

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!

