



B- LAND

Насърчаване и укрепване на уменията за развитие на бизнеса в селските райони

Модул 1

Общи знания за стартиране на бизнес

Разработено от ИнноХъб, Валенсия, Испания



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Съдържание на модула:

- **Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони**
 - Какво е бизнес?
 - Бизнес среда в селските райони
 - Най-често срещаните условия за бизнес в селските райони
- **Урок 2: Стратирание на бизнес в селските райони - подготвителни дейности**
 - Значението на мотивацията за откриване на бизнес
 - Първи въпроси преди започване на бизнес
- **Урок 3: Стратирание на бизнес в селските райони - Бизнес модели**
 - Използване и значение на бизнес модел
 - Дизайн на бизнес модела
- **Урок 4: Разработване на бизнес план**
 - Разлики с бизнес модел
 - Структура на бизнес план



Обучителни резултати

Ниво съгласно Компетентностната рамка (IP1): основно

При приключване на модула, Вие ще придобиете умения за:

- ✓ Да разбират концепцията за бизнес
- ✓ Да разбират най-взискателния бизнес в селски район
- ✓ Да разбират стъпките за стартиране на бизнес
 - ✓ Подготвителни въпроси
 - ✓ Разработване на бизнес модел
 - ✓ Разработване на бизнес план
- ✓ Да осъзнават значението на мотивацията при стартиране на бизнес



Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони

Какво е бизнес? Дефиниция на бизнес

Стивънсън определя бизнеса като „редовното производство или покупка и продажба на стоки, предприети с цел печалба и придобиване на богатство чрез задоволяване на човешките нужди“.

Според Дикси, бизнесът се отнася до форма на дейност, провеждана с цел печалба или изгода за тези, от чието име се извършва дейността.

Люис Хенри дефинира бизнеса като „човешка дейност, насочена към производство или придобиване на богатство чрез покупка и продажба на стоки“.

И така, терминът бизнес означава производството и разпространението на стоки и услуги на непрекъснатата основа, с цел печалба при несигурни пазарни условия.

Бизнесът еволюира с течение на времето и се модернизира с навлизането на нови технологии. Бизнеси могат да бъдат стартирани във всяка област, както в градовете, така и в селските райони, а още повече сега със социалните мрежи и интернет, инструменти, които позволяват на нашите продукти и услуги да достигнат навсякъде по света.



Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони





Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони

Цел на бизнеса

Основната цел на бизнеса е печалба. Ако една организация има сходни характеристики, но не се стреми да печели от тях, това не е бизнес. Например НПО не се считат за бизнес, защото извършват дейности, които не генерират печалба.

Средството за реализиране на печалба в даден бизнес е да се генерира някаква добавена стойност или принадлежна стойност. Така, например, в случай на търговия, бизнесът е препродажба на стоки. Добавената стойност от търговеца е неговото посредничество, т.е. действа като канал за комуникация между купувачи и производители. Търговецът таксува тази добавена стойност, като добавя марж между себестойността и продажната цена на продуктите.

Бизнесът се създава, защото хората имат нужди и тези, които знаят как да ги разпознаят, могат да ги превърнат в дейност, която генерира пари. След това се търсят средствата, за да могат да се предлагат тези стоки или услуги по печеливш начин.

За да работи един бизнес, е от съществено значение да има възможност, ресурси за стартиране на дейността и работата и креативността на учредителите.



Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони

Видове бизнес

Бизнесите могат да бъдат различни видове:

- **Национални или международни:** Бизнесът може да развива дейността си в границите на една държава (национални) или да разшири дейността си в няколко държави (международни).
- **Физически или онлайн:** Бизнесът включва не само продажби на място във физически обекти, но и онлайн транзакции и обмен. Има дори услуги като дистанционно обучение, които могат да се предложат на клиента без почти никаква собствена инфраструктура.
- **Според икономическата дейност:** Бизнесът може да бъде групиран според икономическата дейност, която извършва. Като цяло се разглеждат три основни типа сектори или дейности:
 - **Първичен:** Това се отнася до добива на суровини. Така например имаме добив, риболов, скотовъдство и т.н.
 - **Вторичен:** Включва всички дейности, които превръщат суровините в стоки и услуги. Така например се произвеждат текстил, вино, храни и др.
 - **Третичен:** Включва дейности, свързани с услуги. Например търговци, транспорт, фризьорство и т.н..
- **Според правната форма:** Най-често срещаните са описани по-долу:
 - **Едноличен търговец:** Самостоятелен предприемач
 - **Еднолично дружество с ограничена отговорност:** Състои се от едникин партньор/собств, който имат дял в компанията.
 - **Дружество с ограничена отговорност:** Състои се от няколко партньора, които имат дял в компанията.



Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони

Бизнес среда в селските райони: Най-често срещаните бизнеси в селските райони

Териториалното обезлюдяване е социално и икономическо предизвикателство, пред което са изправени повечето европейски региони. Сред 19-те най-малко населени региона в Европа, според данните на Евростат, са региони, принадлежащи към четири испански автономни общности, страна, която сериозно страда от този проблем. Въпреки този проблем, мнозина инвестират в бизнес в селските райони.

ЕС също така осъзнава необходимостта от инвестиране в тези райони, поради което развитието на селските райони е „вторият стълб“ на Общата селскостопанска политика (ОСП), укрепвайки „първия стълб“ на подкрепата на доходите и пазарните мерки чрез подобряване на социалната, екологичната и икономическата устойчивост на селските райони.

Очевидно нуждите на селските райони не са същите като тези на градските райони, така че и бизнесът няма да е същият. Проблемите, пред които са изправени селските общности, са уникални и те се нуждаят от пазари, съобразени с проблемите, пред които са изправени.

МакЕлви и Смит (2014) дефинират селско предприятие, както следва: „Селско предприятие е предприятие, което има следните характеристики:

- Чието основно местоположение е в селска среда;
- Което наема хора в определен район за пътуване;
- Което допринася за брутната добавена стойност;
- В него работят хора в определен район за пътуване;
- Той допринася за брутната добавена стойност.



Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони

Бизнес среда в селските райони: Най-често срещаните бизнеси в селските райони

Статия на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (OECD) обсъжда специалните характеристики на създаването на предприятия в селските райони по света, които не се срещат в градските райони.

- **Първото е, че по-голямата част от растежа на икономики в селските райони идва от съществуващи фирми, а не от нови, особено в промишления сектор.** Това не означава, че новите фирми не могат да се развиват, а по-скоро, че съществуващите фирми са склонни да се създават. Това често се дължи на наличието на **по-висок процент семейни фирми в по-малките села**, по-добра конкуренция на местните пазари и това, което Illouz-Winicki и Paillard описват като „повече решителност, когато бизнесът изпитва затруднения, поради истинска или предполагаема липса на алтернативи“.
- **Друга характеристика е видът на дейностите, които извършват.** Фирмите за лични услуги (доставка на пропан, събиране на боклук и др.) са често срещани, поради постоянното търсене на тези услуги. Производствените предприятия са по-рядко срещани поради проблеми с транспорта и труда.



Урок 1: Въведение в бизнеса в селските райони

Най-често срещаните условия за бизнес в селските райони

Характеристиките на предприятия и бизнес средата в селските райони, съчетани с ограниченията, които имат, са:

1. Селско стопанство/поземлени предприятия и селски труд
2. Малки и микро-предприятия и по-малко ориентирани към растеж
3. Малък размер на местния пазар и конкуренция
4. Достъп до финансиране
5. Транспорт и комуникации
6. Наличност на помещения за бизнес
7. Неформалност и отношение
8. Липса на иновативност, лоши възможности за работа в мрежа и липса на технологии
9. Нормативната среда и лошото състояние на местните институции
10. Продукти с лошо качество
11. Липса на ролеви модели
12. Ограничени умения за управление на бизнеса
13. Достъп и осведоменост за бизнес подкрепа



1. Селско стопанство/поземлени предприятия и селски труд

Тъй като селското стопанство е основната икономическа дейност в селските райони, повечето предприятия са базирани в селското стопанство. Следва сектора за търговия на едро и дребно, който представлява 33% от всички предприятия. Това подчертава значението на селскостопанския сектор в икономиката в селските райони. Поради ниските нива на образование и липсата на местни центрове за обучение на пазара на труда в селските райони, предприятията често са изправени пред ограничение за достъп до квалифицирана работна ръка. Това ограничение се дължи и на ниските заплати, предлагани от повечето предприятия и миграцията на младото население. Тъй като работната сила е по-евтина, предприятията обикновено са по-трудоемки.

2. Малки и микро-предприятия и по-малко ориентирани към растеж

Селските предприятия са предимно микропредприятия, в които работят по-малко от 10 души. Ограниченият размер може отчасти да обясни защо се твърди, че такива предприятия имат трудности при достъпа до външна бизнес подкрепа, тъй като повечето финансисти се чувстват удобно да финансират по-големи предприятия с по-висока възвръщаемост на инвестициите. Поради ограничените характеристики на пазара в резултат на ниската гъстота на населението, селските фирми са по-малко ориентирани към растежа от градските фирми. Следователно селските предприятия са изправени пред ограничен растеж поради многобройните предизвикателства, пред които са изправени. Освен че са по-малко ориентирани към растежа, те също така вероятно ще бъдат по-малко печеливши поради същите причини и имат по-висок риск от закриване в сравнение с градските.

3. Малък размер на местния пазар и конкуренция

Селските предприятия имат ограничени пазари поради ниската гъстота на населението и ниските разполагаеми доходи, които характеризират селското население и сезонността на тези доходи. Това води до ниско съвкупно търсене и намалени печалби за селското предприятие. Поради това има призови за подпомагане на селските предприятия да подобрят достъпа до пазарна информация и достъпа до пазара като цяло. Поради ограничен пазар, конкуренцията се превръща във важен проблем в селските райони. Това идва под формата на големи градски предприятия, обслужващи селския пазар, и други селски предприятия, които в повечето случаи продават едни и същи видове продукти в същия район, т.е. липса на диференциация. Конкурентоспособността на тези селски предприятия е компрометирана и от редица други фактори като липса на финансиране и достъп до технологии.



4. Достъп до финансиране

Установено е, че това е сериозен проблем поради липсата на обезпечение, което характеризира повечето селски предприятия, тъй като повечето селски активи не са допустими като обезпечение заради липса на нотариални актове. Освен това е най-вероятно инвеститорите да бъдат привлечени от развиващи се и печеливши бизнеси, но селските предприятия пропускат подобни инвестиционни възможности.

5. Транспорт и комуникации

Поради отдалечеността на селските райони и ниска гъстота на населението, транспортът се превръща в друга пречка за фирмите, разположени в селските райони. Разстоянията, които трябва да се изминат, за да се направят поръчки или пътуване до месторабота, са значително по-дълги в сравнение с градския бизнес, което води до по-високи разходи за пътуване и доставка. Лошото състояние на инфраструктурата допълнително засилва транспортния проблем. Освен това комуникационната инфраструктура в селските райони също не е добре развита в сравнение с градските райони, което се превръща в бариера за развитието на селските предприятия.

6. Наличност на помещения за бизнес

Липсата на подходящи помещения също ограничава потенциала за растеж на предприятието, тъй като за всички останали в района също е налице липса на пространство за разширяване. От друга страна, въпреки ограничената наличност на помещения, други проучвания, особено от западния свят, показват, че те (помещенията) са по-евтини в селските райони, отколкото в градските райони. Освен това, от тези селски предприятия, които оперират със собствени бизнес помещения, в Североизточна Англия (Atterton and Affleck, 2009) е установено, че 60% притежават оперативните си помещения, което предполага, че може би за предприятията в селските райони е малко по-лесно да притежават бизнес помещения, отколкото за тези, опериращи в градска среда.



7. Неформалност

Това е ограничение, характерно не само за селските предприятия, но дори и за техните градски колеги, но е по-изразено за селския сектор, където е установено, че повече от половината от предприятията са в неформалния сектор на икономиката. Въпреки че операторите може да разглеждат неформалността като предимство, тъй като им позволява да избягват законови задължения като плащане на данъци, има други недостатъци, които пречат на растежа на предприятията, като невъзможността за достъп до официална бизнес подкрепа, финансиране от финансови институции, оборудване и ресурси. По този начин има цена, която трябва да се плати за неформалността, въпреки че за бизнес операторите изглежда, че има повече полза от техния неформален статут.

8. Липса на иновативност, ограничени възможности за работа в мрежа и липса на технологии

Липсата на адекватна технология и работно пространство оказва влияние върху иновативността на селските предприятия. Липсата на технически умения, която е характерна за повечето селски бизнес оператори и техните работници, също се отразява на нивото на иновациите, демонстрирано от тези предприятия. Липсата на иновации оказва негативно влияние върху способността им да имат достъп до експортните пазари, където продуктите трябва да отговарят на строги стандарти за качество.

Работата в мрежа е от полза за бизнеса в селските райони, тъй като позволява на фирмите да получат различни ползи, включително бизнес съвети, споделяне на информация и препоръки от уста на уста. Въпреки това, фирмите в селски райони имат малко възможности за работа в мрежа в сравнение с градските фирми, което им пречи да се възползват от пълните ползи от работата в мрежа. Освен това, поради лошото развитие на мрежите, това води до факта, че селските предприятия нямат достъп до бизнес съвети и други бизнес възможности.

Селските предприятия са характерно ограничени от лошия достъп до технологии. Липсата на технологии се разглежда като ограничение за селските предприятия. Това се допълва от ниските нива на образование на селската работна сила, съчетано с липсата на достъп до финансиране за капитализация.



9. Нормативната среда и лошото състояние на местните институции

Високите налози и данъци върху бизнеса създават неустойчива среда за бизнеса, заедно с регулирането на цените на някои стоки. Твърди се, че изискванията за регистрация и лицензиране на фирми са досадни, което води до това, че операторите не формализират бизнеса си.

Бизнес средата в селските райони страда от лоша институционална среда за подкрепа на бизнеса. В селските райони има по-малко местни институции, като банки, институции за висше образование и други. Липсата на финансови институции в селските райони води до сериозен ефект на финансово изключване. Състоянието на местните институции оказва силно влияние върху бизнес средата и също така посочва, че ключовите институции в областта на предоставянето на обучение, банковите системи и пазарните институции са критични.

10. Лошо качество на продуктите

Въпросът за качеството е друго характерно ограничение, пред което са изправени не само селските предприятия, но и малките предприятия като цяло. Въпреки това, в случая на селските предприятия, това се превръща в допълнително ограничение, като се имат предвид комбинираните ефекти на другите ограничения, разгледани в този документ. Например, липсата на технологии ще има ефект върху качеството и конкурентоспособността на продуктите, произведени от тези селски предприятия, поне за тези, които се занимават с производство.

11. Липса на ролеви модели

Твърди се, че това е сериозен проблем, пред който са изправени селските предприемачи, като се има предвид важността на способността на бизнес операторите да могат да се учат един от друг, особено от тези, които са доказали, че са успешни в управлението на бизнеса си. Тази способност да се учи от другите също подчертава важността на работата в мрежа, тъй като човек естествено би използвал своята мрежа като първа точка за контакт за учене чрез опит.



12. Ограничени умения и нагласи за управление на бизнеса

Предишни изследвания показват, че операторите на малък бизнес нямат необходимите предприемачески умения и че тяхното представяне дори е свързано с техните нива на образование, като предприятията, управлявани от оператори с по-високи нива на образование, се представят по-добре от тези с по-ниски нива. Тази очевидна липса на предприемачески умения води до необходимостта от обучение по мениджмънт да бъде една от често споменаваните области за подпомагане/подкрепа на бизнеса както за селските, така и за градските малки предприятия. Вече относно селските предприятия, липсата на учебни заведения в селските райони беше посочена като ограничение. Тази липса на управленски умения също води до лоша отчетност и неуспех при разработването на бизнес планове. Това от своя страна води до това, че фирмите нямат достъп до финансиране от банки поради лошо водене на счетоводна отчетност, тъй като банкерите искат първо да бъдат убедени в представянето на фирмата, преди да рискуват парите си.

Твърди се, че операторите на селски предприятия имат слабо предприемаческо отношение или липса на предприемаческа култура. Проблемът е, че повечето бизнес начинания в селските райони се предприемат като начин за допълване на доходите на домакинствата, така че предприемаческата проникателност обикновено е ниска, което налага необходимостта от обучение по предприемачество и управление на бизнеса и обща промяна в мисленето.

13. Достъп и осведоменост за бизнес подкрепа

Един от основните проблеми, пред които са изправени МСП, е липсата на осведоменост за възможните услуги за поддръжка, които са налични, което води до ограничен достъп и ниско използване на услугите за поддръжка от съответните предприятия, тъй като те не могат да изискват услуги, за които не знаят. В контекста на селските предприятия проблемът с липсата на осведоменост и достъпа до услуги за подкрепа на бизнеса очевидно е по-значителен, тъй като бизнес средата е по-ограничена, отколкото в градската среда. Изследванията върху предприемачеството в селските райони често цитират този проблем с липсата на информираност. Тази ситуация се приписва на недостатъка на местоположението, тъй като доставчиците на услуги за бизнес поддръжка трябва да пътуват на дълги разстояния, за да предоставят услугата.



Unit 2: Starting a rural business - preparatory measures

Значение на мотивацията за стартиране на бизнес в селските райони

Стартирането на нов бизнес не е лесна задача. Трябва да сте наясно с идеята, която искате да развиете, и целевата аудитория, която искате да достигнете с Вашия продукт или услуга. Това е стъпка, в която предприемачът ще срещне големи трудности и препятствия по пътя, които затрудняват възможността да продължи с положителна нагласа.

Ето защо мотивацията е един от най-важните фактори, който един предприемач трябва да развие, за да не изостави своя проект по средата, поради съмнения дали наистина може да бъде предприемач и има ли призвание, особено в сложни ситуации.

Един предприемач трябва да разбере, че от момента, в който стартира компанията, той/тя ще генерира поредица от отговорности, като инвестиране на икономически ресурси, отделяне на много часове на ден, използване и организиране на човешки ресурси като наемане на нови хора, координиране на всички тези ресурси, така че те да са предназначени да изпълнят целите на компанията и да могат да бъдат използвани за постигане целите на компанията, за постигане на предварително поставените цели и, разбира се, латентния страх да не постигнем успех в това да не успеем да постигнем целта си.

Ето защо е важно да поддържате позитивен ум и да се опитате да не губите мотивация, когато възникнат проблеми или неприятности. Да имате плана и поставената цел в главата си е необходимо, за да не изпаднете в негативизъм.



Unit 2: Starting a rural business - preparatory measures

Първи въпроси преди започване на бизнес

Стартирането на бизнес без да сте обмислили последствията, без да сте задали въпроси или без да сте анализирали целевата група, може да доведе до пълен провал. Ето защо **най-важните въпроси, които трябва да си зададете, преди да започнете бизнес, са:**

1. **Защо искате да стартирате бизнес?**
2. **Може ли бизнес идеята ми да донесе доходи сега и в бъдеще?**
3. **Коя е целевата група за моя бизнес?**
4. **Кои са конкурентите ми?**
5. **Какво е моето уникално предложение за продажба?**
6. **Как ще реализирам бизнеса си на пазара?**
7. **Как ще ценообразувам?**
8. **Как ще финансирам бизнеса си?**
9. **Достатъчно мотивиран и отдаден ли съм?**
10. **Мога ли да се справя сам?**
11. **Колко служители ще ми трябва?**
12. **Какви ресурси имам налични?**
13. **Готови ли сте да инвестирате времето си в този бизнес?**
14. **Каква ще е правната форма на моя бизнес?**
15. **Какви данъци ще трябва да плащам?**
16. **Какво съм готов да започна?**
17. **Кога съм готов да започна?**

Задайте си тези въпроси и ако някой от тях не е положителен или имате съмнения, преосмислете бизнеса и първоначалната идея, така че да пасне на предложените въпроси.

Не се притеснявайте, ако отговорите не са според очакванията, нормално е при стартиране на бизнес да имате съмнения или да забравите да управлявате част от него. Отделете малко време за размисъл.



Урок 3: Стартиране на бизнес в селските райони - Бизнес модел

Използване и значение на бизнес модела

Бизнес моделът е план на компанията за реализиране на печалба. Това е инструмент, който идентифицира продуктите или услугите, които компанията планира да продава, идентифицирания целеви пазар и всички планирани разходи. Бизнес моделите са важни както за нови, така и за утвърдени компании, тъй като помагат на нови и развиващи се компании да привличат инвестиции, да набират таланти и да мотивират ръководството и персонала; и съществуващите компании ще могат да предвидят бъдещи тенденции и предизвикателства. Бизнес плановете помагат на инвеститорите да оценят компаниите, от които се интересуват.

Основен компонент на бизнес модела е предложението за стойност, описание на стоките или услугите, които фирмата предлага и причините, поради които те са желани от клиентите, в идеалния случай посочени по начин, който разграничава продукта или услугата от неговите конкуренти.

Бизнес моделът на ново предприятие трябва също да покрива очакваните начални разходи и източници на финансиране, целева клиентска база, маркетингова стратегия, преглед на конкуренцията и прогнози за приходи и разходи. Планът може също да дефинира възможности, при които компанията може да си партнира с други утвърдени компании.

Успешните компании имат бизнес модели, които им позволяват да отговарят на нуждите на клиентите на конкурентна и устойчива цена. С течение на времето много компании преразглеждат своите бизнес модели от време на време, за да отразяват промените в бизнес средата и пазарните изисквания.

Когато оценява една компания като потенциална инвестиция, инвеститорът трябва да разбере как точно компанията генерира приходи. Това означава да се изследва бизнес моделът на компанията. Вярно е, че бизнес моделът може да не ви каже всичко за перспективите на една компания. Но инвеститорът, който разбира бизнес модела, може по-добре да разбере финансовите данни.



Урок 3: Стартиране на бизнес в селските райони - Бизнес модел

Дизайн на бизнес модела - Business Model Canvas

Business Model Canvas е шаблон за стратегическо управление за разработване на нови бизнес модели или документиране на съществуващи. Това е визуална диаграма с елементи, описващи продукти или стойностни предложения на компанията, инфраструктура, клиенти и финанси. Той помага на компаниите да съгласуват дейността си, като илюстрира възможни компромиси.

“Business Model Canvas” е предложено за първи път от **Александър Остервалдер през 2009 г.**, надграждайки по-ранната му работа върху онтологията на бизнес моделите.

Структурата е голяма кутия с девет подразделения, които, групирани по различни начини, опростяват четирите основни области на всеки бизнес: **клиенти, доставки, инфраструктура и икономическа жизнеспособност.**

Ключови партньори	Ключови дейности	Канали за продажби	Отношения с клиентите	Каналите за продажби
<ul style="list-style-type: none"> Кой са нашите ключови партньори? Как са нашите отношения с партньорите? Какво предлагат партньорите за да решат проблемите на нашата компания? Какво предлагат партньорите за да решат проблемите на нашата компания? <p>Възможности за партньорство:</p> <ul style="list-style-type: none"> Създаване на нови стойности Използване на канали за продажби Създаване на инфраструктура и отношения 	<ul style="list-style-type: none"> Какви ключови дейности трябва да извършим за да предложим стойност на клиентите? Какви ключови дейности трябва да извършим за да предложим стойност на клиентите? Какви ключови дейности трябва да извършим за да предложим стойност на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби <p>Ключови ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> Какви ключови ресурси трябва да предложим на клиентите? Какви ключови ресурси трябва да предложим на клиентите? Какви ключови ресурси трябва да предложим на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби 	<ul style="list-style-type: none"> Кои са нашите канали за продажби? Какви канали за продажби трябва да предложим на клиентите? Какви канали за продажби трябва да предложим на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби 	<ul style="list-style-type: none"> Какви отношения с клиентите трябва да предложим на клиентите? Какви отношения с клиентите трябва да предложим на клиентите? Какви отношения с клиентите трябва да предложим на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби 	<ul style="list-style-type: none"> Кои са нашите канали за продажби? Какви канали за продажби трябва да предложим на клиентите? Какви канали за продажби трябва да предложим на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби
<p>Структура на разходите</p> <ul style="list-style-type: none"> Кои са нашите разходи за разходи? Какви разходи за разходи трябва да предложим на клиентите? Какви разходи за разходи трябва да предложим на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби 			<p>Източници (потоци) на приходи</p> <ul style="list-style-type: none"> Кои са нашите източници на приходи? Какви източници на приходи трябва да предложим на клиентите? Какви източници на приходи трябва да предложим на клиентите? <p>Канали за продажби:</p> <ul style="list-style-type: none"> Канали за продажби Канали за продажби Канали за продажби 	



Урок 3: Стартиране на бизнес в селските райони - Бизнес модел

Дизайн на бизнес модела - Бизнес модел „Canvas“

1. **Пазарни сегменти.** Определете аудиторията на компанията, защото в зависимост от целта, към която се стремите, ще структурирате Вашият бизнес.
2. **Предложена стойност.** Определете отличителната стойност, която прави Вашия бизнес уникален. Какво притежава Вашият бизнес, което нямат най-преките Ви конкуренти?
3. **Канали.** Създайте канал или канали, чрез които клиентите Ви ще могат да придобият Вашите продукти или услуги. Това по същество предполага дефиниране на Вашите канали за разпространение.
4. **Взаимоотношения с клиентите.** Установете определени параметри на комуникацията като дълбочина и непосредственост, като винаги имайте предвид, че всички тези параметри трябва да са в съответствие с посланието на вашата компания.
5. **Източници на доходи.** Балансът между това, което потребителят иска и това, което Вашата компания предлага, води до цената, на която трябва да продадете своите продукти или услуги... Тъй като тази цена ще бъде основният източник на доходи за бизнеса.
6. **Ключови ресурси.** Определете всички ресурси, които ще бъдат ключови за развитието на Вашия бизнес модел: физически, интелектуални, човешки, финансови ресурси...



Урок 3: Стартиране на бизнес в селските райони - Бизнес модел

Структура на бизнес модела -Бизнес модел „Canvas“

7. **Ключови дейности.** Определете някои ключови дейности, без които Вашият бизнес не би могъл да продължи да работи: производство, решаване на проблеми...
8. **Ключови партньори.** Създайте сътрудничество с кръг от ключови партньори, за да подпомогнете представянето на Вашата компания.
9. **Структура на разходите.** Когато задавате структурата на разходите, можете да избирате между две опции: от една страна, можете да опитате да намалите цената на продукта, като използвате инструменти за автоматизация на производствения процес; или, от друга страна, можете да създадете добавена стойност, която е ценна за потребителя.



Урок 4: Разработване на бизнес план

Разлики с бизнес модел

Бизнес моделът е основата на компанията, докато **бизнес планът** е структурата. Така, бизнес моделът е основната идея на предприятието, заедно с описанието как функционира.

Бизнес планът обяснява подробно как би работила идеята, това е механизмът на една компания да генерира печалби, както беше споменато по-горе.

Важно е да се сравни как работят бизнес моделите и бизнес плановете, за да се направи разлика между тях. Бизнес моделът помага да се идентифицират услугите, които клиентите ценят. Показва и възръщаемостта на средствата за дейността, която фирмата предоставя на своите клиенти.

Бизнес планът е документ, който показва стратегията на организацията заедно с подробности за очакваното представяне. Можем да намерим детайли за една компания, когато проверим нейния бизнес план. Това, което прави, е да предоставя повече информация за бизнес модела. Планът прави това, като обяснява необходимото оборудване, за да отговори на търсенето на бизнес модела. Пояснява необходимото оборудване, както и ресурсите, които трябва да бъдат получени, за да започнете да създавате. Маркетинговите стъпки и как бизнесът ще привлече и задържи повече клиенти пред конкуренцията, ще бъде част от модел.

Друго интересно нещо, когато става дума за сравняване на бизнес модели и бизнес плановете, е, че те не могат да работят един без друг. Само запомнете това, бизнес моделът ще бъде в основата на бизнес плана.



Урок 4 - Кратък преглед на разработването на бизнес план

Структура на бизнес план

Всеки бизнес план има обща структура, която служи за разбиране на всички аспекти от бизнеса. Структурата на бизнес плана е следната:

1. Резюме
2. Описание на продукти/услуги
3. Анализ на пазара и конкуренцията
4. Бизнес модел
5. Описание на човешките ресурси
6. Етап на развитие на бизнеса
7. Маркетингови стратегии
8. Основни рискове и план при извънредни ситуации

Информацията за бизнес плана е представена в повече детайли в Модул 2 - Управление на микро или МСП.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Връзки:

https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1_la_persona_emprendedora.pdf

<https://www.bilib.es/actualidad/blog/noticia/articulo/10-tipos-de-negocios-de-exito-para-el-entorno-rural/>

<https://www.businessideainsight.com/blog/rural-small-town-business-ideas/>

<https://www.cose.org/en/Mind-Your-Business/Operations/Why-Employee-Motivation-Matters-More-in-a-Small-Business>

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development_es#ruraldevelopmentprogrammes

<https://eship.ox.ac.uk/business-model-canvas-explained/>

<https://www.referenceforbusiness.com/small/Qu-Sm/Rural-Businesses.html>

<https://www.forbes.com/sites/biancamillercole/2020/07/29/17-questions-you-should-ask-yourself-before-starting-a-business/?sh=2f23e1472c7a>

<https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp>

https://www.researchgate.net/publication/343889825_The_Characteristics_and_Constraints_of_Rural_Enterprises

<https://tms-ousource.com/blog/posts/business-model-vs-business-plan/>

https://www.worcestershire.gov.uk/info/20279/leading_rural_business_programme_leader/1188/case_studies/2



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Какво следва?

- ✓ 3 казуса по темата на модула
- ✓ Оценяване в многоезичното мобилно прил на проекта





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО!