

**КАТЕДРА „МЕНИДЖМЪНТ“**

**КУРСОВ ПРОЕКТ  
ПО СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ**

**Тема: БИЗНЕС ПЛАН НА ФИРМА**

**СЪДЪРЖАНИЕ**

1. Резюме.....	4
2. Технико – икономическо проучване.....	4
2.1. Елементи на външната среда.....	5

2.2	Елементи на вътрешната среда.....	6
2.3	Анализ на комплексната среда.....	8
3	Продуктов анализ.....	11
3.1	Кластерен анализ.....	12
3.2	Атрибутивен анализ.....	13
3.3	Предприемаческа полезност на продукта.....	13
3.4	GAP анализ .....	14
3.5	Оценка на пазарната ниша ATR.....	15
3.6	Матрица на BCG.....	16
3.7	Портфолио анализ.....	17
4	Извод.....	18
5	Маркетингов план.....	19
5.1	Продуктова политика.....	20
5.2	Ценова политика.....	21
5.3	Дистрибуционна политика.....	21
5.4	Промоционна и рекламна политика.....	22
6	Производствен план.....	22
6.1	Производствена програма.....	22
6.2	Описание на технологичния процес.....	24
6.3	Машини и оборудване.....	24
7	Организационен план.....	25
8	Финансов план.....	27
8.1	Вертикален анализ.....	27
8.2	Хоризонтален анализ.....	28
8.3	Ключови фактори за успех.....	28
8.4	Управление на рисковете.....	29
8.5	Ключови рискови фактори.....	29
9	Заклучение.....	29

Исползвана литература.....	30
----------------------------	----

## **1. Резюме**

Настоящият бизнес план разглежда създаването на мебелна фирма “ГАРАНТ” в гр. Казанлък.

Фирмата се занимава с производство на мебели от ПДЧ и МДФ по индивидуален проект за офиса и дома. Идеята за този бизнес идва на първо място като резултат от личния и професионален интерес в областта на мебелното производство на предприемача. Заедно с това, като положителен факт (и тенденция) е оценена склонността на все повече българи да избират нестандартни решения за своя дом и офис. Доказването на мебелния пазар ще е продължителен период, защото конкуренцията е засилена и се наблюдава отлив на клиенти поради кризата. Фирма Прима ще разчита на клиенти, които препоръчват качествените ѝ изделия на свои познати и така да се популяризират услугите. Друг основен метод за популяризиране на фирмата е нейният уеб сайт, където потенциалните клиенти ще могат да се запознаят с изделията и услугите на фирмата и да разберат координатите ѝ. Разработването на мебелна фирма не е лесна задача. От една страна на пазара има няколко големи вериги магазини, които съществено подбиват цените на обзавеждането, но от друга, те не могат да изпълняват нестандартни поръчки. Нашите изделия привличат клиенти, които имат желание да притежават уникални мебели, а не ширпотреба. Наши клиенти са и хора, които живеят в нестандартни жилища с много чупки или пък не достатъчно място. За да съществува и да е конкурентна фирмата на пазара, е необходимо управлението ѝ да определя цели и стратегии, които да са ясни.

## **2. Техникo – икономическо проучване**

За определяне на бъдещото развитие на фирмата трябва да се определи средата, която я заобикаля, защото микро и макро заобикалящата среда оказват особено влияние на фирменото развитие на пазара.

