

ИНВЕСТИЦИОНЕН ПРОЕКТ И БИЗНЕС ПЛАН - „СТУДИО ЗА СПОРТНИ ТАНЦИ „ДЕЗИ” БЯЛА СЛАТИНА”

Дениз Найзимова, Мария Иванова, Никола Стоилов, Цветан Янакиев
nikolastoilov@yahoo.com

ВТУ “Тодор Каблешков”
гр. София, 1574, ул. „Гео Милев” №158,
БЪЛГАРИЯ

Ключови думи: *инвестиционен проект, бизнес план, спортни танци.*

Резюме: *Основната идея на организацията е създаване на Студио за спортни танци в град Бяла Слатина, област Враца. Инвестиционният проект е със социален характер. Студиото ще предлага развлекателни и спортни услуги за хората от града и региона. Характерно за инвестиционния проект е, че чрез комбиниране на дадени ресурси се цели достигане на определен резултат. Влияние оказват външната и вътрешната среда. Планирането е етап от жизнения цикъл на проекта. На база реализиран проект се изготвя бизнес план. Прогнозирането и планирането са в основата на бизнес плана. Всички етапи по реализирането му са описани подробно в доклада.*

I. Инвестиционен проект

1. Обкръжаваща среда

1.1. Описание на региона

Град Бяла Слатина е сравнително малко населено място, като социалния климат тук се определя на базата именно на това – сериозна безработица, липса на реални културни занимания, миграция на младите и други. Броят на населението, живеещо в единствения град на територията на общината е 14 516 жители, което представлява 48,17 % от общия брой на жителите, а селското население възлиза на 15 621 жители или 51,83 %. Основна заинтересувана група за развитието на проекта са учениците от региона. На територията на община Бяла Слатина функционират 22 учебни заведения (18 общински и 4 държавни училища); 14 детски градини, 8 от които са филиали; детска ясла и други дейности по образованието; институции и НПО, които извършват образователни и възпитателни дейности - читалища (детска музикална школа при читалище "Развитие"); сдружение "Алтернатива", чиято сфера на дейност е образование и интеграция на ромите от община Бяла Слатина. Други основно заинтересувани лица са родителите на учениците от региона, както и техните учители. Имайки предвид местната власт и нейните ангажименти, то определено може да се заяви,

че местната власт също има отношение към проекта - най-вече относно неговата подчертана социална значимост. Идеята е да се наеме помещение за студиото в градското читалище. Белослатинското читалище "Развитие" е основано още през зимата на 1892г., като израз на нарасналите нужди на местното население от знание и просвета. Много скоро след неговото създаване в него се съсредоточава целокупната обществена дейност. През 1983г. е открита новата сграда на читалището - една от най-модерните в страната. Към читалището са обособени: Читалищна библиотека; Детска музикална школа; Художествена самодейност.

1.2. Определяне на възможностите и риска

Предпоставките за успеха на подобна идея са следните:

- първо, отдавна е доказан полезният ефект на танците за развитието на младия организъм и за общия физически тонус на подрастващите;
- второ, град Бяла Слатина принадлежи към малките населени места, в които липсват достатъчно добри условия за развлечение и спортна дейност на младите;
- трето, танците могат да съдействат не само за преодоляване на проблеми като затлъстяване и обездвижване, но и за проблеми, свързани с агресията, отчуждаването и пр.;
- четвърто, танците ще имат и типично социален ефект – сближаване между младите хора и създаване на групи по интереси.

Основната заплаха за реализацията на проекта е фактът, че районът на гр. Бяла Слатина е един от най-изостаналите в икономическо отношение в страната и нормално в следствие на това кръгът от хората готови да отделят средства за спорт и развлечения е по-стеснен. Още повече, че много от младите хора напускат общината в посока по-големите градове в търсене на реализация и по-висок стандарт на живот.



1.3. Цели, подцели и задачи

Основната идея на проекта е осигуряване на алтернативни занимания за младите хора в малкото населено място. Целта на проекта е организиране на дейността и оборудване на мястото за провеждане на тренировки.

Подцелите на проекта са следните:

1. Проучване и намиране на място, със следните задачи:
 - преговори с читалището и общината;

- установяване на мястото;
 - сключване на договори за ползването на помещението.
2. Планиране и преустройство, със следните задачи:
- изготвяне на архитектурен проект;
 - узаконяване на проекта;
 - намиране на изпълнител;
 - строително - ремонтни дейности и оборудване.
3. Финансиране, със следните задачи:
- Използване на всички възможности на смесеното финансиране – кредит и собствени ресурси.

1.4. Матрица за възлагане на отговорностите

основни участници	роли
Дениз Найзимова	инициатор на идеята; организира на местно ниво; намира и договаря помещение;
Мария Иванова	извършва документалната част от регистрацията на фирмата до официалното откриване;
Цветан Янакиев	организира техническата част;
Никола Стоилов	договаряне условията за финансиране, мониторинг;
изпълнител на ремонта	извършва ремонтната дейност по одобрения архитектурен проект;
преподаватели	отговарят за организирането на заниманията;
потребители	обучаващите се танцьори;
заинтересувана трета страна	родители, учители;

1.5. Необходими документи и разрешителни

1. Регистриране на “ДеМаЦеНи” ООД.
2. Издаване на разрешително за дейност в сферата на услугите.
3. Издаване на разрешително за културно-масова дейност на база :
 - разрешително за дейност на “ДеМаЦеНи” ООД;
 - разрешително за ползване на залата (вече издадено);
 - узаконен архитектурен проект.
4. Договор за осъществяване на ремонт.
5. Трудови договори с преподавателите (граждански).

1.6. Разходи за осъществяване, финансиране

1. Собствено -Всеки един от четиримата съдружници внася по 1500 лева към капитала на фирмата.
2. Външно – Усвоява се целеви кредит от Първа Инвестиционна Банка в размер на 25000 лева за срок от 3 години при Годишен Процент на Разходите 12,85% и месечна вноска 791,9 лева.

Разходи за осъществяване:

1. Разходи за регистрация на “ДеМаЦеНи”ООД :
 - Държавни такси към Агенцията по вписванията - 170 лв.;
 - Такса за подготвяне и подаване на документите - само 80 лв.;
 - Банкови такси при откриване на набирателна сметка - обикновено 10 лв.;
 - Нотариални такси - средно 18 лв.;
 - Общо 278 лв.

2. Разходи по изкарване на необходимите разрешителни:

- Изготвяне на архитектурен проект – 120 лв.;
- Узаконяване на проект – 18 лв.;
- Общо : 138 лв.

1.7. Метод на критичния път

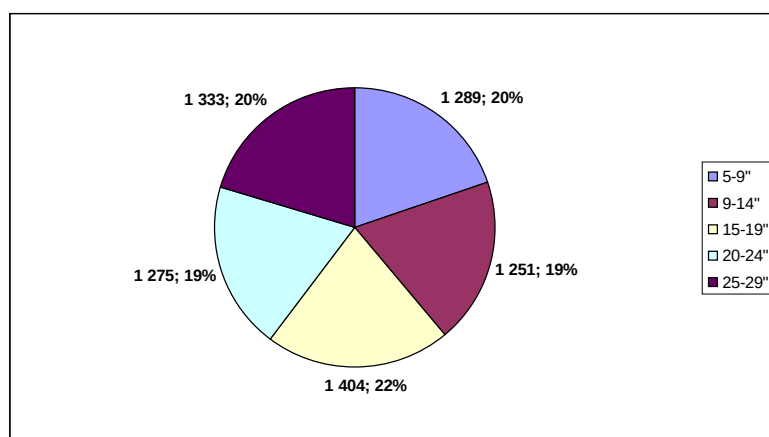
No	етап	първа седмица	втора седмица	трета седмица	четвърта седмица	пета седмица	шеста седмица	седма седмица	осма седмица	девета седмица
1	регистрация на фирмата									
2	кандидатстване и усвояване на банков кредит									
3	изкарване на разрешителни за културно-масова дейност									
4	преговори с читалището за залата									
5	изготвяне и одобрение на архитектурен проект за преустройство на залата									
6	ремонт									
7	избор и договори с преподаватели									
8	набиране на танцьори									
9	ОТКРИВАНЕ									

II. Бизнес – план

1. Социален анализ на ситуацията в община Бяла Слатина

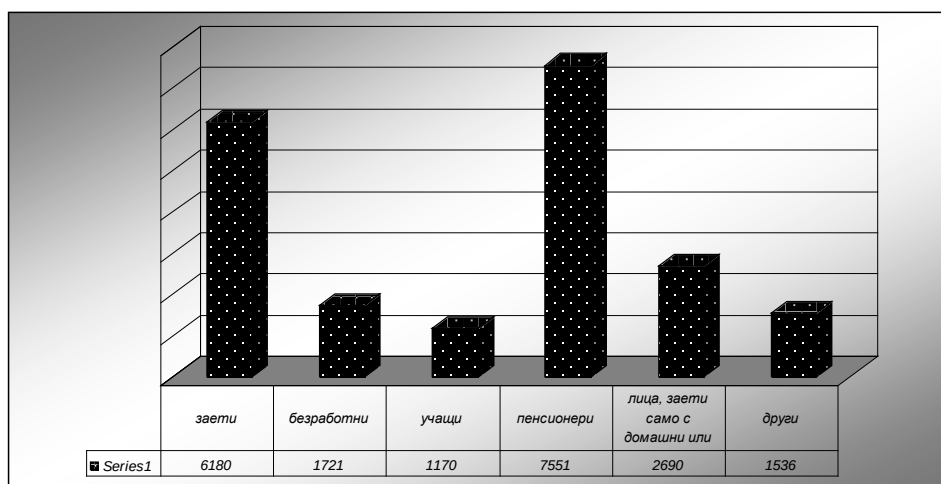
1.1. Социална ситуация в общината

За общината е характерен демографски спад. Тъй като бенефициенти на проекта са млади лица, то интерес представлява структурата на населението на общината. Структурата на населението до 29 години, които са потенциални бенефициенти на услугата, свързана с проекта, е представена на следващата фигура:



Фиг. 1. Структура на населението до 29 г.
Заетост и безработица в общината

По отделни населени места, конкретно, в община Бяла Слатина, данните, свързани с безработицата и заетостта са както следва:



Фиг. 1 Население на общината, разпределено по икономическа активност /над 15 години/, брой

От съществено значение е мястото на работа или къде са заети отделните лица. В това отношение, може да се направят следните изводи:

Икономическото състояние на стопанските субекти на територията на Община Бяла Слатина е сходно с общото състояние на икономиката в страната.

Предприятията страдат от едни и същи характеризиращи се явления за икономическата конюнктура в страната, изразяващи се в:

- Продължително устойчиво ниска активност;
- Липса на свежи капитали;
- Незначително търсене на производство, причинено от ниското ниво на платежоспособност и високия размер на конкурентен внос;
- Проблеми, свързани с настоящата финансово – икономическа криза.

Основният акцент в развитието на промишлеността пада върху шивашката и текстилната промишленост. Донякъде е развита и фармацевтичната и хранително - вкусовата промишленост. Следва да се посочи, че през последните три години, в общината са отбелязани фалити на някои от малките предприятия в сферата на текстила, работещи предимно на ишлеме.

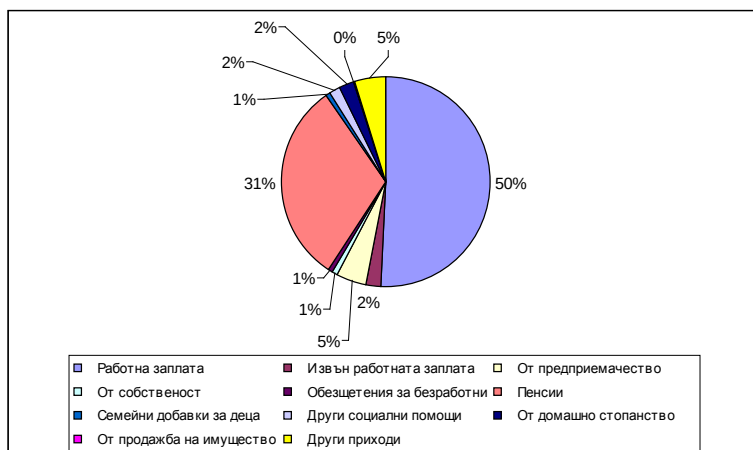
Развитието на промишлеността все още остават за разрешаване основните проблеми, свързани предимно със:

- свиване и загуби на пазара;
- преразпределение на пазарите в международен план;
- необходимост от повишаване на квалификацията и преквалификацията на свободната работна ръка;
- рязко намаляване на заетостта.

Основните проблеми за микро- и малки предприятия са: затруднен достъп до финансиране, неясни закони, липса на оборотен капитал, остаряла техника и високи данъци.

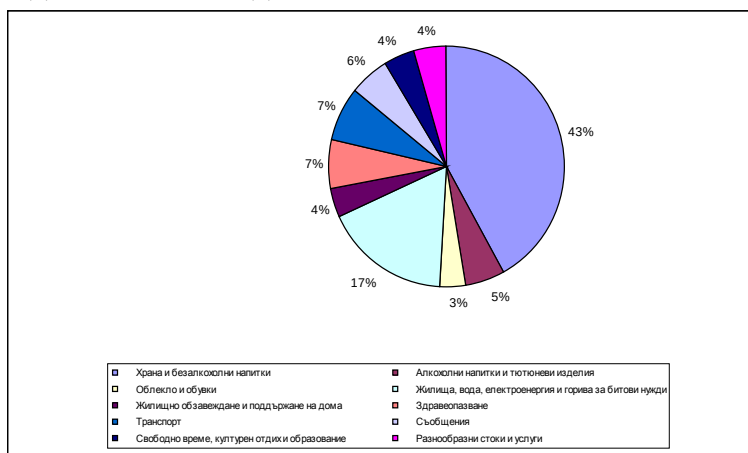
Икономически акценти – заплащане, доходи и разходи на населението

От значение са и доходите на населението, както и начинът им на разходване. Това може да се представи както следва:



Фиг. 2. Структура на доходите на населението в общината

В по-голямата част от доходите на населението са от заплати, както и от пенсии. Останалите източници имат много по-нисък дял, но все пак имат значение за формиране на общия паричен доход на населението в региона. Паричните разходи са както следва:



Фиг. 3 Структура на потребителския разход

Могат да се направят следните изводи:

- Основна част от общия разход на домакинствата в общината е свързан с потребителския паричен разход;
- Основна част – над 40 % от разходите на населението са свързани с покупка на храна и безалкохолни напитки;
- Комуналните услуги са на следващо място – както е видно, те заемат около 17 % от реализираните разходи на населението;
- За останалите разходи, в структурата на общите потребителски парични разходи разходите, може да се каже, че те заемат минимален размер.

1.2. Маркетингова част

1. Нов продукт - 35% от новите продукти на пазара се провалят.
2. Фактори за успех
 - Материално - техническа база.
 - Кадрови потенциал.
 - Проучване изискванията на клиента/изграждане на система.

- Ръководен състав (нагласа към търсене на новото).
 - Създаване на система за предлагане и въвеждане на иновации.
 - Финансово положение на фирмата.
3. Фактори за провал
- Недобре развита концепция за услугата.
 - Недооценен пазар.
 - Подценено проучване на поведението на потребителя / производител – купувач.
 - Подценени усилия по формиране на ясно виждане за представата на услугата.

Противоречие между живот и жизнен цикъл.

4. Живот на продукта - тези час и половина, през които танцуването се превръща в забава.

5. Жизнен цикъл

Фаза 1. Въвеждане - 6 месеца

1. Максимално качество – минимални цени.

Максимално защитаване интересите на клиентите чрез качество и цени.

2. Цена – проникваща и защитна.

В първа фаза цената трябва да покрива производствените разходи и да носи минимални доходи с тенденция да нарастват с последвалото покачване на стокооборота.

Фаза 2. Растеж - 1 година

Продукта се е утвърдил на пазара и се наблюдава добър и постоянен стокооборот. Печалбата е на база стокооборота.

Фаза 3. Зрялост - 2 години

При отличен старт и последвало утвърждаване на продукта на пазара се предполага поява на конкурентна услуга. При тези случаи се обръща внимание на иновации и много често до намаляване на цената.

Фаза 4. Заключителна – не се допуска

Цена. Реклама. Отстъпки.

Цели при определянето на цената:

1. Осигуряване пълна възвръщаемост на инвестициите;
2. Стабилизиране на цената на желаното равнище;
3. Защита на сигурни пазарни ниши;
4. Покриване на всички разходи, свързани със стоката.

Реклама:

1. Преки контакти с потребителя
2. Въвеждане на безплатен телефон на потребителя
3. Реклама в средствата за масова информация

Основно в първа фаза на жизнения цикъл:

- Демонстрации – всяка седмица в центъра на града.
- Подаръци – фланелки, ключодържатели и т.н.
- Отстъпки от цената (например: 10% до края на седмицата).
- Вестници и списания (особено местните вестници).
- Радиореклами.
- Плакати и флайъри.

- Реклама чрез допълнителни канали – местната дискотека и фитнес зала.

Отстъпки:

1. Отстъпки за сезонност - външни услуги (рафтинг, планински преходи и др.).
2. Отстъпка за определени възрастови групи.
3. Отстъпка за лоялност – традиционни клиенти.
4. Отстъпка при въвеждане на нови услуги.
5. Отстъпки за количество/брой посещения.
6. Отстъпки за начин на плащане.

Начин на плащане:

- Седмично.
- Месечно.
- Ваучери. На 3 или 6 месеца с фирмите и училищата.

Промоции:

- Реклама;
- Пропаганда – представяне на студиото като белег за качество;
- Насърчаване на продажбите - премии за постоянни клиенти, различни подаръци;
- Лични продажби – човешкият ресурс е белег за качество и увеличаване на продажбите;
- Спонсорство – мероприятия на големите фирми в региона с участие на нашите танцьори;
- Връзки с обществеността – всяка седмица безплатни демонстрации;
- Реклама „от уста на уста”.

1.3. Организационна структура

Ръководители (собствениците):

- Дениз Найзимова - ръководител на местно ниво;
- Мария Иванова - счетоводство и документална обработка;
- Цветан Янакиев - техническа част и маркетинг;
- Никола Стоилов - финанси и контрол;
- Работят за процент от печалбата.

Преподаватели :

- първоначално - двама /почасово; от Враца/;
- Заплащане 50лв. на ден ;
- от шестия месец - още двама местни на договор;
- Заплащане 35лв. на ден ;
- след първата година - четирима местни ;
- Заплащане 35лв. на ден.

Помощен персонал - осигурен от общината /чистачка и техническа поддръжка са в цената на наема/.

Външен превозвач - заплащане 1лв./км.

Доставчици на храни и напитки.

1.4. Финансова част

Таблица 1 График на часовете

график на часовете		максимален капацитет	общо капацитет за месец	осигурен транспорт
От понеделник до петък	събота и неделя			
	10:30-12:00	25	200	не
	12:00-13:30	25	200	не
13:30-15:00	13:30-15:00	25	700	не
15:00-16:30	15:00-16:30	25	700	работни дни
17:00-18:30	17:00-18:30	25	700	работни дни
18:00-20:00	18:00-20:00	25	700	работни дни
20:00-21:30		25	500	не
	общо		3700	

Таблица 2 Цени и абонаменти

Цени (без отстъпки и преференции)			
1 месец (12 посещения)	2 месеца (25 посещения)	3 месеца (38 посещения)	едно посещение
30 лв.	55 лв.	50 лв.	4 лв.

Очаква се най-търсен да е едномесечният абонамент.

Средната цена, за която ще се търгува едно посещение е 2,5 лв.

Очаквани приходи и разходи по периоди

Договорени условия

- Общината приспада от наема на помещението по 120 лв. месечно за срок от 3 години, което се равнява на половината от направения ремонт.
- Общината поема част от разходите по транспорта (само на учениците), възлизащи на 300лв. на месец.
- От оперативна програма ”Развитие на човешките ресурси” ще осигурат заплащане на двама местни преквалифицирани безработни за срок от 6 месеца, при условие, че те останат на работа след това минимум за 2 години.

Таблица 3 Разходи фаза 1

Разходи за навлизане на пазара – първите 6 месеца				
	сума	Заплащани от фирмата	Заплащани от общината	Допълнително финансиране (евро проекти)
Постоянни разходи:				
Месечна вноска по кредит	792	792		
Наем помещение	150	30	120	
Променливи разходи:				
Режийни разходи(ток, вода, отопление)	250	250		
Заплати на преподаватели -2бр.	1500	1500		
Превоз (3 оборота общо 60км)	1200	900	300	
Разходи за реклама:				
Демонстрации:	400	400		
Плакати, флайъри	200	200		
Медии	200	200		
Общо външни финансираня			420	
Общо заплащани от фирмата		4272		

Таблица 4 Приходи фаза 1

Приходи при навлизане на пазара – първите 6 месеца			
Песимистичен вариант	20% вероятност		2775
брой посещения	30% от капацитета	1110	
средна цена на посещение	2,5 лв.		
реалистичен вариант	60% вероятност		3700
брой посещения	40% от капацитета	1480	
цена на посещение	2,5 лв.		
оптимистичен вариант	20% вероятност		4625
брой посещения	50% от капацитета	1850	
цена на посещение	2,5 лв.		

Покриване на разходите:

4272лв. / 2,5лв. за посещение = 1709 посещения месечно; Цената на 120000 флайъра е 1200лв. (по 0,10 лв. на брой); Цената на 1000 плаката е 1200лв.;

Общо 2400лв.; Ще се ползват 1 година, което прави по 200лв. на месец.

Таблица 5 Разходи фаза 2

Разходи във фаза растеж - 6 месеца				
	сума	Заплащани от фирмата	Заплащани от общината	Допълнителни финансираня (европроекти)
Постоянни разходи:				
Месечна вноска по кредит	792	792		
Наем помещение	150	30	120	
Поменливи разходи:				
Режийни разходи (ток, вода, отопление)	250	250		
Заплати на преподаватели -4бр.	2550	1500		1050
Превоз (3 оборота общо 60 км)	1300	1000	300	
Разходи за реклама:				
Демонстрации:	200	200		
Плакати, флайъри	200	200		
Медии	100	100		
Общо външно финансиране			420	1050
Общо заплащани от фирмата		4072		

Таблица 6 Приходи фаза 2

Приходи фаза 2 (растеж) - 6 месеца			
Песимистичен вариант	20% вероятност		5550
Брой посещения	60% от капацитета	2220	
средна цена на посещение	2,5 лв.		
реалистичен вариант	60% вероятност		6937,5
брой посещения	75% от капацитета	2775	
цена на посещение	2,5 лв.		
оптимистичен вариант	20% вероятност		8325
брой посещения	90% от капацитета	3330	
цена на посещение	2,5 лв.		

Покриване на разходите:

4072лв. / 2,5лв. за посещение = 1629 посещения месечно; В тази фаза се предвижда увеличение на цената за превоз на клиентите, както и намаление на цената за реклама по медиите и за демонстрации (идеята е, че вече сме достатъчно популярни).

Таблица 7 Разходи фаза 3

Разходи фаза 3 (зрялост) - 2 години				
	сума	Заплащани от фирмата	Заплащани от общината	Допълнителни финансираня (европроекти)
Постоянни разходи				
Месечна вноска по кредит	792	792		
Наем помещение	180	60	120	
Променливи разходи				
Режийни разходи(ток, вода, отопление)	250	250		
Заплати на преподаватели - 4бр.	2200	2200		
Превоз (3 оборота общо 60км)	1400	1100	300	
Разходи за реклама:				
Демонстрации:	наши танцьори			
Плакати, флайъри	200	200		
Медии	200	200		
Общо външно финансиране			420	
Общо заплащани от фирмата		4802		

Таблица 8 Приходи фаза 3

Приходи фаза 3 (зрялост) - 2 години			
Песимистичен вариант	20% вероятност		5698
Брой посещения	70% от капацитета	2590	
Средна цена на посещение	2,2лв.		
Реалистичен вариант	60% вероятност		6512
Брой посещения	80% от капацитета	2960	
Цена на посещение	2,2лв.		
Оптимистичен вариант	20% вероятност		7326
Брой посещения	90% от капацитета	3330	
Цена на посещение	2,2лв.		

Покриване на разходите:

4802лв. / 2,2лв. за посещение = 2183 посещения месечно; Във фаза 3 разходите за персонал намаляват поради използването на местни кадри, но пада субсидията от европейската програма.

Поради евентуалната поява на конкуренция се налага понижаване на цената с около 10-15% и увеличаване на разходите за реслама.

1.5. Допълнителни услуги и мероприятия

Разходът и приходът от допълнителни услуги не се включват в прогнозните резултати, поради трудната им прогнозируемост и статута им на съпътстваща дейност.

Потенциалът на услуги като тиймбилдинг, рафтинг, езда, планинско ориентиране и т.н. е голям, но на първо време при проявен интерес ще използваме фирми с такава основна насоченост.

Организирането на турнири ще се финансира от спонсори (големите предприятия в района) като цената на турнир на месно ниво е около 3000лв., а от национално е 10000лв.

Според прогнозите реалистичната печалба, която може да се реализира за периода е около 2000 лв. на месец, което разделено на 4 съсобственици е по 500лв. на месец.

1.6. Оценка на риска

Демографски фактор

Застаряващото население и като цяло тенденцията на напускане на младите хора от общината ще доведе до непреодолима криза в период от 5-6 години след отварянето на студиото.

Икономически фактор

1. Ниската платежоспособност на месното население ще ограничи развитието на проекта не много далеч от началните му размери:

- преместването в по-голяма зала, вероятност 10% ;
- необходимост от допълнителен транспорт на клиенти в по-далечни райони – 90%, но ще е много нерентабилно при цена около 1лв. на километър;

2. Неизбежната поява на конкуренция, която ще раздели пазара.

3. Отрицателната инфлация в сектора, което ще доведе до невъзможност за повишаване на цената при повишаване на себестойността на услугата.

1.7. Потенциал на идеята

Поради ограниченият максимум на печалбата е добре да се прибегне до развитие бизнеса извън района на гр. Бяла Слатина.

Населени места в областта, където този проект би проработил със същия успех и без принципни изменения:

Козлодуй – 22 782 жители;

Мездра – 11 528 жители;

Луковит – 9 961 жители;

Лом – 25 465 жители.

ЛИТЕРАТУРА:

[1] Тодорова,Д.,Практическо ръководство „Изговване на бизнес план”

Издание ВТУ „Тодор Каблешков” 2011г.

[2] Кирова,А., лекции по учебна дисциплина „Управление на инвестиционните проекти” 2011г.

[3] Кирова,А., лекции по учебна дисциплина „Планиране и прогнозиране в транспорта” 2012г.

[4] Търговски закон

[5] Национално Статистически Институт

[6] Владимирова,К., „Стратегическо управление на човешките ресурси”

Нов български университет 2011г.

[7] Кодекс за социалното осигуряване