Департамент образования г. Москвы

ГОУСПО

Московский государственный техникум технологий, экономики и права им. Л.Б. Красина

**Практическая работа по дисциплине:**

**БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ**

**Тема: Бизнес-план студии массажа «ЛЕО»**

Выполнила: студентка

группы НО-08 Леонович Анастасия

Проверила: Лохман Наталья Николаевна

Москва

2009

**Студия массажа «ЛЕО»**

ООО (Общество с ограниченной ответственностью)

Юридический адрес:121355,г. Москва, ул. Академика Скрябина, д. 14

Фактический адрес:121355,г. Москва, ул. Академика Скрябина, д. 14

Контактный телефон: 8 (495) 379-60-05

КБ «Марсэль Банк»

Рс/сч 4078392640000000116

К/С 93618362900000000591

ИНН: 7493697195

БИК: 193736147351

**Резюме**

Цель создания организации – оказание услуг профессионального массажа.

Особенность услуги состоит в том, что в студии массажа, имеющей торговую марку на уровне обслуживания клиентов, работают высоко квалифицированные специалисты массажа.

Организационно правовая форма предприятия – общество с ограниченной ответственностью, так же студия по всем критериям подходит под категорию малого предприятия и пользуется льготами по налогообложению и правом на использование патента на упрощенное налогообложение.

Будет арендовано 80 м2 . Студия загара расположена по адресу г. Москва, ул. Академика Скрябина, д. 14. Чтобы повысить спрос будут проводиться необходимые акции. Для постоянных посетителей – скидки.

В студии будут работать от 6 до 8 человек:

1. директор-бухгалтер

2. администратор

3. специалист по массажу

4. разнорабочий

Для осуществления своей деятельности студия зарегистрировалась по, идентификационному номеру 7727565928, регистрационному номеру 565736998632, серия В 980567, город Москва, 01.06.2009 года и подходит под требования «Закона РФ о защите прав потребителей от 07.02.1992. № 2300-1».

1.Денежные средства на начало периода: 2009г. - , 2010г. – 2042253р., 2011г. – 2186507р.

2. Выручка от реализации услуг: 2009г. – 1944000р., 2010г. – 3369600р., 2011г. -7159500р.

3. Всего поступлений: 2009г. – 1944000р., 2010г. – 3369600р., 2011г. – 7159500р.

5. Остаток денежных средств на конец периода: 2009г. - 1225284,5р., 2010г. - 2405358,3р., 2011г. - 5584174,9р.

**Характеристика предприятия**

ОАО «ЛЕО» представляет собой общество с ограниченной ответственностью, ведёт свою деятельность на основании Гражданского кодекса РФ, принятого Государственной думой и одобренного Советом Федерации. Общество являться юридическим лицом и действовать на основе Устава, имеет собственное имущество, самостоятельный баланс.

Студия массажа «ЛЕО» владеет помещением площадью 90 м2 и располагается по адресу г. Москва ул. Академика Скрябина, д. 14.

Помещение, взятое на аренду по договору сроком на 2 года.

Дата создания студии массажа - 1 июля 2009 года.

Регистрационный номер- 565736998632.

Данное помещение не нуждается в реконструкции и ремонте, так как находится в новом корпусе, и по оценке специалиста имеет нормальное состояние.

Основным видом деятельности ООО «ЛЕО» является предоставление услуги в сфере профессиональных массажей.

Процесс реализации предоставления услуги в сфере профессиональных массажей состоит из следующих действий:

1. Запись на прием;
2. Сам процесс массажа;

Процесс массажа составляет 20-30 минут, в зависимости от требований клиента.

**Информация о поставщиках.**

1) Оборудование инструменты закупаются в г. Москве:

ОАО «Корт - массаж»

производственные мастерские ИТК N9.

Решение производственных вопросов зависит от поведения внешних сторон по отношению к нашему салону.

Адрес: г. Москва ул. Петровская д.23. тел.8(495)-938-38-16

2) Средства для массажа будут закупаться, и транспортироваться из городов Польши работниками самой фирмы:

Адрес: г. Ольштын, предприятие "LAWAPOL":

3) Офисная мебель будет закупаться в Москве, доставляться самой фирмой, салон мебели «Контраст»:

**Информация о рынке**

На данный момент количество студий массажа увеличивается с каждым годом.

Жесткой конкуренции на рынке нет, так как для каждой студии массажа существуют свои плюсы, это более грамотные специалисты или же виды массажа, которые только начинают практиковаться на Российском рынке.

**Количество фирм конкурентов**

1) ООО «Сентлуа - массаж» - ул. Нижегородская, д.8.

2) ООО «ПРЕТОР» - ул. Красная, д. 5.

Сильные стороны конкурентов:

* дешевизна услуг
* налаженная структура сбыта

Слабые стороны конкурентов:

* сервисное обслуживание
* гарантия
* эффективность
* использование не экологически чистых материалов (не качественные масла и крема)

Для ведения правильной политики предпринимательства, наш студия имеет постоянный контакт с налоговой инспекцией и внебюджетными фондами. Зарегистрировав себя как самостоятельную организацию, отчисляет определенный процент на социальные нужды, ведет отчетность по работе предприятия и стимулирует спрос товара с помощью рекламы.

Люди прибегают к услугам нашей студии массажа, так как у нас высокий уровень подбора персонала, средства, используемые при массаже качественные, лечебные и эффективные. Наши услуги на сегодняшний день соответствуют всем этим требованиям. Кроме того, они выполняют не только релаксирующую функцию, но и целебную функцию.

**Сегмент рынка**

Сегмент студий массажа в Москве растет не больше чем 17 % в год, в то время как весь рынок не меньше 48% (по данным аналитиков ИК Финам).

По результатам исследования желания пользоваться услугой массажа, около 30% опрошенных проходят курс лечебный курс, 29% – регулярно прибегают этой услуге, 20% – бывает редко, для поддержания фигуры в норме. 21%- не занимаются массажем и не хотели бы.

**Маркетинговый план**

**Информация о рынке**

В России довольно развиты услуги массажа, и таким видами как:

1.Спортивный.

2.Лечебный.

3.Гигиенический.

4. Косметический

Но всё равно эти виды массажа довольно сильно уступает Европейским странам. С каждым годом появляются новые разновидности массажа и специалисты, поэтому уровень поднимается.

Анализируя предыдущий 2008 год, были выявлены следующие факторы:

 Уменьшение специалистов массажа в государственных поликлиниках и больницах;

 Рост цен на предоставляемые услуги, с учётом кризиса

Мы можем с уверенностью сказать, что далее спектр услуг увеличивается, количество грамотных специалистов становиться больше, открываются студии с конкретным, одним расширенным видом массажа, и поэтому изучается более углублённо.

**Маркетинговая стратегия**

Месторасположение студии массажа «ЛЕО» очень выгодно для нас, так как в ближайших районах иметься мало конкурентов и расположение студии массажа очень удобно. Главной целью студии является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией является повышения квалификации наших специалистов, лучшее оснащение техникой и расширения. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса на данную услугу, привлечение клиентов, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительной репутации для студии массажа.

**Ценовая политика**

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

-техничность специалистов,

-цены конкурентов на предоставляемые услуги,

-цену, определяемую спросом на данную услугу.

Ценообразование в студии будет строиться по принципу: цена должна покрывать все издержки. Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль», с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов.

**Реклама**

Реклама является важным фактором для дальнейшей работы студии, правильно составленный план по рекламе привлечёт большее количество клиентов. Студия будет использовать следующие виды рекламы:

* Рекламные щиты в районе нахождения школы танцев в количестве 5 штук, каждый 2000р., 2000\*5= 10000.
* Сайт в Интернете и его раскрутка 3000р.

Итого рекламные расходы: 13000р.

Стимулирование продаж:

1. для постоянных клиентов скидки – 7%

2. скидки пенсионерам – 5%

3. скидки инвалидам 2,3 степени – 7%

Производственная программа ООО «ЛЕО» Таблица №1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
| Коэффициент объёма предост. Услуг. | Объём предост. Услуг. | Коэффициент объёма предост. Услуг | Объём предост. Услуг. | Коэффициент объёма предост. Услуг | Объём предост. Услуг. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Предоставление услуг | 1,0 | 2160 | 1,3 | 2808 | 1,7 | 4773 |

**Стоимость основных средств ООО «ЛЕО» Таблица №2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вид ОФ** | **2009** | | | **2010** | | | | | **2011** | | |
| **Кол-во ед.** | **Цена руб.** | **Ст-ть** | **Кол-во ед.** | **Цена руб.** | | | **Ст-ть** | **Кол-во ед.** | **Цена руб.** | **Ст-ть** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 7 | 8 | | 9 | 10 | 11 |
| 1 | Диван Allsit | 2 | 5000 | 10000 | 3 | | 6000 | 18000 | | 5 | 6500 | 32500 |
| 2 | Стул «Cordlittle» | 6 | 3000 | 18000 | 8 | | 4000 | 32000 | | 10 | 4500 | 45000 |
| 3 | Ресепшн – стойка «Сord» | 1 | 6400 | 6400 | 1 | | 8900 | 8900 | | 1 | 9000 | 9000 |
| 4 | Шкаф | 1 | 5500 | 5500 | 1 | | 6000 | 6000 | | 1 | 7100 | 7100 |
| 5 | Сейф | 1 | 9000 | 9000 | 1 | | 13000 | 13000 | | 1 | 14500 | 14500 |
| 6 | Стол для массажа | 5 | 4500 | 22500 | 7 | | 4860 | 34000 | | 10 | 5000 | 50000 |
| 7 | Компьютер | 1 | 11000 | 11000 | 1 | | 15000 | 15000 | | 1 | 18000 | 18000 |
| 8 | Средства ухода: полотенчики | 5 | 2500 | 12500 | 7 | | 3000 | 14000 | | 9 | 3100 | 27900 |
| 9 | Массажное кресло A616 | 5 | 11400 | 57000 | 6 | | 12917 | 77500 | | 8 | 14337 | 114700 |

**Планирование потребности в ОС ООО «ЛЕО». Таблица № 3**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  ресурсов | 1 год | | | 2 год | | | 3 год | | |
| Кол-во натур.  единиц | цена ед.  ресурсов/руб. | Ст-ть | Кол-во натур.  единиц | Цена ед.  ресурсов/руб. | Ст-ть | Кол-во натур.  единиц | Цена ед.  ресурсов/руб. | Ст-ть |
| Электроэнергия | 600 | 3,11 квт | 1866 | 700 | 4,35 | 4200 | 750 | 6 квт | 4500 |
| отопление | 41 | 15,4 м2 | 631,4 | 42 | 21,5 м2 | 903 | 42 | 30 м2 | 1260 |
| вода | 27 | 17,6 м2 | 475,2 | 28 | 24,6 м2 | 688 | 28 | 34 м2 | 952 |
| водоотведение | 40 | 11,35 м3 | 454 | 41 | 15,8 м3 | 647 | 41 | 22 м3 | 902 |
| Страхование | 20 | 1,05 руб. | 21 | 20 | 1.47 руб. | 29,4 | 20 | 2 руб. | 40 |
| Телефонные услуги | 30 | 1,5 руб. | 45 | 30 | 1,5 руб. | 45 | 30 | 1,5 руб. | 45 |

**Амортизационные отчисления Таблица № 4**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование продукции | 2009 год | | | 2010 год | | | 2011 год | | |
| Ст-ть товара | Нам 1/5 | А | Ст-ть товара | Нам 1/5 | А | Ст-ть товара | Нам 1/5 | А |
| 1 | Диван Allsit | 10000 | 0.2 | 2000 | 18000 | 0.2 | 3600 | 32500 | 0.2 | 6500 |
| 2 | Стул «Cordlittle» | 18000 | 0.2 | 3600 | 32000 | 0.2 | 6400 | 45000 | 0.2 | 9000 |
| 3 | Ресепшн – стойка «Сord» | 6400 | 0.2 | 1280 | 8900 | 0.2 | 1780 | 9000 | 0.2 | 1800 |
| 4 | Шкаф для документации | 5500 | 0.2 | 1100 | 6000 | 0.2 | 1200 | 7100 | 0.2 | 1420 |
| 5 | сейф | 9000 | 0.2 | 1800 | 13000 | 0.2 | 2600 | 14500 | 0.2 | 2900 |
| 6 | Стол для массажа | 22500 | 0.2 | 4500 | 34000 | 0.2 | 6800 | 50000 | 0.2 | 10000 |
| 7 | компьютеры | 11000 | 0.2 | 2200 | 15000 | 0.2 | 3000 | 18000 | 0.2 | 3600 |
| 8 | Массажное кресло A616 | 12500 | 0.2 | 2500 | 14000 | 0.2 | 2800 | 27900 | 0.2 | 5580 |
| 9 | Ящики | 57000 | 0.2 | 11400 | 77500 | 0.2 | 15500 | 114700 | 0.2 | 22940 |
| 10 | итого |  |  | 30380 |  |  | 43680 |  |  | 63740 |

Срок полезного использования продукции составляет 5 лет.

**Аренда. Таблица №5**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2009год | | | 2010год | | | 2011год | | |
| Арендуемая площадь | Цена одного кв.м | Стоимость аренды в год | Арендуемая площадь | Цена одного кв.м | Стоимость аренды в год | Арендуемая площадь | Цена одного кв.м | Стоимость аренды в год |
| 90кв.м | 4000руб | 320000  руб | 90кв.м | 5600руб | 448000руб | 90кв.м | 7840руб | 627200руб |

**Численность персонала и уровень затрат на з/п. Таблица № 6**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Специальность | Число рабочих (чел) | Тарифная ставка (руб\ч) | Фонд рабочего времени (ч) | Затраты на з/п | | |
| 1 год | 2 год | 3 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Директор-бухгалтер | 1 | 190 | 1800 | 342000 | 342000 | 342000 |
| Администратор | 1 | 110 | 1750 | 192500 | 192500 | 192500 |
| Специалист по спортивному и лечебному массажу | 1 | 200 | 960 | 192000 | 192000 | 192000 |
| Специалист по гигиеническому массажу | 1 | 210 | 960 | 201600 | 201600 | 201600 |
| Специалист по косметическому массажу | 1 | 230 | 960 | 220800 | 220800 | 220800 |
| Разнорабочий | 1 | 90 | 480 | 43200 | 43200 | 43200 |

**Калькуляция себестоимости ООО «ЛЕО». Таблица № 7**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | 2009г. при объеме пр-ва  2160 услуг. | | 2010г. при объеме пр-ва 2808 услуг. | | 2011г. при объеме пр-ва 4773 услуг. | |
| На ед. прод. | всего | На ед. прод. | всего | На ед.  прод | всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | V продаж выручка(Q\*Ц) от реализации(без НДС с/ст) | 900 | 1944000 | 1200 | 3369600 | 1500 | 7159500 |
| 2 | Себестоимость |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 | Затраты на оплату труда | 551 | 1192100 | 460 | 1292900 | 291 | 1393700 |
| 2.2 | ЕСН(26%) | 143 | 309946 | 119 | 336154 | 75,9 | 362362 |
| 2.3 | Амортизация | 14,06 | 30380 | 15,5 | 43680 | 13,3 | 63740 |
| 2.4 | Расходы на рекламу | 6 | 13000 | 4,6 | 13000 | 2,7 | 13000 |
| 2.5 | аренда | 166 | 360000 | 128,2 | 360000 | 75,4 | 360000 |
| 2.6 | за воду | 0,21 | 475,2 | 0,24 | 688 | 0,1 | 952 |
| 2.7 | Прочие затраты | 0,03 | 66 | 0,02 | 74,4 | 0,01 | 95 |
|  | Полная с/с всего по разделу 2 | 866,24 | 1875587 | 712,06 | 2002816 | 445,1 | 2130109 |
| 3 | Налоги относ. на фин. результат |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 | Целевые сборы на содержание правоохранительных органов | 16,5 | 35763 | 13,8 | 38787 | 8,7 | 41811 |
|  | Итого по разделу 3 | 16,5 | 35763 | 13,8 | 38787 | 8,7 | 41811 |
| 4 | Балансовая прибыль | 888,54 | 1923921 | 730,66 | 2042253 | 456,8 | 2186507 |
| 5 | Налог на прибыль | 177,708 | 384784,2 | 146,132 | 408450,6 | 91,36 | 437301 |
| 6 | Чистая прибыль | 688,532 | 1490803 | 565,898 | 1594366 | 353,7 | 1692808 |

**Организационный план ООО «ЛЕО»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Директор- бухгалтер | | | |
|  | |
| Администратор | | | |
|  | | |  | |  | |
| Специалисты по массажу | |  | | | | | Разнорабочий | |

В студии массажа применяется линейная структура, где самой школой управляет директор-бухгалтер, ему подчиняется администратор, администратору в свою очередь подчиняются все педагоги и разнорабочие.

В состав коллектива студии массажа «ЛЕО» входит:

-Директор-бухгалтер, возрастом от 25 лет, с опытом от 2-х лет.

-Администратор, возрастом до 55 лет, с опытом от 1 года;

-Специалисты с возрастом до 40 лет, опытом от 2-х лет;

-Разнорабочий, без ограничений в возрасте и опыте.

Руководящий состав нашей фирмы осуществляет Леонович Анастасия Игоревна, она же по совместительству – главный бухгалтер.

Наша студия массажа заинтересована в том, чтобы каждый сотрудник соблюдал законы, выполнял обязанности, имел права и льготы, поэтому вырабатывается внутренний устав по следующим пунктам:

1.выполнение всех пунктов договора

2.выполнение производственного плана

3.неразглашение секретов салона.

**Директор**– является материально-ответственным лицом, он действует от имени предприятия, представляет его интересы во всех предприятиях различных форм собственности. По хозяйственной деятельности заключает договоры, открывает расчетный счет в банке, выдает доверенности.

**Администратор** – является материально-ответственным лицом, осуществляет расчет услуги, оформляя при этом необходимые документы, организует розничную торговлю.

**Бухгалтер** осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств.Онявляется материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов.

Численность производственного персонала будет определяться исходя из функциональной целесообразности. Система оплаты труда будет построена на основе должностных окладов и зависеть от величины фактически отработанного времени и достижения конечных результатов деятельности предприятия.

**План по кадрам ООО «ЛЕО». Таблица № 8**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2009 | | | 2010 | | | 2011 | | |
| Работники | начало года | течение года | конец года | начало года | течение года | конец года | начало года | течение года | конец года |
| Директор-бухгалтер | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Администратор | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Специалисты по массажу | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| Разноробочий | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Директор осуществляет руководство работой студии массажа, ведет бухгалтерский учет фирмы, снимает кассу, осуществляет выплату зарплаты, подготавливает финансовые отчеты. Решает все финансовые вопросы, связанные с работой студии массажа, организационные вопросы, осуществляет организацию работы всех сотрудников фирмы.

Администратор ведёт журнал учёта посетителей, составляет график работы специалистов, руководит разнорабочим.

Специалисты проводят сеансы массажа.

Разнорабочий проводит уборку помещений, производит покупку необходимых средств.

**Юридический план**

Выписка из Закона о защите прав потребителя (в ред. Федерального [закона](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72055;dst=100013) от 25.10.2007 N 234-ФЗ)

Статья 4. Качество товара (работы, услуги)

1. Продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору.

2. При отсутствии в договоре условий о качестве товара (работы, услуги) продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется.(в ред. Федерального [закона](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72055;dst=100013) от 25.10.2007 N 234-ФЗ)

3. Если продавец (исполнитель) при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), пригодный для использования в соответствии с этими целями.

4. При продаже товара [по образцу](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=29504;dst=100010) и (или) описанию продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует образцу и (или) описанию.

Статья 7. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)

2. Изготовитель (исполнитель) обязан обеспечивать безопасность товара (работы) в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы).Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие необеспечения безопасности товара (работы), подлежит возмещению в соответствии со [статьей 14](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=94012;dst=260) настоящего Закона.

3. Если для безопасности использования товара (работы, услуги), его хранения, транспортировки и утилизации необходимо соблюдать специальные правила (далее - правила), изготовитель (исполнитель) обязан указать эти правила в сопроводительной документации на товар (работу, услугу), на этикетке, маркировкой или иным способом, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителя.

5. Если причины вреда устранить невозможно, изготовитель (исполнитель) обязан снять такой товар (работу, услугу) с производства. При невыполнении изготовителем (исполнителем) этой обязанности уполномоченный федеральный [орган](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=90562;dst=100010) исполнительной власти по контролю (надзору) в области защиты прав потребителей принимает меры по отзыву такого товара (работы, услуги) с внутреннего рынка и (или) от потребителя или потребителей в [порядке](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=94022;dst=100443), установленном законодательством Российской Федерации.(в ред. Федерального [закона](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72074;dst=100041) от 21.12.2004 N 171-ФЗ).[Убытки](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=89535;dst=100091), причиненные потребителю в связи с отзывом товара (работы, услуги), подлежат возмещению изготовителем (исполнителем) в полном объеме.

Статья 8. Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах)

1. Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах).

2. Указанная в [пункте 1](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=94012#p154) настоящей статьи информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

Статья 10. Информация о товарах (работах, услугах)

1. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

2. Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать:

* наименование технического регламента или иное установленное [законодательством](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=94022;dst=100345) Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение;(в ред. Федерального [закона](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72074;dst=100049) от 21.12.2004 N 171-ФЗ)
* сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), в отношении продуктов питания сведения о составе (в том числе наименование использованных в процессе изготовления продуктов питания пищевых добавок, биологически активных добавок, информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов, в случае, если содержание указанных организмов в таком компоненте составляет более девяти десятых процента), пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях. [Перечень](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=14196;dst=100009) товаров (работ, услуг), информация о которых должна содержать противопоказания для их применения при отдельных заболеваниях, утверждается Правительством Российской Федерации;(в ред. Федеральных законов от 21.12.2004 [N 171-ФЗ](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72074;dst=100049), от 25.10.2007 [N 234-ФЗ](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72055;dst=100015))
* цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при предоставлении кредита размер кредита, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы;(в ред. Федеральных законов от 21.12.2004 [N 171-ФЗ](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72074;dst=100049), от 25.10.2007 [N 234-ФЗ](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72055;dst=100016))
* гарантийный срок, если он установлен;(в ред. Федерального [закона](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72075;dst=100029) от 17.12.1999 N 212-ФЗ)
* правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг);
* срок службы или срок годности товаров (работ), установленный в соответствии с настоящим Законом, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары (работы) по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования по назначению;
* адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера;(в ред. Федерального [закона](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=72055;dst=100017) от 25.10.2007 N 234-ФЗ)

**План по рискам. Таблица №9**

|  |  |
| --- | --- |
| Риски | Возможное избежание рисков |
| 1.Неустойчивость спроса | Проанализировать рынок в этой сфере услуг, разработать специальные акции для привлечения клиентов. |
| 2. Появление новых конкурентов | Расширение видов продукции, улучшение качества обслуживания, предоставление скидок постоянным клиентам |
| 3. Риски, связанные с работой персонала | Установить определенные критерии по приему на работу, наладить хорошие взаимоотношения в коллективе |
| 4. Риски, связанные с поставщиками | Занять жесткую позицию на переговорах о закупке и стараться получить самые лучшие условия, невзирая ни на что. |
| 5.Рост налогов | Уменьшение чистой прибыли |

**Распределение чистой прибыли ООО «ЛЕО». Таблица №10**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2009 | 2010 | 2011 |
| Фонд накопления | | | |
| 1.Чистая прибыль | 1490803 | 1594366 | 1692808 |
| 2.Источники финансирования средств фонда накопления |  |  |  |
| 2.1.Остатки средств фонда на начало планируемого периода | - | 1218576 | 2478099 |
| 2.2.Амортизационные отчисления | 30380 | 43680 | 63740 |
| 2.3.Отчисления от чистой прибыли | 1341722 | 1434929 | 1523527 |
| 2.4.Прирост устойчивых пассивов | - | - | - |
| 3.Всего источников | 1372102 | 2697185 | 4065366 |
| 4.Направления использования средств фонда накопления |  |  |  |
| 4.1.Затраты на приобретение ОФ | 151900 | 218400 | 318700 |
| 4.2.Затраты на прирост оборотных средств | 1626 | 686 | 887 |
| 5.Всего затрат | 153526 | 219086 | 319587 |
| 6.Изменение излишек средств | 1218576 | 2478099 | 3745779 |
| 7.Недостаток средств | - | - | - |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2009 | 2010 | 2011 |
| Фонд потребления | | | |
| 1.Чистая прибыль | 1490803 | 1594366 |  |
| 2.Источники формирования фонда потребления |  |  |  |
| 2.1.Остатки средств фонда потребления на начало планируемого года | - | 1218576 | 2478099 |
| 2.2.Отчисления от чистой прибыли | 149080,3 | 159436,6 | 169280,8 |
| 2.3.Фонд оплаты труда | 1192100 | 1292900 | 1393700 |
| 3.Всего источников | 1341180,3 | 2670912 | 4041079,8 |
| 4.Направления использования средств фонда потребления |  |  |  |
| 4.1.Оплата труда | 1192100 | 1292900 | 1393700 |
| 5.Всего затрат | 1192100 | 1292900 | 1393700 |
| 6.Излишки средств | 149080,3 | 1378012 | 2647379,8 |
| 7.Недостатки средств | - | - | - |

**Баланс денежных средств ООО «ЛЕО». Таблица №11**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | **2009** | **2010** | **2011** |
| 1.Денежные средства на начало периода | - | 2042253 | 2186507 |
| 2.Денежные поступления | - | - | - |
| 2.1.Выручка от реализации услуг | 1944000 | 3369600 | 7159500 |
| 2.2.Прирост устойчивых пассивов | - | - | - |
| 3.Всего поступлений | 1944000 | 3369600 | 7159500 |
| 4.Платежи на сторону |  |  |  |
| 4.1.Уплата налогов на финансовый результат | 35763 | 38787 | 41811 |
| 4.2.Затраты на приобретение ОС | 1626 | 2312 | 3199 |
| 4.3.Прирост оборотных средств | - | 686 | 887 |
| 4.7.Уплата НДС | 296542,3 | 514006,7 | 1092127,1 |
| 4.8.Уплата налога на прибыль | 384784,2 | 408450 | 437301 |
| 5.Всего платежей | 718715,5 | 964241,7 | 1575325,1 |
| 6.Остаток денежных средств на конец периода | 1225284,5 | 2405358,3 | 5584174,9 |

**Доходы и затраты ООО «ЛЕО». Таблица №12**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Показатели** | **2009 год** | **2010 год** | **2011 год** |
| 1. | Доходы(выручка) от реализации(без НДС)(табл. Калькул) | 1944000 | 3369600 | 7159500 |
| 2. | Полная с/с всего | 1875587 | 2002816 | 2130109 |
| 2.1 | В т.ч. условно-переменные затраты(табл.калькул.) 2.1+2.2) | 1502046 | 1629054 | 1756062 |
| 2.2 | Условно-постоянные затраты(табл.калькул.. итог разд.2-стр.2.1-2.2) | 882154 | 956746 | 1031338 |
| 3. | Налоги относимые на фин. результаты(калькул) | 35763 | 38787 | 41811 |
| 4. | Балансовая прибыль(калькул) | 1923921 | 2042253 | 2186507 |
| 5. | Налог на прибыль | 384784,2 | 408450,6 | 437301 |
| 6. | Чистая прибыль | 1490803 | 1594366 | 1692808 |
| 7. | Рентабельность продаж,%(стр 6/стр2\*100%) | 79,4 | 79,6 | 79,4 |
| 8. | Рентабельность продаж,%(стр6/стр1\*100%) | 76,6 | 47,3 | 23,6 |

**Финансовый план за 2011 год. Таблица №13**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Источники  Направления  средств | Прибыль | А | Отчисления  От с/с | Прочие доходы | Фонд  Потребле-ния | Фонд  накопления | Итого |
| Платежи в бюджет |  |  |  |  |  |  |  |
| Налог на  Прибыль | 437301 | - | - | - | - | - | 437301 |
| НДС | - | - | - | 1092127,1 | - | - | 1092127,1 |
| Аренда | - | - | 360000 | - | - | - | 360000 |
| Прирост ОС | - | - | 887 | - | - | - | 887 |
| Отчисления  в фонд потр. | 169280,8 | - | - | - | - | - | 169280,8 |
| Отчисл. в фонд накопл. | 1523527 | 63740 | - | - | - | - | 1587267 |
| ЕСН | - | - | 362362 | - | - | - | 362362 |
| Итого | 2130108,8 | 63740 | 723249 | 1092127,1 | - | - | 4009224,9 |

**Заключение**

бизнес план массажный салон

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по приемлемым ценам, а также расширение ассортимента услуг. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создание положительного имиджа студии массажа.

Разработав данный бизнес-план, ясно, что открытие студии массажа и занятие данным бизнесом является весьма прибыльным делом, и реализация проекта по открытию студии массажа «ЛЕО» является экономически целесообразным.

Просчитав все показатели можно сделать выводы, что данный проект является эффективным.