

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) – «».

Слайд 2

Целью исследования является разработка бизнес-плана вновь созданной организации.

Достижению цели способствовали задачи, представленные на слайде.

Слайд 3

Агентство будет зарегистрировано как ООО с двумя учредителями, которые будут вносить учредительский взнос в уставной капитал предприятия по 500 тысяч рублей каждый в соответствии с учредительным договором. В случае банкротства предприятия они будут отвечать в соответствии размеру своих взносов по долгам компании. В качестве юридического статуса компания была выбрана как ООО потому, как эта форма собственности проста в применении и удобна.

ООО «Салон Богиня» в первую очередь направлен торговлю и прокатом свадебных платьев.

Его уникальность состоит в том, что в масштабах одной фирмы собрана целая гамма услуг, охватывающая различные области, так или иначе связанные с свадьбой и торжественными мероприятиями. В отличие от подавляющего большинства конкурентов данная фирма делает ставку не только на продажу и прокат платьев, но и оказание большого спектра услуг салона красоты.

Цель бизнес-плана – получение прибыли организации ООО «Салон Богиня».

Планируемый объем оборота в год по всем видам деятельности – порядка 70182306 руб. при полной занятости работников.

Ожидаемая чистая прибыль от всех видов услуг 45383118 руб.

Общая стоимость проекта 45383118 руб., так как в организации отсутствуют денежные средства, то для открытия данного салона будет взят кредит в размере 14500000 руб.

Планируемый срок окупаемости составит менее 1 года.

Так как организация относится к торговли, то такие критерии как пол и возраст будут иметь особый вес при создании портрета потенциального потребителя. Однако если учесть специфику направленности, то к основным потребителям можно отнести молодежь, средний возраст которых соответственно составит от 18 до 45 лет.

Результаты анкетирования, представленные на рисунке, показали, что женский пол был более заинтересован в данном центре, как и говорилось ранее.

Слайд 4

Таким образом, одним из способов привлечения новых посетителей (ориентирован на молодой контингент посетителей) будет относительная дешевизна предлагаемых услуг.

Позволить пользоваться услугами данного салона сможет любой клиент с уровнем дохода от ниже среднего.

Проанализировав данные анкетирования, можно сделать вывод, что предлагаемые услуги будут привлекать своей ценой и перечнем оказываемых услуг.

Поэтому следующим этапом проведем разработку планового маркетинга по плановой выручке оказываемых услуг. Для этого необходимо определить услуги, которые будут предлагаться потенциальным потребителям. В таблице составим плановую выручку по количеству товаров по недельно.

Слайд 5

План маркетинга для ООО «Салона Богиня» так же основывается на проведении широкой рекламной компании, т.к. на начальном этапе деятельности организации важно, чтобы как можно больше потенциальных клиентов узнало о нем. Рекламная кампания будет включать 3 основных этапа:

- объявления по радио и телевидению;
- реклама на улице;
- проведение дня открытых дверей;
- реклама в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, Facebook.

Для проведения активной рекламной кампании лучшее время для открытия – поздняя весна или лето.

Сроки проведения рекламы в 2018 году можно представить в таблице 10. Можно сказать, что основная рекламная кампания будет сосредоточена в первые два месяца и направлена на моментальное привлечение посетителей.

В 2018 году предполагается проведение таких видов рекламы, как:

- день открытых дверей (раз в год на день рождения центра);
- уличная реклама (в течение каждого года, 28 дней);
- реклама в соц. сетях.

Слайд 6

Для деятельности данного салона потребуется 18 чел.

Слайд 7

На основании данных о плановом формировании недельных листов реализации оказанных услуг ООО «Салона Богиня» с учетом цикличности доходов сформируем в таблице сумму плановой выручки за месяц, квартал и год.

Слайд 8

Для реализации проекта необходим персонал, проведем расчеты затрат на заработную плату и сумм страховых взносов. Данные по численности персонала определены в таблице.

Слайд 9

Общие затраты составят 24799188 руб.

Слайд 10

Теперь необходимо собрать и рассчитать все планируемые доходы и расходы в бюджет доходов и расходов, для того чтобы увидеть картину плановой прибыли. Бюджет доходов и расходов является базой для финансового плана. Проведем данные в таблице.

Полученные результаты показывают, что планируемая выручка составит 70 182 306 руб. Рентабельность продаж составит 83%.

Данные мероприятия можно считать целесообразными.

Слайд 11

Вся зона рисков делится на внешнюю, где особенно ощутимо влияние общей экономической ситуации и событий, не связанных с процессом управления бизнесом, и внутреннюю, которая напрямую зависит от эффективности организации управления и реализации бизнеса.

Все внешние риски можно смягчить, если на организационном этапе бизнеса разработать стратегию кризисного управления, удерживать грамотное позиционирование и постоянный контакт с покупателем.

Слайд 12

Основные внутренние риски проекта указаны в таблице.

Слайд 13

Периоды окупаемости программы составляют 7 месяцев, и является приемлемым для подобной категории проектов и приемлемыми для возврата инвестиционных вложений.

Согласно полученных результатов можно сделать вывод, что разработка данного бизнес плана будет способствовать:

- созданию дополнительных рабочих мест в количестве 18 человек.
- обеспечению дополнительных налоговых поступлений;
- данное расширение позволит организации получить дополнительную прибыль.

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.