

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – Бизнес-планирование и развитие предприятия малого бизнеса.

Слайд 2

Целью данной работы является разработка бизнес-плана по развитию предприятия малого бизнеса на примере ИП Яурова Елена Александровна.. На основании заявленной цели необходимо решить следующие задачи, представленные на слайде.

Слайд 3

Объектом исследования в работе выступает ИП Яурова Елена Александровна – салон красоты под названием «L&L family company». Основной вид деятельности - предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты и подача напитков. Концепция данного салона состоит в том, что посетители получают кофе с собой, а так же их угощают напитком в процессе оказания им косметологических и других видов услуг. Для оценки внешней среды представим результаты SWOT-анализа ИП Яурова Е. А. По результатам анализа сильных и слабых сторон ИП Яурова Е. А. среди сильных сторон можно выделить: квалифицированный рабочий персонал, высокий уровень сервиса, качество обслуживания. Среди слабых сторон выделяются: высокая цена на оказываемые услуги; износ основных фондов, необходимость приобретения постоянно обновляющегося оборудования; отсутствие четкой политики по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью. Сильные стороны ИП Яурова Е. А. позволяют ей сохранять достойные позиции, и говорят о том, что организация в первую очередь ориентирована на удовлетворение потребностей клиентов. Среди наиболее актуальных возможностей можно выделить хорошую репутацию ИП Яурова Е. А. и высокий уровень используемых технологий, восстановление платёжеспособного спроса со стороны социума, высокий уровень используемых технологий. Наиболее существенными возможностями, которые могут повлиять на деятельность ИП Яурова Е. А., являются: научно—технический прогресс; оказание новых видов услуг.

Слайд 4

Далее рассмотрим основные экономические показатели ИП Яурова Е. А., представленные в таблице. Показатели таблицы показывают снижение объемов реализации по итогам 2021 года: на 11,97%. Исходя из сокращения выручки и роста затрат, по итогам функционирования ИП Яурова Е. А. прибыль от реализации в 2020 году снизилась на 41,95%. Так же данные свидетельствуют об эффективности использования основных средств ИП Яурова Е. А. в анализируемом периоде. Так, показатели фондоотдачи более 10, что говорит о

том, что на 1 рубль стоимости основных средств предприятия приходится более 10 рублей выручки. Тот же вывод подтверждают низкие значения обратного показателя фондоотдачи – фондоемкости.

Слайд 5

Данные таблицы показывают, что труд ИП Яурова Е. А. используется достаточно эффективно, при этом значение показателя выработки снижается в анализируемом периоде. Так же необходимо отметить несложность процесса закупки и продаж – основных, о чем свидетельствуют низкие значения показателя трудоемкости. В процессе проведения анализа производительности труда на ИП Яурова Е. А. обнаружены следующие проблемы, которые имеют непосредственное влияние на показатели производительности труда исследуемой организации:

- низкий уровень трудовой дисциплины;
- прохождение новым персоналом процесса адаптации;
- расширение количества предоставляемых услуг, вследствие чего численность персонала бывает завышена.

Слайд 6

Проанализируем многоугольник конкурентоспособности салона «L&L family company». Данные рисунка – многоугольника конкурентоспособности показывают, что наибольшую опасность среди представленных конкурентов представляет салон «Allure» – данный субъект обладает всеми преимуществами – достаточным ассортиментом, качеством услуг, а так же в сравнении с представленными компаниями и более низким уровнем цен. Итак, можно сделать вывод о конкурентоспособности салона «L&L family company», но при этом анализ целевой аудитории показал, что приверженность к предлагаемой марке продукции снижается, что требует комплексного подхода к разработке бизнес-плана по развитию ИП Яурова Елена Александровна.

Слайд 7

Бизнес-план по развитию – системный документ, включающий стратегический, тактический и результативный блоки реализации деятельности в целях достижения миссии ИП Яурова Е. А. Принято выделять два этапа разработки и реализации бизнес-плана: предварительный этап и этап реализации. Важной задачей маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов является разработка эффективной коммуникационной политики. Под коммуникационной политикой понимается комплекс мероприятий, призванных дать целевым аудиториям представление об общей маркетинговой стратегии фирмы посредством направления им специальных сообщений о товаре, его цене, способах продажи с целью вызвать их интерес или убедить принять определенную точку зрения. Сетевой график проекта представлен на рисунке. При реализации бизнес-плана по развитию на этапе маркетингового

планирования необходимо одновременно решать вопросы ценообразования и распространения товаров, а также изыскивать способы коммуникационного воплощения найденных решений.

Слайд 8

Рассмотрим мероприятия рекламной кампании в разрезе этапов и дат реализации – то есть календарный план рекламной кампании. Таким образом, как показывают данные таблицы, срок реализации рекламной кампании составит 6 месяцев – с 01.09.2022 по 15.03.2023 год.

Слайд 9

Для оценки рисков реализации бизнес-плана по развитию будет применен стандарт FERMA. Карты риска с разной линией толерантности для ситуации до и после принятия превентивных мер (реализации бизнес-плана по развитию). Как показывают данные карт риска до и после принятия превентивных мер ИП Яурова Е. А., снизились такие риски, связанные с управлением бизнес-планированием: отсутствие персонала требуемой компетенции для реализации бизнес-плана и недостаток персонала. В результате проведенного анализа карты рисков, основное внимание следует уделить рискам, т.к. они находятся наиболее близко к линии толерантности. т.е. основной работой по проекту, должны стать разработка и реализации долгосрочной программы по продвижению, с постоянным мониторингом потребностей посетителей и потенциальных клиентов и создание резерва под возможное увеличение бюджета бизнес-плана.

Слайд 10

Оценка эффективности предлагаемых мероприятий в рамках разрабатываемого проекта маркетинговых коммуникаций для ИП Яурова Е. А. будет проводится путем сопоставления величины полученных финансовых результатов до ее реализации – то есть фактические результаты и после ее внедрения. Эффект в выше приведенной таблице рассчитывается как отношение плановой величины по каждому из показателей, которая будет достигнута за счет реализации мероприятий рекламной кампании, к фактическому объему, полученного по результатам 2021 года. Как показывают данные таблицы эффективность данной рекламной кампании составляет 256% - то есть по результатам ее реализации темп прироста прибыли от реализации компании составит 256%. При этом общие затраты на оказание услуг возрастут на 20%, которые будут составлять расходы на реализацию бизнес-плана по развитию.

Слайд 11

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!