



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Бизнес Планиране

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Обща характеристика на бизнес планирането.....	3
2. Как да напишем успешно бизнес план.....	7
3. Правила при писане на бизнес план.....	10
4. Раздели на бизнес плана.....	11
5. Изводи.....	22
6. Специфични особености и въпроси при съставяне на бизнес план в различните области.....	23
7. Мониторинг върху изпълнението на бизнес план.....	29
8. Стратегия за правен на бизнес.....	30

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



Бизнес Планиране

Бизнес планирането е процес включващ създаването на мисия или цел на дружество, както и определяне на стратегии, които ще се използват за постигането на тези цели и мисия. Процесът на бизнес планиране може да обхваща множество аспекти или да бъде насочен към специфични функции в рамките на цялостната корпоративна структура. Бизнес планирането включва използването на ресурси в компанията, както и използването на консултанти, които да подпомогнат за създаването и изпълнението на плана.

Има няколко етапа в развитието на един бизнес, като процеса на бизнес планиране е основна задача. Стартирането на нов бизнес или нова компания изисква най-малко елементарен бизнес план, определящ целите на фирмата, дейността която ще развива, основната вътрешна структура и външна среда (наличие на ресурсна обеспеченост, клиенти, доставчици, нормативна уредба, данъчно осигурителни изисквания) в която ще развива дейността си.

Всеки бизнес план изисква изследване, внимателна оценка на всички известни фактори, както и преценяване на потенциал и резултатите от различните възможности, които съществуват в дружеството.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

В зависимост от спецификата на дейностите и мащаба на компанията за този процес може да са нужни различни видове справки, някои от тях сравнително опростени, а други изключително подробни и сложни. Въпреки това, основната задача на бизнес планирането е да даде яснота на външните кредитори (банки, акционери, други) и подпомогне предприемача в преценката си при започване на нов бизнес, въвеждането на нови продукти или чрез придобиване на конкуренти.



Изграждане на бизнес план. Характеристика на бизнес плана.

Планирането започва да се използва през 17-ти век в градоустройството, където през плана се дава ясно изображение на местността, където бихме искали да отидем и набелязваме пътя.

План- документ, съдържащ резултатите които искаме да постигнем, пътя и индикаторите, показващи посоката на набелязаната цел.

Планиране- процес на планиране като последователност от действия, разсъждения, които трябва да се извършат, за да се постигне определена цели. Действия свързани с анализиране на определена ситуация, формулировка и алтернативи.

Бизнес план

- Планът предизвиква целенасочено развитие на организацията;
- Планът винаги е ориентиран към бъдещето;
- Плановите се разработват когато има голяма доза несигурност по определянето на бъдещето;
- Планът съдържа основни отправни точки за движение напред, но оставя място за допълнителна конкретизация;
- Планът е инструмент, който ни помага да се ориентираме добре в бъдещето;
- Има индикативен отворен характер;

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

- Планът позволява нанасяне на корекции;
- Планът трябва да е изпълним и реалистичен. Изпълнимостта и реалистичността на плана определя качеството му;
- Целите в плана са взаимосвързани;
- Планът трябва да бъде балансиран от гледна точка на ресурсите, с които разполага бизнеса или организацията;
- Планът е един непрекъснат процес.

Основни проблеми свързани с бизнес плана:

1. Проблеми насочени вътре в организацията.
2. Проблеми, насочени към заобикалящата ни среда.

Примерна структура на бизнес план за развитие на организацията (бизнеса).

1. **Въвеждаща страница** – Наличия на въвеждаща страница, която да представи фирмата: име, адрес, в кой бизнес е, каква организация.
2. **Резюме** – Резюмето на Бизнес Плана може да предхожда същинската част, която да запознае по-голям кръг хора и да бъдат изложени по-обща рамки, не повече от 5-10 стр. Трябва да съдържа най-обща концепция за бизнеса, целта, предназначението, визията, мисията, какви резултати ще постигнат от неговата реализация за фирмата, за околна среда, на каква фирмена компетентност се опира организацията, описание на продукта, услугите и целевите пазари, основните цели и стратегии, които организацията следва, производствени или операционни параметри на Бизнес Плана, опит на мениджмънта на организацията, ако той липсва никой няма да приеме Бизнес Плана за сериозен, финансови параметри- какви и от къде са привлечени, какъв оборот и печалба се очаква, как ще се движи паричния поток и как ще се решат те, пред какви рискове би се изправило изпълнението на Бизнес Плана, които да направят невъзможно или да затруднят неговото осъществяване, формулировките трябва да са точни, ясни и недвусмислени, по възможност кратки.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

3. **Същинска част** – Съдържанието на Бизнес Плана със заглавие и подзаглавие на всички точки от изложението + номера на стр. описание на визия + мисия, глобална цел, да се опише бизнеса на организацията по –подробно, описание на продуктите/услугите и каква потребност задоволяват, конкретни предимства на продукта или услугата, необходимо ли е да се добави патенти и др. Пазарен и маркетингов анализ:

-На бранша- тенденции, очаквания и прогнози за него, дали ще се развива или запада, има ли бариери, атрактивен ли е и т.н.

-На пазара- кои са клиентите, трябва ли и може ли да се направи сегментация на пазара.

-На конкурентите – какво правят по-добре от нас.

-На макросредата- външните въздействия, политически, социални, природни фактори, които оказват влияние върху обстоятелствата. Разработват се сценарии за възможни насоки на тези фактори- най-благоприятни, най-реалистични, най-песимистични и т.н.

-На силните и слабите страни на фирмата. SWOT анализ – фирмата осъзнава силните и слабите страни и начина, по който може да ги развие.

-На местоположението на организацията – дали е благоприятна от гледна точка на транспортни разходи, близост до суровините, удобство на клиента, липса на конкуренция на други фабрики и ефекта от наличието на нашата организация, които се осъзнава извън нея- намаляване на безработицата, подобряване на инфраструктурата на даден регион, ефекта върху конкуренцията.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg



Как да напишем успешен бизнес план

Бизнес планиране

Бизнес-планирането се утвърждава като една от основните икономически функции на управлението на предприятието. Нещо повече бизнес-планирането се разгръща като една постоянна, силно специализирана управленско-икономическа дейност в различните организации. Фирмите освен материални продукти, стоки и услуги, различни видове продукти и различни управленски документи (програми) – трябва да са в състояние да разработват и различни видове бизнеспланове. Това е свързано с изграждането на специфични звена и специализация на персонала. За по-малките фирми от тима ЕТ (групата на малките и средни предприятия) тази дейност може да бъде извършвана експертно от консултантски компании или да се заплаща за тяхното разработване. Бизнеспланът има три основни предназначения. Той **дава насоки** за предприемаческа дейност, обхваща **същността** на вашия бизнес и **доказва неговата** жизнеспособност.

1. Бизнеспланът трябва да помогне на собственика лично и на неговите съдружници (ако има такива), да определя начина, по който ще се развива фирмата. Това ще бъде „сценария“ за развитието на фирмата, написано черно на бяло. Голяма преимущество е, че по този начин се правят грешки само на хартия, а не в реалната действителност.
2. На основата на проектите, както и на досегашната практика и опит бизнеспланът ще позволи да се планират фирмената дейност. Когато проекти и намерения стават действителност, бизнеспланът ще покаже как се е развила дейността и каква част от това, което е искано, е постигнато. С две думи, той ще определи какъв е балансът между желания и възможности, между плановете и действителните резултати.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

3. Бизнеспланът ще се чете от потенциални инвеститори, кредитори, партньори и доставчици на фирмата, т.е. от всички онези, с които има желание да се прави бизнес.

Бизнес планирането обхваща 4 определени връзки в дейността на фирмата:

1. Производство – Пазар – могат да бъдат представени маркетингово, от планов тип и балансираните връзки;
2. Технологии – Иновации – Отражават динамични връзки между технологично равнище и иновациите, които следва се направят в организацията. Технологията предопределя: франчайзинг, джойн венчър, закупуване на марка, собствени изследвания;
3. Финансиране – Възвращаемост – основна гледна точка на избора на оптимален вариант на бизнес-плана. Финансиране – търсене на възвращаемост. Необходими за методики.
4. Основна релация на бизнес-планирането;

Пари – Продукт/ Услуга – Пазар – Пари + Доход – чрез бизнес – планирането се цели ефективност в стопанската дейност и развитие на съответната организация.

Задачи на **Бизнес-планирането** и **Бизнес-плановете**:

1. чрез тях се развиват перспективите в развитието на бизнеса;
2. чрез него се избира оптимален вариант за развитието на бизнеса;
3. оценка на потребностите и възможностите;
4. целенасочено осигуряване, разпределение, използване, развитие и контрол на ресурсите;
5. установяване на критерии за контрол и оценка на резултатите;
6. повишаване на способността на предприемачите .

Бизнес-планирането може да се реализира в условията на:

- централизирано управление на организацията;
- силно децентрализирана организация - пълна свобода на отделните подразделения;

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

- в условия на интерактивно управление – дейностите са взаимно преплетени (свързани);
- бизнес-планове по жизнен цикъл на бизнеса.

Основни изисквания към **бизнес-плана**:

1. Да отразява в максимална степен спецификата и потребностите на съответния бизнес;
2. Да отразява на макс. степен изискванията на кредитната институция;
3. Оформянето на бизнес-плана – прегледност, подреденост, логичност на разчетите, яснота в изложението, краткост, коректност, гъвкавост, оптимален маршрут и т.н.

Бизнес планирането е една постоянна **управленска дейност**. Всяка организация трябва да „произвежда“ и този вид услуги (продукти) за да има подкрепа от различните финансови институции.

В резултат на бизнес-планирането се получават различни видове бизнес-планове. За всеки вид бизнес могат да се направят различни бизнес-планове:

4. За стартиране на нов бизнес;
5. За разширение;
6. За инвестиции;
7. За проникване и завладяване на нови пазари;
8. За кандидатстване за финансиране и т.н.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg



Правила при писане на бизнес-план

При писането на бизнеспланове трябва да се имат предвид няколко неща:

1. За написването на бизнес-план трябва да се отдели достатъчно време, спрямо конкретната дейност, необходимата информация и предвидения екип от хора, които ще се занимават с дейността по писане на бизнес-планна.

2. Съществува едно златно правило, че в написването на бизнесплана ще трябва да участва не само мениджъри и директори, а и хора с аналитично мислене и стремеж за съзидателност. Всеки от фирмата ще трябва да има принос в изготвянето на бизнесплана. Всичко, което може да направи планът добър, трябва да бъде използвано: всякакви информационни материали, копия от добре направени бизнеспланове, наръчници за написване на бизнесплан, дискусии в стил „мозъчни атаки“, специализирани и общоикономически вестници и списания за четене и подчертаване с цел използване на бизнесплана.

3. Перспективите на фирмата ще трябва да прозират от всеки ред на бизнесплана. Да се фокусира само върху отделни аспекти на бъдещето развитие е желано от много фирми, но води до т.нар. „тунелна перспектива“, което в определена степен е рисковано.

Добре е при писането да се спазва няколко правила:

- Да се опитаме количеството от написаните страници да не надхвърля двадесет (разбира се, без приложенията);
- Да се използват (но да не се злоупотребява!) графики, диаграми и фотографии;
- Да се пише така, че дори и неутрално трето лице да чете плана, то да го разбира и без специална подготовка за вашия отрасъл;

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

- За улеснение на читателя в плана да се включват заглавия на отделните раздели и номера на страниците.

Трябва да се **избягват**:

- „големи“ думи и дълги изречения. Единственото сигурно нещо, което могат да свършат те, е да обърка читателя;
- Технически изрази и ненужен жаргон. Ако се наложи да използвате технически термини- обяснете го. Ако терминът е популярен (като думата например лазер), използвайте го. Но ако е специфичен (например ISP или URL) – той се нуждае от обяснение.

Раздели на бизнесплана

Тук е представен подход за разработване на бизнесплан. Този бизнесплан може да служи както за обосновка за финансиране, така и за текущо ръководство на дейността на фирмата.

Данни за кандидатстващия

В този раздел се дават някои основни идентификационни данни относно нашия бизнес.

Първото, което е нужно да се опише, е юридическата форма на регистрацията, както и ЕИК/БУЛСТАТ на фирмата. Има различни преимущества и неудобства, явяващи се резултат от юридическата форма. Тук обикновено най-важни са данъчните съображения. При създаване на фирмата най-благоразумно е да се поиска професионален съвет (например от данъчни експерти или счетоводител) преди вземане на решение за формата на регистрация. Но при съществуваща фирма, това е даденост. При стартиране на бизнеса най-обичайния път е регистрирането на едноличен търговец. Ако се обединява опита и капитала на различни хора, по-естествено е да се регистрира събирателно дружество или дружество с ограничена отговорност (ООД).

Второ, което е нужно в този раздел, е посочването на седалището, адрес на управление и адрес на кореспонденция, телефон, факс, e-mail за осъществяване на контакти.

Данни за бизнеса

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Тук се описва опита в досегашната дейност на фирмата, ако е съществуваща. Прави се представяне на основните продукти и/или услуги, които се произвеждат/предлагат. В този раздел трябва да обясним какво точно предлага конкретния бизнес за клиента и какво прави точно тези предложения желани.

Изделия

- Описват се всички изделия, които се произвеждат/предлагат;
- Ако е невъзможно да се опише всичко, изделията се групират в логически категории (типопредставители);
- Описват се ключовите особености на изделията и с какво те се отличават от изделията на конкурентите (функционални възможности, дълготрайност, лесна експлоатация и др.);
- Описва се защитата на изделията с патенти, авторски права, търговски марки и др., ако е приложимо.

Услуги

- Описват се всички типове услуги, които се предлагат (трябва да бъдат конкретни);

Като допълнение се прави кратък опис на материалната база, необходима за функциониране на конкретния бизнес, както и необходимите лицензи и разрешителни за дейността, ако се изискват такива.

Бизнес идея

В този раздел се прави подробно описание на конкретната **бизнес идея**, като се набляга на **предимствата** от нейното осъществяване, а ако има локализиран **слабости** или рискове те се излагат заедно с предимствата, но без да се набляга на тях.

Това се явява един вид SWOT анализ. Той е несложен, но много резултатен подход за анализ на силните и слабите страни на дадена фирма, както и на възможностите и заплахите, пред които е изправена тя. Той ни помага да се концентрираме върху

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

силните страни, да намали до минимум заплахите и да се възползваме в най-голяма степен от възможностите, които имате.

SWOT

В SWOT-а силните и слабите страни са вътрешни фактори. Например:

Силна страна може да са:

Специализирани познания в технологична или друга област; нов, иновативен продукт или услуга; местоположението на нашия бизнес; процесите и процедурите за качество; друг аспект от бизнес ни.

Слаба страна може да са:

Липса на специализирани познания в технологичната или друга област; неразличими продукти или услуги (т.е. в сравнение с нашите конкуренти); местоположението на нашия бизнес; стоки или услуги с лошо качество; лоша репутация.

В SWOT-а възможностите и заплахите са външни фактори. Например:

Възможност може да е;

- Развиващ се пазар (като интернет например);
- Сливания или стратегически алианси;
- Преместване в нови пазарни сегменти, които предлагат по-добри печалби;
- Нов международен пазар;
- Пазар, освободен от неефективно работещ конкурент.

Заплаха може да е;

- Нов конкурент на вътрешния пазар;
- Ценова война с конкурентите;
- Конкурент, който има нов, иновативен продукт или услуга;
- Конкурентите имат по-добър достъп до канали за дистрибуция;
- Въведен нов данък върху вашите продукти или услуги.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Но – SWOT анализът може да е много субективен! Много рядко двама души могат да направят еднакви SWOT анализи.

За да направим успешно SWOT анализ трябва да се придържаме към някои правила:

- Да бъдем обективни във връзка със силните и слабите страни на нашата фирма;
- SWOT анализът трябва да разграничава мястото, където фирма ни се намира в момента от това, което иска да заема в бъдеще;
- SWOT анализът винаги трябва да е конкретен. Трябва да се избягват „общите“ понятия;
- SWOT анализът винаги трябва да е съотнесен към конкуренцията, т.е. по-добре от или по-зле се представяме от конкурента.
- Придържане към кратък и ясен SWOT. Да се избягват усложненията или излишните задълбочавания.

От съществено значение за реализация на бизнес идеята са **клиентите**, без които стартирането на какъвто и да е бизнес е обречен на провал. Клиентите могат да се търсят както на местно ниво така и в национален и международен аспект, в зависимост от спецификата и нуждите на конкретния бизнес. Важна роля имат **конкурентите** на предлаганите стоки и услуги, защото от тях ще се определя пазарната позиция на предприетата бизнес идея. Конкуренцията е от съществено значение за определяне цените на предлаганите стоки и услуги на местно ниво. Необходим е анализ относно начинът, по които ще се разпространяват съответните стоки и услуги, както и планираната за разпространение територия. Това разпространение ще се подпомогне от рекламирането на предлаганите продукти/услуги и от мащабите на тази рекламна кампания, която се явява жизнено необходима, особено при стартиращи бизнес идеи.

Реклама

- Описваме средствата за информация , които планираме да използваме- вестници, радио, местни телевизии и др;
- Ако имаме готови рекламни послания - прилагаме ги;
- Описваме необходимите разходи за реклама.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Описанието на бизнес идеята е свързано и с описание на наличната и необходимата **материална база** – земи, сгради, оборудване, както и на суровини и материали, които се явяват основен ресурс за производството.

Локализация

Посочва се разположението на фирмата и близостта и до основните пазари и ресурси. Важно е да се посочи и разположението спрямо благоприятна инфраструктура, която по принцип улеснява бизнеса. За търговията е важно дали наблизо има търговска зона. В крайна сметка локализацията може да дава или да не дава някакво конкурентно предимство.

Помещения

В бизнесплана се дава подробен списък на избраните за ползване площи и сгради/помещения. При избора им се изхожда от две противоположни изисквания:

- Това, което е най-добро за предприятието, и
- Това, което може фирмата да си позволи.

Всяка площ/помещение се описва по предназначение, площ, адрес, кратка характеристика (връзки и инфраструктура), собственик, условия на ползване (собственост, закупуване, преотстъпване, наемане – срок, условия, цени, ДДС и пр. Препоръчително е договорите за наем на площ/помещения да се предоставят заедно с бизнес плана, кандидатстващ за чужди финансови ресурси, в отделно приложение), потребности от ремонт, преустройство.

Би било твърде удачно, ако използвате площи/сгради се изобразяват в приложение върху карта с подходящ мащаб, като се покаже наличието на основната инфраструктура.

Машини, оборудване и транспортни средства

Техният вид, брой, вид, стойност и вид на собственост се описва в табличен вид и др.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

План за доставките и за запасите на суровини и материали

План за доставките.

Поименно трябва да се включат всички основни входящи материали. Освен наименованието на всеки материал, трябва да се посочи прогнозната потребност в количество, единични цени и обща стойност. Често не се отчитат загубите при доставката – обикновено техният дял е малък, но все пак те не бива да се изпускат. Посочената единична цена трябва да е брутната, т.е. с включени съответно товаро-разтоварни, транспортни разходи, мита, данъци, такси и застраховки.

Друго което трябва да се има предвид в този раздел са доставчиците и свързаната с тях информация:

- Колко и кои;
- Къде са разположени;
- Каква схема на доставките се използва;
- Как се съхраняват суровините и материалите.

С цел правилно планиране на доставките и продажбите е необходимо да се предвиди и план за запаси от суровини/материали, готова и полуготова продукция.

В него за всяка позиция материал се посочват началния запас, обема и честотата на доставките и планирания запас в края на периода. При планирането на запасите трябва да се изхожда от предпоставката за максимална ефективност на предприятието, т.е. отчитайки конкретните особености на фирмата и условията на средата. Някои дейности имат сериозен характер – той по правило изисква по-големи складови площи и разходи по поддържането на складираните материали в посочения етап. В обстановка на нарастването на цените, при налични парични средства често е препоръчително да се трупат материални запаси на стари, по-ниски цени. От друга страна, увеличаването в трупане на материални запаси е вредно- то създава финансов риск, тъй като замразява капитал. Ако материалите са от внос, особено внимание трябва да се обърне на редовността в осъществяване на доставките.

Тази информация е помощна при съставяне на програмата за доставки.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Всичко това трябва да е обвързано със строга вътрешнофирмена организация, показващи йерархията на ангажирания с бизнеса **персонал**, като мениджърските длъжности трябва да се подкрепят с съответния релевантен опит, квалификация и образование.

План за персонал и разходи, свързани с него

Работна сила се описва по професии, квалификация, брой, разходи за заплати и разходи за осигуровки.

Основните разходи за персонал са свързани със заплатите и осигуровките. Но работната сила обикновено трябва да бъде обучавана за конкретната дейност. Това често се пропуска, а то е свързано със съществени разходи.

След подробно описание на **производствения процес**, съобразно конкретния продукт/услуга, като това производство трябва да бъде обвързан с брой клиенти, които да осигуряват удовлетворяващ процент изкупуване на произведените количества/предложените услуги.

Технология

Описанието на технологията е важен момент в изготвяне на бизнесплана. Използваната технология предопределя до голяма степен вида на използваните материали. В зависимост от технологията се закупуват и конкретни машини. С това се предопределя и обема на необходимите за осъществяване на целите на бизнесплана инвестиции. И най-накрая от технологията зависи и броя на необходимите работници, а оттам свързаните с тях разходи за заплати и осигуровки.

Производствен план

За по-голяма яснота е добре този план да се представи в табличен вид. Производствения план трябва да осигури изпълнението на планираните продажби, спрямо заложените капацитети на производството.

Съставя се за всеки продукт/услуга по периоди, количества и стойности.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Производствения план също така трябва да отчита възможността за използване на запаси от готови или полуготови изделия, а също възможни загуби от брак. В идеалния случай, когато всичко произведено е годно и се продава веднага, количествата съвпадат с тези в плана за продажбите.

От съществено значение тук е предварително да се направи анализ на това кой би купувал предлаганите стоки/услуги. За да се получи адекватна и релевантна към ситуацията представа за **клиентите и техните възможности** трябва да се отговори на няколко въпроса:

Кой е Вашият клиент?

(трябва да осигурим и описание и конкретни цифри)

Индивидуални потребности:

- Възраст;
- Пол;
- Доход;
- Семейно положение.

Трябва да имаме данни колко клиенти се намират във всяка група.

Фирми/организации:

- Вид индустрия;
- Размер на клиента;
- Годишни продажби.

Трябва да оценим броя на фирмите/организациите.

Къде е Вашият клиент?

Вашият радиус на действие е град, област, регион или цялата страна. География на бизнеса с фирмите е по-широка от тази на потребителските пазари.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Кога купуват клиентите?

Има ли сезонност в покупките (напр. новогодишни и други празници)?

Какво купуват?

- Евтини стоки;
- Луксозни стоки;
- Ежедневни стоки;
- Стоки с дълготрайно предназначение.

Защо купуват?

Как Вашето изделие или услуга помага на потребителя?

Как Вашето изделие увеличава възможностите на този бизнес?

Колко купуват?

Бизнес пазари/ Потребител пазари

Обърнете внимание: ако дистрибуцията е индиректна, може би е необходими да се опише и Вашия клиент като целеви пазар, и неговия клиент (крайния потребител) като целеви пазар.

Маркетингов план

Анализ на отрасъла и пазара

Този анализ трябва да покаже, че пазара е достатъчно голям, така че като се отчита конкуренцията, да се осигури стабилност и нарастване на бизнеса ни.

- Описва се предлаганият продукт/услуга. Колкото по-малко е известен, толкова повече описания са необходими;
- Описва се средната цена за единица продукция, предвидения метод за дистрибуция и предвидени промоции, ако и приложимо. Основно тук е ценовата стратегия и дистрибуция:

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Цена стратегия:

- Какви са нашите цени за различните изделия и услуги;
- Как определяме тези цени (въз основа на цените на конкуренцията, разходи плюс печалба, друго);
- Как са нашите цени спрямо конкуренцията;

Дистрибуция:

Описваме коя от следните системи за разпространение планираме да използваме:

- Продажба непосредствено от производителя/доставчика до клиента;
- Продажба на търговец на дребно, който продава до крайния клиент;
- Използване на трети лица, които продават изделия (агенти или комисионери);
- Продажба по Интернет.

Същата информация се представя и за конкуренцията на местно, национално и международно ниво. От съществено значение тук е анализът на конкуренцията:

- Описваме преките си конкуренти на местния пазар. Това са тези фирми, които предлагат точно това, което предлагаме и ние;
- Описваме косвените си конкуренти. Това са тези, които предлагат изделия-заместители;
- Обясняваме как нашата фирма ще конкурират с тези конкуренти;
- Обясняваме с какво нашата фирма ще се отличава от конкурентите.

Накрая се прави опис на промоционалната дейност на фирмата, ако е предвидена такава.

Необходим капитал и структура на капитала

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика“ 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Задължително се представя в табличен вид, като се описва план за **инвестициите и източниците за тях**.

Основното, което трябва да се види от него са необходимите средства, които трябва да се инвестират в оборотни средства и дълготрайни активи, както и виждането на фирмата за това откъде ще дойдат тези средства.

В този раздел на бизнес-плана могат да се включат и илюстративни погасителни планове за евентуални кредити и други пояснителни текстове и документи.

Амортизационни отчисления

В тази част на бизнес-плана се описват всички необходими сгради, машини, оборудване, стопански инвентар и др., т.е. всичко, което отговаря на изискванията за дълготрайни активи: срок за служба на 1 година и стойност над 500лв. До голяма степен съставът на дълготрайните активи се предопределя от избраната технология. Амортизацията е един съществен разход и поради това този план е съществен елемент от цялостния бизнес-план.

При изготвяне на амортизационния план трябва да се съобразим с изискванията на законодателството – Закон за счетоводството, счетоводни стандарти, Закон за корпоративното подоходно облагане.

Предоперативни и начални разходи

Тук се описват и вече споменати разходи, както разходи за персонал, реклама и др. Представят се в табличен вид, за по-голяма яснота.

План за общофирмените разходи

В общофирмените разходи се включват всички онези разходи, които фирмата прави, за да може да осигури общото си функциониране – разходи за командировки, пощенски разходи, разходи за наем и т.н. Трябва да се внимава да не се получи дублиране – вече описани в предишните таблици разходи, да се повторят отново тук. Това са оборотни разходи, които предполагат наличието на оборотен капитал във фирмата.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

С този план се приключват основните планове, необходими за съставянето на един ясен и добър бизнесплан.

Изводи

Следващия етап е обособяването на обобщаващи изводи и заключения относно ефективността на дейността, описани в бизнес-плана. Тук могат да се включат и различни икономически показатели. Различни кредитни и финансиращи институции имат различни изисквания, относно обхвата на показателите, оценяващи ефективността. Бизнес планът е ориентиран към бъдещото развитие на организацията и има за задача да приспособява организацията и нейния бизнес към промяната на външната среда и да определя:

1. Какво да се прави?
2. Кога да се прави?
3. От кого да се осъществява съответната дейност?

Бизнес-планирането – това е цялостен и целенасочен процес на разработване на разчети за дейността на организацията, в които техническите и пазарните условия се анализират и съчетават с икономическата и финансова обстановка.

Въз основа на тази характеристика на Бизнес-планирането всеки един от различните бизнеспланове следва да съдържа точни разчети за:

- Целите за развитие на организацията;
- За продуктите и услугите, които фирмата предлага и ще предлага на пазара;
- За състоянието и развитието на технологиите;
- За ресурсите, с които ще разполага организацията;
- За пазарното участие на организацията;
- За очакванията в бъдещето развитие на организацията.

Бизнес-планове са от полза на:

1. Собствениците на организациите;
2. Мениджърите и мениджърските екипи;

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

3. Акционерите;
4. Персонала;
5. Необходими за конкуренцията;
6. Необходими за банките и финансовите институции;
7. Правителството и регулиращите органи.

Бизнес-плановите обслужват различни интереси като не винаги те са еднопосочни (се съчетават). Бизнес-планирането не е едностранен процес. Трансформацията му в постоянен процес изисква в нея да има определена цикличност. Циклите да съвпадат с финансиращите органи, и времето, в което те предоставят финансови ресурси.



Специфични особености и въпроси при съставяне на бизнес-план в различни области

Търговия на дребно – Специфични особености:

- Най-лесен достъп до отрасла като цяло (ниски бариери за навлизане).
- Най-малко изискуеми начални капитали.
- Най-интензивна конкуренция.
- Голям поток от влизаци и напускащи фирми.
- Печалбата се оформя от препродажба на стоки.
- Голяма значение имат фактори като локализация, асортимент, връзки с производители, обучение и управление на персонала, аранжирани на продажбеното пространство.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Специфични въпроси:

Какво е естеството на стоките, които смятате да продавате- за бърза консумация (храни, напитки), за дълготрайна употреба (електроуреди, мебели), каква е цената на стоките, колко често се купуват? Ако сте се насочили към често купуваните и евтини стоки (най-ниска рентабилност/марж на печалбата, най-висока конкуренция), то колко конкурента имате на разстояние един километър (колкото по-малко, толкова по-добре)?

Ако сте се насочили към по-скъпи и рядко купувани стоки, горния въпрос има обратно значение (предлагането е концентрирано в определени райони, а потребителски навик обикновено е посещаването на търговските точки в тези райони и осъществяването на покупка).

Колко широк е асортиментът ви, смятате ли да се специализирате тясно или да предлагате голяма гама от стоки?

Колко дълбок е асортиментът ви, колко вида (търговски марки) от един тип изделие ще поддържате?

Как ще градите бизнеса си – чрез ниски цени или изключителност?

Какъв имидж ще се стремите да изградите – най-евтиния продавач в района, най-снабдения работещ по всяко време и т.н.?

Сигурни ли сте, че аранжиментът на търговската Ви площ отговаря на искания от Вас имидж?

Съществува ли някаква специфична група потребители, чиито нужди можете да задоволявате най-добре?

Каква е демографската структура на потребителите във Вашия район, можете ли да предвидите някакви изменения в нея?

Какъв имидж преследва конкурентите ви, колко от тях имат имидж, сходен с Вашия?

Какви методи използват конкурентите Ви за стимулиране на потребителите (реклама в местното радио, продажби)?

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Добре ли са обучени вашите продавачи?

Ползвате ли подходяща информационна система за следене на запасите и управление на доставките?

Търговия на едро – Специфични особености:

Относително по-големи изисквания към началния капитал. Работа с по –малко на брой клиенти, но с по-големи поръчки. Голямо значение на локализацията- благоприятно разположение от гледна точка на пазарите и инфраструктурата. Голямо значение на управлението на доставките и поръчките.

Специфични въпроси:

Колко голяма е търговската Ви площ?

Каква е отдалечеността Ви от трите Ви най-големи клиента?

Каква е отдалечеността Ви от ключовата транспортна инфраструктура –шосета, магистрали, железопътни гари, водни, въздушни пътища?

Каква е отдалечеността Ви от трите Ви най-големи доставчика?

За колко време можете да попълните складовите си запаси с нови стоки?

В какъв срок можете да изпълните поръчката на клиентите си?

Какъв процент от поръчките изпълнявате в определен срок, а конкурентите Ви?

Колко би Ви струвало да увеличите този процент с пет, десет пункта?

Какви са широчината и дълбочината на асортимента Ви?

Какво би Ви донесло дейността като дистрибутор, агент, брокер на голяма индустриална фирма?

Ползвате ли специализирана информационна система и доколко тя отговаря на изискванията на Вашата дейност?

Имате ли сключени договори за съвместна работа с клиенти и/или доставчици?

Фирми в сферата на хотелиерството и ресторантьорството – Специфични особености:

Силно вариращи капиталови изисквания.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Интензивна конкуренция.

В някои случаи предлагането е концентрирано в определени райони (курорти, вилни селища, центровете на по-големите селища).

Голямо значение има имиджът на фирмата.

От значението на имиджа произлиза значението на екстериора, интериора, качествено обслужване от персонала и локализацията.

Специфични въпроси:

Какъв правен тип фирма основавате/ръководите?

Вашата фирма самостоятелна ли е или е част от голяма верига?

Какъв асортимент от стоки и услуги предлагате, сравнете го с този на конкурентите Ви?

Кой е Вашият целеви пазар?

По какъв начин избраното от Вас разположение Ви помага да обслужвате по-добре целевия си пазар?

Каква е гъстотата от конкуренти фирми във Вашия район?

Какъв имидж преследвате?

Как смятате до го постигнете?

Сигурни ли сте, че всеки член на персонала Ви е наясно с имиджа, който целите, и работи за постигането му?

Сигурни ли сте, че екстериорът и интериорът Ви отговарят на имиджа, който преследвате?

Сигурни ли сте, че цените Ви подпомагат изграждането на този имидж?

За какъв брой конкурентите Ви може да се каже, че приличат на Вас?

Имате ли сключени предварителни договори за натоварване на капацитета Ви?

Дейността Ви отличава ли се със сезонност и какви мерки предприемате, за да оползотворите свободния си капацитет през неактивния период?

Фирми в сферата на производството – Специфични особености:

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



Относително най-високи капиталови изисквания. Интензивността на конкуренцията варира чувствително за различните отрасли. Процесите често се отличават с висока сложност и изискват специализирани умения. Значение има близостта до основните пазари или основните суровини.

Специфични въпроси:

Каква е Вашата формула на успеха – производство на „всичко за всеки“, обслужване на тесни нужди, най-ниски цени, най-високо качество?

Познавате ли добре нуждите на потребителите си и промените в тях? Как ще прогнозируете измененията в техните желания и характеристики?

Притежават ли Вашите продукти някаква специфична черта, която да мотивира част от пазара да ги предпочита?

Как бихте описали представата на потребителите за Вашите продукти?

Как ще мотивирате избора си на канал за разпределение?

Как ще мотивират избора си на производствен процес?

Как смятате да доставите необходимите Ви техника и технологии?

Може ли да осигурите поне три оферти за доставка?

Как ще осигурите бъдещето оцеляване и растеж на фирмата Ви – усъвършенстване на сегашните продукти, навлизане на нови пазари, съюзяване с други фирми, диверсификация?

Фирми в сферата на услугите – Специфични особености:

Сравнително ниски капиталови изисквания (не и за банки, застрахователни дружества).

Продава се невеществен продукт.

Персонализация на обслужването.

Мястото на производството почти винаги съвпада с мястото на потреблението.

Управлението на качеството на предоставяне на услугата е трудно и сложно.

Решаващото значение за успеха има човешкият фактор в организацията.

Важно е също и вещественото обкръжение на предоставяната услуга.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие

Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Специфични въпроси:

Предполага ли Вашето разположение близост до целевия Ви пазар?

Притежавате ли ясна представа за това, кои са Вашите потребители и какви са техните потребности?

Каква е бизнес-философията Ви- предоставяте услугата на клиента в изискания от него вид или по начин, считан от Вас за най-добър?

Имате ли ясно политика по отношение обслужването на отделните клиенти?

Имате ли разработена политика относно нужното внимание и обслужването, което трябва да се предоставя за различните групи клиенти?

Запознати ли са Вашите служители с тази политика, следите ли за спазването ѝ от тяхна страна?

Каква е стратегията Ви за подбор на персонала и можете ли чрез нея да постигнете кадрово осигуряване в дългосрочен аспект?

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.

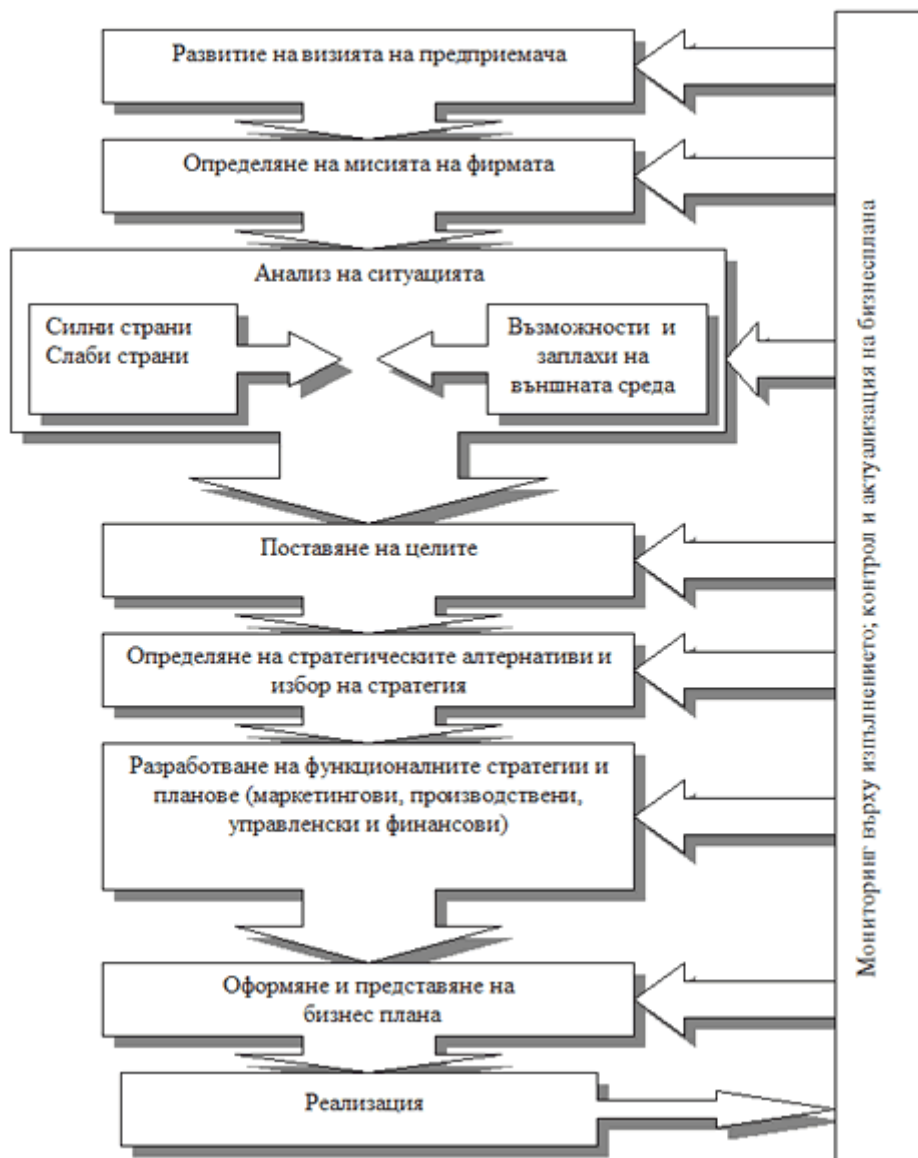


ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Мониторинг върху изпълнението на Бизнес -План



Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



Стратегия за правене на бизнес



Двете най-важни решения, които трябва да направи професионалният продавач когато изгражда своята стратегия по продажбите, са да определи:

-на кого продава,

-и как продава.

Нека се концентрираме днес върху това- на кого продаваме.

Моделът „4 ОКЕАНА на възможности“ е една реална възможност за по- високи доходи. Този модел е насочен към създаване на среда от клиенти в 4 възможни области, така че да бъдат приоритизирани времето и усилията към всеки възможен клиент, и управлението на клиентите да е по- ефективно.

Всяка от тези 4 области/групи от клиенти има своите ограничения и възможности за приходи и печалба. Когато познаваш в подробности тези клиенти, ще можеш по- ефективно да анализираш своя списък от клиенти и какво купуват. Ще можеш да си създаваш по- качествени възможности и резултати в продажбите. Ще ти помогне да взимаш правилните решения днес и да управляваш резултатите си от продажбите в бъдеще.

4-те ОКЕАНА на възможности могат да бъдат представени графично с помощта на 2 оси- хоризонтална и вертикална. По **ХОРИЗОНТАЛНАТА** ос ще се отчитат **ПОТРЕБНОСТИТЕ** на клиентите, а по **ВЕРТИКАЛНАТА** ще се отчита **СЛОЖНОСТТА** на решенията, които получават клиентите.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от "Бизнес инкубатор – Бургас" и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще

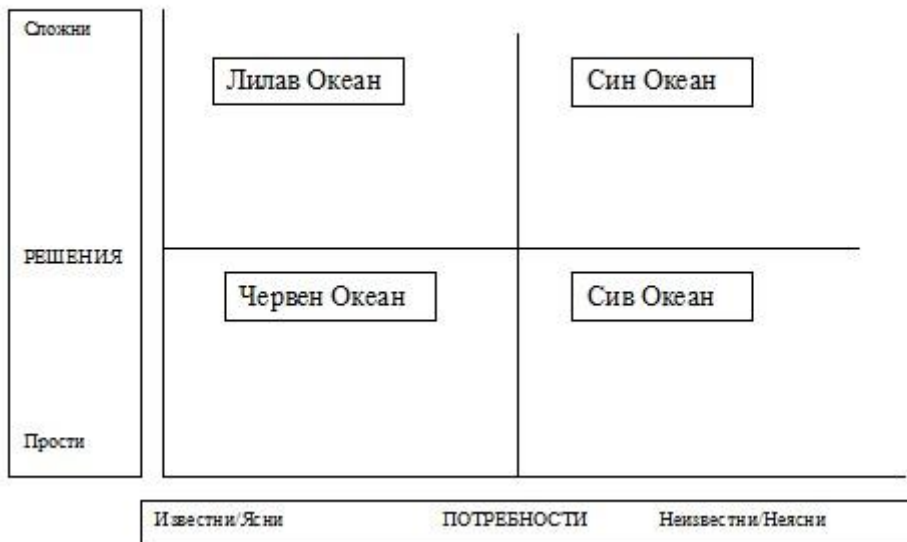


НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Разпределение на клиентите/пазарите



ПОТРЕБНОСТИТЕ може да се определят като:

- известни/ясни, изучени, познати, разкрити;
- неизвестни/неясни, неизучени, непознати, неразкрити все още.

СЛОЖНОСТТА на решенията за клиентите може да се определят като:

- решения с ниска сложност (прости)
- решения с висока сложност (сложни)

И така получаващите се 4 квадрата може да се определят като:

- Червен океан;
- Сив океан;
- Лилав Океан;
- Син океан.

Използването на модела на 4-те Океана е важна стъпка напред към използването на твоя пълен потенциал като продавач. В края на всеки работен ден се опитай да си отговориш на въпроса: В кой квадрат изразходвах най- много от моето време и какво влияние има това върху моите резултати за този ден. Какво трябва да променя, за да имам пълна полза от особеностите на моите клиенти.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от „Бизнес инкубатор – Бургас” и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.