

**Interreg**  
**Greece-Bulgaria**  
European Regional Development Fund



**I-SEE**



**СМОЛЯНСКА**  
**ТЪРГОВСКО ПРОМИШЛЕНА ПАЛАТА**

# **МОДУЛ 2- ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ НА БИЗНЕС ПЛАНА НА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЯТИЕ**

## **1. ДЕФИНИЦИИ ЗА БИЗНЕС ПЛАН**

Писмен документ, описващ естеството на бизнеса, стратегията за продажби и маркетинг, финансовата основа и прогнозите за приходите и разходите. Набор от документи, подготвени от ръководството на фирмата с цел да обобщи своите оперативни и финансови цели за близкото бъдеще. Когато е подготвен за външната аудитория, бизнес планът разглежда миналото, настоящето и очакваното бъдещо представяне на фирмата. Съдържа прогнозни баланс, отчет за приходите и разходите и анализ на паричните потоци.

Писмен документ, който подробно обяснява как един нов бизнес ще постигне целите си. Представен е планът за осъществяване на задачите на фирмата от маркетингова, финансова и функционална гледна точка. Идеята е да даде възможност на собствениците да имат по-структурирана представа за потенциалните разходи, свързани с определени бизнес решения.

**Можеш ли да минеш без бизнес план? Да, разбира се.  
Шансовете да успееш без него обаче, са малки. Защо?**

Бизнес планът помага да структурираш мислите си за бизнеса, да дефинираш своите цели, продукти и потенциални клиенти, както и да прогнозираш приходите и разходите, свързани с развитието на бизнеса ти в краткосрочен план (до 3 години).

За да успееш, трябва да си добре подготвен, като разработването на бизнес план ти дава една сериозна основа за това.

## **2. СТРУКТУРА НА БИЗНЕС ПЛАНА**

**2.1. Резюме-** кратко представяне на фирмата, нейните цели и конкурентни предимства, както и планове за растеж.

**2.2. Описание на бизнеса-** описание на това, с което ще се занимаваш, какво ще различава бизнеса ти от другите и от потенциалните пазари.

**2.3. Анализ на пазара-** от съществено значение преди стартирането на бизнеса е да се проучи естеството на сектора, в който планираш да оперираш, характеристиките на пазара и конкуренцията, структурата на пазара.

**2.4. Организация и управление на фирмата-** трябва да прецениш организационната структура в предприятието.

**2.5. Услуги или продукти** - описание на услугите или продуктите, които ще продаваш. Трябва да опишеш и жизнения цикъл на продуктите или услугите, както и цените.

**2.6. Маркетинг и продажби** - по какъв начин ще рекламираш бизнеса си и ще стигнеш до твоите клиенти.

**2.7. Времеви график** - представя сроковете за изпълнение на отделните задачи в рамките на първата година от работата на фирмата.

**2.8. Финансов план** - най-важната част от бизнес плана. Трябва да опишеш първоначалните разходи, източниците на финансиране, прогнози за парични потоци и баланс на фирмата.

**Interreg**  
**Greece-Bulgaria**  
European Regional Development Fund



**I-SEE**

  
**СМОЛЯНСКА**  
**ТЪРГОВСКО ПРОМИШЛЕНА ПАЛАТА**



## **3. СЪДЪРЖАНИЕ НА БИЗНЕС ПЛАНА**

### **3.1. РЕЗЮМЕ**

Каква е твоята бизнес идея, уникална ли е?

Кои са твоите целеви клиенти?

Какъв пазарен обем и темпове на растеж предвиждаш?

С каква конкуренция ще се сблъскаш?

Каква е необходимата сума на инвестицията за стартиране?

Какви са целите ти за бизнеса?

Каква е оценката ти за нуждата от финансиране?

Какви са прогнозите ти за продажбите, разходите, печалбата?

Разговарял ли си с потенциални клиенти и какво е тяхното мнение?

Какви канали за дистрибуция ще използваш?

Какви са възможностите и потенциалните рискове?

Каква ще бъде управленската структура на фирмата?

Накрая- резултатите от бизнес плана и от какви финансови средства ще имаш нужда?

### 3.2. ОПИСАНИЕ НА БИЗНЕСА

Целта е да предоставя продукт или услуга, които да превъзхождат пазара в момента. Основните въпроси в тази част са:

Кои са крайните ти клиенти?

Какви са техните нужди?

Каква е добавената стойност за потребителите от продуктите/услугите, които предлагаш?

Какви конкуренти продукти се предлагат на пазара?

Какви услуги/ поддръжка ще предложиш?

Какви гаранции можеш да предложиш?

Какви са предпоставките и развитието на нови продукти?

Притежаваш ли патенти или лицензи?

Какъв дял от продажбите очакваш?

### **3.3. АНАЛИЗ НА ПАЗАРА**

Клиентите са тези, които оправдават съществуването на фирмата. Трябва да представиш размера на пазара в цифри, броя на потенциалните клиенти и очаквания размер на продажбите. Необходимо е също да се представи пазарна сегментация- на потребителски стоки и на индустриални стоки.

## **Пазарна сегментация на пазара на потребителски стоки:**

- Местоположение: град/ село, брой и плътност на населението
- Демография: възраст, пол, доходи, професионален профил
- Начин на живот: активни тийнейджъри или пенсионери, майки с деца и т.н.
- Поведение: честота на използването на даден продукт или услуга, приложения и др.
- Покупателни навици: предпочитание към определени марки, чувствителност към цената

## I-SEE

### **Пазарна сегментация на пазара на индустриални стоки**

- Демография: размер на фирмите, вид индустрия, местоположение
- Дейности: ниско, средно високо технологични
- Покупателни навици: централизирано или децентрализирано снабдяване с продукти/ услуги, критерии за избор на доставчици
- Ситуационни навици: спешност и размер на поръчките

След това, идва описанието на конкуренцията и дефиниране на нейните силни и слаби страни. Трябва да съпоставиш своята фирма с конкуренцията.

### 3.4. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА ФИРМАТА

Най-важното за успеха на бизнеса ти е хората, които го правят, да са знаещи, можещи. Професионалният подход към работата може да се приложи на практика само от мениджъри и служители.

Семейният бизнес е в основата на микро- и малките предприятия.

Характеристиките на можещият управленски екип са следните:

Обща визия:

- Всички искат да успеят;
- Допълващи се качества и силни страни;
- Не по-малко от трима, но не повече от шест души;
- Мотивирани да бъдат заедно в добри и лоши времена;

В тази част на бизнес плана трябва да опишеш структурата и организацията на фирмата, да представиш накратко управленския персонал, да опишеш партньорите ако има такива.

### **3.5. УСЛУГИ ИЛИ ПРОДУКТИ**

В тази част следва да опишеш подробно какви точно продукти или услуги ще предлагаш на бъдещите си клиенти. Трябва да представиш жизнения цикъл на продуктите/ услугите и единичните им цени. Да посочиш от къде ще се снабдяваш със суровини и материали, ако става въпрос за производство. По отношение на услугите- какво ще включва съответната услуга и какво ще е необходимо за нейното предоставяне.

### **3.6. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖБИ**

- **Продукт**- трябва да представиш връзката между онова, което продаваш и пазарните сегменти, към които то е насочено, както и дали твоите продукти/ услуги са добре адаптирани към нуждите на твоите бъдещи клиенти
- **Цена**- основата за определянето на дадена цена е желанието на потребителите да я плащат. Тук трябва да представиш връзката между стойността на отделния продукт/ услуга и цената, на която ще го/я продаваш.

- **Промоция:** класическа реклама във вестници, радио, телевизия; директен маркетинг (листовки, брошури); връзки с обществеността; изложби, панаири и публични изявления; посещения при клиенти.

- **Място-** чрез използването на какъв канал за дистрибуция ще продаваш. Дистрибуцията бива: директни продажби или чрез множество агенти.

Възможностите за продажби са: търговци на едро и дребно, магазини, търговски вериги, чрез търговски агенти, директен маркетинг, чрез създаването на кол център, интернет и други.

### **3.7. ВРЕМЕВИ ГРАФИК**

Времето за изпълнение на отделните дейности при стартирането и развитието на бизнеса следва да бъде ясно представено. Фокусът следва да бъде поставен върху основните събития, които са от значение за постигане на резултатите, заложиени в самото начало. Най- често се използва така наречената диаграма на Ганг, като времето се разбива на седмици или месеци, в зависимост от избрания период на отчетност.

### **3.8. ФИНАНСОВ ПЛАН**

Най-важните елементи на бизнес плана. Помага ти да разбереш дали твоята бизнес идея може да донесе печалба и дали може да получиш външно финансиране.

В тази част следва да опишеш потенциалните приходи и разходи за бизнеса, като разработиш за тригодишен период прогнозни: отчет за приходите и разходите, отчет на паричния поток и счетоводен баланс.





I-SEE



СМОЛЯНСКА  
ТЪРГОВСКО ПРОМИШЛЕНА ПАЛАТА

Благодаря Ви за  
вниманието!