



БИЗНЕС ПЛАН ЗА РЕАЛИЗИРАНЕ НА НОВА БИЗНЕС ИДЕЯ – КЪЩА ЗА ГОСТИ „МЕДИ“

Лидия Вельова, Никола Илиев, Диян Донев, Александър Георгиев,
Димитър Захариев, Тодор Георгиев

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

Ключови думи: бизнес идея, планиране, финанси, SWOT анализ, къща за гости, конкуренция.

Резюме: В настоящата разработка се представя бизнес идея за създаване и управление на къща за гости. За целта се създава бизнес план, в който са включени всички присъщи дейности на бизнес планирането. Настоящият Бизнес – план разглежда възможността за разработване на къща за гости в град Сапарева Баня, която ще работи целогодишно.

Определени са потенциалните потребители на услугите. Внимание се отделя на конкуренцията и конкурентните предимства на създадената фирма и нейната дейност. Туристическият продукт е всичко, задоволяващо потребности и желания, което може да бъде предложено на пазара, с цел привличане на внимание, придобиване, използване и потребление. В случая нашият продукт е услуга. Представя се SWOT анализ с оценка на всички страни.

Направен е финансов анализ на бизнес идеята, в който са анализирани финансовите показатели, влияещи върху дейността на фирмата.

В перспектива са планирани дейности, свързани с поддържане на взаимоотношения с местните организации, работещи в сферата на туризма, участие в проекти с цел развитието на туризма като цяло местно и национално ниво. Това ще допринесе за популяризирането на услугите ни.

МИСИЯ

Фирма „Меди“ ООД се ръководи от двама съдружници. Седалище и адрес на управление гр. Сапарева Баня, ул. Малина №2.

Настоящият Бизнес – план разглежда възможността за разработване на къща за гости в град Сапарева Баня, която ще работи целогодишно. Градът се намира в Югозападна България и е част от област Кюстендил. Намира се в северните склонове на Рила и е на 15км от Дупница. Градът е известен с неговата гореща минерална вода (103° С) и чиста планинска вода, както и с гейзера в центъра на града. Нашата цел е да представим благоприятни условия на туристите, които желаят да се насладят на красотите на Сапарева Баня. След проучване установихме, че няма достатъчно хотели, къщи за гости, където да отседат туристите и преценихме, че този бизнес ще има успех в региона. Конкуренцията е налице, но поради многобройните посетители на района и засиленият интерес към него, екипът смята за възможно реализирането на идеята.

Потенциални потребители на услугите са семейства с или без деца, спортисти, български и чуждестранни туристи, природолюбители и други. Основната идея при изграждането на къща за гости е осигуряване на възможност за пребиваване, почивка и възстановяване с все по-висока степен на комфорт, чрез ефективно и конкурентно предлагане на туристически услуги. Те са съобразени с възможностите и предпочитанията на клиентите. Ще се предлагат места за краткосрочен престой с много високо качество на обслужване. Мисията ни е да задоволим туристическите потребности на потенциалните ни клиенти чрез предоставянето на пакет висококачествени услуги на достъпни цени. Във връзка с това екипът поставя цели в:

- Краткосрочен аспект – добиване на известност сред широк кръг потребители, заемане на пазарни позиции и покриване на разходите на фирмата.
- Дългосрочен аспект – оцеляване на пазара, повишаване качеството на обслужване чрез допълнително обучение на персонала и реализиране на икономическа печалба

Конкуренцията е налице, но нашият бизнес ще успее да осъществи пробив и да се наложи на пазара, поради многобройните туристи, които посещават града, което се потвърждава от направения SWOT- анализ. Стремежът е към предлагане на качествени услуги на достъпни цени в сферата на туризма. Във връзка с това е избрана подходяща ценова стратегия, дистрибуционен канал и средства за комуникация.

1. БИЗНЕС ИДЕЯ

Първоначално, по проект, свързан със създаване на „ Къща за гости в град Сапарева Баня“ се предвижда реконструкция и ремонт на съществуваща двуетажна къща, предоставена от един от сътрудниците в Сапарева Баня и впоследствие начало на експлоатация като къща за гости. След ремонта ще бъдат обособени следните помещения: на първия етаж ще са разположени рецепция, кухня с трапезария и апартамент, на втория - стая с двойно легло, две стаи с по две единични легла, като всички помещения ще разполагат със санитарен възел. Капацитетът е общо 10 места. Дворът е превърнат в градина с беседка, с барбекю с навес, под който могат да се съберат 10-15 души. По предварителна заявка ще се предлага приготвяне на храна и организиране на групово посещение на туристически обекти.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ НА БИЗНЕСА

Активи	кв.м.	● Вид собственост (в лева)		
		Закупуване	Под наем	Собствени
Сгради	200кв.м			Предоставени от съдружник
Двор	1000кв.м			Предоставени от съдружник
1 етаж	100кв.м			Предоставени от съдружник
2 етаж + тераси + коридор + килер	100кв.м			Предоставени от съдружник
Всичко: 1200кв.м				

Необходимо оборудване и транспортни средства за дейността

Актив	Брой	Стойност лв./бр.	Стойност лв. общо	Вид собственост
Двойно легло	2	250	500	Закупуване
Единично легло	4	150	600	Закупуване
Двоен матрак	2	250	500	Закупуване

Единичен матрак	4	170	680	Закупуване
Диван	2	500	1000	Закупуване
Нощно шкафче	8	60	480	Закупуване
Гардероб	4	350	1400	Закупуване
Спално бельо и други	24	100	1200	Закупуване
Полюлей	10	80	800	Закупуване
Маса	6	150	900	Закупуване
Стол	16	35	560	Закупуване
Принадлежности за баня	4	600	2400	Закупуване
Покривка	12	20	240	Закупуване
Всичко:			11260 лв.	
Телевизор	5	300	1500	Закупуване
Бойлер	5	200	1000	Закупуване
Хладилник	2	400	800	Закупуване
Климатик	4	500	2000	Закупуване
Телефон	5	300	150	Закупуване
Транспортно средство –бус (10-местен)	1	7000	7000	Закупуване
Компютър	1	900	900	Закупуване
Касов апарат	1	350	350	Закупуване
Барбекю	1	300	300	Закупуване
Всичко:			14000 лв.	

Сумата, която е нужна за покриване на разходите за машини и оборудване възлиза на 25260лв.

3. ПЛАН ЗА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

Основните длъжности ще бъдат заети от съдружниците. Останалата част от персонала ще се осигури чрез помощта на интернет обяви, бюро по труда и други. Фирмата ще има нужда да бъдат наети 2 лица в съответните длъжности:

1. Готвач
2. Камериер

Категория/ длъжност	Персонал	
	Брой	Трудово правоотношение
Управител	1	Ръководи и организира цялостната дейност по посещение, настаняване и обслужване на клиентите. Утвърждава графици за работа на персонала и провежда оперативни съвещания свързани с технологията на обслужването и организацията на работа. контролира състоянието на финансовата отчетност и различните работни места.
Счетоводител, Касиер	1	Оформя документите, свързани с финансовата дейност. Обработва счетоводните документи по съответните сметки, за които пряко отговаря. Съставя извлечения и справки от аналитичните сметки, изготвя оборотни ведомости и други балансови извлечения. Подготвя данни за статистическите отчети и формуляри и приключването на съответни отчетни периоди
Готвач	1	Организира и координира работата в кухнята. Организира и участва в производството на собствената готварска продукция. Спазва утвърдената технология за производствена готварска продукция и рецептите за състава, количество и качество на влаганите продукти. Разработва съвместно с управителя менюто, като се съобразява с наличните продукти.

Камериер	1	Поддържа хигиената в определените обекти или помещения. Подменя бельо в стаите и посуда. Зарежда с хигиенни материали и рекламно-информационни брошури. Следи за изправността на електрическата система и електрическите уреди, поставени в стаите.
----------	---	---

Наличие и прилагане на механизъм за стимулиране на персонала във фирмата:

За мотивация на персонала ще използваме стратегията за „служител на месеца“. Който си върши задълженията както трябва ще има бонус от 200лв. Така служителят ще бъде мотивиран да изпълнява задълженията си.

4. ПЛАН ЗА МАРКЕТИНГ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПАЗАРА

Потенциалните потребители на услугите ни ще са семейства с или без деца, спортисти, български и чуждестранни туристи, природолюбители и хора, които искат да си отдушнат на чист въздух сред природата.

Профил на клиентите

Клиент	Потребител на услугата	Потребител на услугата	Потребител на услугата
Профил на клиента			
Пол	Мъж	Жена	Деца
Възраст	25-60	25-60	0-13
Географско положение	България	България	България
Семейно положение	Женен/Неженен	Омъжена/неомъжена	-
Образование	Средно - Магистратура	Средно-Магистратура	Начално
Доходи	Над средните за страната	Над средните за страната	Над средните за страната

4.2. СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ

Микросреда, макросреда, SWOT

Конкуренти

В Сапарева Баня най-силно развитият икономически сектор е туристическият. Това се дължи на една от най-големите туристически атракции, а именно минералната вода. Градът разполага с хотели, къщи за гости и квартири, но легловата база не е достатъчна. Конкуренти на нашия бизнес са следните:

- Хотели: “Емили Грийн“, “Свети Никола“, “Апарт хотел и Спа“, “Релакса“, “Виа Лукс“. Основните предимства са по-голямата леглова база, наличие на ресторанти, спа центрове, фитнес зали и вътрешен басейн, както и възможност за кредитно отчитане и разплащане за удобство на гостите на хотела. Недостатъците, които създават възможност за нашия бизнес са по-високите цени, липсата на квалифициран персонал, трудностите при цялостното поддържане на легловата база и санитарни възли, както и големият капацитет и натовареност, плюс липса на подходящи съоръжения за инвалиди;
- Вили: “Алекс“, “Джун“, “Банята“, “Албасита“, “Под липите“. Основните предимства са по-ниски цени, по-малка леглова база, което осигурява на отсядащите спокойствие, цяло семейство или голяма компания може да наеме самостоятелно. Недостатъците са отдалечени от града

- Къщи за гости: “Кюркчиеви“, “Диневи“, “Идеал“, “Елпида“ и “Кот Гардън“, а също и разположените в села около Сапарева Баня “Костадиновата къща“, “Горски път“, “Маринината къща“, “Берчината къща“ и “Релакс“. Недостатъкът, който имат тези къщи за гости в сравнение с нас е, че са отдалечени, а това изисква допълнителни разходи за придвижване до желаната дестинация.

Въпреки голямата конкуренция в региона нашият бизнес ще успее да се докаже на пазара поради многобройните туристи, които посещават града.

SWOT-анализ:

<p align="center"><u>Силни страни:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Благоприятно местоположение – тихо, спокойно и екологично чисто място - Собствена къща - Познания по чужди езици - Висококвалифициран персонал - Високо качество на предлаганите услуги - Добри комуникации – телефон и интернет - Голямо търсене на пазара - В близост до гр. София - В близост до туристически дестинации като: Рила Планина, Паничище, Седемте рилски езера 	<p align="center"><u>Слаби страни:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Недостатъчна популярност на фирмата и предлаганите услуги - По- малка леглова база - Сезонност на приходите - Недостатъчни средства за по агресивно стъпване на пазара - Липсата на минерален басейн
<p align="center"><u>Възможности:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Бързо преодоляване на неизвестността - Привличане на нови клиенти - Предлагане на услуги на атрактивни цени - Разширение на дейността, при постигане на желани резултати - Нарастващ интерес към алтернативния туризъм - Използване на природната даденост 	<p align="center"><u>Заплахи:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Задълбочаване на финансовата криза - Поява на нови конкуренти - Ръст на инфлацията- намаляване покупателната способност на клиентите - Наличие на нелоялна конкуренция - Промяна на нормативна уредба

Доставчици/Дистрибутори/Собственици

Отчитани като важни партньори на бизнеса, необходими са високия финансов резултат, нашите избрани партньори са представители на утвърдени на пазара марки, предлагащи разнообразни стоки на достъпни цени, а именно: фирма „Домко“ гр. София, Мебелна компания „Виденов“ гр. София, Магазин „Технополис“ гр. София, Хипермаркет „Кауфланд“ гр. София

ПРОДУКТОВА ПОЛИТИКА

Стока/Услуга, които ще предложи на пазара	Характеристики и качество предложени от конкурентите
Просторни стаи	Доста от къщите са стари и няма достатъчно светлина и пространство
Собствени тераси	Доста от къщите нямат тераси
Отделен санитарен възел	В града има доста стари къщи които са с общ санитарен възел
Закуска / по избор/	На всеки предлага закуска и ако предлага тя е една за всички

ЦЕНОВА ПОЛИТИКА

Стоката/услугата, които ще предложи на пазара	Цена, предложена от конкурентите	Цена, предложена от моя бизнес
Нощувка двойна стая	100лв	70лв
Нощувка единична стая	60лв	40лв
Апартамент	120лв	100лв
Наем цяла къща	450лв	300лв

РЕКЛАМНА ПОЛИТИКА

Стоката/услугата, които ще предложи на пазара	Реклама, предложена от конкурентите	Реклама, предложена от моя бизнес
Барбекю на двора	Нямат реклама	Рекламни банери в интернет
Пакет за нощувки	Раздават флаери	Рекламни банери в интернет и билбордове.
Договор с Booking и възможност за картово плащане	Не всички имат договор с Booking а пък други нямат възможност за картово плащане	Рекламен договор с Booking
Собствен транспорт до желана дестинация	Нямат транспорт	Брандиран автомобил

5. ФИНАНСОВ ПЛАН

ИНВЕСТИЦИЯ И СТРУКТУРА НА КАПИТАЛА НЕОБХОДИМ КАПИТАЛ

Капитални инвестиции		Лева
1.	Земя и сгради	
1.	Машини и оборудване	
2.	Транспортни средства	7 000
3.	Инвестиции в основен капитал Междинен сбор (р. 1 + р. 2 + р. 3)	
4.	Оборотен капитал* (от таб. 3.4)	3 866
5.	Общо необходим капитал (р. 4 + р. 5):	10866

СТРУКТУРА НА НЕОБХОДИМИЯ КАПИТАЛ

● <i>Източници на финансиране</i>		Лева
1.	Собствени парични средства*	60 000
2.	Собствени активи*	Земя и сграда (вече ги има)
3.	Заеми от институции/банки	0
4.	Собствен капитал (Междинен сбор: р. 1 + р. 2 + р. 3)	60 000
5.	Безвъзмездно финансиране	0
6.	Финансиране – общо (р. 4 + р. 5):	60 000

ИЗЧИСЛЯВАНЕ НА НУЖДИТЕ ОТ ОБОРОТЕН КАПИТАЛ

Необходими пари за:*		Лева
1.	Производствени разходи:	
	Първоначални запаси от суровини и материали	1 000
	Покупка на оборудване	0
	Електричество, вода и горива	350
	Ремонт	15 000
	Други производствени (реклама, застраховки, регистрация, консултации и други)	1 500

2.	Административни разходи:	
	Заплати и осигуровки на административен персонал	2 959,29
	Наеми	-
	Интернет	20
	Командировки и пътувания	50
	Телефон, факс, поща	50
	Офис консумативи	50
	Рекламна дейност и промоция	150
	Други	
3.	Финансови разходи:	
	Изплащане на заем (главница)	-
	Изплащане на заем (лихва)	-
	Други	-
4.	Необходим оборотен капитал общо: **	21129,29лв.

Източникът на финанси са собствени средства в размер на 60 000 лв.

Прогноза за продажбите и за приходите от продажби на стоки/услуги:

Продукт	Месец											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Продукт Апартамент моята реалистична продажна цена:100лв</i>												
Продадено количество	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Очаквани приходи	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
<i>Продукт Двойна стая моята реалистична продажна цена: 70 лв.</i>												
Продадено количество	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Очаквани приходи	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400
<i>Продукт Единична стая моята реалистична продажна цена:40 лв</i>												
Продадено количество	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Очаквани приходи	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640
<i>Продукт Единична стая моята реалистична продажна цена: 40лв</i>												
Продадено количество	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
Очаквани приходи	680	680	680	680	680	680	680	680	680	680	680	680
<i>Продукт Наемане на цялата къща моята реалистична продажна цена:300лв.</i>												
Продадено количество	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Очаквани приходи	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500

ФИНАНСОВИ ПРОГНОЗИ

ПЛАН ЗА ПРИХОДИТЕ

Продукт/Услуга	Средно количество	Цена	Месечни приходи	Годишни приходи
Наеми – цяла къща	5	300	1500	18000
Нощувка	18 (8 души – 4 стаи)	55	3960	47520
Приготовление на храна по желание на клиентите	18 (8 души)	12	1728	20736
Допълнителни услуги				
Всичко:			86256 лв.	

ПЛАН ЗА РАЗХОДИТЕ

Разходи за стоки - $1000 \times 11 = 11000$

Разход за външни услуги

Вид разход	Месечен разход	Годишен разход
За реклама	50	600
За телефон	50	600
Ел. Енергия	250	3000
Вода	100	1200
Консумативи	50	600
Общо	500	6000

Разход за амортизация

Амортизируе м актив	Отчетн за стойност	Амортиз ационна норма %	Начислена амортизация
Компютър	900	50	400
Транспортно средство	7000	10	700
Общо			1 100

Разход за работна заплата

№	Длъжност	Заплата	Общо:
1	Управител	850x12	10 200
2	Счетоводител	800x12	9 600
3	Готвач	500x12	6000
4	Камериер	360x12	4 320
Общо:			30 120

Разходи за социални осигуровки: $30\ 120 \times 18,92\% = 5\ 698,70\text{лв}$

Други разходи: 1000лв

Общо разходи за една година: 54918,70лв

След направени изчисления приходите ни за една година възлизат на 86256лв.

Разходите са изчислени съобразно актуалните пазарни цени и в тях се включват: разходи за материали, външни услуги, амортизация, работна заплата, социални осигуровки и други. Общо годишните разходи са 54 918,70лв.

През първата година от откриването на къщата ни за гости ще бъде реализирана печалба в размер на 31337,30лв.

$$\text{Приход} - \text{Разход} = 86256 - 54\,918,70 = 31337,30\text{лв}$$

Рентабилността изразява съотношението между печалбата и разходите на фирмата. Тя отразява резултатите от дейността на предприятието, степента на възвращаемост на капитала, способността му да реализира печалба. Колкото по-голяма е рентабилността на една фирма, толкова по-ефективни са управлението и дейността и. Ето защо рентабилността е един от най-важните показатели за определяне финансово-стопанското състояние на фирмата. Рентабилността на къщата ни за гости през първата година от дейността и е 11,41% което означава, че 100лв разходи ние ще получаваме 11,41лв печалба.

$$P = \frac{\text{Печалба}}{\text{Разходи}} \cdot 100 = \frac{31337,30}{54\,918,70} \cdot 100 = 57,06\%$$

В началото от дейността си предприятието предвижда постигане на поставените краткосрочни цели. След изчисление на финансовия резултат в края на първата година се постига печалба в размер на 31 337,30лв. В дългосрочен план се предвижда разширяване на предлаганите услуги, в това число се включва и изграждането на открит басейн. Успоредно с дейността се предвижда непрекъснато усъвършенстване на персонала, с цел подобряване качеството на услугите, които предлагаме.

Заклучение:

Резултатите от анализа на обкръжаващата среда потвърдиха наличието на предпоставки за успеха на нашата идея. Реновирането на вече създадената къща за гости „Меди“ има за цел да предложи на клиентите си уютна атмосфера и добро обслужване на достъпни цени.

- ❖ Оптимистична прогноза: Предвиждаме добиване на известност сред широк кръг от потребители и заемане на стабилни пазарни позиции, които ще доведат до успешно покриване на фирмените разходи. Екипът смята, че ще реализира положителна печалба, поради факта, че последните години град Сапарева Баня е привлекателен туристически център заради минерален басейн "Котвата", както и заради красивата природа и близки природни забележителности.
- ❖ Песимистична прогноза- поради наличието на конкурентни фирми, по -големи хотели, които имат по - голяма леглова база както и собствен басейн. Клиентите ни може да предпочетат предлаганите от тях услуги. Това може да бъде пречка за реализирането на положителна икономическа печалба през първата година от дейността ни. Песимистичната прогноза е обвързана и със сегашното икономическо положение, в което се намира целия свят. Поради този факт може да имаме доста загуби.
- ❖ Реалистична прогноза – Въпреки съществуващите услуги от този род на пазара, както и икономическата криза, в която се намираме ние смятаме, че чрез предлагането на качествени услуги на достъпни цени от наша страна би била сериозна възможност за привличане на клиенти.

ЛИТЕРАТУРА:

- [1.] Д. Тодорова, Е.Железов, „Ръководство по ценообразуване на транспортната услуга”, ВТУ „Т. Каблешков”, София, 2010
- [2.] Д. Тодорова Д., „Изготвяне на бизнес план - Практическо ръководство”, ВТУ „Т. Каблешков”, София, 2011
- [3.] Н. Найденов, „Прогнозиране и планиране“, УИ „Стопанство”, София, 2002
- [4.] К. Калигоров, К.Каменов, Т.Халачева, М. Калигорова, „Бизнес среда и малък бизнес”, Свищов, 2004
- [5.] А. Кирова, Лекционен курс по дисциплината «Планиране и прогнозиране в транспорта», 2020

BUSINESS PLAN FOR IMPLEMENTATION OF A NEW BUSINESS IDEA -MEDI GUEST HOUSE

**Lidia Velova, Nikola Iliev, Diyan Donev, Alexander Georgiev,
Dimitar Zahariev, Todor Georgiev**

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

***Key words:** business idea, planning, finance, SWOT analysis, guest house, competition.*

***Abstract:** This paper presents a business idea for creating and managing a guest house. For this purpose, a business plan is created, which includes all the inherent activities of business planning. This Business Plan considers the possibility of developing a guest house in the town of Sapareva Banya, which will work all year round.*

The potential users of the services have been identified. Attention is paid to the competition and the competitive advantages of the established company and its activity. The tourist product is everything that satisfies the needs and desires that can be offered on the market in order to attract attention, acquisition, use and consumption. In this case, our product is a service. A SWOT analysis with evaluation of all countries is presented.

A financial analysis of the business idea was made, in which the financial indicators influencing the activity of the company were analyzed.

In the future, activities are planned related to maintaining relations with local organizations working in the field of tourism, participation in projects aimed at the development of tourism as a whole at local and national level. This will contribute to the promotion of our services.