

Модул 5

Допълнение:

Разработване на бизнес план, бизнес модел Канава, стратегически форми

Урок 1



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Резултати от обучението

В края на този модул Вие ще можете да:

- подгответе идея за социален мбизнес план по традиционен начин или по модела Канава (Canvas)
- направите начален анализ на пазара, като анализирате потенциалните клиенти и конкуренти



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Какво е бизнес план?

Бизнес планът (БП) е документ, структуриран по точен начин, който обобщава съдържанието и аспектите на предприемаческия проект. Крайната му цел е да разбере дали бизнес идеята е осъществима или не, ако е, как може да се осъществи, с какви ресурси и по кое време



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

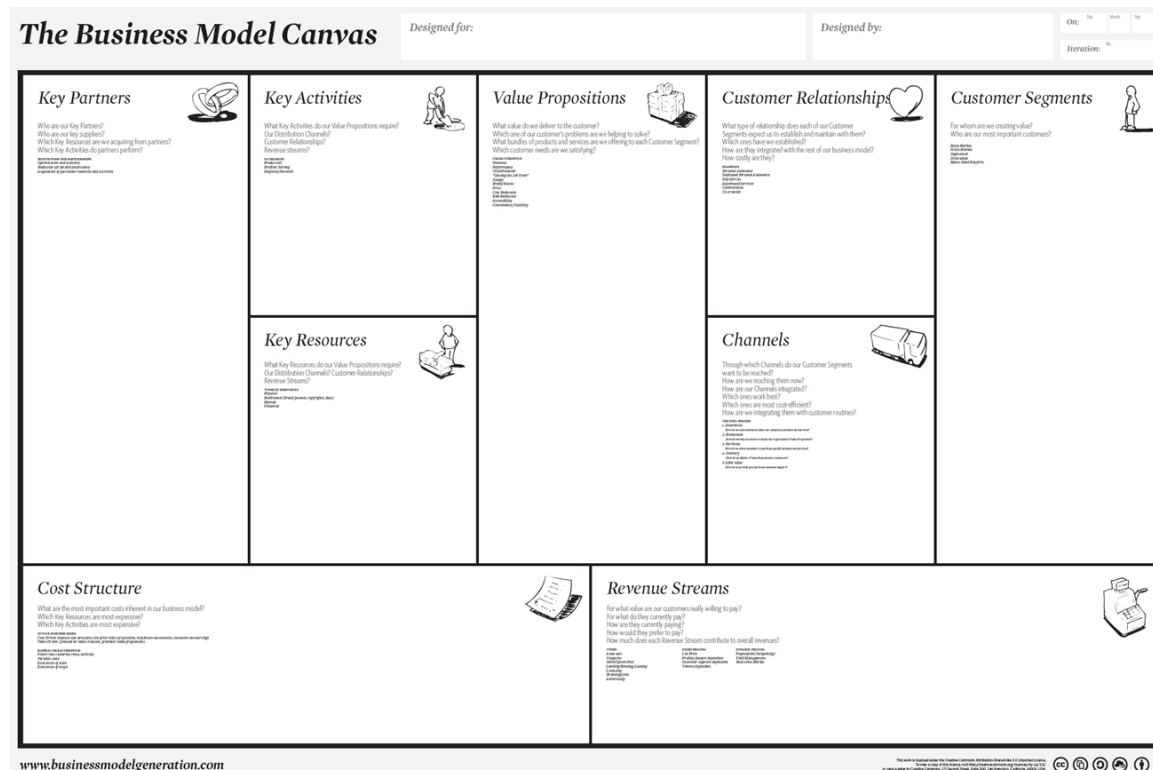
S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Колко модела на бизнес планове съществуват?

1. Бизнес модел Канава (Canvas) е стратегически инструмент, който визуално помага да се създаде и опише всеки бизнес план. Използвайки тази визуална диаграма, която е разделена на 9 тематични блока - представляващи 9-те основни елемента на компанията - моделът ви позволява визуално да представяте как бизнесът създава, разпространява и задържа стойност..



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Колко модела на бизнес планове съществуват?

2. Бизнес планът (традиционният) е по-сложен и добре структуриран документ; той показва какво, колко време и пари са необходими, за да се приложи бизнес модела.

В този смисъл, чрез таблиците на икономическото отчитане, баланса и финансовия отчет, идеите, стратегията и интуицията, БП представя качествено и количествено всички предположения, разработени по време на създаването на собствен бизнес модел. Първият документ, който трябва да бъде проектиран, е бизнес модел **Канава** и едва след това можете да продължите с изработването на бизнес плана.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Кой изготвя бизнес плана?

Обикновено бизнес плана на социална стартираща фирма предоставя значителна информация за предприемаческата идея, която трябва да се реализира.

Бизнес планът се използва и от съществуващи социални предприятия за: 1. управление и ръководене на собствен бизнес; 2. справяне с промените, които се случват на пазара; 3. да се възползват от възникващи нови възможности.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S U Y S E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

..... И за кого?

Бенефициентите на бизнес плана биха могли да бъдат различни субекти. На първо място, БП е подготвен за тези, които могат да финансират / подкрепят стартираща или съществуваща компания като банки, рисков капитал, консорциуми за гарантиране, бизнес ангели, последователи на определен проект със социални цели и т.н.

В допълнение, БП може да бъде разработен, за да убеди компания, оперираща в същия сектор като Вашата стартираща фирма, да създаде съвместно предприятие или да участва в съревнование между различни стартиращи фирми, където наградата е финансова подкрепа. Не на последно място, БП има за цел да помогне на социалния предприемач да управлява по-ефективно и съзнателно своя социален бизнес.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Как е разделен БП?

БП се състои от три основни части: 1.

Бизнес концепцията, представена в бизнес структурата, продукта / услугата, които трябва да се реализират и как се очаква да бъде постигната (набор от цели); 2. Разделът е свързан с анализа на пазара, който включва и анализира потенциалните клиенти - кои и къде са, колко са и друга полезна информация относно начина им на живот, очакванията и т.н.? Този раздел описва и конкуренцията и как да се позиционираме, като отчетем съществуването и; 3. Разделът е свързан с маркетинговия план, SWOT анализа, описанието на екипа на проектите и финансовия отчет, съдържащ отчета за приходите и разходите (финансов анализ на разходите / приходите, както и Точка на равновесие);



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

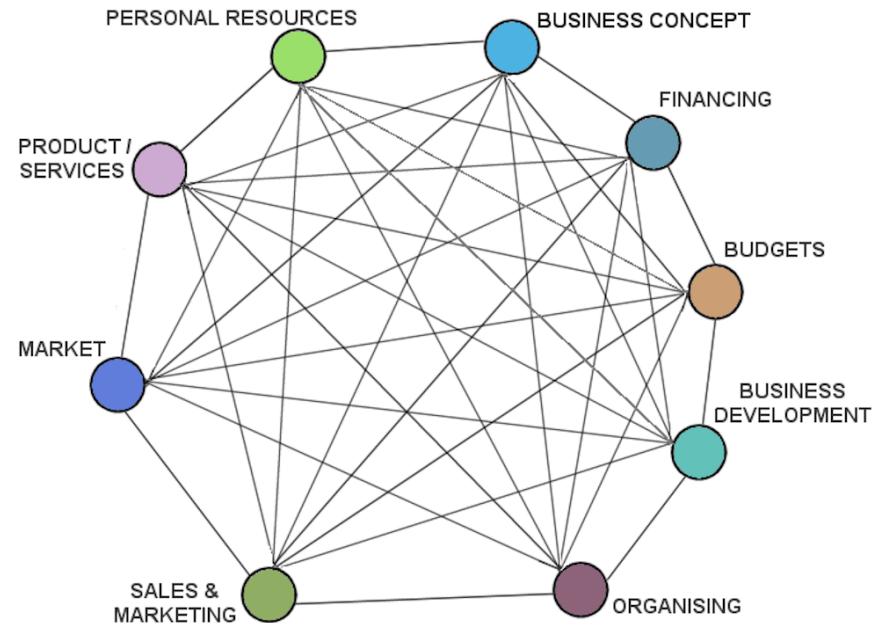
S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

БП е разделен на 9 секции:

1. Обобщение на предприемаческата идея
2. Мисия
3. Описание на предлаганата услуга / продукт
4. Пазарна цел (клиенти)
5. Конкурентен анализ (конкуренти на пазара)
6. Маркетингов план
7. SWOT анализ
8. Екип
9. Икономически и финансов анализ



1. Резюме на бизнес идея

Обобщението на БП представя накратко проекта, който ще се реализира. БП е "визитната картичка", която трябва да стимулира, в онези, които я четат, желанието да искат да узнаят повече. Краткото описание трябва да бъде **синтезирано**, но в същото време **ясно** и **пълно**.

Важно е да споменем, че БП не е насочен единствено към експерти, но и към хора, които не са пряко ангажирани, а са част от предприемаческата инициатива по различни начини.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

2. Мисия

Сърцето на всеки БП е представено в този раздел. По-конкретно, той е посветен на общото описание на предприятието и описва основните му характеристики. Като се започне от мисията, описание на краткосрочните, средносрочните и дългосрочните цели до вида на фирмата (промишлени, социални, услуги), дата на създаване, правна форма, инвеститори, администратори и организационна схема. И накрая, трябва да се уточни какво ще се предлага и каква степен на развитие е постигната досега. Наборът от цели трябва да бъде реалистичен, постижим и в същото време да може да привлече вниманието на потенциални инвеститори. В допълнение, в случая на социално предприятие, крайната цел ще бъде производството и обмяната на стоки/услуги със социална полза.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

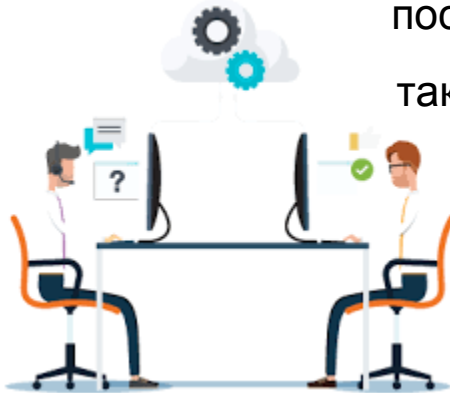
S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

3. Описание на предлаганите продукти

Необходимо е да се уточни дали продуктите/услугите вече съществуват и се предлагат на пазара, готови ли са за пускане на пазара (с посочване на датата на пускане) или са в процес на разработване (посочва се срокът за пускане на пазара). Освен това ще трябва да посочите специфичните характеристики на продукта (марка, патент, ако се очаква) или потенциалните източници на конкурентно предимство. Също така е полезно да посочите какво ви позволява да влезете на консолидиран пазар (ако такъв е пазарът, към който се насочвате). Важно е да се подчертаят характеристиките, които отличават продуктите Ви в сравнение с предлаганите от конкурентите. За да направите това, трябва да познавате фирмите, които вече са на пазара, и да анализирате как работят, за да можете да предложите нови продукти, по-привлекателни за потенциалния клиент. На този етап е добре да покажете, че сте експерт в тази област.



4. Анализ на пазара – цел (целеви пазар)

Този раздел отговаря на следните въпроси: **Къде искаме да работим? Какви са характеристиките на пазара, в който влизаме? Кой са нашите клиенти?** Анализът на пазара е от основно значение, за да разберем как онези, които вземат решения, могат да стимулират желанието на потенциални клиенти да купуват. Често едно от препятствията по време на изготвянето на БП е трудния достъп до специфични пазарни данни или дори липсата на точни и сигурни данни за това какво избират потенциалните клиенти?

За да се идентифицира ЦЕЛТА НА КЛИЕНТИТЕ, е подходящо да се изберат критерии за сегментиране, които да ни помогнат да идентифицираме клиента по отношение на възраст, пол, навици и поведение при покупка и т.н. Изборът на критериите за сегментиране зависи от вида на предлагания продукт..



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

5. Конкуренстен анализ на специфичен пазар

Този раздел отговаря на следните въпроси: **Кои са нашите конкуренти на пазара, в който искаме да навлезем?** Задачата на анализа на конкуренцията е съществен елемент от бизнес стратегията. След като определите пазара, на който възнамерявате да работите, трябва внимателно да идентифицирате онези фирми, които се специализират в продажбата на едни и същи продукти; след събиране на възможно най-много информация за конкурентите, анализирайте какво може да се направи чрез пренареждане, обработване и сканиране на всички данни, събрани по различни канали: Уеб; социални мрежи и др.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Този проект е финансиран от Европейския съюз чрез програма Erasmus+ KA2 Strategic Partnerships



"This document reflects the views only of the authors, and the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship