

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему - Разработка бизнес плана кемпинга на Ладожском озере.

Слайд 2

Цель данной работы - разработка бизнес-плана кемпинга. Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Кемпинг — комплекс из нескольких корпусов, предназначенных как для отдыха, так и для проведения досуга, и обучающих программ. Местоположение — кемпинг расположен в лесопарковой зоне в тихом месте, на берегу Ладожского озера, в шаговой доступности находятся объекты музейного назначения и железнодорожная станция. Кемпинг предлагает места для автодомов, караванов, автомашин и мотоциклов с палатками, и расположен на закрытой территории, по периметру ведётся видеонаблюдение. На территории кемпинга имеются стояночные места с асфальтированным покрытием, оборудованные подключением к воде и электричеству для караванов, кемперов и других видов транспорта. Также возможно размещение в палатках и с домашними животными. От плохой погоды посетители всегда могут укрыться в большой гостиной с кухней, находящейся в главном корпусе. Также на территории имеются туалеты и душевые с горячей водой, пункт утилизации содержимого биотуалетов, бесплатный WI-FI на всей территории кемпинга, розетки 220V, стиральная машина и детская площадка.

Слайд 4

Ниша туристического бизнеса занята плотно, каждый кемпинг старается чем-то выделиться. С другой стороны, расположение кемпингов означает, что они не переполнены. В радиусе 100 км находятся дома отдыха и кемпинги для рыбалки и охоты. Однако только половина из них имеет VIP-удобства, такие как предоставление развлекательных услуг, возможность посетить баню или сауну, спортивный инвентарь для позитивного времяпрепровождения. В других кемпингах есть только базовые удобства для ночевки, и гости сами готовят себе еду. В данном проекте качество обслуживания также зависит от персонала комплекса (управленческого и технического персонала). Необходимо четко понимать, что вся ответственность за удовлетворенность клиента лежит на

персонале, начиная с общения с клиентом в момент приема заказа и заканчивая его доставкой до места назначения. Персонал компании будет набираться администратором проекта среди опытных и квалифицированных работников.

Слайд 5

Особое внимание следует уделить именно маркетинговой политике. Для стабильного увеличения спроса необходимо постоянно выделять время и ресурсы на регулярную рекламу и продвижение. Наиболее эффективными и подходящими для данной ниши являются ниже представленные методы продвижения. Яркий логотип и узнаваемое название могут сразу выделить кемпинг среди других. Это лишь один из пунктов маркетинговой стратегии, имеющий решающее значение в организации бизнес-плана кемпинга. Прежде всего, необходимо создать узнаваемый оригинальный бренд и веб-сайт компании, а также зарегистрироваться в социальных сетях и отвечать на вопросы заинтересованных потенциальных клиентов.

Слайд 6

Самый эффективный канал привлечения - сарафанное радио. Важно уделять как можно больше внимания качеству предлагаемых услуг, их качеству и сервису обслуживания. В современных реалиях рынок динамично развивается, и предпринимателю необходимо следить за всеми изменениями, чтобы всегда быть конкурентоспособным. Удовлетворенность клиентов очень важна для постоянного развития и масштабирования собственного бизнеса. Большим плюсом станет обратная связь посетителя в виде отзывов в Интернете и социальных сетях с фотографиями и видео. Для постоянных клиентов можно предусмотреть систему лояльности. Создавая хорошее впечатление о компании и себе, клиенты будут возвращаться снова и снова. Также следует договориться о сотрудничестве с другими фирмами, такими как учебные центры или компании, организующие выездные мероприятия, например, корпоративные вечеринки и дни рождения. Такое партнерство может быть выгодным для обеих сторон. Как обернуть в пользу традиционный семейный конфликт «муж на рыбалке»? Подарите членам семьи приятную мелочь, и они невольно станут "рекламой" вашего кемпинга. В книгу отзывов гости напишут не только свои впечатления от визита, но и свои истории и сказки – их можно будет в дальнейшем издать отдельной брошюрой с согласия посетителей.

Слайд 7

Возможно стремление к горизонтальной интеграции и конкурентов. В любом случае при реализации этого стремления гостиница потеряет значительную долю самостоятельности. Таблица демонстрирует анализ прямых конкурентов на разный бюджет посетителей, выгодное местоположение, наличие дополнительных услуг и состояние номерного фонда и территории.

Слайд 8

Состав и численность персонала проектируемого ООО «Ladoga Camp Ground» отображен в следующей таблице. В проектируемом предприятии на момент его открытия будет работать 13 сотрудников, в дальнейшем штат будет расширяться. Общая сумма заработной платы в месяц составит 289 900 рублей. В приведенной выше таблице не учитываются расходы на социальные взносы.

Слайд 9

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют 17 100 000 руб.

Слайд 10

Основная статья доходов плана продаж составляется исходя из заполняемости. По прогнозам в первые 3 месяца работы заполняемость будет постепенно увеличиваться и уже к середине лета достигнет своих нормальных значений. Доходы от прочих услуг, таких как аренда инвентаря, экскурсии зависят от общей заполняемости кемпинга. Таким образом базовый сценарий является реалистичным, и проект обладает резервом увеличения объемов продаж в случае удачного вхождения на рынок. В ежемесячные затраты входят как постоянные, так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов продаж.

Слайд 11

Начало работы кемпинга «Ladoga Camp Ground» 1 апреля 2024 года. Результаты расчетов показали, что срок окупаемости проекта составляет 34 месяцев, а также дисконтированный срок окупаемости составляет 37 месяца. Подводя итог исследованию и показателям экономического расчета, можно сообщить, что бизнес-план по организации кемпинга является эффективным.

Слайд 12

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!