

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/283862>

Тип работы: Бизнес план

Предмет: Введение в бизнес

-

1. Концепция проекта

Наименование – Ромашка ПРО. Организационная форма – индивидуальный предприниматель. Количество разработчиков – 2 человека. Количество сотрудников – 7 человек. Месторасположение – г. Челябинск, улица Чичерина 28. Суть проекта: открытие новой точки торговой сети «Ромашка ПРО». Цель проекта – выход на рынок Челябинска. Горизонт расчета проекта: 5 лет.

Для финансирования бизнес-проекта будут использоваться средства собственника в размере 792 740 рублей, заемные средства в размере 792 740 рублей. Показатели эффективности проекта:

- чистый приведенный доход –1 295 014 руб.;
- индекс доходности – 1,8;
- внутренняя норма рентабельности – 46%;
- срок окупаемости – 1,39 года;
- дисконтированный срок окупаемости – 3,18 года.

Порог рентабельности для первого года – 30 205 923 рубля.

Перспективы проекта: закрепление лидирующих позиций на рынке г. Челябинска, увеличение количества торговых точек.

Цель данного раздела бизнес-плана представить подробную характеристику проекта: его суть, планирование, расчет потребности в финансировании и определение условий финансирования.

Продуктом нашего проекта является открытие новой торговой точки фирменного магазина «Ромашка ПРО».

Цель нашего проекта – расширение границ охвата потребителей и привлечение новых потенциальных клиентов путем открытия новой точки на Северо-Западе г. Челябинска «Ромашка ПРО».

Ромашка ПРО – корейский косметический бренд-лидер на российском рынке, принадлежащий ENPRANI Co. Ltd, созданной Samsung и CJ Group. Корейская косметика Ромашка ПРО относится к категории мидл-маркет [15].

Преимущества бренда «Ромашка ПРО»:

- высокое качество продукции и эффективность;
- сочетание традиционных восточных косметических ингредиентов и новейших разработок;
- привлекательное оформление упаковок, ориентированное на молодежную аудиторию;
- широкий ассортимент косметических средств.

2. Формирование команды проекта

Для начала проекта, его развития и обеспечения работы магазина потребуется команда, которая будет состоять из следующих основных кадров:

1. Менеджер проекта;
2. Технический специалист (инженер);
3. Директор
4. Финансовый менеджер;
5. Торговые представители, продавцы, менеджеры.

Эффективность управления проектом во многом зависит от используемой организационной структуры.

Декомпозиция работ имеет следующий вид:

1. Маркетинговые исследования продукции
 - 1.1. Исследования динамики рынка
 - 1.2. Анализ конкурентов
2. Разработка бизнес –плана

- 2.1. Разработка продукта
- 2.2. Маркетинговый план
- 2.3. Экономический план
- 3. Создание собственного бренда
 - 3.1. Разработка концепции
 - 3.2. Создание логотипов и фирменного стиля
 - 3.3. Разработка рецептов и технологий производства
- 4. Покупка оборудования
 - 4.1. Ремонт оборудования и наладка
 - 4.2. Монтаж оборудования
- 5. Закупка косметики
- 6. Наем персонала
 - 6.1. Поиск вакансий
 - 6.2. Собеседования
 - 6.3. Обучение персонала
- 7. Регистрация проекта

Календарное планирование проекта (таблица 1) – это утвержденный руководством компании календарный план проекта, цель которого – получить точное и полное расписание проекта с учетом работ, их длительностей, необходимых ресурсов, который служит основой для исполнения проекта.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/283862>