



БИЗНЕС ПЛАН НА ФИРМА „ВЪРБАНОВИ“ ООД

Андреан Валериев Върбанов, Татяна Годорова Спасова

**Висше транспортно училище „Тодор Каблешков”,
София, ул. Гео Милев № 158
БЪЛГАРИЯ**

Ключови думи: бизнес план, идея, финанси, SWOT анализ, конкуренция.

Резюме: На основа на приятелството ни и на семейството ни и на общите интереси и цели решихме заедно да създадем предприятие с предмет на дейност „Хотелиерство”. Решихме да бъде в областта на хотелиерството, защото в нашата област Видин няма голяма конкуренция. Ще направим почивният комплекс в местността Божурица, защото там има добри условия за тази дейност и много малка конкуренция.

Там се намира и единствената по рода си гора от високостеблен дъб, където е изградена и еко пътека. Предприятието е новосъздадено и е с правна форма ООД. Основният капитал на фирмата е 50 000 лв. Двама съдружници с равни дялови вноски по 25 000лв.

Името на почивния комплекс е „Върбанови”. Нашето предприятие предлага наемане на стаи за по дълго време за вашата почивка, за отдих и други разнообразни услуги: масажу (ароматни и релаксиращи), фитнес, сауна, разходки из местността. Клиентите, които желаят могат да посетят нашите ресторант, басейн или градина.

Нашата мисия е не само изграждането на комплекс, който да се намира в околността на гр. Видин, а и място където гостите ни ще се чувстват комфортно, спокойно и ще се наслаждават на природата.

1. Описание на субекта който ще реализира бизнес идеята

1.1. Идентификация на субекта

Предприятието е новосъздадено, което ще се регистрира като ООД. Името на почивния комплекс е „Върбанови”, избрали сме правната форма да е дружество с ограничена отговорност, защото в капитала ще участваме с дялови вноски и ще разпределим отговорността помежду си. ООД се учредява лесно, поради минималния размер на капитала за регистрация и капитала за участие е не по-малък от 2 лв. Може да се регистрира от няколко съдружници, във всеки един момент може да се увеличи капитала на дружеството и да се продадат дялове като се привличат още съдружници. Така при бизнес с по-голям размер на първоначалните инвестиции или при търсене на още капитали за развитие това може да се окаже предимство. Каквото и вид търговска дейност да се извършва, когато е фирма под формата на ООД, се заплаща 10% плосък данък върху печалбата. Собствениците на ООД не донасят осигуровки.

1.1.1. Мисия и цели

Нашата мисия е не само изграждането на комплекс, който да се намира в околността на гр. Видин, а и място където гостите ни ще се чувстват комфортно, спокойно и ще се наслаждават на природата. Ще намерят много развлечения, ще бъдат уважавани и добре обслужвани. Високото качество на предлаганите от нас услуги е гарантирано и след релаксацията клиентите ще бъдат удовлетворени, отпочинали и заредени с енергия и положителни мисли. Ние поставяме на първо място нашите клиенти, като се стремим да задоволим и най-изтънчения вкус, чрез достигане пределното ниво на качествено обслужване на достъпни цени.

1.1.2 Краткосрочни цели

Нашата главна цел е фирмата ни да се задържи на пазара и да продължи да функционира. Целите ни са насочени към:

- привличане на повече клиенти и удовлетворяване на потребностите им
- конкурентоспособност на фирмата
- увеличаване броя на услугите
- качествено обслужване
- създаване на устойчиви връзки с доставчици и партньори
- реструктуриране на басейна в закрит и доизграждане на летния бар и градината.

1.1.3 Дългосрочни цели

Като дългосрочни цели ние се стремим към:

- подобряване и обогатяване на материално-техническата база и участие в Съюза на хотелиерите и ресторантьорите
- създаване на условия за финансиране от европейски програми
- създаване на имидж сред клиентите
- подобряване на качеството на услугите
- пълна възвръщаемост на инвестициите
- изграждане на зала за презентации (конферентна зала за провеждане на бизнес срещи и други занятия).

1.2 Управленски екип. Организационна структура

Основният капитал на фирмата ще бъде 50 000 лв., а съдружниците са двама: Татяна Тодорова Спасова, която участва с 25 000 лв. и Андреан Валериев Върбанов която участва с 25 000 лв. ООД е капиталово дружество, което значи че отговаря за задълженията си до размера на регистрирания капитал, а не с личното имущество на съдружниците. Ние помежду си се разпределихме: Андреан Валериев Върбанов да е управител, а Татяна Тодорова Спасова е експерт по продажбите.

След тежка работа и задачи обичаме да релаксираме сред природата. Затова решихме почивния ни комплекс да бъде в местността Божурица, тъй като в град Видин има много хотели. Ще ползваме готовата материално-техническа база (сградния фонд и прилежащата ѝ площ), като ще я вземем под наем. Тъй като сградата е изоставена тя се намира в парк Божурица. Сградата в момента не функционира, ние ще я ремонтираме и ще обновим оборудването.

Местността Божурица е разположена на 18 км югозападно от Видин, между реките Милчина и Видбол. Съществуват добри условия за краткотраен и дълготраен отдых в лесопарковата среда и водна площ за плуване, гребане и риболов. Големи са възможностите за излети и разходки в околностите. На хората ще им хареса да си починат на по спокойно място и ще се насладят на красиви гледки и природа.

Нашето предприятие предлага наемане на стаи за по дълго време за вашата почивка, за отдых и други разнообразни услуги: масажи (ароматни и релаксиращи),

фитнес, сауна, разходки из местността. Клиентите, които желаят могат да посетят нашите ресторант, басейн или градина.

1.2.1 Организационна структура

Организационната структура е съвкупност от връзки и взаимоотношения между отделните нива на управление и отделните функционални области. Тя е важен инструмент за ефективното управление и важно за реализиране на стратегията и поставяне на целите на предприятието. Органиграмата е графично представяне на организационната структура и показва йерархическите пълномощия, роли и задължения, функции и отношения в пределите на предприятието.

Организационната структура на всяко предприятие се изгражда по специфичен начин в зависимост от много фактори. Нашата структура на управление също има своите специфични черти, но като цяло може да я приобщим към линейната организационна структура. Тази структура е опростена, тъй като се среща в средните предприятия, каквото е и нашето предприятие. Правната форма е ООД, което и предполага по опростена структура. Структурата се отличава с малък или среден брой работни места или отдели по-голям обхват на контрола, малка формализация, малък брой йерархични равнища и концентрация на пълномощията за вземане на решения. Предимствата на тази структура са: яснота на работните процеси, принцип на единство в разпоредването, бързо и гъвкаво реагиране на промяна в условията и други. Недостатъци са: твърде стегната структура на управление, ниска динамика и ефективност, претоварване на йерархичния връх и други. (Приложение I)

Приложение I

Организационна структура на „Върбанови” ООД



2. Маркетингов анализ

2.1. Фактори на бизнес средата

2.1.1 Макро среда на бизнеса

2.1.1.1 Обкръжаващата среда

Обкръжаващата среда определя възможностите за оцеляване и перспективите на развитие на предприятието. Елементи на обкръжаващата среда са вътрешни и външни, а за нашата фирма те се подразделят на анализ на икономическата среда, на природната среда, на демографската среда и на конкуренцията.

2.1.1.2 Икономическата среда

Тази среда се обуславя от външните елементи на обкръжаващата среда и се свързва с покупателната способност на хората. Главно покупателната способност зависи от доходите. След проучването, което ние проведехме установихме, че средната работна заплата за град Видин е 852 лв. Това е най- ниската регистрирана средна заплата за цялата страна а също и за Северозападния регион и за Европейския съюз, защото процента на безработица във Видин е много висок – 13,4%. Ние ще се съобразим с тази конюнктура при формирането на цените на нашите услуги.

2.1.1.3 Природна среда

„Божурица“ - обособена в единствената високостеблена дъбова гора в Северозападна България, разположена на 18 км югозападно от града, между селата Синаговци, Ивановци и Милчина лъка. Има малък язовир. Наличната база за отдих е с общ капацитет около 600 легла, в т. н. туристическата хижа „Божурица“ и базите за отдих на ведомства, стопански предприятия и обществени организации. Съществуват добри условия за краткотраен и дълготраен отдих в лесопарка среда и водната площ за плуване, гребане и риболов. Големи са възможностите за излети и разходки в околностите. Изобилстват гъби, горски плодове и билки. Наличието на едър и дребен дивеч (елени лопатари, сърни, диви свине, зайци, фазани и др.) разкрива условия за практикуване на ловен спорт. Много добра транспортна достъпност чрез редовни автобусни линии между града и околните селища. От всички тези възможности вие може да се възползвате, ако посетите нашия почивен комплекс.

2.1.1.4 Демографската среда

За нашия бизнес е важен броя на населението, който за 2019г. за област Видин е 84 865 души. За град Видин броя на населението по данни от ГРАО (Гражданска Регистрация и Административно обслужване) е 41 583 души. Броя и възрастта на населението влияят пряко на нашата дейност, защото от тях зависи потреблението и продажбите в предприятието.

2.1.2 Микро среда на бизнеса

2.1.2.1 Комуникация

Комуникационната политика е един от най - важните елементи на маркетинг микса, затова ние ще проведем активна рекламна дейност и ще осигурим необходимата информация, за да привлечем вниманието на клиентите. Предмета на дейност на нашата фирма е в областта на хотелиерството, което предполага и че успеха на предприятието до голяма степен се основава на комуникационната политика. Една завладяваща реклама, показваща място, на което клиентите са сред природата, релаксират и се чувстват като в рая, ще породви желанието на клиента да посети комплекса ни. Инструментите, които ще използваме за провеждането на комуникационна политика са: промоции и реклама, връзки с обществеността и директни продажби.

2.1.2.2 Връзки с обществеността

Нашето предприятие ще придобие популярност сред обществото, защото фирмата ни ще участва активно в изложения, конкурси и семинари, свързани със сферата на услугите. Почивен комплекс "Върбанови" ООД ще участва и в съюза на хотелиерите и ресторантьорите, а също и във всички мероприятия, които са в бранша на хотелиерството и услугите. Популяризирането на нашата фирма ще стане и чрез участие в регион.

2.2 Прогнозиране на промените в бизнес средата

Маркетинг миксът представлява комплекс от контролируеми маркетингови променливи, които фирмата трябва да съчетава, за да постигне желаната ответна реакция на целевия пазар. Това най-често е желание за увеличаване на продажбите чрез задоволяване нуждите и потребностите на целевата група потребители. Елементите на маркетинг микса определят маркетинговата тактика, която спомага за осъществяването на маркетинговата стратегия. Елементите на маркетинг микса са известни като 4P и са: продукт (product), цена (price), дистрибуция (placement) и промоция (promotion).

Елементът продукт обхваща всички специфики, свързани със самата стока или услуга и начините, по които потребителите я възприемат в зависимост от своите нужди и желания.

Елемента цена е свързан с ценовата политика, която дадена фирма следва: продажбени отстъпки, намаления, плащания, кредитиране.

Елементът дистрибуция включва каналите за разпространение на стоката, покритието на пазара, разпределението на стоквата наличност по стоквите бази и транспорта на стоките.

Елементът промоция, е свързан с всички действия, които спомагат за представянето на дадена стока по най-добрия възможен начин, така че да се изтъкнат нейните предимства и достоинства, с цел потребителят да бъде убеден и привлече да я купи.

2.3 Конкуренция и конкурентноспособност

Нашето предприятие е ново на пазара и е единственото, което се намира в близост до град Видин (18 км.). Там има наличие на конкуренция в града – хотели Дунав, Бонония, Ана Кристина, Ровно и др. (**Приложение II**), които предлагат подобна услуга на нашата. Хотелите предлагат добре обзаведени стаи и допълнителни услуги, а почивните къщи – отпих сред природата. Ние не само предлагаме добре обзаведени стаи, фитнес салон, сауна и стая за масаж, а също и по спокойно място за почивка сред природата. При това нашите цени са по - ниски и гъвкави, които са съобразени с доходите и интересите на нашите клиенти. За целта е изготвен SWOT анализ със силните и слабите страни, възможностите и опасностите. (**Приложение III**)

Приложение II

Анализ на конкурентните цени

А) Анализ на хотелите във Видин

Хотели във Видин	Ана Кристина	Ровно	Стария град	Бонония	Дунав	Вида Чар	Ангелов хан	Вива л	Фанти Ге
Единична стая	-	-40 лв.	-59 лв.	-36 лв. -45 лв. -80 лв.	-44 лв.	-30 лв. -40 лв.	-35, 41 лв	-40 лв. -50 лв. -60 лв.	-40 лв. -45 лв.
Двойна стая	-80 лв. -90 лв.	-55 лв.	-78 лв.	-39 лв. -45 лв.	-54 лв. -94 лв.	-	-35,41 лв -46, 58 лв.	-	-60 лв. -65 лв.

Тройна стая	-	-	-98 лв	-	-60 лв.	-35 лв. -45 лв.	-	-	-
Апартамент	-160 лв. -200 лв.	-80 лв.	-118 лв.	-65 лв.	-82 лв. -92 лв.	-50 лв.	-55, 67 лв. -130 лв.	-	-85 лв.
Мансарда	-100лв. -110лв.	-	-	-	-	-	-	-	-

Б) Хотели извън град Видин

Хотели извън Видин	Трите къщи-село Воднянци	Къща за гости "Релакс" - село Дъбравка	Вила "Маджарови" - Село Извор	Хан Мадона-Белоградчишките скали – Янъвец	Почивен комплекс "Дивна" ООД
Стандартна цена за стая	50 лв.	-	20 лв. (на човек)	20 лв. (на човек)	
Единична стая					50 лв.
Двойна стая	-	40-50 лв.	-	-	65 лв.
Четворна стая	-	60-80 лв.	-	-	
Апартамент					100 лв.
Цена за наем на целия обект	-	200 лв. (на ден)	-	-	

Приложение III

SWOT анализ

<p>Силни страни</p> <ul style="list-style-type: none"> слаба конкуренция на територията на общината многобройни и разнообразни природни, исторически и културни ресурси с регионална значимост – пещера „Магура”, „Белоградчишки скали”, езеро „Рабиша” в общината съществува изграден Туристически информационен център, издадена и брошура за туристическите обекти и забележителности на територията на общината 	<p>Слаби страни</p> <ul style="list-style-type: none"> високият риск при инвестиции в недостатъчно добре разработени туристически региони и несигурността в бъдещото развитие на бизнеса липсата на добра конкуренция може да доведе до липса на потребност от такъв вид хотел с такава категория и да ограничи броя на потенциалните потребители възможни проблеми при активизиране на местното население
<p>Възможности</p> <ul style="list-style-type: none"> основна възможност за развитието на хотелиерство насочено към алтернативния туризъм са все още неизползваните или слабо проучени и разработени природни и културно-исторически ресурси редица програми и проекти финансират дейности пряко или косвено свързани с туризма въвеждането на единни стандарти на обслужване и налагането на обективна система за категоризация на местата за посрещане на гости в планините и селата, обединяването на тези обекти в единна мрежа и налагане на марка, гарантираща качество на туристическите услуги 	<p>Заплахи</p> <ul style="list-style-type: none"> нестабилната икономическа обстановка, както и объркващата неадекватна законова рамка са предпоставка за липсата на увереност като у потребителите, така и у предприемачите сравнително ниските ценови равнища заплашват да изградят имидж на бизнеса като на “евтина дестинация” в областта на алтернативния туризъм липсата на професионална компетентност и неправилното усвояване на ресурсите води до предоставяне на услуги с посредствено качество, което има вероятност да създаде негативна нагласа и очаквания у потенциалните туристи

3. Финансов план

3.1 Финансови източници

За финансиране на нашето предприятие, освен внесеня капитал, нашата фирма има получен заем от "Прокредит банк" в размер на 20 000 лв. с годишна лихва от 14 %. Месечната вноска е в размер на 465, 37 лв. като погасяването на кредита започва от втората година, т.е. гратисния пероид е една година. По договор месечната вноска остава постоянна за тези пет години, в които трябва да бъде върнат заема. (Приложение IV)

Приложение IV

Погасителен план на банков кредит

Месечна Вноска:	465.37
Общо Платена Лихва:	7,921.84
Общо Платена Главница:	20,000.00
Общо Главница и Лихви:	27,921.84
Месечна Вноска:	465.37

3.1.1. Помещение и сгради

Ние ще ползваме готовата материално-техническа база (сградния фонд и прилежащата ѝ площ). Сградата, която ще се обособи като почивния комплекс е бившата тютюнева фабрика. Тази фабрика частично е ремонтирана и приспособена за отдих на туристи. Има и изграден басейн. За да реализираме нашата идея, ние ще вземем сграда и прилежащата към нея площ под наем. Размера на наема е 2000 лв., но нашата фирма поема само 1000 лв. от наема. Останалата част от сумата (1000лв.) се поема то нашите партньори, фирмата която ще наеме ресторанта и ще стартира дейността си, когато ние ремонтираме и ще обновим материалната база в сградата. Басейна също ще бъде обновен, ще има място обособено за плаж. Сградата е на два етажа.

На първия етаж ще се намират:

- ресторант – фирма, която ще вземе под наем ресторанта и ще ръководи дейността му;
- рецепцията на почивния комплекс;
- фитнес салона;
- стая за масаж;
- сауна.

На втория етаж ще са разположени всички почивни стаи. Те са два апартамента, пет двойни стаи и четири единични стаи. Всяка стая има самостоятелен санитарен възел.

На площта около сградата ще има градина с пейки и маси, ще има детска площадка с пясъчник, люлки и пързалка за по- малките ни клиенти.

3.2.2. Оборудване

Оборудването в сградата не е ново, затова за да стартира нашата дейност, ние ще подновим оборудването. Всички дълготрайни активи са закупени от нас, като общата им стойност е в размер на 26 179,00 лв. и подробна информация за структурата на активите. (Приложение V)

Приложение V

Описание на ДМА

Име	Доставчик	Стойност	количество	Обща стойност
Кростренажор	Solar shop	350,00	1	350,00
комбинирани уреди	Solar shop	650,00	1	650,00
Въже за скачане	Solar shop	6,00	4	24,00
Постелки	Solar shop	13,00	6	78,00
Лежанка	Solar shop	85,00	2	170,00
Стойки с дъмбели и лостове	Solar shop	100,00	2	200,00
Бягящи пътеки	Solar shop	200,00	2	400,00
Велоергометър	Solar shop	130,00	2	260,00
Сауна(четириместна)	Solar shop	3300,00	1	3300,00
Дървена масажна кошетка	„Женско царство”ООД	220,00	1	220,00
Масажен стол	„Женско царство”ООД	200,00	1	200,00
Баварски комплект (2 пейки и 1 маса)	Мебелна къща „Мура”	240,00	6	1440,00
Стол	Мебелна къща „Мура”	30,00	20	600,00
Табуректи	Мебелна къща „Мура”	23,00	2	46,00
Шкаф	Мебелна къща „Мура”	90,00	1	90,00
Холна маса	Мебелна къща „Мура”	60,00	3	180,00
Барче ТВ зона	Мебелна къща „Мура”	50,00	11	550,00
Етажерка	Мебелна къща „Мура”	23,00	12	276,00
Диван	Мебелна къща „Мура”	100,00	2	200,00
Нощно шкафче	Мебелна къща „Мура”	50,00	13	650,00
Единично легло с матрак	Мебелна къща „Мура”	130,00	13	1690,00
Двойно легло с матрак	Мебелна къща „Мура”	190,00	2	380,00
Гардероб (двукрилен)	Мебелна къща „Мура”	160,00	2	320,00
Гардероб(еднокрилен)	Мебелна къща „Мура”	90,00	9	810,00
Рецепция	Мебелна къща „Мура”	390,00	1	390,00
Хладилник	Техномаркет	120,00	2	240,00
Пералня	Техномаркет	300,00	2	600,00
Бойлер	Техномаркет	200,00	11	2200,00
Прахосмукачка	Техномаркет	60,00	1	60,00
Климатик	Техномаркет	480,00	14	6720,00
Лаптоп	Техномаркет	750,00	1	750,00
Компютър	Техномаркет	500,00	1	500,00
Телевизор	Техномаркет	90,00	11	990,00
Детски пясъчник	Commerce Depot	80,00	1	80,00
Детски люлки	Commerce Depot	290,00	1	290,00
Детска пързалка	Commerce Depot	140,00	1	140,00
Шезлонг	Кейс ООД	50,00	10	500,00
Чадър	Кейс ООД	35,00	5	175,00
Филтърна система	Pool Expert	480,00	1	480,00
Помпа	Pool Expert	140,00	1	140,00
Механична подочистачка	Pool Expert	80,00	1	80,00
Общо:				26 179,00

4. Доставчици

4.1. Избор на доставчици

Нашите основни доставчици са "Solar Shop", Мебелна къща "Мура" и "Техномаркет". "Solar Shop" е фирма, която предлага продуктите си онлайн и от нея ние ще закупим необходимите ни фитнес уреди, като крайната цена включва и цената за доставката. От мебелна къща "Мура" ще осигурим необходимите ни мебели, както за обзавеждане на стайте, така и за рецепцията и градината. Техниката пък ще закупим от "Техномаркет".

Други наши доставчици са „Женско царство” ООД, Commerce Depot, Кейс ООД Pool Expert. С всички тези фирми ние работим онлайн и чрез поръчка по интернет получаваме закупеното оборудване.

5. КЛИЕНТИ

5.1 Сегментиране на целевия пазар

Сегментиране на пазара или пазарна сегментация е понятие от областта на маркетинга, с което се означава дейност, целяща да се раздели пазара на отделни части (сегменти). Пазарен сегмент се нарича съвкупност от купувачи, които се групират по даден критерий. Сегментирането на потребителските пазари се извършва на основата на различни критерии. В нашето предприятие сегментирането се извършва въз основа на следните критерии:

- географски – за нашата дейност от значение са географския район, броя жители, климата и разстоянието до пазара;
- социално – икономически – тук важни са доходите и професията на потребителите;
- психологически – особено значение за нашето предприятие имат социалното положение, интересите, мненията и начина на живот на потребителите;
- поведенчески – за нас и за нашите клиенти най - важни са очакваните ползи от услугата.

5.2 Фактори за привличане на клиенти

5.2.1 Продукт

Продуктът като елемент на маркетинговия микс е резултат от икономическата дейност на човека. Продукта в нашата фирма е под формата на услуги. Легловата база с която ние разполагаме е 30 легла, като са разпределени в единични, двойни и тройни стаи. Съответно 5 единични, 5 двойни и 5 тройни стаи. Предлаганите от нас услуги биват:

Масажи: Масажа цели отпускане, наслада, зареждане с енергия, подобряване функциите на организма, възстановяване и релакс на кожата и тялото. Чрез услугата масаж ние целим нашия клиент да се отпусне, да го предразположим да се чувства добре и да прекара почивката си прекрасно. Ние предлагаме следните масажи:

- **Ароматни масажи или ароматерапия-** това е релаксиращ масаж, който се извършва с помощта на различни аромати и масло. Цели не само да отпусне клиента, но и да отвори всичките му сетива и да се наслади напълно.
- **Релаксиращ масаж** – неговата задача е постигане на баланс и хармония. Нашите клиенти са работещи хора, които ще очакват да релаксират, да намалят напрежението като посетят почивния ни комплекс. Потребителите на този масаж ще премахнат умората, физическото и психическото пренатоварване, стреса и напрежението насъбрало се в тях

Фитнес - нашите клиенти ще имат възможността и да поддържат добрата си фигура като използват услугата фитнес. По този начин биха могли да поддържат по

добро самочувствие и ще заредят тялото си с нови сили, необходими за извършването на работа след почивката в нашия комплекс.

Сауна – след тежките тренировки във фитнес залата, човек може да релаксира в сауната, като така подобрява тонусът и жизнеността на тялото си. Освен освобождаването от напрежението клиента се грижи за здравето си и прочиства тялото си от токсини.

Разходки из местността – ние ще наемем човек, който познава много добре местността, за да организира разходки, пикник и излет в района на почивния комплекс. Хората ще имат възможност да се насладят на красивата природа, да я опознаят и да се заредят с положителна енергия.

Ресторант – на базата на почивния ни комплекс ще има ресторант, който е даден под наем на друга фирма. В ресторанта ще се предлага богато меню от български и традиционни ястия за закуска, обяд и вечеря. За клиентите, които желаят сами да приготвят храната си има барбекю, което съответно се заплаща за използването му.

Басейн – в горещите летни дни, нашите клиенти ще имат възможността да се насладят на водата и на слънцето, тъй като в почивния ни комплекс има изграден басейн. Басейна ще е пригоден както за малките така и за големите. Също така ще има място обособено за плаж.

5.2.2 Цена

Ценовата политика във нашето предприятие ще се проведе чрез метод на текущите цени на конкуренцията. Това е начин на определяне на фирмените цени, по който фирмата разработва своите цени като изхожда от цените на конкурентните фирми и продукти. В този случай разходите и търсенето на нашата фирма остават на второстепенно ниво, но в същото време привличането на клиенти е много по-голямо. Нашите цени ще бъдат гъвкави, съобразени със сезонността на работа в бранша на хотелиерството. В перспектива цените постепенно ще се увеличават, но това ще бъде пропорционално обвързано с повишаване на качеството на услугите и на материално-техническата база на почивния ни комплекс. Цените на нашите продукти са представени по подробно в таблица в приложението на бизнес плана.

6. Персонал

Тъй като нашето предприятие е малко и предстои да развива своята дейност засега и числеността на персонала е малка. Като цяло в предприятието ще работят 13 работници и служители. За административната дейност ще са нужни двама специалисти – управител на фирмата и главен счетоводител. За рекламната дейност също ще са необходими специалисти в областта – реклами и продажби. Предлагането на услугата масаж ще предполага и наличие на специалист масажист. Останалата част от персонала са двама рецепционисти, двама камериери, екскурзовод, фитнес инструктор, двама чистачи и двама общи работници.

Чрез обяви в местните вестници и местното радио ще информираме кандидатите за работа и така ще организираме конкурс за работа. След това ще направим подбор чрез интервю на желаещите да работят в нашата фирма. Накрая ще обявим кои са хората, които ще постъпят на работа. Предполагаме, че ще има свободна работна ръка и ще осигурим необходимият ни персонал. **(Приложение VI)**

Приложение VI

Персонал

№	Персонал	Необходим брой	Разходи за труд (лв.)	Общо за месец (лв.)	Общо за година (лв.)
1.	Управител				
2.	Гл.счетоводител				
3.	Рецепционист	2	300	600	7200
4.	Камериер	2	300	600	7200
5.	Екскурзовод	1	200	200	2400
6.	Масажист	2	400	800	9600
7.	Фитнес инструктор	1	350	350	4200
8.	Общ работник	2	400	800	9600
9.	Хигиенист	2	300	600	7200
10.	Сътрудник продажби и реклама	1	350	350	4200
	Общо:			4300	51600

7. Финансови показатели за дейността на фирмата

7.1 Приходи (Приложения VII – А, Б, В)

Тук са представени приходите от продажбите (приложение А), както и приходите от свободните продажби (приложение Б) в рамките на 1 година. След това в приложение В сме направили обобщена таблица за общите продажби от дейността. В приложение Г са приходите от наем.

Приложение VII

План за продажбите

А) План за продажбите за гости на комплекса

	№	Наименование на услугата	Мярка Бр.	Количество	Цена(лв.)	Стойност	Общо
За XII месеца 1 година	1	Цена за нощувка + закуска					33065лв
		-Единична стая	Бр.	157	50	7850	
		-Двойна стая	Бр.	125	65	8125	
		-Апартамент	Бр.	76	100	7600	
	2	Масажи					
		-ароматни масажи	Бр.	76	25	1900	
		-релаксиращи масажи	Бр.	142	20	2840	
	3	Сауна (на час)	Бр.	194	7	1358	
	4	Фитнес	Бр.	294	2	588	
	5	Басейн					
		-за деца до 12 г.	Бр.	39	4	156	
		-за деца от 13 до 18 г.	Бр.	79	6	474	
		-за възрастни	Бр.	102	8	816	

Б) План за свободни продажби

Месец	№	Наименование на услугата	Мярка Бр.	Количество	Цена(лв.)	Стойност	Общо
За XII месеца 1 година	1	Масажи	Бр.				5645лв
		-ароматни масажи		46	26	1196	
		-релаксиращи масажи		65	23	1495	
	2	Сауна (на час)	Бр.	83	9	747	
	3	Фитнес	Бр.	115	3	345	
	4	Басейн	Бр.	133	14	1862	

В) Обобщена таблица за общите приходи от дейността

Месец:	Продажби	Свободни продажби	Общо:
I	573,00	0	573,00
II	1325,00	0	1325,00
III	1651,00	0	1651,00
IV	2398,00	0	2398,00
V	3803,00	808,00	4611,00
VI	4404,00	1062,00	5466,00
VII	3969,00	1279,00	5248,00
VIII	4218,00	1371,00	5589,00
IX	3212,00	1125,00	4337,00
X	2742,00	0	2742,00
XI	2087,00	0	2087,00
XII	2683,00	0	2683,00
Общо за 1 година:	33065,00	5645,00	38710,00

Г) Приходи от наем на ресторанта

За 1 месец	За 1 година
1000лв.	12000лв.

7.2 Изготвяне и представяне на прогнозен Счетоводен баланс. (Приложение VIII)

Тук е представено развитието на фирмата за 3 години, като са включени: Приходите от продажбите, Разходите за икономически елементи и Печалбата.

Приложение VIII**Финансова прогноза за развитието на фирма „Върбанови” ООД за 3 години**

Показатели	За 1 година	За 2 г. с 10%	За 3 г. с 15%
Приходи от продажбите	50710,00	55781,00	64148,15
Разходи за икономически елементи	45639,00	50202,90	57733,34
Печалба	5071	5578,1	6414,81

Заклучение

Ще се постареем фирмата ни да се задържи на пазара и да продължим да привличаме повече клиенти и да се стремим да удовлетворим потребностите им. Ще продължим да сме конкурентноспособна фирма. Ще се стремим да увеличим броя услуги, да задържим качествено си обслужване, да затвърдим връзките си с

доставчиците и партньорите ни. Ще се стремим към обогатяване на материално-техническата ни база и създаване на условия за финансиране от европейски програми. Създаване и подобряване на имиджа сред клиентите ни. Чрез финансовия план който сме създали сме сигурни, че инвестицията ни ще се възвърне напълно, както и че клиентите ни ще са доволни от услугите ни.

ЛИТЕРАТУРА:

- [1.] Д. Годорова Д., „Изготвяне на бизнес план - Практическо ръководство”, ВТУ „Т. Каблешков”, София, 2011
- [2.] Н. Найденов, „Прогнозиране и планиране“, УИ „Стопанство”, София, 2002
- [3.] К. Калигоров, К. Каменов, Т. Халачева, М. Калигорова, „Бизнес среда и малък бизнес”, Свищов, 2004
- [4.] А. Кирова, Лекционен курс по дисциплината «Планиране и прогнозиране в транспорта», 2020

BUSINESS PLAN OF VARBANOVI LTD

Andrean Valeriev Varbanov, Tatiana Todorova Spasova

*Todor Kableshkov University of Transport,
158, Geo Milev, str., Sofia
BULGARIA*

Key words: *business plan, idea, finance, SWOT analysis, competition.*

Abstract: *Based on our friendship and our family and common interests and goals, we decided to create a company with the subject of activity "Hospitality". We decided to be in the field of hospitality, because in our region Vidin there is not much competition. We will make the holiday complex in the area of Bozhuritsa, because there are good conditions for this activity and very little competition.*

There is also the only forest of its kind made of tall oak, where an eco trail has been built. The company is newly established and has a legal form Ltd. The share capital of the company is BGN 50,000. Two partners with equal share contributions of BGN 25,000 each.

The name of the holiday complex is "Varbanovi". Our company offers rental of rooms for a longer period of time for your rest, relaxation and other various services: massages (aromatic and relaxing), fitness, sauna, walks in the area. Customers who wish can visit our restaurant, pool or garden.

Our mission is not only the construction of a complex located in the vicinity of Vidin, but also a place where our guests will feel comfortable, relaxed and enjoy nature.