

# РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА



**Еркебаева Дана**  
**Маркетинг – 18.513**

**Составление бизнес-плана –  
это  
доказательство о том, что  
выбранное вами дело очень  
важно  
и необходимо для потребителя,  
что оно будет пользоваться  
спросом.**



**И вы это должны предвидеть  
на**

# Что такое бизнес-план

**Бизнес-план** – это документ или по-другому руководство, которое описывает идею проекта, бизнес-процессы и механизмы их реализации с целью достижения целей, заявленных автором документа (бизнес-плана).

# БИЗНЕС-ПЛАН

- Взаимная увязка всех элементов
- Планирование
- Контроль
- Коррекция



# МИССИЯ

- Зачем предприятие существует?

# СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ

- В какой области работает предприятие?

# СТРАТЕГИЯ

- Каким образом предприятие собирается добиться успеха?
- Возможности
- Опасности
- Сильные стороны
- Слабые стороны
- Что нужно сделать для реализации товара?

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

- Кто и что делает на предприятии?

# Какие разделы должны быть в бизнес-плане



1. Вводная часть (резюме);
2. Описание товаров и услуг;
3. Анализ рынка и маркетинговая стратегия;
4. Производственный план;
5. Организационный план;
6. Финансовый план (бюджет);
7. Ожидаемые результаты и перспективы  
(заключительная часть).

# 1. Вводная часть (резюме)

- **Цель** данного раздела – произвести положительное впечатление на инвесторов и дать общую характеристику бизнес-плана в целом. Резюме не должно быть длинным, его оптимальный объем от 2-х до 4-х страниц.



# В резюме должно быть только самое главное:

Направление  
деятельности  
компании;

Рентабельность  
и срок  
возврата  
инвестиций;

Целевые  
рынки  
сбыта  
и место  
компании  
на них;

Планируемые  
количественны  
е  
и качественные  
показатели  
в результате  
работы  
по периодам.

Персонал и ответственные лица;

Раздел «Резюме» должен дать ответы на 2 главных  
вопроса:

- Что получают **инвесторы** при успешной реализации проекта?
- Каковы шансы потерять капитал или его часть при

## 2. Описание товаров и услуг

**Название,  
торговая  
марка**

**Описание.  
Перечень  
товаров  
(услуг)**

**Наглядное  
изображение  
Фотосъемка  
вашей  
продукции;**

**Тип  
продажи**

**Особенности  
технологии  
и затраты  
на  
производств  
о**

**После-  
продажное  
обслужива-  
ние**

**Требования  
сертифи-  
кации**

**Цена  
(за 1 единицу)**

# 3. Анализ рынка и маркетинговая стратегия

- ✓ В каких рыночных условиях будет работать ваша компания?
- ✓ Какие методы продвижения используют ваши конкуренты и сможете ли вы продвигаться лучше?
- ✓ Какие инструменты продвижения вы планируете использовать? (возможно, это реклама, прямые продажи, стимулирование сбыта и др.)
- ✓ Почему именно ваш товар должен выбрать потребитель?

## 4. План производства

- Источники сырья.
- Технологические процессы.
- Трудовые ресурсы.
- Поставщики и продавцы.

□ Разработка продукта.

□ Изготовление.

# 5. Организационный план

1

## Организационная структура фирмы:

- ✓ схема управления;
- ✓ состав подразделений;
- ✓ функции подразделений;
- ✓ координация деятельности подразделений.

2

## Подбор и оценка персонала:

- ✓ качества управляющего фирмой;
- ✓ потребности в сотрудниках;
- ✓ принципы отбора и найма сотрудников;
- ✓ оплата труда сотрудников;
- ✓ продвижение сотрудников по службе;
- ✓ функции сотрудников.

## **6. Финансовый план (бюджет)**

**Прогноз объемов реализации**

**План денежных расходов и поступлений**

**План доходов и расходов**

**График достижения безубыточности**

## 7. Ожидаемые результаты и перспективы (заключительная часть)

- Здесь вы можете рассмотреть несколько вариантов развития событий относительно вашего бизнеса: от пессимистичного до оптимистичного.
- Дальнейшие перспективы развития бизнеса (масштабы



# THANK YOU FOR ATTENTION!

