СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Титульный лист

Аннотация

Резюме

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА СОЗДАНИЯ САЛОНА

Описание предприятия

Вид предоставляемых услуг

Анализ рынка и оценка сильных и слабых сторон конкурентов

План маркетинга

Производственный план

Организационный план

Инвестиционный план

Оценка рисков

Финансовый план

Основные показатели эффективности предприятия

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ВВЕДЕНИЕ

Экономическая ситуация в данный момент благоприятная, согласно оценкам специалистов, экономика нашей страны находится в самом начале стадии роста. То есть развитие бизнеса сегодня в принципе (в силу сложившейся конъюнктуры) имеет большие перспективы, так как ожидается рост благосостояния населения, повышения его платежеспособности, развитие экономики вообще - то есть повышение совокупного спроса.

Бизнес-план разработан для организации салона по пошиву свадебных нарядов по индивидуальным заказам с целью привлечения инвесторов (партнеров) для расширения предприятия в будущем.

Объектом бизнес - планирования соответственно будет свадебный салон в городе Усть-Илимске. Предметом работы является создание бизнес - плана свадебного салона.

Актуальность данного проекта в том, что сегодня доступность широкому потребителю товаров различных по качеству, эстетическим свойствам в конечном итоге ведет к пресыщению и желанию потребителей приобретать товары, одежду, исходя из индивидуальных потребностей, надлежащего качества и свойств.

Целью выполнения курсовой работы является закрепление теоретических знаний по планируемой и прогнозируемой деятельности в условиях рынка, менеджменту, маркетингу, экономике и др., а также формирование умений и навыков по применению этих знаний на практике. Задачи курсовой работы - это подготовка студентов к конкретной предпринимательской деятельности и разработка бизнес - плана по организации деятельностью предприятия в условиях рыночных отношений.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Титульный лист

Наименование предприятия: ООО «Свадебный салон»

Разработчик проекта: Иващук Константин Николаевич

Юридический адрес: 666687, Иркутская обл. г. Усть-Илимск, Декабристов 42; тел./факс 8908999999; е-mail moda@mail.ru

Учредители: Иващук Константин Николаевич, Якубович Леонид Владимирович

Суть проекта: Организация свадебного салона

Дата начала реализации проекта: 2009г.

Продолжительность проекта: 3 года с момента утверждения

Стоимость проекта: на начало работы с учетом всех затрат равна 1 300 000 руб.

Аннотация

Бизнес-план разработан для организации салона по пошиву свадебных нарядов по индивидуальным заказам с целью привлечения инвесторов (партнеров) для расширения предприятия в будущем.

Предприятие предполагается зарегистрировать как ООО с двумя учредителями, которые внесут по 25 тыс. руб. каждый в уставный капитал предприятия согласно учредительному договору. В случае банкротства предприятия они будут отвечать размером своих вкладов по долгам общества.

Резюме

Салон планирует предоставлять услуги по пошиву свадебных платьев (костюмов) в количестве 12 заказов в среднем в месяц. Методы обработки будут выбираться с учетом требований стандартов прогрессивной технологии и окупаемости отдельных видов оборудования.

Персонал салона: директор, бухгалтер (являются учредителями ООО), художник-модельер, 2 закройщика, 4 швеи, уборщица

Конкурентоспособность услуг салона обеспечивается высоким качеством, внешним видом, индивидуальностью (на конкретную фигуру заказчицы с учетом особенностей и отклонений), оригинальностью (по направлениям современной моды). При высокой квалификации специалистов и узкой специализации услуг сроки изготовления изделия значительно сокращаются.

Салон предполагается разместить в арендованном помещении площадью 50 кв. Здание располагается на центральной улице города - на улице Мира.

Актуальность данного проекта в том, что сегодня доступность широкому потребителю товаров различных по качеству, эстетическим свойствам в конечном итоге ведет к пресыщению и желанию потребителей приобретать товары, одежду, исходя из индивидуальных потребностей, надлежащего качества и свойств.

Основные финансовые показатели от реализации данного проекта рассчитаны на 5 лет и их значение следующее: Рентабельность активов, ROA, 106%, Рентабельность инвестиций, ROI, 5%, прибыль 1 049182,4руб.

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА СОЗДАНИЯ САЛОНА

Описание предприятия

В городе Усть-Илимске всего значительно мало магазинов по продаже свадебных нарядов, которые в большей степени не отвечают интересам покупателей. В основном клиенты покупают наряды в других городах или заказывают пошив платья (костюма), что дешевле, чем покупать готовое, кроме того, заказчики могут сами разработать фасон наряда или воспользоваться услугами работников салона.

Салон свадебных платьев «Свадебный салон» предполагается разместить в арендованном помещении площадью 50 кв. м (3-х комнатная квартира, выведенная из состава жилого фонда) на первом этаже жилого дома с отдельным входом с улицы. Дом располагается на центральной улице города - на улице Мира.

Салон будет заниматься оказанием услуг по пошиву женских свадебных платьев и костюмов по индивидуальным заказам на фигуру заказчицы. Предприятие предполагается зарегистрировать как ООО с двумя учредителями, которые внесут по 25 тыс. руб. Каждый в уставный капитал предприятия согласно учредительному договору. В случае банкротства предприятия они будут отвечать размером своих вкладов по долгам общества.

Состав руководителей: директор, бухгалтер.

Состав персонала: художник-модельер, 2 закройщика, 4 швеи, уборщица.

Салон состоит из приемного салона с двумя примерочными кабинами, раскройный и пошивочный цех, кабинет директора, бухгалтерия.

По статистическим данным в г. Усть-Илимске в месяц сочетаются законным браком около 70-80 пар. Каждая из невест является потенциальной клиенткой нашего салона. Возрастной контингент не ограничен (девушки и женщины 18-40 лет), жительницы города и районов.

Сегодня доступность широкому потребителю товаров различных по качеству, эстетическим свойствам в конечном итоге ведет к пресыщению и желанию потребителей приобретать товары, одежду, исходя из индивидуальных потребностей, надлежащего качества и свойств. Поэтому и актуально открытие такого салона именно сейчас.

Вид предоставляемых услуг

Салон оказывает услуги по пошиву женских свадебных платьев (костюмов) по индивидуальным заказам на конкретную фигуру заказчицы с учетом ее индивидуальных особенностей.

Предполагаемый ассортимент услуг:

\* пошив свадебного платья - основная услуга;

\* пошив жакета;

\* пошив жилета;

\* пошив юбки.

Содержание услуги: прием заказа; снятие мерок, создание эскиза модели изделия; создание конструкции, изготовление лекал; раскрой изделия, подготовка к первой примерке; проведение примерки (уточнение изделия по фигуре, проверка соответствия эскизу модели); пошив изделия (основных конструктивных швов и деталей); проведение второй примерки; дошив изделия; сдача изделия заказчику, оплата услуги.

Свадебное платье является многослойным комплексным изделием, внешний вид, потребительские и эксплуатационные свойства которого в значительной степени зависят от качества применяемых материалов, соответствия их требованиям, предъявляемых к данному ассортименту изделий и квалификации персонала.

Изделия в салоне изготавливаются из материалов заказчика (основная ткань, подкладочная ткань, клеевая, отделочная), которые выбираются по желанию клиентки или по рекомендации модельера, нитки и фурнитура предлагаются салоном, квалификация рабочих достаточно высока, качество услуг проверяется на каждой операции самими портными (или технологом), на примерках модельером, а иногда и администратором (по желанию заказчика или при усложненной модели).

Методы обработки изделий в салоне выбираются с учетом требований стандартов прогрессивно технологии и окупаемости отдельных видов оборудования (Бытовое обеспечение населения. Изделия швейные, изготавливаемые по индивидуальным заказам. Общие технические требования). Предлагается исключить некоторые сметочно - выметочные операции, для сокращения затрат времени на прокладывании отдельных строчек параллельно срезам, в настрачивании деталей предлагается использовать откидную двух рожковую раздвижную линейку.

Среди особенностей нашей услуги можно выделить следующие:

- высокое качество;

- внешний вид;

- индивидуальность и оригинальность.

Анализ рынка и оценка сильных и слабых сторон конкурентов

Все ателье города, специализирующиеся на изготовлении женской одежды по индивидуальным заказам, и предприниматели, занимающиеся частным изготовлением одежды по заказам на дому, как правило, имеют достаточно высокое качество услуг вследствие высокой квалификации персонала. Но таких предприятий в городе немного и, имея достаточное количество клиентов и широкий ассортимент услуг, срок изготовления изделия увеличивается (до 20 - 25 дней).

Подобные швейные изделия, предлагаемые к продаже в некоторых магазинах, производства Турции, Китая, Кореи имеют низкое качество и низкие эстетические свойства.

Прокат свадебных платьев и костюмов удобен для тех, кто не имеет достаточных финансовых средств для заказа или покупки нового платья, и для тех, кто сжат сроками предстоящего события.

Возможности приобретать одежду от фирменных производителей Франции, Италии, Англии нет вследствие отдаленности города от крупных городов, а иногда и финансовых возможностей населения.

Для тех же представительниц прекрасного пола человечества, кто хочет превратить предстоящее важное событие в жизни в праздник, предлагаются услуги нашего салона. Вследствие узкой специализации услуг и высокой квалификации специалистов салона сокращаются сроки изготовления изделия до одной недели.

В таблице 1 будет приведена сравнительная характеристика возможных конкурентов по пятибалльной системе оценок (1-неудовлетворительно, ... , 5-отлично).

Таблица 1

Анализ и оценка сильных и слабых сторон конкурентов

|  |
| --- |
|  |
| № п/п | Характеристика конкурентов | Основные конкуренты | Салон «Свадебный салон» |  |
|  |  | Салон «Венец» | Пошив нарядов в доме быта «Радуга» |  |  |
| 1 | Объем продаж (натуральные показатели) | 5 | 4 | 3 |  |
| 2 | Занимаемая доля рынка | 5 | 4 | 1 |  |
| 3 | Уровень цены | 4 | 4 | 3 |  |
| 4 | Финансовое положение | 5 | 4 | 5 |  |
| 5 | Уровень технологии | 3 | 4 | 5 |  |
| 6 | Качество продукции | 4 | 4 | 5 |  |
| 7 | Расходы на рекламу | 5 | 2 | 4 |  |
| 8 | Привлекательность внешнего мира | 5 | 3 | 4 |  |
| 9 | Время деятельности предприятия, лет | 4 | 5 | - |  |
|  |  |  |  |  |  |

Оценка рынка сбыта (оценивается также по пятибалльной системе оценки)

Таблица 2

Оценка рынков сбыта

|  |
| --- |
|  |
| № | Показатели | Близлежащие города и населенные пункты | Новый город | Старый город |  |
| 1 | Уровень спроса | 4 | 5 | 4 |  |
| 2 | Степень удовлетворенности спроса | 5 | 5 | 5 |  |
| 3 | Уровень конкуренции | 5 | 5 | 5 |  |
| 4 | Доля потребителей, готовых купить продукцию | 4 | 5 | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |

Из проведенного анализа видно, что конкуренты имеют свои сильные стороны, но наш салон имеет некоторые преимущества: качество, которое обеспечивается высоким разрядом швей и закройщиков, местонахождение - центр города, уровень цены - средний, дизайн - с учетом всех современных требований моды, к тому же это новое предприятие, которое привлечет к себе внимание.

План маркетинга

а) стратегия проникновения на рынок

Имидж салона, пройдя все этапы организации и проведя все необходимые расходы, будет создаваться после результатов обслуживания первых клиентов, которые могут привлечь в салон своих знакомых, порекомендовать, им воспользоваться услугами по пошиву свадебных платьев.

Отдельное место отводится общению с клиентами, так как в этом заключается искусство успешного маркетинга, созданию благоприятной обстановки в салоне. Подбор моделей платья будет вестись с учетом требований современной моды, по желанию клиентки, в связи с особенностями ее фигуры (выгодно подчеркнуть достоинства; если необходимо, скрыть недостатки и отклонения).

Реклама может производиться в нескольких направлениях:

сотрудничество с Дворцом бракосочетания, помещение там объявления об услугах салона;

рекламное объявление на страницах городских газет «Кстати», «Усть-Илимская правда»; «Вечерний Усть-Илимск», «Лесохимик»;

- объявление бегущей строкой по местному телевидению (3-ему каналу), а также на Радио «Семь»;

- салон будет иметь свой фирменный знак - эмблему, которая отражается при маркировке изделия.

б) стратегия распространения услуги

Главные задачи салона при оказании услуг конкретному заказчику:

\* максимум удобств;

\* сокращение затрат времени на получение услуг.

Обслуживание заказчиков может производиться непосредственно в приемном салоне, оборудованном примерочными кабинками (по предварительной записи для избежания очереди и сохранения конфиденциальности клиентов), и так же возможен выезд нашего консультанта на дом или в офис клиента (заказчика).

При необходимости может быть выполнен срочный заказ.

Взаимоотношения заказчиков с салоном регулируются правилами ВО населения в РФ, разработанные на основе закона РФ «О защите прав потребителей». Заказы на оказание услуги (пошив платья) оформляется договором-квитанцией с указанием реквизитов сторон (исполнителя и заказчика), даты приема заказа, сроки и начало исполнения.

В случае нарушения сроков исполнения заказа исполнитель уплачивает заказчику неустойку за каждый просроченный день в размере 3% от стоимости услуги или полной стоимости заказа (услуги).

При обнаружении недостатков заказчик вправе потребовать: безвозмездного устранения недостатков, безвозмездного изготовления другого изделия из однородного материала такого же качества.

Услуга оплачивается после выдачи заказчику готового изделия, но возможен и прием авансового платежа в размере 50% стоимости услуги.

в) стратегия роста и расширения салона

В дальнейшем, по мере развития салона предполагается продажа сопутствующих аксессуаров к свадебным нарядам, так же возможно создание собственной авторской коллекции свадебных платьев и вечерних туалетов творческими специалистами салона и рекламный показ (раз в пол года). Так же предполагается закупка ткани и фурнитуры для выполнения заказов.

Возможно, что салон помимо специальных свадебных заказов будет выполнять заказы на пошив всего ассортимента легкой женской одежды и костюмов, в особенности вечерних туалетов.

Предполагается реализация услуг на местном рынке, то есть на территории города, возможно и за его пределами. Этот рынок имеет все характеристики рынка монополистической конкуренции, то есть состоит из множества «покупателей» и «продавцов» услуги, совершающие сделки по ценам с широким диапазоном, так как «продавцы» предлагают «покупателям» разные варианты услуги, товара, отличные друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением.

г) торговая марка

«Свадебный салон» имеет и свою узнаваемую торговую марку. Логотип фирмы представляет собой:

29

д) задачи маркетинга

На услуги такого вида, как пошив свадебных платьев и костюмов по индивидуальным заказам возможен нерегулярный спрос с учетом сезонности, так как он впрямую зависит от количества заключений брака и проведения торжеств по этому поводу, а по статистическим данным весной и летом количество пар, желающих вступить в законный брак, увеличивается, а осенью и зимой соответственно уменьшается. В эти периоды возможен прием заказов также на вечерние наряды по поводу других торжественных случаев: юбилеев, календарных праздников, школьных выпускных вечеров и так далее.

Учитывая то, что пошив свадебных платьев и костюмов является нашим основным видом деятельности дальнейшие расчеты мы будем производить, принимая за основу именно пошив платьев и костюмов. Все остальные услуги имеют опциональный характер. На начальном этапе мы предполагаем в среднем в месяц около 12 заказов, учитывая то, что в году 12 месяцев. Таким образом, соотношение определяется как 50/50. Средняя цена пары (платье + костюм) принимается в размере 12 000 руб.

Таблица 3

Объем продаж, шт.

|  |
| --- |
|  |
| Наименование продукции | Объемы продаж по годам |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Платье + костюм | 144 | 160 | 180 | 200 | 220 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Таблица 4

|  |
| --- |
|  |
| Наименование продукции | Показатель индекса инфляции по годам |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Платье + костюм | 1,02 | 1,04 | 1,1 | 1,06 | 1,02 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Индекс инфляции

, (1)

где - Цена товара с учетом инфляции, руб.;

- цена товара (-1), руб.;

- индекс инфляции (-1), руб.

Таблица 5

Цена товара

|  |
| --- |
|  |
| Наименование продукции | Цена товара с учетом инфляции |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Платье + костюм | 12000 | 12240 | 12727 | 14002 | 14843 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Таблица 6

Объем продаж, руб.

|  |
| --- |
|  |
| Наименование продукции | Объемы продаж (в руб.) |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Платье + костюм | 1 728 000 | 1 958 400 | 2 290 860 | 2 800 400 | 3 265 460 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Производственный план

Салон располагается на площади 50 кв. м первого этажа жилого дома. Арендная плата вносится ежемесячно на счет арендодателя и составляет 600 рублей за 1 кв. м (рублей в месяц).

Для организации производственного процесса салона необходимо следующее оборудование:

1. Универсальная машина 1022 класса «ОЗЛМ», предназначенная для всего ассортимента швейных изделий, выполняет однолинейную строчку 2-х ниточного стежка (4 машины в комплекте со столом по 8000 рублей, а всего - 4х8000 = 32 000 руб.).

2. Специальная машина 51-А класса «ОЗЛМ», предназначенная для обработки срезов тканей обметочным 2-х ниточным стежком. (1 машина в комплекте со столом по 6000 рублей).

3. Утюг «Ровента» производства Франции с паром для внутрипроцессных операций и выполнения окончательной влажно-тепловой обработки (2 утюга по 1200 рублей, а всего - 2400 руб.).

4. Утюжильный стол (2 шт. по 520 рублей, а всего - 1040 руб.).

5. Утюжильная колодка (1 шт. по 200 рублей).

6. Манекен (2 шт. по 800 рублей, а всего - 1600 руб.).

Кроме того, запланируем затраты в сумме 100 000 на оборудование офиса салона, ремонт и адаптацию помещения для производственных нужд нашей фирмы.

Таким образом, общие затраты на приобретение оборудования составят: 143 240 руб.

Влажно-тепловая обработка является важной частью технологического процесса изготовления одежды. Ее назначение - придание объемно-пространственной формы деталям, обработка различных швов, окончательная отделка изделия, склеивание деталей.

Далее мы рассчитаем необходимый объем пошива изделий. Это величина, равная физическому планируемому объему, увеличенному на объем запаса и потерь. Так как мы работаем под заказ, объем запаса нам не нужен фактически. План производства будем рассчитывать на 5 лет. Потери будут составлять 5 %. Потерями будет являться брак в работе и иные отклонения при пошиве.

Таблица 7

Производственный план

|  |
| --- |
|  |
| Годы | Плановый объем продаж | Потери (1%) | Расчетный объем производства |  |
| 1-й год | 144 | 7,5 | 151,5 |  |
| Годы | Плановый объем продаж | Потери (1%) | Расчетный объем производства |  |
| 2-й год | 160 | 8 | 168 |  |
| 3-й год | 180 | 9 | 189 |  |
| 4-й год | 200 | 10 | 210 |  |
| 5-й год | 220 | 11 | 231 |  |
|  |  |  |  |  |

Таблица 8

Расчет прямых производственных затрат

|  |
| --- |
|  |
| Наименование | Ед. измерения | Цена ед. руб. | Норма расхода в день | Потери | Затраты в год |  |
| Ткань | м. | 50 | 10 | 5% | 138 825 |  |
| Электроэнергия | кВт. ч | 2,5 | 5 | - | 3 162,5 |  |
| Нитки | м. | 15 | 25 | 10% | 104 362,5 |  |
| ИТОГО |  | 246 350 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Расчет дается на первоначальный этап пошива в 12 шт. в месяц. Разумеется, мы привели здесь данные, так сказать, с солидным «запасом». Не обладая даром предвидения, довольно трудно определить прямые производственные затраты на последующие годы, поэтому, т.к. объем выпуска с каждым годом увеличивается в среднем на 10%, примем последующие ППЗ с поправкой на это отклонение, что составит:

1-й год: 246 350 руб.

2-й год: руб.

3-й год: руб.

4-й год: руб.

5-й год: руб.

Таблица 9

Издержки на штатный персонал

|  |
| --- |
|  |
| Статьи затрат | Основные издержки, руб. |  |
| Зарплата сдельщиков за год | 448080 |  |
| Взносы работодателя на различные виды страхования (20,6%) | 92304 |  |
| Оплата по больничным листам (4%) | 17923 |  |
| ИТОГО | 558307 |  |
|  |  |  |

Таблица 10

Общие операционные издержки

|  |
| --- |
|  |
| Статьи затрат | Операционные издержки по периодам времени, руб. |  |
|  | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год |  |
| Зарплата рабочих (кроме сдельной) | 558307 | 558307 | 558307 | 558307 | 558307 |  |
| Дополнительная зарплата (премии и пр.) | 30 000 | 32 000 | 32500 | 30000 | 35000 |  |
| Электроэнергия | 7 500 | 7 500 | 7 500 | 7 500 | 7 500 |  |
| Отопление | 4000 | 4000 | 4000 | 4000 | 4000 |  |
| Аренда офиса и производственного помещения | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |  |
| Ремонтные работы | 10 000 | 8 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 |  |
| Амортизационные отчисления на оборудование | 4324 | 4324 | 4324 | 4324 | 4324 |  |
| ИТОГО | 644 131 | 644131 | 641631 | 639131 | 639131 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Срок полезного использования оборудования 10 лет. Амортизация оборудования начисляется линейным способом. Норма амортизации 10%.

Таблица 11

Административно-торговые издержки

|  |
| --- |
|  |
| Статьи затрат | Торговые и административные издержки по периодам времени |  |
|  | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год |  |
| Реклама | 10000 | 12000 | 13000 | 15 000 | 15 000 |  |
| Услуги сторонних организаций | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 |  |
| Связь | 5000 | 5000 | 4000 | 4000 | 4000 |  |
| Юридические услуги | 10 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 |  |
| Страхование (1% ст-сти имущества) | 432,4 | 432,4 | 432,4 | 432,4 | 432,4 |  |
| Содержание офиса | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |  |
| Другие издержки | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |  |
| ИТОГО | 60432,4 | 57432,4 | 57432,4 | 59432,4 | 59432,4 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

29

Схема 1 . Технологическая схема готовности условного изделия к примерке:

Организационный план

В качестве правового статуса выбрано ООО.

Эта форма собственности проста в осуществлении и удобна.

Общество имеет уставный капитал в размере 50 тысяч рублей. Владельцами салона будут два человека: директор и бухгалтер.

29

Схема 2 Организационная структура

Прием персонала будет вестись на основе собеседования, возможно с испытательным сроком. В основном предполагается набор молодых специалистов с творческим потенциалом.

Для каждого сотрудника обязательны:

\* добросовестность;

\* дисциплинированность:

\* порядочность;

\* честность.

Распределение обязанностей:

Директор (администратор) занимается кадрами (приемом, увольнением), координирует работу персонала, при необходимости присутствует при примерках и окончательной сдаче изделия. Так же совмещает должность бухгалтера, т.е. ведет бухгалтерский учет всего предприятия (начисление и уплата налогов, расчет и выдача заработной платы и т.п.)

Художник-модельер приемного салона занимается непосредственно обслуживанием клиентов: прием и оформление заказов, снятие мерок, утверждение эскиза модели, прием и оформление материалов на изготовление заказа, передача условий заказа закройщику, проведение примерки, уточнение по фигуре заказчика, передача изделия заказчика, прием оплаты. На эту должность предполагается молодая женщина - специалист с творческими способностями, энергичная, вежливая и коммуникабельная.

Закройщик создает конструкцию по измерениям фигуры заказчика, изготавливает лекала, производит раскрой ткани и подготовку к примерке, контролирует качество на всех стадиях обработки.

Швея производит соединение всех конструктивных линий изделия, контролирует качество.

Для уборки помещений предполагается пригласить приходящую уборщицу, которая каждое утро перед открытием салона будет приводить производственные цеха, приемный салон и другие помещения в надлежащий вид.

Оплату труда на предприятии будет осуществляться на основании ETC (единой тарифной сетки), по повременно-премиальной и сдельной системе оплаты труда.

Таблица 12

Штатное расписание работников ООО «Свадебный салон» на 2008 год

|  |
| --- |
|  |
| Наименование должности | Кол-во Штатных единиц | Разряды оплаты труда | Тарифный коэффициент | Должностные  оклады (в руб.) | Общий месячный ФЗП | Годовой ФЗП |  |
| АУП:  Директор  Бухгалтер | 1  1 | 18  10 | 7,54  2,98 | 15080  5960 | 15080  5960 | 180960  71520 |  |
| Всего: | 2 |  |  |  | 21040 | 252480 |  |
| Основные  Рабочие:  Художник-модельер  Закройщик  Швея | 1  2  4 | 10  8  6 | 2,98  2,34  1,83 | 5960  4680  3660 | 5960  4680  3660 | 71520  56160  43920 |  |
| Всего: | 7 |  |  |  | 14300 | 171600 |  |
| МОП: Уборщица производственных помещений | 1 | 1 | 1,00 | 2000 | 2000 | 24000 |  |
| Всего: | 1 |  |  |  | 2000 | 24000 |  |
| Итого: | 10 |  |  |  | 37340 | 448080 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Инвестиционный план

Инвестиции необходимые для осуществления нашего проекта предоставлены в таблице 13. Инвестиционные затраты характеризуют потребность в средствах на приобретение постоянных активов и обеспечение необходимого для нормальной деятельности чистого оборотного капитала.

Таблица 13

Необходимые инвестиции для осуществления проекта

|  |
| --- |
|  |
| № | Наименование этапа затрат | Дата начала работ | Продолжительность | Дата окончания работ | Стоимость работ (в руб.) |  |
| 1 | Регистрация предприятия | 1.01.04 | 20 дней | 21.01.04 | 8 000 |  |
| 2 | Исследование рынка | 21.01.04 | 30 дней | 21.02.04 | 10 000 |  |
| 3 | Разработка путей осуществления идеи | 21.02.04 | 30 дней | 21.03.04 | 5 000 |  |
| 4 | Переговоры с поставщиками | 21.01.04 | 30 дней | 21.02.04 | 10 000 |  |
| № | Наименование этапа затрат | Дата начала работ | Продолжительность | Дата окончания работ | Стоимость работ (в руб.) |  |
| ИТОГО | 33 000 |  |  |  |  |  |
| 5 | Аренда помещения | 21.02.04 | 30 дней | 21.03.04 | 30 000 |  |
| ИТОГО | 30 000 |  |  |  |  |  |
| 6 | Закупка оборудования | 21.03.04 | 60 дней | 20.05.04 | 43 420 |  |
| 7 | Монтаж оборудования | 20.05.04 | 30 дней | 21.06.04 | 30 000 |  |
| 8 | Специальный инструмент | 20.06.04 | 20 дней | 10.07.04 | 10 000 |  |
| ИТОГО | 83 420 |  |  |  |  |  |
| ВСЕГО | 146 420 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

29

Схема 3 Инвестиции для осуществления проекта

Оценка рисков

Для оценки рисков необходимо рассмотреть факторы микросреды, влияющие на сбыт, которые представлены в таблице 14.

Шкала оценки рисков состоит из пяти показателей:

0 - риск отсутствует;

1 - минимальный риск;

2 - повышенный риск;

3 - критический риск;

4 - недопустимый риск.

Таблица 14

Факторы микросреды, влияющие на сбыт

|  |
| --- |
|  |
| Факторы рисков | Меры снижения рисков | Оценка риска |  |
| 1. Возможен отказ от заказа | Качественное выполнение работы, практика первичного аванса | 2 |  |
| 2. Возможность потери помещения из-за невозможности выплаты арендодателю арендной платы | Своевременная оплата аренды, взаимозачет услугами | 1 |  |
| 3. Изменение стоимости коммунальных услуг в сторону увеличения | Прогноз роста и индексация стоимости коммунальных услуг | 1 |  |
| 4. Отсутствие заказов | Усиленная рекламная кампания, возможность привлечения штатного персонала в качестве рекламных агентов за соответствующее вознаграждение | 2 |  |
| 5. Неудачный монтаж оборудования | Заключение контрактов '' под ключ '' с санкциями за неувязки и срывы сроков | 1 |  |
| 6. «Провалы» в выборе маркетинговой стратегии | Разработка маркетинговой стратегии;  Разработка и реализация программы маркетинговых мероприятий | 1 |  |
| 7.Законодательное повышение МРОТ | Проведение индексации заработной платы;  Создание резервных фондов | 2 |  |
| 8. Финансовые риски | Проведение исследований требований заказчиков;  Отслеживание темпов инфляции для корректировки цен. | 2 |  |
| 9. Повреждение или утрата имущества в результате пожаров, аварий, стихийных бедствий или преступной деятельности человека (кражи, вандализм и т.д.). | Страхование имущества (расходы на страхование в размере 1 % от стоимости имущества); | 2 |  |
|  |  |  |  |

Финансовый план

Для определения суммы кредита проведем предварительную оценку необходимых финансовых вложений:

Прямые производственные затраты: 246 350 руб.

Оборудование: 43240 руб.

Ремонт и доводка помещения: 100 000 руб.

Общие операционные издержки: 644 131 руб.

Торговые и административные издержки: 60432,4руб.

Затраты по инвестиционному плану: 103 180 руб.

Всего затрат: 1 197000 руб.

Разницу между суммой кредита и общей суммой затрат мы направим на непредвиденные расходы.

Мы берем кредит в размере 1 300 000 руб. Кредит предоставляется банком под 16% годовых (4% в квартал).

1 300 000 / 8 кварталов = 162500 руб

Таблица 15

График возврата кредита

|  |
| --- |
|  |
| Период | Сумма возврата кредита | Сумма процентов по кредиту (4% в квартал) | Остаточная сумма |  |
| Год | Квартал |  |  |  |  |
| 1 | I | 1 300 000 | 52 000 | 1 300 000 |  |
|  | II | 1 300 000 | 52 000 | 1 300 000 |  |
|  | III | 1 300 000 | 52 000 | 1 300 000 |  |
|  | IV | 1 300 000 | 52 000 | 1 300 000 |  |
| 2 | I | 162 500 | 52 000 | 1 137 500 |  |
|  | II | 1 137 500 | 45 500 | 975 000 |  |
|  | III | 975 000 | 39 000 | 812 500 |  |
|  | IV | 812 500 | 32 500 | 650 000 |  |
| 3 | I | 650 000 | 26 000 | 487 500 |  |
|  | II | 487 500 | 19 500 | 325 000 |  |
|  | III | 325 000 | 13 000 | 162 500 |  |
|  | IV | 162 500 | 6 500 | 0 |  |
|  |  |  |  |  |  |

Таблица 16

Отчет о прибылях и убытках

|  |
| --- |
|  |
| Наименование статьи | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год |  |
| 1. Валовой объем реализации | 1 728 000 | 1 958 400 | 2 290 860 | 2 800 400 | 3 265 460 |  |
| 2. Потери и налоги с продаж (20% НДС и 1% потерь) | 362880 | 411 264 | 481081 | 588084 | 685747 |  |
| 3. Чистый объем продаж (1-2) | 1 365 120 | 1 547 136 | 1 809 779 | 2 212 316 | 2 579 713 |  |
| 4. Сырье и материалы | 246 350 | 270 985 | 298 083,5 | 327 892 | 360 681 |  |
| 5. Комплектующие изделия | - | - | - | - | - |  |
| 6. Сдельная заработная плата (х13% НДФЛ) | 58250,4 | 58250,4 | 58250,4 | 58250,4 | 58250,4 |  |
| 7. Другие прямые издержки | - | - | - | - | - |  |
| 8. Суммарные прямые издержки (4+6) | 304600,4 | 329235,4 | 356334 | 386142,4 | 418931,4 |  |
| 9. Валовая прибыль (3-8) | 1 060519,6 | 1 217900,6 | 1 453445 | 1 826173,6 | 2 160781,6 |  |
| 10. Налоги с дохода и на активы (1% и 2% от стр.3) | 40 954 | 46 414 | 54 293 | 66 369 | 77 391 |  |
| 11. Оперативные издержки | 644 131 | 644131 | 641631 | 639131 | 639131 |  |
| 12. Торговые издержки | - | - | - | - | - |  |
| 13. Административные издержки | 60432,4 | 57432,4 | 57432,4 | 59432,4 | 59432,4 |  |
| 14. Суммарные постоянные издержки (11+12+13) | 704 563,4 | 701 563,4 | 699063,4 | 698563,4 | 698563,4 |  |
| 15. Амортизация | 4324 | 4324 | 4324 | 4324 | 4324 |  |
| 16. Проценты по кредитам | 208 000 | 169 000 | 65 000 | - | - |  |
| 17. Суммарные калькуляционные издержки (15+16) | 212324 | 173 324 | 69324 | 4324 | 4324 |  |
| 18. Другие доходы | - | - | - | - | - |  |
| 19. Другие затраты | - | - | - | - | - |  |
| 20. Прибыль до выплаты налога (9-10-14-17-19+18) | 102678,2 | 296599,2 | 630764,6 | 1 056917,2 | 1 380503,2 |  |
| 21. Налог на прибыль (24%) | 24642,8 | 71184 | 151383,5 | 253660,1 | 331321 |  |
| 22. Чистая прибыль (20-21) | 78035,4 | 225415,3 | 479381 | 803257 | 1 049182,4 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Таблица 17

Отчет о движении денежных средств

|  |
| --- |
|  |
| Наименование статьи | до нач. пр-ва | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год |  |
| 1. Объем продаж | - | 1 728 000 | 1 958 400 | 2 290 860 | 2 800 400 | 3 265 460 |  |
| 2.Прямые производственные издержки (п.8 отчета) | - | 304600,4 | 329235,4 | 356334 | 386142,4 | 418931,4 |  |
| 3. Поступления от других видов деятельности | - | - | - | - | - | - |  |
| 4. Выплаты по другим видам | - | - | - | - | - | - |  |
| 5.Общие постоянные издержки (оперативные торговые издержки) | - | 704 563,4 | 701 563,4 | 699063,4 | 698563,4 | 698563,4 |  |
| 6. Налоги | - | 403834 | 457 678 | 535 374 | 654 453 | 763 138 |  |
| 7. КЭШ-ФЛО от оперативной деятельности (1-2+3-4-5-6) | - | 373252,6 | 528 173,6 | 758 339 | 1 119 491,6 | 1 443 077 |  |
| 8. Затраты на приобретение активов | 73240 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 |  |
| 9. Поступления от реализации активов | 0 | - | - | - | - | - |  |
| 10. КЭШ-ФЛО от инвестиционной деятельности (стр.9-8) | - 73240 | -30 000 | -30 000 | -30 000 | -30 000 | -30 000 |  |
| 11. Собственный капитал | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 |  |
| 12. Займы | 1 300 000 | - | - | - | - | - |  |
| 13. Выплаты в погашение займов | - | 650 000 | 650 000 | - | - | - |  |
| 14.Выплаты процентов | 208 000 | 169 000 | 65 000 | - | - | - |  |
| 15.КЭШ-ФЛО финансовой деятельности (11+12-13-14) | 1 142 000 | - 769 000 | -665 000 | - | - | - |  |
| Баланс начала периода | 0 | 1 068 760 | 643 012 | 476 185,6 | 1 204 524,6 | 2 294 016,2 |  |
| Баланс конца периода | 1 068 760 | 643 012 | 476 185,6 | 1 204 524,6 | 2 294 016,2 | 3 707 093,8 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Основные показатели эффективности предприятия

Рентабельность активов, ROA,%

Этот показатель характеризует эффективность использования активов компании и рассчитывается путем деления чистой прибыли на среднегодовую сумму активов.

(2)

Рентабельность инвестиций, ROI, %

(3)

Расчет точки безубыточности

Анализ безубыточности является одним из наиболее важных элементов финансовой информации. Он определяет объем продаж, необходимый для того, чтобы деятельность предприятия была безубыточной.

Точка безубыточности определяется по формуле:

(4)

где ТБ - точка безубыточности;

ПЗ - постоянные затраты, руб.;

Пер.затр. - переменные затраты на единицу продукции, руб.;

Ц - цена за единицу продукции, руб.

Постоянные затраты включают в себя операционные издержки и торгово-административные издержки. В нашем случае постоянные затраты будут равны:

руб.

Переменные затраты будут равны:

руб.

руб. за ед.

Цена за ед. продукции:

руб. за ед.

Точка безубыточности:

шт.в год

29

Схема 4. Точка безубыточности при пошиве свадебных нарядов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс оказания услуг наиболее прост, чем процесс производства продукции или товаров. При организации фирмы по оказанию услуг не требуется такого большого вложения капитала, о чем можно сделать выводы по результатам бизнес-плана.

Для начинающего предпринимателя это хорошая практика для ведения предпринимательской деятельности с целью получения прибыли и расширения предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа.: Учебник- 3-е изд. перераб.-М.: Финансы и статистика,1994.-288с.

Бизнес-план - инвестиционного проекта/ Рабочая тетрадь предпринимателя для разработки бизнес-плана.-М.:Агроконсалт,1996.-144 с.

Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1994.-685с.

Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. Методическое пособие.-М.:ИНФРА-М, 1997.- 334с.

Менеджмент/ П.А. Кохно, В.А. Микрюков, С.Е. Комаров.-М.: Финансы и статистика, 1993.-224с.

Управление проектами: Учебник. / Ильин Н.И. и др.; под ред. Шапиро В.Д.-СПб.: ДваТри,1996.-610с.

Уткин Э.А. Управление фирмой.-М.: “Акалис”, 1996.-516с.

Холт Р.Н., Барнес С.Б. Планирование инвестиций. /Пер. с англ. Агансандляна Г.А.-М.: Дело ЛТД, 1994.-120с.

Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа.-М.: ИНФРА-М,1996.-176с.

Титов В.И. Экономика предприятия: Учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. - 462 с.