



**БИЗНЕС-ПЛАН ПО ПРОДАЖЕ
МОБИЛЬНЫХ АКСЕССУАРОВ**

РЕЗЮМЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Цель бизнес-плана – создание микропредприятия в г. Кирове. Сфера деятельности – продажа аксессуаров для мобильных телефонов в «Phonemarket» в крупном торговом центре.

Предполагается самозанятость руководителя бизнес-плана.



ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБЩЕЙ СИТУАЦИИ В ОТРАСЛИ ПРОДАЖ МОБИЛЬНЫХ АКСЕССУАРОВ

Показатель	Характеристика
Фаза жизненного цикла отрасли	Фаза роста
Размеры рынка	60% всей прибыли российского рынка продаж мобильных средств связи
Темпы роста отрасли	В 2019 г. продажи аксессуаров в количественном выражении выросли на 87%, в денежном – на 61%.
Структура отраслевых издержек	Издержки на сырье – 35%, размещение производственных мощностей – 22%, доставку – 18%, технологии производства – 14%, прочие издержки – 11%.
Система сбыта продукции	Число потребителей – 100% от числа покупателей мобильных средств связи, основные каналы сбыта – прямые и косвенные.
Среднеотраслевая прибыль	От 100 до 300 тыс. руб.
Темп технологических изменений и продуктовых инноваций	Темпы роста соответствуют темпам роста производства мобильных средств связи – 12,5% в год.



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. ПРОДУКТ

№ п/п	Наименование	продукции	Характеристика
	(работы/услуги)		
1	Защитные пленки		Для телефонов и смартфонов
2	Наушники		Беспроводные, стандартные
3	Зарядные устройства		Для всех марок смартфонов
4	Чехлы		Для всех марок смартфонов
5	Сменные батареи		Для всех марок смартфонов
6	Носители информации		От 1 ГБ – 45 ГБ



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. ЦЕНА

Наименование	Количество
Общая стоимость расходов на 1 ед.	125,6 руб.
Сколько готовы заплатить потребители	900 руб.
Цена конкурента (средняя)	850 руб.
Моя цена	850 руб.
Причины	Метод установления цены – рыночный
Скидки	Нет
Кредит	Нет



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ

Цели маркетинга	Стратегии	Сроки реализации	Ответственное лицо
Маркетинговые цели	Расширение рынка сбыта предприятия на выбранных целевых рынках Захват позиции лидера на рынке розничной торговли мобильными аксессуарами на рынке Увеличение величины операционной прибыли предприятия на 10-15 %.	1.08.2020-1.10.2020.	Маркетолог
Продуктовая стратегия	Предприятию предлагается расширить товарную линию	1.08.2020.-1.10.2020	Маркетолог
Ценовая стратегия	Товары предприятия не являются новыми на рынке. Предприятие должно избрать стратегию ценообразования - «гибкие цены».	1.09.2020-11.12.2020	Маркетолог
Распределительная политика	Главная цель – организация сбытовой сети для эффективной продажи продукции.	1.08.2020-1.10.2020	Маркетолог
Коммуникационная стратегия	Увеличение объемов продаж, увеличение прибыли, привлечение новых потребителей. Поддержка имиджа предприятия, что оказывает содействие увеличению объемов продаж и улучшению позиций в конкурентной борьбе Информирование об изменениях, новинках	1.09.2020-1.12.2020	-



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЦЕПОЧКА

Номер шага	Определение шага	Описание
1	Составление ассортимента товаров	Защитные пленки Наушники Зарядные устройства Чехлы Сменные батареи Носители информации
2	Определение сроков производства	Весь цикл производства составляет 30 дней.
3	Обеспечение ТМЦ	Работа с поставщиками, заключение договоров на поставку товара
4	Выдача ТМЦ	Прием товаров, раскладка
6	Процесс продажи	Работа с покупателем, работа с возражениями
7	Отчетность	Отчет о продажах



ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН. ПЕРСОНАЛ

№	Должность	Квалификационные требования
1	Директор	Опыт работы на руководящей должности от 5 лет. Высшее образование.
2	Бухгалтер	Опыт работы от 3 лет. Высшее образование.
3	Супервайзер	Опыт работы от 3 лет. Высшее образование.
4	Продавец-консультант	Опыт работы от 2 лет. Высшее образование.
5	Уборщик	Без опыта работы
6	Маркетолог	Опыт работы от 5 лет. Высшее образование.



ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Строка	1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	4 кв. 2020	2021	2022	2023	2024
Поступления от продаж		6358,5	6358,5	6358,5	25434,0	25434,0	25434,0	25434,0
Затраты		4161,8	4161,8	4161,8	16647,4	16647,4	16647,4	16647,4
Суммарные прямые издержки		4161,8	4161,8	4161,8	16647,4	16647,4	16647,4	16647,4
Общие издержки	72,8	1562,5	1518,5	1518,5	6117,8	6117,8	6117,8	6117,8
Затраты на персонал	168,0	384,0	384,0	384,0	1536,0	1536,0	1536,0	1536,0
Суммарные постоянные издержки	240,8	1946,5	1902,5	1902,5	7653,8	7653,8	7653,8	7653,8
Налоги	57,5	131,3	131,3	131,3	525,3	570,5	616,4	616,4
Кэш-фло от операционной деятельности	-298,2	118,9	162,9	162,9	607,5	562,3	516,4	516,4
Затраты на приобретение активов	714,4							
Другие издержки подготовительного периода	40,0							
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-754,4							
Займы	1081,2	6,0						
Выплаты и погашение займов		77,7	121,1	126,7	517,9	243,9		
Выплаты процентов по займам	31,6	47,2	41,8	36,2	89,7	7,8		
Кэш-фло от финансовой деятельности	1049,6	-118,9	-162,9	-162,9	-607,5	-251,7		
Баланс наличности на начало периода	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	310,6	826,9
Баланс наличности на конец периода	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	310,6	826,9	1343,3

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

№ п/п	Мероприятие	Сроки	Описание
1	Поиск помещения под магазин	01.01.2020	Найдено помещение, проведена его оценка
2	Подготовка пакета документов на регистрацию бизнеса	01.01.2020	Собран пакет документов
3	Государственная регистрация бизнеса	01.01.2020	Зарегистрированно ИП
4	Заключение договора аренды	08.01.2020	Заключен договор аренды
5	Открытие расчётного счета	15.01.2020	Открыт расчетный счет
6	Изготовление печати	10.01.2020	Изготовлена печать
7	Разработка плана продвижения товаров	10.03.2020	Запущен план продвижения товаров
8	Разработана система скидок и акций	10.03.2020	Одобрена система скидок и акций руководством компании
9	Поиск персонала	10.05.2020	Кадровые агентства предоставили требуемый персонал. Проведены собеседования
10	Приобретение техники и мебели для оснащения офиса, товар	15.06.2020	Приобретено торговое оборудование. Получен товар
11	Заключение договора с первой командой сотрудников	15.07.2020	Заключены трудовые договора с командой
12	Запуск Бизнеса	1.08.2020	Открыта торговая точка

