс.

Исходя из всего вышеперечисленного, можем представить расчеты по доходу в таблице на следующем слайде

Таблица 2.2.1 Показатель дохода

Месяц	Сумма, тыс. руб.
Январь	340
Февраль	340
Март	340
Апрель	340
Май	510
Июнь	510
Июль	510
Август	510
Сентябрь	340
Октябрь	340
Ноябрь	340
Декабрь	340
Итого:	**4760**

Затраты

Для того, чтобы рассчитать прибыль, первым делом мы должны описать все источники доходов и затрат. В таблице были наглядно представлены расчеты дохода. Сейчас же опишем вложения, которые предстоит сделать для удачного запуска и поддержания проекта.

Показатели затрат

Статьи	Разовые, тыс. руб.	Ежемесячные, тыс. руб.
Аренда помещения	-	25
Покупка оборудования	146,5	-
Рекламная кампания для запуска проекта	50	-
Реклама	-	20
Зарплаты преподавателям (1 чел.)	-	60
Итого за первый месяц:		**281,5**
Итого за год:		**1436,5**

Примерный план по оборудованию

Наименование	Количество	Стоимость, тыс. руб.
Стол	5	12,5
Стулья	15	15
Ноутбук	1	30
Проектор	1	25
Шкафы	4	8
Интерактивная доска	1	50
Лампы	4	6
Итого:		**146,5**

Прибль и рентабельность

Учитывая все получившиеся данные, можем рассчитать прибыль.

Прибыль в первый месяц: 58,5 тыс. руб.

Прибыль за год: ~ 3 323,5 тыс. руб.

2. Следующим показателем, характеризующим, эффективность работы предприятия является **рентабельность**.

Рентабельность – это доходность предприятия или предпринимательской деятельности.

R=ПРИБЫЛЬ/ЗАТРАТЫ

R=340/105=3,2

Рентабельность: 3,2

3. **Срок окупаемости инвестиций** – это минимальный период времени возврата вложенных средств в инвестиционный проект. Срок окупаемости является ключевым показателем оценки инвестиционной привлекательности бизнес плана, проекта и любого другого объекта инвестирования.

Срок окупаемости: при правильной рекламе понадобится 2-3 месяца

4. **Средняя норма рентабельности** (ARR) – представляет доходность проекта как отношение между среднегодовыми поступлениями от его реализаций и величиной начальных инвестиций.

Расчет ARR

Месяц	Первонач. затраты, тыс. руб.	Доход, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.	Денежный поток, тыс. руб.
январь	281,5	340	105	235
февраль		340	105	235
март		340	105	235
апрель		340	105	235
май		510	105	405
июнь		510	105	405
июль		510	105	405
август		510	105	405
сентябрь		340	105	235
октябрь		340	105	235
ноябрь		340	105	235
декабрь		340	105	235
ARR				**1,03**

Расчет NVP

Месяц	Первонач. затраты, тыс. руб.	Доход, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.	Денежный поток, тыс. руб.	Дисконт, тыс. руб.
январь	281,5	340	105	235	214
февраль		340	105	235	207
март		340	105	235	188
апрель		340	105	235	171
май		510	105	405	155
июнь		510	105	405	141
июль		510	105	405	128
август		510	105	405	117
сентябрь		340	105	235	106
октябрь		340	105	235	96
ноябрь		340	105	235	88
декабрь		340	105	235	80
NPV					3218,5

Расчет PI

Месяц	Первонач. затраты, тыс. руб.	Доход, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.	Денежный поток, тыс. руб.	Дисконт, тыс. руб.
январь	250	340	105	235	214
февраль		340	105	235	207
март		340	105	235	188
апрель		340	105	235	171
май		510	105	405	155
июнь		510	105	405	141
июль		510	105	405	128
август		510	105	405	117
сентябрь		340	105	235	106
октябрь		340	105	235	96
ноябрь		340	105	235	88
декабрь		340	105	235	80
PI					11,4

Расчет IRR

Месяц	Первонач. затраты, тыс. руб.	Доход, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.	Денежный поток, тыс. руб.
январь	281,5	340	105	-235
февраль		340	105	235
март		340	105	235
апрель		340	105	235
май		510	105	405
июнь		510	105	405
июль		510	105	405
август		510	105	405
сентябрь		340	105	235
октябрь		340	105	235
ноябрь		340	105	235
декабрь		340	105	235
IRR				108%

Заключение

Чтобы выполнить проект с надлежащим качеством, в установленные сроки и с запланированным бюджетом следует:

- грамотно начать проект. Нужно, чтоб каждый член команды четко понимал свою роль и то, какие задачи он будет выполнять;
- ежедневно проверять, все ли идет по плану;
- отслеживать и решать проблемы, возникающие в ходе проекта и мешающие его реализации;
- регулярно пересматривать цели проекта, проверяя не изменились ли цели заказчика.

Все эти задачи требуют постоянного внимания на протяжении всего жизненного цикла проекта, что позволит завершить его с наибольшей эффективностью.

В заключение хотим сказать, что данный проект является уникальным культурным явлением на территории Черноморского побережья, с огромными перспективами и чрезвычайной востребованностью в fashion пространстве города Сочи и Краснодарского края.

А интересная многим сфера деятельности позволяет привлекать обеспеченных и самостоятельных людей с большой аудиторией для продвижения проекта в массы.

Спасибо за внимание!