## XVI КОНКУРС ЗА

## НАЙ-ДОБЪР МЛАД ПРЕДПРИЕМАЧ НА ГР. ПЛОВДИВ

**НАСОКИ ЗА КАНДИДАТСТВАНЕ**

**Цел** на насоките за кандидатстване в XVI конкурс „Най-добър млад предприемач на гр. Пловдив“, е подпомагане формулирането на основните бизнес дейности, които трябва да залегнат във всеки бизнес план. Кандидатите могат да следват формата на настоящите насоки за работа или да се ръководят от свой, като накрая представят изцяло оригинален и завършен бизнес-план.

Бизнес планът представлява кратко и изчерпателно резюме, представящо Вашия бизнес. Той разкрива сегашното състояние на бизнеса Ви, бъдещите Ви цели и как възнамерявате да ги постигнете. Плановете се различават според вида на бизнеса.

**В**секи предприемач има нужда от реалистичен бизнес план. Това е и документът, който дава насоките за развитие на плана, както и неговото реализиране. Бизнес планът е важен поради следните причини:

**П**ърво, създаването на бизнес план дисциплинира предприемача. Бизнес планът формулира философията на фирмата и насоките, в които тя ще се развива. Той изисква от предприемача да преосмисли и да направи оценка за дългосрочните планове и перспективи на фирмата. Бизнес планът включва и необходимостта от подробно планиране на всяка стъпка в бизнеса и готовност за разрешаване на проблемите, които могат да възникнат на всеки етап от дейността й. Когато фирмата започне да функционира, бизнес планът помага на ръководството да фокусира вниманието си върху основните цели на фирмата в иначе натовареното с текущи проблеми ежедневието.

**В**торо, бизнес планът има за цел да убеди заинтересованите лица да инвестират в предложения бизнес. Бизнес планът е документът, който представя готовият проект. В списъка на инвеститорите влизат:

* Вие (решени ли сте да инвестирате времето, усилията и ресурсите си);
* Доставчици, от които може да се поиска кредит на базата на предварително подготвени и описани финансови разчети;
* Местни банки или чуждестранни инвеститори.

Определящите критерии за това кой бизнес план е добър са: начинът на представяне (добре написан, добре подреден, илюстриран (ако е необходимо), добре представен пред журито), както и колко добре е обмислен бизнес плана и колко задълбочени са проучванията, свързани с него. Критерии за оценка ще бъдат още реализъм на поставените цели (осъществимост на проекта на практика), полза за Община Пловдив (разкриване на нови работни места в града, степен на обществена значимост, покриване на свободна пазарна ниша, принос в общинския бюджет, възможност за ПЧП /публично-частно партньорство/, предимство на продукта/услугата, пазарен дял, иновативност - изцяло нов продукт, обновен или вече съществуващ, полезност на продукта за обществото, стратегия на продажбите - дистрибуторска мрежа и реклама, ценова политика, използване на нови и интернет технологии, управленски екип - умения и квалификация на управленския екип, свързани с дейността на фирмата, финансова информация - осигурено съфинансиране, степен на възвръщаемост на инвестицията, реалистичност на приходите и разходите, оценка на рисковете, обективна оценка на пазара, метод за справяне с рисковете.

**ОСНОВНИ ПАРАМЕТРИ НА БИЗНЕС ПЛАНА**

**ПРОДУКТИ, ПАЗАРИ И КОНКУРЕНЦИЯ -** Няма убедителен бизнес план без реалистична оценка на продукта, който се изработва, пазара, към който е насочен той и конкуренцията, която ще влияе на потреблението.

1. **Опишете в детайли продукта или услугата, които смятате да развивате и реализирате.**
* *Бизнес планът трябва да разглежда една идея, а не няколко различни бизнеса едновременно.*

*Трябва да се опише достатъчно подробно за какъв бизнес става въпрос и какви са неговите характерни и отличителни черти.*

1. **Кои са Вашите бъдещи потребители (целева група)?**
* *Опишете подробно на кого смятате да продавате стоката или услугата. Не всеки е Ваш потенциален клиент. Може да се направи проучване на потенциалните клиенти по възраст, пол, семейно положение, доход, местоживеене, професия и т.н.*

***Например****, ако произвеждате мляко, Вие не го продавате из цялата страна, а например във Вашия град или окръг. Или, Мерцедес търсят своите клиенти сред хората с висок доход, а Митцубиши – сред хората със среден доход.*

1. **Какво използват в момента Вашите клиенти?**
* *Опишете кои са Вашите директни конкуренти – тези, които предлагат същия продукт или услуга като Вашия, и кои са Вашите индиректни конкуренти – тези, които предлагат заместители на Вашия продукт или услуга. Всички продукти имат заместители. Опитайте се да ги идентифицирате и вземете под внимание в анализа си.*

***Например****, ако продавате касетофони, ваши конкуренти са не само тези, които също продават касетофони, но и тези които продават компакт диск плейъри.*

1. **Опишете предимството на Вашия продукт/услуга спрямо конкуренцията и спрямо това, което клиентите използват в момента** (например: цена, качество, разнообразие, наличност на пазара)? Това се нарича 'сравнително предимство', и е концепция, която трябва да се преразглежда много редовно.
* *Много често хората казват, че ще предложат най-доброто качество на най-ниска цена. Това в повечето случаи е невъзможно. Продуктът трябва да се разглежда като комбинация от качество, цена, допълнителни услуги, и специфична стойност за потребителя. Поради това цената или качеството сами по себе си не са най-важните конкурентни предимства. От значение са всички характеристики на продукта.*
1. **Какъв е размерът на пазара за продукта сега и в бъдеще (3-5 години)? Кои са ключовите елементи, които могат да се променят в пазара (например навлизане на прекалено много конкуренти на пазара)?**
* *Опитайте се да определите пазарния дял, който има или ще има Вашият продукт. Добре ще е, ако можете да определите какъв е потенциала и какви са тенденциите на пазара – в единици продукт и/или в общ размер на продажбите.*
1. **Представете преглед на пазара.** Кои са Вашите конкуренти и какви са техните характерни особености - силни и слаби страни на продукта, стратегия за разпространение, най-общо подхода им към пазара (например ценообразуване, целеви групи) и др.?
* *Такъв анализ на конкурентите Ви дава възможност по най-добрия начин да изградите Вашата стратегия за пазара и по какъв начин бихте могли да се възползвате от слабостите на конкурентите си.*
1. **Какви специфични закони, разрешителни, или лицензи регулират и са необходими за Вашия бизнес? С кои разрешителни вече разполагате? Каква е процедурата (включително и времетраенето) за получаване на останалите?**
* ***Например****, почти за всички производства свързани с хранително-вкусовата промишленост се изискват определени разрешителни и лицензи. За износ в ЕС и/или САЩ също са необходими съответните разрешения и/или сертификати.*

**СТРАТЕГИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ -** Тази част описва как точно продуктът ще бъде продаван, т.е. как ще стигне до крайния потребител.

1. **В тази част трябва да бъде описан начинът на информиране на потенциалните клиенти за Вашия продукт/услуга (реклама, промоция)?**
* *Важно е да определите коя е Вашата целева група. Помислете кой е най-ефективния начин да я достигнете. Опитайте се да идентифицирате предпочитанията и нуждите на клиентите си и как бихте могли да ги убедите, че точно Вашият продукт ще ги удовлетвори.*

1. **Какви канали за дистрибуция смятате да използвате?** (например собствена търговска мрежа, търговци на едро, продавачи на дребно) Защо това според Вас е правилният канал за дистрибуция на продукта?
* Вие трябва да установите кой е най–добрия начин продуктът да достигне до клиентите и да обосновете причините. Как ще координирате системата за дистрибуция и как ще стимулирате различните участници в нея?
1. **Ако продавате продукта директно от фирмата, опишете броя и квалификацията на търговския персонал.**
* *Защо избрахте този начин на разпространение?*
1. **Как ще се формира ценообразуването на продукта? Защо това е най-добрата цена, имайки предвид качество, себестойност, значимост за клиентите, конкуренцията и др.**
* Стратегията по ценообразуването трябва да е съгласувана с пазара и с цялостната стратегия на фирмата. Трябва да се опитате да определите такава цена за продукта Ви, която заедно с планираните продажби да доведе до оптимизиране на печалбата. Вземете предвид и цените на конкуренцията.

**ПРОИЗВОДСТВО** - Описанието на продукта и процеса на производство на една фирма е по-скоро въпрос на действие, отколкото на писмено представяне. Колкото по-напреднал е продуктът в процеса на разработване и колкото по-конкретна е ситуацията, толкова по-убедителен е бизнес планът. Тук трябва да опишете по-скоро какво вече е станало, отколкото какво се очаква да се случи.

1. **На какъв етап на развитие е продуктът: само идея, прототип, който се нуждае от още инженерингова работа, готов продукт, който още не е пазарно представен, или готов продукт, който вече е достигнал до своите потребители. Какво още остава да се направи?**
* За да заинтригувате инвеститори трябва да предоставите повече подробности, ако продуктът е в ранен етап на разработка. Така ще постигнете по–голяма правдоподобност.
1. **Каква част от продукта произвеждате Вие самите и каква част се дава на подизпълнители?**
* *В случай, че имате подизпълнители, определете до колко надеждни са те. Трябва да определите как да постигнете максимален баланс между зависимост от подизпълнители и наличен капитал.*
1. **Кои са ключовите суровини, които използвате? Кои от тях се намират трудно, как смятате да ги набавяте? Кои от материалите са сезонни?**
* *До каква степен бизнесът Ви зависи от снабдителите? По какъв начин и според какви критерии ги избирате? Също така от съществено значение е правилното планиране на необходимите оборотни средства в периода на закупуване на суровини при сезонен бизнес за цялата следваща година.*

###### ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИИ

1. **В цял свят, Интернет има огромно влияние върху начина на управление и реализиране на бизнеса. Как виждате използването сега или в бъдеще на възможностите, предлагани от Интернет във Вашия бизнес, и какво влияние би имал той върху развитието на Вашия бизнес?**

**УПРАВЛЕНСКИ ЕКИП** - Най-решаващият фактор за успеха на Вашия бизнес, е да имате предани на фирмата мениджъри. Един бизнес се управлява от екип. Той може да включва генерален директор/управител, директор продажби, директор финанси и счетоводство, директор производство и т.н. Участниците в екипа трябва да имат умения, които по-скоро взаимно се допълват, отколкото да са сходни.

1. **Кои ще бъдат управителите? Какъв опит и умения очаквате те да притежават? Какви други дейности управляват едновременно с това?**
* Това е една важна част от Вашето изложение. Основни положителни черти на членовете на екипа Ви са: възможност за бързо и адекватно реагиране, способност за работа под напрежение, гъвкавост, изявени личностни качества, желание за развитие, изпълнение на ежедневните задачи, следване на стратегически важните за фирмата цели.
* *Опишете каква ще бъде ролята на всеки в екипа. Може да включите и автобиографии на всеки един от тях.*

**ФИНАНСОВА ИНФОРМАЦИЯ** - Бизнес планът трябва да представя финансови прогнози за три години напред. Планираните цифри трябва да са колкото се може по-точни и реалистични. Една от основните причини за фалита на фирми е недостигът на средства. Предприемачите започват и оперират бизнес без наличност на достатъчно капитал .

Направете прогнозни проекти поне за три години напред.

1. **Какви средства са Ви необходими, за да започнете бизнеса?**
2. **Какви средства са Ви необходими, за да продължи да работи фирмата Ви?**
3. **За какво ще се използват средствата?**
4. **Колко Ваши собствени средства или друг вид ресурси сте вложили в бизнеса?**
* Колкото повече пари имате вложени, толкова повече инвеститорите ще са склонни да инвестират във Вашия бизнес.
1. Накратко опишете колко предполагате, че ще Ви струва започването на бизнеса в Таблица (1) по-долу:

**Таблица (1)**

**Предполагаем начален капитал**

##### Обновление/ремонт \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оборудване \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Инсталиране на оборудването \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Услуги, консумативи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Първоначални разходи за материали \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Правни, консултантски и други такси \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Лицензи и разрешителни \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Телефон и депозити за други битови услуги \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Осигуровки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Първоначална реклама \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Непредвидени разходи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

#### Общо първоначален капитал \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

От момента, в който отворите вратата на Вашата фирма за осъществяване на дейността, може да постъпят известно количество приходи. Тези средства обаче не винаги са достатъчни за покриване на разходите в началото на съществуването на бизнеса. Затова, ще трябва да имате достатъчно средства да покриете разходите поне за първите три месеца от започване на бизнеса. Таблица (2) ще Ви помогне да проектирате оборотните си месечни разходи.

**Таблица (2)**

**Разходи за един месец**

Вашето собствено възнаграждение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заплати/допълнителни разходи за служителите \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Суровини и материали за производство \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наем \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Реклама \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Консумативи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Битови разходи (ток, вода, отопление) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Осигуровка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Данъци \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поддръжка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Доставка / транспорти \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Други \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

#### Общо разходи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Като умножите сумата от Таблица (2) по три, ще получите колко пари са Ви необходими за оборотни средства за три месеца. Като прибавите общата сума на първоначален капитал (Таблица 1) към общите разходи за три месеца (общата сума от Таблица 2, умножена по 3), ще разберете колко средства са Ви необходими за започване и за тримесечна дейност на Вашата фирма. Като извадите сбора от сумите от Таблици (1) и (2) от наличните пари, които имате, можете да определите сумата на допълнително финансиране, което Ви е необходимо.

**Приблизителна прогноза на паричния поток**

Основният източник на приходи във Вашия бизнес ще бъде от продажби, но те ще варират от месец на месец, по сезонни причини и други фактори. Важно е да се установи дали месечните Ви продажби ще донесат достатъчен приход за плащане на всички месечни разходи. Използвайте Таблица (3) да си направите балансова таблица, която ще Ви помага да изчислявате паричните потоци за първите 6 месеца дейност.

**Таблица (3)**

**Приблизителна прогноза на паричния поток**

# Месец

 1 2 3 4 5 6

1. Пари в банка

(първо число от месеца) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Пари в каса \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Общо пари

(първо число от месеца) = 1+2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Очаквани парични приходи от

продажби \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Общи постъпления = 3+4 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Разплащания за месеца \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7. Паричен баланс

(края на месеца) = 5-6 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**КЛЮЧОВИ РИСКОВЕ** - Всеки проект има рискове. Един от най-добрите начини да се предпазим от това те да навредят на бизнеса ни, е да ги идентифицираме предварително и да направим планове как да се справим с тях.

1. Кои са ключовите рискове (производствени или технически, финансови, свързани с конкуренцията, и др.)? Как ще се справяте с тях?
* *Колко зависим е бизнес планът Ви към фактори и предпоставки, независещи от Вас самите, като например: инфлация, колебания във валутния курс, цялостно икономическо състояние и т.н. Подробното разглеждане на този въпрос ще добави правдоподобност на бизнес плана.*

*Изложете възможните рискове във всички аспекти на Вашия бизнес. Как планирате да ги избегнете?*

*Спрете се на двата вида риск:*

 *- Външни рискове (инфлация, колебания във валутния курс, пазарното търсене на Вашия продукт и др.) – т.е. тези рискове, които е невъзможно да бъдат избегнати.*

*- Вътрешни рискове (свързани с дейността и управлението на фирмата) възможно е да бъдат избегнати с ясно краткотрайно и дълготрайно планиране.*

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ** – Дайте Вашата оценка по следните въпроси:

* Защо смятате, че проекта Ви е приложим на практика?
* Каква е ползата в регионален и национален мащаб от реализирането на Вашия проект?