

The background features a dark blue gradient with intricate white and light blue circular patterns. These patterns include concentric circles, dashed lines, and radial scales with numerical markings such as 140, 150, 160, 170, 180, 190, 200, 210, 220, 230, 240, 250, and 260. Some circles have arrows indicating a clockwise or counter-clockwise direction.

ЖЕКЕ БИЗНЕС ПЛАН МАРКЕТИНГ БӨЛІМІ

ОРЫНДАҒАН: АРЫСТАН Н. Б

ҚАБЫЛДАҒАН: КЕСИМОВА А. К :

СЫРТҚЫ БЕТІ, ТИТУЛДЫ ПАРАҚ.

Фирманың лаготипінде Қанат, Жылан және

Қанжар бейнеленген. Бұл суреттің мағынасы Қанат бізді бизнес әлемінің ең биік шыңына жеткерушіміз болса, ал қанжар өз саламыз да орнымызды тауып, нық тұруымызды бейнелейді. Негізгі идея болған жылан бұл біздің құнды екенімізді әрі қорғаушыларымыз бар екенін дәріптейді.

- Жоба авторы: Арыстан Нұрбану Б.
- Бағыты: Маркетинг
- Іске қосылуы: 29.03.2020
- Жоспардың орындалу шегі: 22.09.2020
- Қаржылық бейнесі: 1875 мың
- Жұмыстың болжамды пайдасы: 1 айға
- Жұмыстық уақыттың қажеттілігі бір күндік жұмыс барысында: маркетолог-25% модель-13% ассистент-40% көмекші менеджер-40% фотограф-15%



РЕЗЮМЕ

- **Әлемді билейтін сала – экономика.** Ақша мен билік кімнің қолында болса ол өз ортасының иесі. Дегенмен ақшаны дұрыс пайдалану, оны тиімді жұмсау сынды кедергілер бар. Осы саланың жанында қоса жүретін, ақша табуда табысты бағытқа бастайтын ұғым бар. Ол – «маркетинг» ұғымы.
- **Маркетинг** – коммерциялық компанияның тауарлары мен қызметтерінің тұтынушыларға, компания үшін тиімді сатылуын жүзеге асыратын іс-әрекеттердің жиынтығы. Бұл маркетинг сөзінің нақты теориясы
- Маркетинг түрлерінің жіктелуі және оларды қолдану аумағы § Қандай тауарларды нарыққа ұсыну керек (жаңа өнімді жобалау, ескі өнімді жаңарту, немесе оның өндірісін тоқтату т.б)?
- § өнімді кімге ұсыну керек (тұтынушыларды зерттеу)?
- § қашан және қандай шарттарды (баға, шығын, сапа, технология, т.б) тауарға қою керек?
- § тауардың тұтынушыға қандай арнамен жетуі керек (өткізу жүйесін құру, жарнама, өтімді ынталандыру). Қазіргі таңда елімізде түрлі бизнестер орындалып, әрі жарыса фирмалар ашылуда. Бірақта осы маңда нағыз қиын сәт маркетинг саласы. Біз оларға тың идеямен нақты қаржылық бағдарды көрсетеміз. Әрине бұл көлемді қаражатқа жасалатын жоба алайда берері де мол.

МАРКЕТИНГ~ЕҢ ҚОЛАЙЛЫ ЖОЛ~ПАЙДА

- Әуелі көптеген фирма қаржылық есебін тапса да, сату бөлімі және жарнамалық бағыт қымбат не қолайсыз бөлім ретінде қалыптасады. Біздің мақсатымыз :
- Дамыған мемлекеттің құраушылығы экономикада жан-жақты болу керек, Егер жаңа бизнесмендер өз жұмыстарында сәтсіздікке ұшыраса, Олардың жаңадан ашылуына уақыт керек. Ал бұл жаһандануға сай емес. Біздің кәсіпорын фирмалардың тетіктері болады. Оларға өз жұмыстарында шарықтауы үшін кеңестер және тың идеялар ұсынамыз. Бұл арқылы фирма Ең қолайлы жолға айналады.
- Пайда түсері анық. Егер өзге есіктердің барлығы жабылған күнде де, біз рекламный роликтер түсіре аламыз.

STRENGTHS

Қушті жақтары
маркетингтің экономикада
сұранысы жоғары

WEAKNESS

Әлсіз жақтары
алғашында көп
мөлшерде қаржы
салынады, әрі тұрақты
инвестициясыз
болмайды

OPPORTUNITIES

Мүмкіндітері жоғары.
Қазақстанда ғана емес
Әлемге шығу мүмкіндіктері
бар

THREATS

Қауіптері бизнес
серіктестіктер жұмысқа
күмәнмен қарауы.

ҚЫЗМЕТ

- **Маркетинг бөлімі дегеніміз** — ол фирманың маркетинг бөлімінің мақсатты клиенттерімен тиімді байланыс орнатып, оны үзбей сақтау мүмкіндіктеріне әсер ететін белсенді субъектілердің және күштердің жиынтығы
- .Осының бәрін саралай келіп біз фирмаға нақты мүмкіндіктерімен таныстырамыз.

Факторлар	Негізгі көрсеткіштер
Демографиялық	Тұрғындардың саны. Аумаққа қарай орналасуы. Халық тығыздығы. Миграциялық бағыттары. Өсім құрылымы. Тууы. Өлуі. Неке және ажырасу саны. Этникалық және діни құрылымы т.б.
Экономикалық	Тұрғындардың сатып алу қабілеті. Инфляция деңгейі. Мемлекеттің қаржы-қаражат жағдайы. Жалпы шаруашылық конъюктурасы. Салық жүйесі. Халықтың тұтыну құрамының өзгеруі. Сұраныс және тұтыну икемділігі т.б.
Табиғи	Энергоресурстары мен шикізат көздерін пайдалану жағдайы және болашағы. Қоршаған ортаның ластану деңгейі мен ресурстарды тұтыну интенсивтілігіне мемлекет ұйымдарының әсері т.б.
Ғылыми-техникалық	Шектес және бақылауға алынған салалардағы технологиялық өзгерістердің қарқыны. Фирманың және оның бәсекелестерінің инновациялық әлеуеті. Технологиялық жаңартулардың қауіпсіздігіне қатап талап қойылуы т.б.
Саяси-құқық	Кәсіпкерлікті реттеудің құқықтық жағынан жағдайы. Мемлекеттің экономикалық саясаты. Сыртқы саясаттың рыноктың дамуына әсері. Мемлекет шешімдерінің қоғам өміріне тигізетін әсері т.б.
Мәдени	Тұтынушылар бірлестіктерінің мәдени ерекшеліктері мен дәстүрі. Мәдениет түрлері т.б.

ҚЫЗМЕТ

- **Маркетинг тұрғысынан жабдықтаушылардың келесі түрлері болады:**
- «эксклюзивті» жабдықтаушылар — тек қана белгілі фирмамен жұмыс жасайды;
- «лоялді», немесе «адал», жабдықтаушылар — фирмаға және оның бәсекелестеріне бірдей адал қызмет көрсетеді;
- «сырттағы» жабдықтаушылар — тек қана бәсекелестерге қызмет көрсетеді. Жабдықтаушыларға әр түрлі маркетингтік талаптар қойылады. Олар мынандай болуы мүмкін:
- өнім сапасы белгіленген стандартқа сәйкес болуы;
- келісілген кестеге сәйкес нақты мезгілде өнімді жеткізу;
- өнімді жеткізу көлемін толығымен орындау;
- қажетті құжаттармен қамтамасыз ету;
- қажет болғанда қосымша қызмет көрсету;
- тапсырыс берушінің жаңа талаптарын орындау;
- келісілген бағаны сақтау;
- тауар сапасына кепілдеме беру.
- Кәсіпорын мен жабдықтаушы арасында бүкіл келісімді түзуге көмектесеміз.

БӘСЕКЕЛЕСТІКТІ ТАЛДАУ

- Біздің қызмет көрсетуіміз офис уақытында жүргендіктен басқа фирмаларға да қолайлы.
- Қаланың ішкі бөлігінде орналасуымыз жол уақытын азайтады.Әрі түсу алаңдарына таңдау еркі.
- Білікті мамандар.
- Клиенттерге түрлі жеңілдіктер.
- Қол жеткілікті баға.
- Рекламаның тұтынушыларды тартуы.
- Алматы-бизнес орталық.
- Шет елдік маркетингтармен әдістік алмасу.
- Енді ғана таралып жатқан бизнес үлгісі.

МАРКЕТИНГ

- Әлеуметтік желілерде таралған ақпарат фирма жайлы.Негізінен мен бұл жайлы айта алмаймын.Себебі бұл жайлы маркетингтің өзі шешім шығарғаны дұрыс.

ӨНДІРІСТІК ЖОСПАР

- Орын:Жалға алу (Гоголя 39А-Зенкова)
- Көлемі:66м2 .3 этаж.2 бөлмеден құралған
- Еңбек күші:маркетолог , ассистент, көмекші менеджер, фотограф,Модель,жинаушы
- Маркетолог:10.00-16.00. Ассистент:8.00-18.00 Көмекші менеджер:8.00-18.00
- Жинаушы:7.00-7.30.... 18:00-17.00. Модель: 12.00-15.30. Фотограф:12:00-16.00



- Заңдық жоспар
- Әр тұтынушының құқығын сақтау.
- Фирма жайлы ақпаратты басқа ұйымға айтпау.
- Әрбір жұмысты компьютерде тіркеу.
- Клиенттің қызметт алғанын растайтын қолының болуы.
- Банктермен екі жақты келісім.

1. Тәуекелді бағалау

2. Фирманың 5 ай барысында өзіндік жоспар құруы және қаржы шешімін шешуі
3. Айына кем дегенде 10 тұтынушыны қабылдауы.

Атауы	Саны	Бағасы
Устел	2	40мың
Орындық	5	100 мың
Компьютер	2	300мың
Принтер	1	60мың
Амортизация		10мың
Салық		5мың
Қағаз		20мың
Техникалық шығындар		180мы
Коммуналдық шығындар		20мың
Желдеткіш	1	40мың
Диван	1	120мың
Маркетолог	1	120мың
Менеджер	1	150мың
Модель		100мың
Тазалаушы	1	25мың
Орын жалдауы	66м2---3 бөлме	190мың
Барлығы		1 700мың

Уақыт	Пайда	Шығын
Бастапқы (1айға)	1млн	1700
Жылдық (1жылға)	$11 * 1500 + 1000 = 17 \text{млн} 500 \text{мың}$ $17500 - 12150 = 5 \text{млн} 350 \text{мың}$	$950 * 11 + 1700 = 12 \text{млн} 150$

КРЕДИТ АЛУ

- Бастапқы 4айға кредит аламыз.Шығыны $1700+950*2=3\text{млн } 600\text{мың}$ ал пайда алғашқы айда $1\text{млн}+1500*2=4\text{ млн.}$.
- $3600*(100+5\%)/100=3780:4=945\text{мың}$
- $3600-1700=1900.$ $1900-945+1000=1955$
- $1955-950=1055.$ $1055-945+1500=1610$
- $1610-950=660.$ $660+500-945+1000=1215$
- $1215-950=265.$ $265+1000-945+500=820$
- Осы 5-ші айда айлық кешіктірілуі мүмкін немесе алдын ала қаржылық төлемге қол қоюмыз мүмкін .
- $820+500=1420-950=470+1000=1470$

ҚОРЫТЫНДЫ

- Маркетинг бөлімі- бұл тұтынушылардың қажеттілігін неғұрлым бәсекелестерінен артық орындау арқылы алынатын пайда алу жолындағы қызмет түрі болып саналады. Басқаша айтқанда маркетинг принциптерін қолдана отырып, сатып алушылардың сіздің өнімге деген қажеттіліктерін (тұтынушылардың тілек-талаптарын) анықтауға мүмкіндік береді және сізге қандай тауар (қызмет) түрін ұсыну керек екенін айқындап береді.
- Біздің Бөлім - кәсіпорындағы немесе фирмадағы барлық жұмысты ұйымдастыру, үйлестіру, басқару мәселелерімен айналысады, ұйым алдындағы міндеттердің орындалып, ішкі және сыртқы рынокты жақсы біледі. Ол үшін рынокқа қандай тауар қажет, көпшілік сұранымына сәйкес қандай өнімдер керек, қай жерде қандай тауарлар өтімді, тауарлар мен өнімді сатып алушы клиенттердің мүмкіндігі мен қаржы жағдайы қандай деген мәселелерді анықтап отырады