Бизнес-план

**«Пошив свадебных (вечерних) платьев и аксессуаров к ним по индивидуальным заказам»**

Подготовили:

Кокабаева Ж.

Оразгалиева О.

Юурштейн Ю.

Кулага П.

Вагнер И.

Акжанова А.

Бельченко В.

Проверил: Жартай Ж.М.

2009г.

Республика Казахстан, г. Темиртау, ул.Республики 25

Учредители:

1. (директор) – доля УК – 50%

2. (гл. бухгалтер) – доля УК – 50%

Суть проекта: полное удовлетворение пожеланий клиенток в пошиве платья.

Финансирование проекта: собственные средства – 100%, заемные средства – 0%, Сметная стоимость реализации проекта – 3 000 000 тенге

Сроки окупаемости услуги –11 месяца.

**Резюме**

Целью бизнеса является услуги по пошиву свадебных (вечерних) платьев.

Цель проекта – оказание услуг по пошиву женских свадебных (вечерних) платьев и аксессуаров по индивидуальным заказам на фигуру заказчицы.

Предприятие зарегистрировано 15.04.2009г. как ООО с двумя учредителями, которые внесут по 1 500 000 тенге каждый в уставный капитал предприятия согласно учредительному договору. Фирмой управляет директор, но в руководстве принимает участие и главный бухгалтер.

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

Наша услуга привлекательна не только ценой и качеством, но и тем, что нашим менеджером проводятся различные мероприятия по продвижению услуги на рынок, применяется система скидок и подарков при заказе.

Услуга фирмы «Афродита» является конкурентоспособной. Она уступает лишь магазинам готовых платьев, но старается достичь такого же уровня путем реализации качественных индивидуальных изделий.

«Афродита» оказывает пошивочные услуги путем всевозможных реклам, вывесок, видеороликов и каталогов с платьями.

Для реализации проекта фирме необходимо 3 000 000 тенге. Его фирма сможет погасить за счет пошива платьев в течение 11-и месяцев.

ООО «Афродита» развивается сравнительно быстрыми темпами, приносит доход ее учредителям и является прибыльной на рынке на сегодняшний день.

**Описание отрасли и предприятия**

Фирма является юридическим лицом: имеет самостоятельный баланс, расчетный счет в банке, печать, фирменные бланки.

Главная цель (миссия) – максимальное удовлетворение пожеланий клиенток высококачественным изделием. Для достижения данной цели, фирма арендует одно двухэтажное помещение для оказания услуг.

Стратегия динамического роста заключается в достижении успеха салона при эффективной деятельности всего персонала.

В городе Темиртау действует один Дворец бракосочетания. По статистическим данным в месяц сочетаются законным браком 25-30 пар. Каждая из невест является потенциальной клиенткой салона. Возрастной контингент не ограничен (девушки и женщины 16-50 лет), жительницы близлежащих городов и деревень.

Темпы роста рынка определяются сегодня политикой государства, связанной с демографическими проблемами. Государство поддерживает молодые семьи, в связи с чем увеличивается количество браков.

На услуги такого вида как пошив свадебных (вечерних) платьев по индивидуальным заказам возможен нерегулярный спрос с учетом сезонности, т.к. он напрямую зависит от количества заключенных браков 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 – уменьшается. В эти периоды возможен прием заказов также на вечерние наряды по поводу других торжественных случаев: юбилеев, календарных праздников, выпускных и т.д.

Конкурентоспособность услуги салона обеспечивается высоким качеством, внешним видом, индивидуальностью (на конкретную фигуру заказчицы с учетом особенностей ее фигуры), оригинальностью (по направлениям современной моды), сравнительно невысокой стоимостью услуги. При высокой квалификации специалистов и узкой специализации услуг сроки изготовления изделия сокращаются до 5-7 дней.

В дальнейшем по мере развития салона предполагается продажа сопутствующих аксессуаров к свадебным нарядам, а так же возможно создание собственной эксклюзивной коллекции свадебных платьев и вечерних туалетов творческими специалистами салона. Возможно, что салон помимо специальных свадебных (вечерних) заказов платья будет выполнять заказы на пошив всего ассортимента легкой женской одежды.

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 (вечерних) платьев.

Закупка тканей и фурнитуры для выполнения заказа предполагается два раза в месяц на оптовой базе тканей «Элита» в г. Астана

Обслуживание заказчиков производиться в приемном салоне, оборудованном примерочными кабинками и так же возможен выезд нашего модельера на дом или в офис клиента. При необходимости может быть выполнен срочный заказ.

Взаимоотношения заказчиков с салоном регулируются правилами бытового обслуживания населения в РК, разработанные на основе Закона РК «О защите прав потребителей». Заказы на оказание услуги оформляются договором-квитанцией с указанием реквизитов сторон, 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.

При обнаружении недостатков заказчик вправе потребовать безвозмездного устранения недостатков.

Услуга оплачивается в виде авансового платежа в размере 50% стоимости услуги, а после выдачи готового изделия заказчице – оставшиеся 50%.

**Описание услуги**

Наш салон удовлетворяет вторичные потребности. Наши клиенты всегда остаются довольны и им нравятся наши предлагаемые услуги.

По сравнению с другими аналогичными услугами можно выделить следующие особенности:

1) высокое качество товара;

2) привлекательный внешний вид;

3) индивидуальность и оригинальность.

Преимуществом нашего салона является то, что обслуживание заказчиков может производиться непосредственно в приемном салоне, оборудованном в примерочные кабины (по предварительной записи для избежания очереди и сохранения конфиденциальности клиентов) и так же возможен выезд нашего модельера на дом или в офис клиента. Клиентка сама выбирает ткань для своего платья или по рекомендации модельера.

К недостаткам относятся уязвимость по отношению к конкурентному давлению, изменение потребностей и вкуса покупателей.

Основными ключевыми факторами является большой спрос, непрерывный поток покупателей, качественное обслуживание, предоставление дополнительных услуг, удобство примерки.

**Анализ рынка сбыта**

Фирма является обслуживающей и предполагает пошив женских платьев. Стадия развития фирмы – начальная. Фирма функционирует в сфере услуг. Планируется пошив широкого ассортимента изделий (сумочек, шляпок, перчаток, детских и выпускных нарядов).

Свадебное платье – это изделие разового пользования, удовлетворяющее духовную потребность – потребность быть красивой. По типу конкуренции является видовой, т.е. салон занимается пошивом одежды, предназначенной для удовлетворения одной и той же потребности – быть индивидуальной, но различающейся по своим параметрам и качеству.

Каждая из невест является нашей потенциальной клиенткой. Возрастной контингент не ограничен – это девушки и женщины 16-50 лет. Некоторые девушки предпочитают экстравагантные платья и что-то необычное. Для модниц предлагаются нестандартные платья различных цветов и видов с интересными и необычными аксессуарами. Невесты более зрелого возраста предпочитают строгий стиль в наряде, элегантность и классику. Наши художники-модельеры в настоящее время уже занимаются созданием именно таких свадебных и вечерних платьев, которые бы удовлетворяли желания и этой группы потребителей.

В перспективе расширения услуг нашего салона, мы планируем заниматься пошивом выпускных и детских нарядов.

Уровень цены по нашему салону в среднем невысокий, в зависимости от покроя, модели и от желания самих клиенток, в зависимости от уровня дохода.

Невесты, предпочитающие более скромный, элегантный наряд могут приобрести наряды от 30 до 50 тыс. тг. Невесты с более высоким уровнем дохода – от 50 тыс. тг. и выше.

Салон «Афродита» предполагает обслуживание достаточного количества клиенток, т.к. мы предлагаем услуги не только качественные, но и красивые и оригинальные. Но, не смотря на это, у нее есть конкуренты, что свидетельствует об эластичности спроса на рынке. Фирма увеличивает каналы сбыта путем распространения рекламы в газетах, на афишах, на телевидении, по радио.

Фирма “Афродита” планирует занять достойное место на рынке услуг по пошиву свадебных и вечерних платьев. Маркетинговая стратегия, которой будет придерживаться салон: рыночная последовательность – фирма планирует завоевать определенную рыночную нишу и попытается завоевать свою позицию на рынке. Планируется окупиться в течение 11 месяцев, завоевать долю рынка пошивочных услуг в городе, а в дальнейшем планируется выйти с этой услугой и на другие рынки близлежащих городов, и, тем самым расширить свой географический рынок.

Существует несколько салонов, предлагающих аналогичную услугу. ООО «Афродита», выйдя на рынок, столкнется с внутриотраслевой конкуренцией. Основные конкуренты: городские магазины («Весна», «Земфира» и т.д.), частный пошив на дому.

Фирма может конкурировать в условиях реального рынка за счет предложения своих услуг. При усилении позиций ближайших конкурентов планируется укрепить конкурентоспособность. Этого можно достичь хорошо рекламируя товар за счет профессиональности сотрудников.

Прогноз объема продаж

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Свадебные платья | Годы | Общие продажи |
| 2009 | 2010 | 2011 |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | I полу-годие | II полу-годие |
| 1. «Катрин» | Продано, шт. | 10 | 9 | 11 | 12 | 20 | 23 | 48 | 133 |
| Цена, тг. за ед. изд. | 45000 | 45000 | 45000 | 45000 | 50 000 | 50 000 | 55 000 | -  |
| Всего: | 450000 | 405000 | 495000 | 540000 | 1000000 | 1150000 | 2640000 | 6680000 |
| 2. «Ассоль» | Продано, шт. | 12 | 14 | 12 | 11 | 23 | 24 | 46 | 142 |
| Цена, тг. за ед. изд. | 60000 | 60000 | 60000 | 60000 | 65000 | 60 000 | 65 000 | -  |
| Всего: | 720000 | 840000 | 720000 | 660000 | 1495000 | 1440000 | 2990000 | 8865000 |
| 3. «Милана» | Продано, шт. | 14 | 12 | 11 | 14 | 24 | 20 | 40 | 135 |
| Цена, тг. за ед. изд. | 63000 | 63000 | 63000 | 63000 | 60000 | 60000 | 65 000 | - |
| Всего: | 882000 | 756000 | 693000 | 882000 | 1440000 | 1200000 | 2600000 | 8453000 |
| 4.«Лаура» | Продано, шт. | 7 | 10 | 14 | 12 | 18 | 21 | 46 | 128 |
| Цена, тг. за ед. изд. | 61500 | 61500 | 61500 | 61500 | 61000 | 62000 | 64 000 | - |
| Всего: | 430500 | 615000 | 861000 | 73800 | 1098000 | 1302000 | 2944000 | 7988500 |
| 5. «Богиня» | Продано, шт. | 7 | 9 | 14 | 12 | 16 | 20 | 43 | 121 |
| Цена, тг. за ед. изд. | 78000 | 78000 | 78000 | 78000 | 78000 | 75000 | 80 000 | - |
| Всего: | 546000 | 702000 | 1092000 | 936000 | 1248000 | 1500000 | 3440000 | 9464000 |
| Общие продажи | Ед. изд. | 50 | 54 | 60 | 63 | 101 | 108 | 223 | 659 |
| тг.  | 3028500 | 3318000 | 3861000 | 3756000 | 6281000 | 6592000 | 14614000 | 41450500 |

Оценка основных конкурентов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Факторы конкурентности | Салон-ателье свадебных платьев «Афродита» | Конкуренты |
| Городские магазины | Швеи на дому | Прокат свадебных платьев | Городской рынок |
| 1. Качество изделия | Обеспечивается высокой квалификацией швей и закройщиков (5) | Среднее или высокое качество (5) | Зависит от разряда и способностей (3) | SECOND-HAND (1) | Низкое качество, производство Китая, Кореи (1) |
| 2. Место нахождения | Центр города, располагается на проспекте (5) | Центральные и отдаленные улицы (5) | Неопределенно (2) | Неопределенно (3) | Городской рынок по ул. Островского (5) |
| 3. Уровень цены | Средний, в зависимости от покроя и модели (5) | Высокий и средний (4) | Средний (5) | Ниже среднего (3) | Средний, ниже среднего (4) |
| 4. Дизайн | С учетом всех пожеланий заказчицы и с учетом модных тенденций (5) | С учетом модных тенденций (5) | Аналогично (5) | Однотипные модели или редко с учетом моды (3) | Однотипные модели (2) |
| 5. Ассортимент | Специализация на женских свадебных, вечерних, детских платьях и аксессуаров к ним (4) | Свадебные мужские костюмы, женские платья, аксессуары (5) | Все швейные изделия (4) | Как в городских магазинах (4) | Все швейные изделия (5) |
| 6. Время работы | С 9:00 до 19:00, обед с 14:00 до 15:00 (5) | Примерно с 9:00 до 18:00, обед с 13:00 до 14:00 (5) | Свободный график (5) | Неопределенно (5) | Кроме понедельника с 10:00 до 16:00 (4) |
| 7. Имидж, репутация | Новое предприятие (3) | Надежность (5) | Ненадежность (3) | Уже ношеные наряды (2) | Сомнительная репутация (2) |
| Общее количество баллов: | 32 | 34 | 27 | 21 | 23 |

Как видно из таблицы конкурентоспособности, нашими явными конкурентами являются городские магазины, т.к. большинство невест предпочитают сразу приобрести платье и аксессуары в одном месте, и заняться организацией предстоящего важного события.

Также наглядно видно, что интерес клиентов необходимо завоевывать. Для этого будут предусматриваться такие меры, как реклама по радио, телевизору, в газетах, на рекламных щитах, плакатах, сотрудничество с отделом ЗАГС.

Швеи на дому на третьей позиции после нас. Это зависит от местонахождения специалистов по пошиву (узнать о наличии таких услуг на дому можно либо через газеты и телевидение, либо по совету знакомых), репутации их и качества предлагаемых услуг.

По типу рыночных структур наше ателье относится к монополистической конкуренции, т.к. преобладают конкуренты, дифференцирующие свой товар и услуги, замена данного товара возможна, условия входа на рынок сравнительно легкие, цены зависят от самого изготовителя.

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 платьев до максимум двух недель.

**План маркетинга**

Наш салон распространяет свои услуги по нулевому каналу распределения, то есть непосредственно от производителя к потребителю.

Реклама ателье производится в нескольких направлениях:

1. Сотрудничество с отделом ЗАГС: размещение в нем афиши (плаката) о предоставляемых нашим салоном услугах, а также каталог со свадебными и вечерними платьями ателье.

2. Рекламные объявления, опубликованные в газетах «Городские вести», «Что? Где? Почем?» и «Вечерняя газета».

3. Рекламные щиты на проспекте в центре города.

4. Объявления на популярной в городе радиостанции «Европа +».

5. Реклама по телеканалу «Астана».

Цена изделия складывается с учетом прибыли + НДС + торговая надбавка (50%).

В нашем салоне разработана оригинальная система скидок: каждая двадцатая заказчица вечернего платья получает 5%-ю скидку на пошив изделия и 7%-ю на повторный заказ.

Для клиенток-невест мы предлагаем следующий вариант: каждая седьмая невеста при заказе платья получает в подарок от салона либо шампанское, либо торт или коробку конфет.

На маркетинговые исследования мы рассчитали затраты:

1. Затраты на объявления в газетах

1. Затраты на рекламные щиты

3. Затраты на объявления по радио

4. Затраты на рекламу по телевизору

Общая сумма затрат колеблется от 30000 до 50 000 тенге в месяц

**План производства**

Так как у нашего салона существовала договоренность с оптовой базой тканей «Элита» г. Астана, привозящим из-за границы турецкие, польские и др. ткани, раз в 2 недели швея и менеджер отправляются в Астана на автомобиле «Газель» для закупки необходимых тканей (атласа, гипюра, вуали, рюши и т.д.). Автомобиль по договору предоставляется частной организацией «Автоледи».

Складывание тканей в куски производится с целью предохранения их от загрязнения и повреждения, а также для удобства обращения с ними. Различные ткани могут складываться по-разному. Хлопчатобумажные и шелковые ткани складывают, накатывая на деревянный шаблон (дощечку). Широкие ткани сдваивают и скатывают в рулон. Сложенные ткани прошивают по кромкам и обвязывают тесьмой или шнуром. К сложенной ткани прикрепляют ярлык, на котором указывают: наименование ткани, номер артикула, номер стандарта, ширину, длину ткани, сорт, прочность, количество условных вырезов и разрезов.

Процесс изготовления одежды может быть сведен к трем основным этапам: моделированию – разработке или выбору фасона платья, конструированию – построению выкроек, и, наконец, шитью, включающему разнообразные приемы и способы обработки самого изделия, а также обработки и соединению его деталей.

Чтобы скроить и сшить платье, необходимо иметь выкройки всех деталей, из которых состоит изделие. Для получения выкроек деталей любого изделия строится его чертеж на бумаге. На основании получения мерок, прежде всего, строят так называемый чертеж основы платья, т.е. переда, спинки и рукава. В дальнейшем этот чертеж видоизменяется в зависимости от выбранного фасона и покроя изделия (кимоно, реглан и т.д.), типа и формы рукава и т.п. Чертеж основы юбки также строится на основании снятых мерок и затем в зависимости от фасона изменяется и дополняется. Затем производится декатирование – особая обработка, которая обеспечивает предварительную усадку для крепа, штапеля. Х/б, льняные, шелковые ткани перед раскроем не декатируют, а только проглаживают для удаления помятостей и сгибов. Перед настилом ткани для раскроя ее обязательно просматривают по всей длине и ширине с целью установить, нет ли на ней ткацких дефектов, к которым относятся, в частности, дыры и пробоины, масляные пятна, утолщенные нити, неравномерность окраски. Подготовленную ткань раскладывают на столе для раскроя, т.е. ткань раскладывается по длине вдвое лицевой стороной внутрь. При раскладке выкроек на ткани необходимо учитывать характер ее лицевой поверхности, т.е. наличие ворса, рисунка, а также направление нити основы. Затем обмеловывают выкройки и нормы припусков на швы, разрезают ткани.

Для того, чтобы технологической процесс проходил правильно и с меньшими затратами, большое значение нужно уделять качеству продукции.

Большое значение для повышения качества продукции наше ателье уделяет техническому перевооружению производства с использованием новейшего оборудования, системы управления качества при постоянном росте профессионального уровня рабочих.

Решающая роль в повышении качества продукции принадлежит технологическому процессу и применяемым в нем средствам активного контроля.

Современный технологический процесс изготовления одежды основывается на строгом соблюдении режимов сборки и отделки деталей и узлов одежды, влажно-тепловой обработки. Основным условием достижения высокого качества продукции является соблюдение технологической дисциплины, т.е. технически правильное выполнение операций с учетом всех требований.

С целью сохранения точности обработки деталей большое внимание уделяется работе раскройного цеха, где обеспечивают получение точных размеров деталей кроя, а так же большое внимание уделяют клеевым материалам, которые оказывают большое внимание на качество. Их применение позволяет создавать и сохранять стабильные формы деталей и узлов различной одежды, соединять детали по определенному контуру, фиксировать края изделий.

Особенностью и преимуществом индивидуального способа изготовления одежды является возможность проведения примерок, во время которых проверяется правильность посадки изделия на фигуре, уточняется положение отдельных деталей, устраняются дефекты, вызванные ошибками при снятии мерок, изготовлении чертежа и т.п.

Все исправления делаются или намечаются тут же, во время примерки, непосредственно на фигуре. Вполне понятно, что при подготовке изделия к примерке соединение деталей должно быть не окончательным, а выполняется вручную стежками временного назначения, позволяющими легко и быстро разъединить детали. Такое временное соединение деталей называется сметыванием.

Все изделия из шерстяных и шелковых тканей изготавливают обычно с двумя примерками, изделия несложных фасонов из хлопчатобумажных тканей с одной.

Первая примерка. Сметанное изделие надевают, закрепляют булавками застежку, внешним осмотром определяют правильность его посадки в целом и затем приступают к необходимым уточнениям и исправлениям в соответствии с фигурой.

Вторая примерка. При подготовке изделия ко второй примерке стачивают плечевые боковые швы, все вытачки, подрезы, фасонные линии, складки, полностью обрабатывают воротник, карманы, петли и другие мелкие детали. Рукава такие должны быть обработаны полностью, но в проймы их только вметывают для окончательной проверки правильности посадке в проймах и положения на фигуре. Если платье отрезное по талии, то ко второй примерке сметывают шов соединения лифа с юбкой.

Оценка потребности в основном капитале:

- одно двухэтажное здание, где на первом этаже располагаются приемная и кабинеты, на втором этаже – цеха (раскройный, пошивочный) и склад;

- проведено электричество, тепловые трубы, телеф. Кабель;

- универсальная машина 1022 класса «ОЗЛМ», предназначенная для всего ассортимента швейных изделий (3 шт.);

- специальная машина 51-А класса «ОЗЛМ», предназначенная для обработки срезов тканей обметочным двух ниточным стежкам (2шт. в комплекте со столом);

- утюг «Равента» (3 шт.);

- утюг «Тефаль» (3 шт.);

- утюжильный стол (6 шт.);

- утюжильная колодка (4 шт.);

- манекены в цехах (4 шт.);

- манекены в примерочном зале (10 шт.);

- офисный гарнитур в кабинетах бухгалтера, менеджера, директора;

- 3 компьютера, 1 сканер, 1 модем, 1 ксерокс, 2 факса, 2 принтера, 3 телефона, 4 калькулятора.

- 3 шкафа в пошивочных и раскройных цехах;

- диван с двумя креслами в приемной;

- 2 примерочные кабины в зале;

- 2 кресла в примерочной 2 этажа;

- 4 зеркала в примерочном зале и по 2 в уборных;

- полки на складе (13 шт.);

- вешалки в приемной (2 шт.);

- швейная машина Silver line 3004. Выполняет от 7 до 25 операций. Имеет 6800 дополнительных преимуществ (3 шт.);

- швейная машина Gold line 7018. Выполняет рабочие декоративные строчки, строчки для работы с эластичными тканями. В комплект входят весьма полезные принадлежности: лапки для подгиба низа изделия, лапки для петли, вшивания молнии и т.д. (5 шт.).

Издержки обращения на единицу продукции:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товары | Стоимость за шт., тг. | Торговая наценка (50%) | Сумма, тг. |
| 1. «Катрин» | 30000 | 15000 | 45000 |
| 2. «Ассоль» | 40000 | 20000 | 60000 |
| 3. «Милана» | 42000 | 21000 | 63000 |
| 4. «Лаура» | 41000 | 20500 | 61500 |
| 5. «Богиня» | 52000 | 26000 | 78000 |
| Итого | 205000 | 102500 | 307500 |

Материалы на изготовление одного платья:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование материала | Ед. | Расход |
| Цена за ед., тг. | Расход на ед. | Сумма, тг. |
| Шелковая ткань | м | 600 | 15 | 9000 |
| Вуаль | м | 400 | 10 | 4000 |
| Обруч | шт. | 1000 | 1 | 1000 |
| Подклад | м | 200 | 5 | 1000 |
| Нитки | шт. | 40 | 4 | 160 |
| Бумага для выкроек | м | 60 | 30 | 1800 |
| Фурнитура | шт. | - | - | 7000 |
| Итого на изготовление платья | 23960 |

Расходы по аренде помещения и оборудования: 200 000тг. В месяц

Расходы по рекламе: колеблется от 30000 до 50000 тг. в месяц

Расходы по зар.плате: колеблется от 349100 до 400 000 тг. в месяц

Расходы по приобретению материалов: 19\*23960=455240 тг в месяц

Расходы на дорогу: 2\*20000=40000 тг. в месяц

НДС: 108605 тг.

Из приведенных расходов видно, что компания в состоянии приобретать необходимое количество тканей, требуемого качества, в нужные сроки, т.е. она способна организовать эффективную реализацию изделий.

**Организационный план**

В качестве правового статуса предприятия выбрано общество с ограниченной ответственностью ООО «Афродита». Эта форма собственности проста в осуществлении и удобна. Общество имеет уставный капитал в размере 3 000 000 тг. Владельцами салона являются: директор и главный бухгалтер.

Команда управления не имеет опыта совместной работы, так как предприятие образовано впервые.

Прием персонала возможен через службу занятости в КарГУ им. Е.А. Букетова, который готовит хороших специалистов в этой области с достаточной производственной практикой.

Прием будет вестись на основе тестирования и необходимых документов (диплома), возможно с испытательным сроком. Тестирование будет в форме психологических тестов, поскольку при собеседовании необходимо выяснить темперамент, характер, способности, умения и навыки личности, поступающей на работу. Т.к. работа непосредственно связана с обслуживанием людей, то на работу принимаются уравновешанные, доброжелательные, вежливые и тактичные люди со стойкой нервной системой. В основном предполагается набор молодых, активных специалистов с творческим потенциалом. Для каждого сотрудника также обязательны: добросовестность, дисциплинированность, порядочность и честность.

Директор занимается общим управлением деятельности предприятия; координирует работу персонала, при желании может присутствовать на примерках и окончании сдаче изделия. Также директор может проверять процесс изготовления изделия. Директор салона имеет высшее экономическое образование, окончила КарГУ им.Е.А.Букетова.

Бухгалтер предприятия ведет бухгалтерский учет всего салона: начисление и уплата налогов, расчет и выдача заработной платы, оформление сводной бухгалтерской отчетности. Бухгалтер, окончивший КарГУ им. Е.А. Букетова имеет высшее экономическое образование.

Менеджер занимается административным регулированием сбыта и продвижения продукции салона, заключение договоров. Вместе со швеей раз в две недели забирает ткани на Астанинской оптовой базе. Менеджер встречает клиентов в приемной, присутствует на примерке, занимается обслуживанием клиента (прием и оформление заказов, заключение договоров на предоставление услуг, прием оплаты). На эту должность предполагается молодая девушка – специалист с творческими способностями, энергичная, коммуникабельная, вежливая. Менеджер, окончивший КарГУ им. Е.А. Букетова имеет квалификацию «менеджер».

Художник-модельер занимается непосредственно обслуживанием клиентов: снятие мерок, утверждение эскиза модели, передача условий заказа закройщику, передача готового изделия, разработка новых модных коллекций платьев, дизайнерских новинок.

Закройщик создает конструкцию модели платья по фигуре заказчицы, изготавливает лекала, производит раскрой ткани и подготовку к примерке, контролирует качество на всех стадиях обработки.

Швея производит соединение всех конструктивных линий изделия, присутствует на примерке, отправляется в Астану раз в две недели за товаром.

Художники – модельеры, закройщицы, швеи обучались в КарГУ им. Е.А. Букетова. Имеют высшее профессиональное образование.

Для уборки помещений предполагается пригласить двух уборщиц, которые по графику дежурств каждое утро перед открытием салона будут приводить производственные цеха, приемный салон и другие помещения в надлежащий вид.

Оплату труда рекомендуется осуществлять на основании разработанного оклада + 15% от з/пл. Также производственный цех получает по 3% от оклада за каждое выполненное изделие.

В нашем салоне для стимулирования работников применяются следующие методы:

- при выполнении заказа раньше срока начисляется премия в размере 5 % от заработной платы;

- раз в 3 года проводится обучение на повышение квалификации за счет предприятия; - проводятся корпоративные вечеринки

**ООО «Афродита»**

ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

УТВЕРЖДЕНО

на 15.04.2009 г.

Приказ от 15.04.2009 г. № 5

штат в количестве 17 единиц

с месячным фондом з/пл 349100 тг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Структурное подразделение | Профессия | Количество штатных единиц | Оклад (тарифная ставка), руб. | Надбавка, руб. | Месячный фонд з/пл, руб. |
| Наименование | Квалиф. Разряд | Премия 15% от оклада | Перс. Надбавка 5% от оклада | За количество изг. Изд. 3% от оклада |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| АУП | 17 | директор | 1 | 50 000 |  | - | - | 50000 |
| 15 | гл. бухгалтер | 1 | 37 000 |  | - | - | 37000 |
| 13 | менеджер | 1 | 25 000 |  | 1400 | - | 26400 |
| Производственный отдел | 08 | художник-модельер | 2 | 20 000 |  | - | нач-ся ежемес. | 40000 |
| 07 | закройщик | 4 | 16 000 |  | - | нач-ся ежемес | 64000 |
| 07 | швея | 6 | 16 000 |  | 950 | нач-ся ежемес | 101700 |
| АХЧ | 02 | обслуживающий персонал | 2 | 15 000 |  | - | - | 30000 |
| Итого по листу: | 17 | 179000 |  | 2350 | нач-ся ежемес | 349100 |
| Итого по документу: | 17 | 179000 |  | 2350 | нач-ся ежемес | 349100 |

Директор

Гл. бухгалтер

**Финансовый план**

В данном разделе бизнес-плана рассматривается потенциал проекта и график его формирования. Он также может служить оперативным планом для финансового управления проектом.

Величина средств, необходимых для начала проекта, составляет 3 000 000 тг..

Таблица доходов и затрат на производство (на год):

|  |  |
| --- | --- |
| Доходы | Расходы |
| Источники | Сумма, тг. | Направления | Сумма, тг. |
| 1. Выручка от реализации продукции3. Прибыль от реализации5. Чистая прибыль | 1396350046545003351240 | 2. Себестоимость продукции4. Налог на прибыль | 93090001303260 |

Срок окупаемости проекта: 3 000 000/3351240= 0,9года (11 месяцев)

Сводный баланс активов и пассивов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| АКТИВ | Сумма, руб. | ПАССИВ | Сумма, руб. |
| 1. Внеоборотные | 1746155 | 3. Капитал и резервы | 3 000 000 |
| 2. Оборотные | 1253845 | 4. Долгосрочные обязательства | 0 |
| ИТОГО: | 3 000 000 | ИТОГО: | 3 000 000 |

Из графика определения точки безубыточности можно сделать вывод, что для того, чтобы фирма не получала убыток, ей необходимо реализовывать как минимум 5 платьев