

КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ РАБОТА
СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ ИП
«KATRINA-ART»

ВЫПОЛНИЛА: СТУДЕНТКА ГРУППЫ ЗИО-22
ГАБИТОВА КАТЕРИНА.

Уникальность фирмы заключается в том, что мы обучаем новым видам маникюра и педикюра с редкими дизайнерскими технологиями. Мы первая из фирм на Дальнем Востоке которая производит обучение по данным курсам – росписи хной (мехенди). А так же мы продаем импортные товары для ухода за ногтями.

Суть предприятия



ИП «KATRINA-ART»

- Форма собственности –
Индивидуальное предприятие

- Вид деятельности – коммерческое
предприятие (оказание услуг)



Режим работы. Логотип фирмы

Понедельник
Вторник
Среда
Четверг
Пятница
Суббота
Воскресенье



11:00 – 17:00

690093
Г. Владивосток
Ул. Светланская 17
2-22-23-24

Структура ООО «КАТРИНА-АРТ»

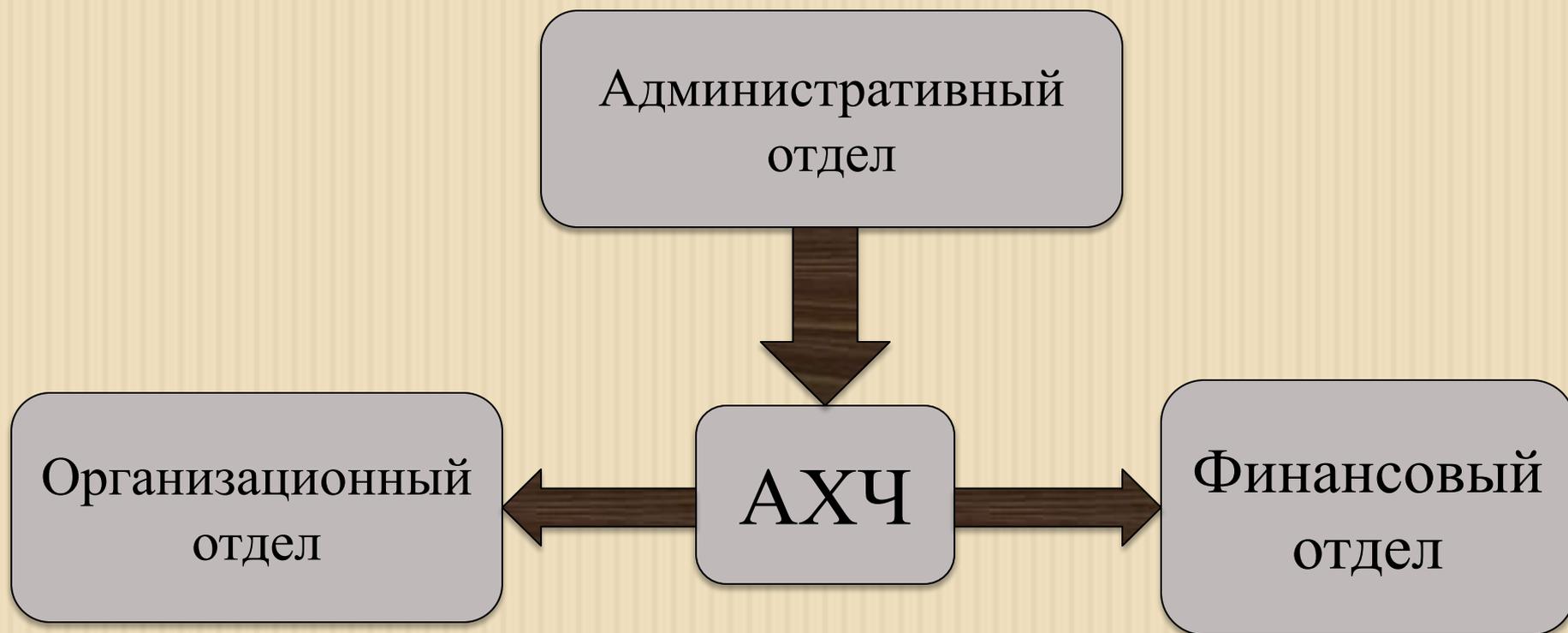
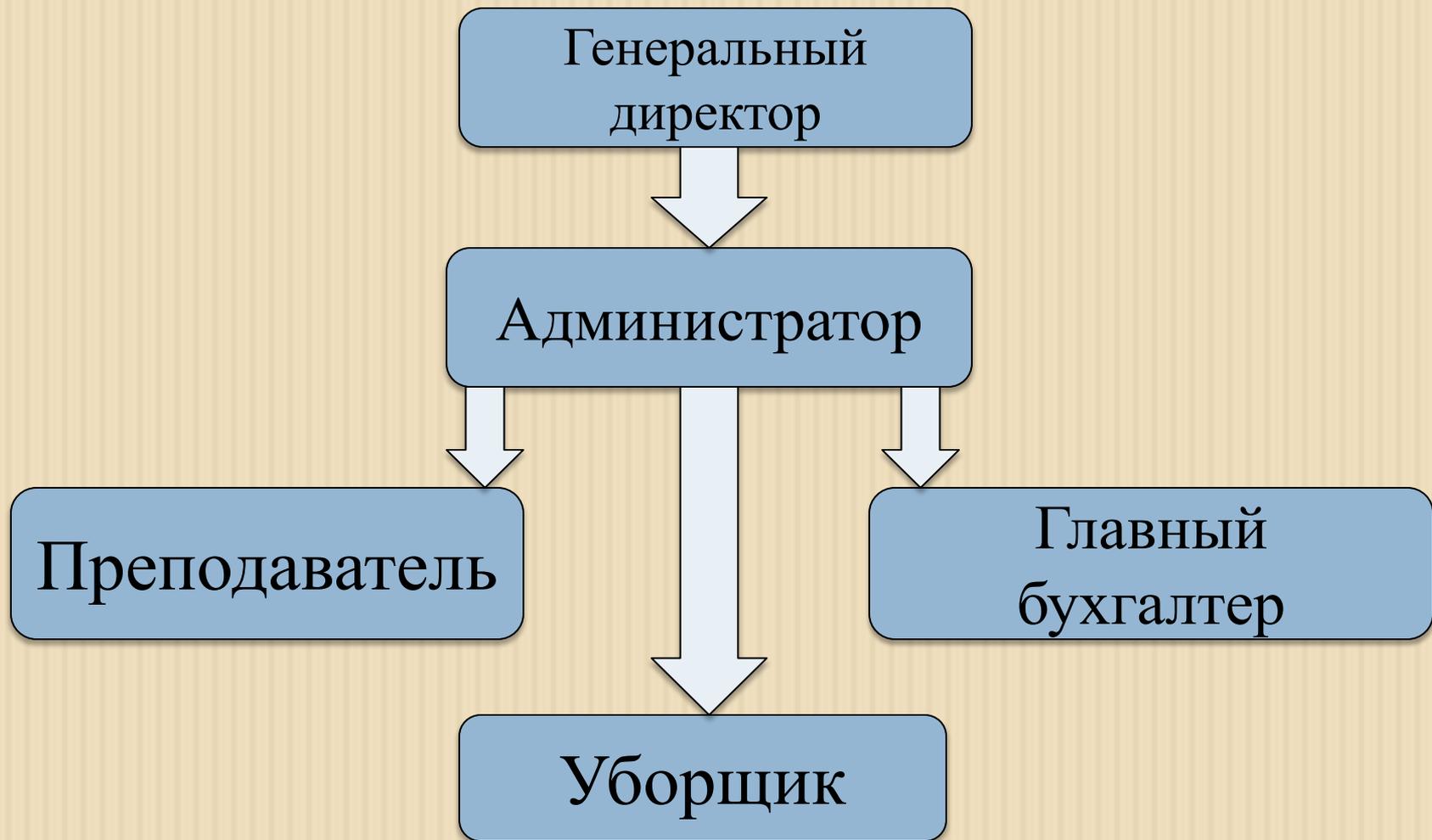


Схема линейного подразделения.



Должностные оклады сотрудников.

Должность	Количество человек	Оклад. Руб.	%	Итого в рублях.
Генеральный директор	1	20000р.	10%	20000р.
Администратор	1	13000р.	4%	13000.
Главный бухгалтер	1	6000р.	2%	6000р.
Преподаватель	1	12000р.	3%	12000р.
Уборщик	1	3000р.	1%	3000р.

Перечень ассортиментов товаров и услуг.

№ пп	Наименование товара и услуг.	Цена товара и услуг. руб.
1.	Обучение по курсу « маникюр»	14000р.
2.	Обучение по курсу «педикюр»	12000р.
3.	Обучение по курсу «маникюр и педикюр»	22000р.
4.	Обучение по курсу «наращивание ногтей»	38000р.
5.	Обучение по курсу «дизайн ногтей»	6000р.
6.	Обучение по курсу «повышение квалификации»	12000р.
7.	Обучение по курсу «мехенди»	5000р.
8.	Обучение по курсу «Новые стили рисования мехенди»	3000р.
9.	Подготовка к Российским чемпионатам по моделированию ногтей	9000р.
10.	Подготовка к международным чемпионатам по моделированию ногтей	15000р.

Расчет себестоимости услуги «Обучение по курсу Мехенди»

Розничная цена – 5000 руб.

Для того что бы рассчитать себестоимость продукции, нужно применить следующую формулу: $C = Mз + P_{оп} + O_{сс} + A_о + O_{кр} + Z_{др}$

$$Mз = 5000 * 0,2 = 1000$$

$$P_{оп} = 5000 * 0.15 = 750$$

$$O_{сс} = 5000 * 0.22 = 1100$$

$$A_о = (5000 * 0.03) / 100 = 1.5$$

$$O_{кр} = 5000 * 0.13 = 650$$

$$Z_{др} = 5000 * 0.02 = 100$$

$$C = 1000 + 750 + 1100 + 1.5 + 650 + 100 = 3\ 601.5р.$$



Статьи затрат	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	ИТОГО
1. Объем продаж, шт.	18	18	19	20	20	19	19	20	21	22	19	19	234
2. Выручка продаж, руб.	64 827	64 827	68 428.5	72 030	72 030	68 428.5	68 427.5	72 030	75 631.5	79 233	68 427.5	68 427.5	842 748
3. Прямые расходы, руб.	31 500	31 500	33 250	35 000	35 000	33 250	33 250	35 000	36 750	38 500	33 250	33 250	409 500
а) Затраты на материал (Мз), руб.	18000	18000	19000	20 000	20 000	19000	19000	20 000	21 000	22 000	19000	19000	234 000
б) Расходы на оплату труда, руб.	13 500	13 500	14 250	15 000	15 000	14 250	14 250	15 000	15 750	16 500	14 250	14 250	175 500
4. Косвенные затраты, руб.	22 689.44	22 689.44	23 949.975	21 969.5	21 969.5	23 949.975	23 949.975	21 969.5	26 471.025	27 731.55	23 949.975	23 949.975	295 322.98
а) Торговые расходы, руб.	19 448.1	19 448.1	20 528.55	21 609	21 609	20 528.55	20 528.55	21 609	22 689.45	23 769.9	2052 8.55	2052 8.55	252 825.3
б) Расходы на рекламу, руб.	3 241.34	3 241.34	3421.425	3 601.5	3 601.5	3421.425	3421.425	3 601.5	3781.575	3961.65	3421.425	3421.425	4249 7.68
5. Издержки производства, руб.	54 189.44	54 189.44	57 199.975	36 969.975	36 969.975	57 199.975	57 199.975	36 969.975	63 221.025	66 231.55	57 199.975	57 199.975	704 822.98
6. Прибыль до уплаты налога , руб.	10 637.56	10 637.56	11 228.525	35 060.025	35 060.025	11 228.525	11 228.525	35 060.025	12 410.475	13 001.45	11 228.525	11 228.525	137 925.02
7. Налог на прибыль, руб.	2978.5168	2978.5168	3143.987	9 816.807	9 816.807	3143.987	3143.987	9 816.807	3 474.933	3 640.406	3143.987	3143.987	38 619.0056
8. Чистая прибыль, руб.	7 659.04323	7 659.04323	8 084.538	25 238.21	25 238.21	8 084.538	8 084.538	25 238.21	8 935.542	9 361.044	8 084.538	8 084.538	99 306.0144

Расчет самоокупаемости предприятия.

Фиксированные затраты:

- Зарплата администрации – 23000т.р

- Аренда – 7000т.р

$$\text{СФЗ} = 23000 + 7000 = 30000\text{т.р}$$

-Переменные затраты:

- Сырье и материалы – 3 601р 5 коп.

- Реклама – 3 241р 34коп.

- Торговые расходы – 19 448р 1 коп.

- Заработная плата работников – 21000т.р

$$\text{СПЗ} = 3\,601.5 + 3\,441.34 + 19\,448.1 + 21000 = 47\,490\text{р } 94 \text{ коп}$$

$$\text{ПЗшт} = \text{СПЗ} / Q = 47\,490.94 / 22 = 2\,158\text{р } 67 \text{ коп.}$$

$$K = \text{СФЗ} / \text{Цшт} - \text{ПЗшт} = 30000 / 5000 - 2158.67 = 10.55$$

Это значит, что предприятие за расчетный 1 месяц произведет и продаст 10 шт услуг, то выручка продаж будет равна всем запланированным расходам т.е предприятие выйдет на уровень самоокупаемости.

Расчет полной самокупаемости предприятия.

$$409\,500 + 234\,000 + 175\,500 + 295\,322,98 + 252\,825,3 + 42\,497,68 + 704\,822,98 + 38\,619,0056 = 2\,153\,087,9456$$

$$2\,153\,087,9456 / 47\,490,94 = 45,33$$

$$45,33 / 12 = 3,75$$

т.е предприятие достигнет полной
самокупаемости через 3 года и 7,5 месяца.

Оценка риска

№	Источники угрозы	В случае внезапного возникновения угрозы.	Направленные меры на предотвращения возможной угрозы.
1	Пожар	Тушить пожар своими силами, использовать огнетушитель. Позвонить в 01.	Проводить инструктажи, страховать имущество предприятия
2	Кражи	Вызов полиции	Установка систем видеонаблюдения, наем квалифицированных охранников
3	Истечение сроков годности продуктов	Утилизация продуктов	Закупать товары небольшими партиями, делать скидки на услуги с использованием данных товаров
4	Увольнение работников	Включение в должностные инструкции работников функции увольнения работников	Поиск компромиссов при конфликтах, заключение долгосрочного трудового договора
5	Увеличение конкуренции	Проводить акции, устраивать рекламные компании	Мониторинг деятельности конкурентов, привлечение новой аудитории
6	Повышение арендной платы	Поиск нового помещения или сокращение растрат и оплата помещения	Заключение долгосрочного трудового договора

Маркетинговый план.

1. Изучение потребителя.
2. Анализ рыночных возможностей.
3. Анализ сбыта товаров и услуг.
4. Оценка ценообразования.
5. Изучение конкурентов.
6. Оценка предполагаемых товаров и перспектива их развития.
7. Выбор ниши.
8. Создать рекламу с целью привлечения потребителя.

Изучение потребителя.

Для того что бы продать услугу, нужно определить кому нужна данная услуга, т.е определить потребителя, изучить и выявить его ожидания.

Мое предприятие находится в центре города, на Арбате. В основном потребителями являются женщины от 14 до 55 лет.

Изучив своего потребителя, я сделала вывод: большинство людей со своим заработком, могут позволить себе наши услуги, а те которые не имеют своего заработка, в основном это молодые люди с 14 по 18 лет, они используют наши услуги в рассрочку на все время обучения у нас, на те деньги которые выделяют им

Анализ рыночных данных.

Проанализирована возможность своего учебного центра, я сделала следующие выводы:

- Возможности консультации по телефону.
- Возможность скидок, акций.
- Частным потребителям выдается дисконтная карта.
- Необходимо продолжить поиск новых поставщиков с интересными товарами.
- Уделять большое внимание рекламе, проводить рекламные компании в городе, а так же в интернете и социальных сетях.

Анализ сбыта товаров.

Чтобы предприятие развивалось быстро и успешно, нужен спрос на услугу. Для того чтобы продавать свои услуги и извлекать из нее прибыль. Нужно следовать определенным параметрам:

- Продвижение новых услуг.
- Установление приемлемых цен.
- Создание комфортного обслуживания и уютного интерьера
- Устраивать акции
- Создать систему клубных карт для постоянных клиентов

Оценка ценообразования.

Для получения прибыли мне необходимо устанавливать наценку на услуги. При ценообразовании необходимо учитывать затраты на оплату аренды, рекламы, зарплату работников и т.д. Цена образуется из следующих показателей:

Зарплата сотрудников = 17%

Рекламы = 3%

Коммунальных услуг = 1.4%

Налогов = 0.5%

Торговых расходов = 28%

Аренда = 56%

Изучение конкурентов.

У моего предприятия есть несколько конкурентов – учебный центр «Сакура», «Шоколад», «Панда шарм», но т.к я предоставляю услуги не только по учебе связанной с ногтевым сервисом, особого конкурирования у меня нет.

Мой учебный центр имеет ряд преимуществ над конкурентами:

- Большой выбор услуг, включая услуги которые не предоставляет ни один учебный центр в нашем городе.
- Обслуживание на высоком уровне.
- Выгодное местоположение (в центре города (Арбат), недалеко от множества транспортных путей).

Оценка предполагаемых услуг и перспектива их развития.

Для продвижения и развития моего предприятия необходимо:

- Проводить рекламные компании.
- Расширять новый спектр услуг.
- Открывать новые филиалы магазина.
- Периодически устраивать акции с распродажей услуг по сниженным ценам.
- Расширять сеть учебных центров.
- Проводить бесплатные лекции по данным услугам.

Выбор ниши (благоприятный сегмент рынка).

Перед началом предпринимательской деятельности необходимо определиться с концепцией своего предприятия.

Свой выбор я сделал на реализации учебных услуг. Основным покупателем являются женщины со средним заработком, которые хотели бы освоить новые навыки, молодые люди, которые не имеют своего заработка (от 14 до 18 лет) пользуются нашими услугами в рассрочку.

Сегментирование рынка происходит по

Создание рекламы.

Учебный центр «Katrina-Art»
курсы по ногтевому сервису,
курсы повышения
квалификации !!!NEW!!! Курсы по
росписи хной!!!!

