

TAKE THE *Leap*

A stylized blue silhouette of a person jumping or leaping, positioned to the right of the word 'Leap' in the main title.

ПОГЛАВЈЕ 4:

Како да креирате бизнис план

A dark grey arrow pointing to the right, located on the left side of the slide, pointing towards the chapter title.

Вовед: Зошто овој модул?

Општи цели

Овој модул е наменет за едукатори, младински инструктори и млади луѓе заинтересирани да започнат свој бизнис и да ги подобрат своите вештини во оваа област.

Курсот „**Како да создадете бизнис план**“ ќе им обезбеди на учениците практични, значајни и управливи знаења и вештини кои се истовремено и преносливи за да започнат како претприемачи. Покрај тоа, ќе се презентираат различните регулативи што постојат на Европско ниво, со цел да се усогласи размената на стоки и услуги.

Курсот ќе се одвива преку 3 клучни теми:

- Бизнис план
- Продажба и Маркетинг
- Финансии

Сите горенаведени теми имаат теоретска основа, која ќе биде кратко презентирана пред да се навлези во практичните и индивидуалните задачи за учениците.

Бизнис План

- Што е бизнис план
- Како е структуриран и напишан бизнис планот
- Како да се подготви секој негов дел
- Техники за пишување „профил на компанијата“, спроведување истражување на пазарот и идентификување на она што ви треба за да го испорачате вашиот производ или услуга
- Подготовка на детални финансиски информации.

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО:

Акции / Достигнувања

- Познавање и разбирање на деловното финансирање

Познавања

- Подгответе бизнис план и препознавајте ја неговата важност
- Основно познавање на клучните аспекти на бизнис планирање, вклучувајќи истражување на клиенти, конкуренција, стратегија за маркетинг и продажба и финансиски средства
- Опишете и разберете еден производ и неговата уникатната продажна карактеристика („unique selling point“)
- Идентификација на целниот клиент и износот на надворешното финансирање (amount of external funding)

Вештини

- Да се опише и разбере нечиј производ и „уникатната продажна точка“ (unique selling point)
- Да ги истакнете сопствените вештини, експертизата и искуството на тимот
- Способност да се идентификува целниот клиент и да се одредат главните конкуренти
- Проценка на силата и слабостите на одреден бизнис
- Способност да поставите краткорочни, среднорочни и долгорочни цели
- Да ги оцените различните аспекти на стратегиите за маркетинг и продажба
- Анализа на финансиските потреби
- Да дизајнирате мошне краток воведен говор (elevator pitch)
- Развивање профил на клиент („customer avatar“)
- Идентификување на конкурентите
- Да спроведете SWOT анализа

ИСХОДИ НА УЧЕЊЕТО:

- До крајот на овој модул, треба да бидете во можност:
- Да го идентификувате значењето на бизнис планот и да разберете зошто е тој потребен.
- Да структурирате бизнис план користејќи го знаењето што сте го стекнале од овој модул.
- Да формулирате деловни цели за обликување на вашата организациска стратегија.
- Да спроведете детална анализа на вашата бизнис идеја, на пазарот, клиентите, конкурентите, производите и услугите што имате намера да ги продадете.
- Да го идентификувате вашиот целен пазар и да дознаете како ќе стасате до вашите клиенти користејќи маркетинг стратегии.
- Да ги предвидите потребните финансии и да препознаете како ќе го финансирате вашиот бизнис.

Ќе научите:

Во овој модул ќе го покриете секој од деловите во бизнис планот:

- Информации за компанијата - Зошто се занимавате со бизнис? Тоа ќе ги рефлектира вашата визија, вредности и цели.
- Истражување на пазарот и стратегија за маркетинг - Разбирање на пазарот и идентификување на пристапот што имате намера да го преземете за да го пласирате вашиот бизнис,
- Менаџмент - Кој ќе управува со бизнисот,
- Финансии - Како ќе финансирате сè што сте опишале во вашиот бизнис план, вклучително и проекциите за билансот на успех, вашиот биланс на состојба и протокот на готовина за следните години.
- Изработка на совршен иницијатор на интерес (elevator pitch)
- Спроведување детална SWOT анализа за да ги идентификувате вашите јаки, слаби страни, можности и закани.

Што е бизнис план

- Бизнис план е патоказ кон вашиот бизнис.
- Ги опишува вашите цели, како планирате да ги постигнете и временската рамка до која сакате да ги постигнете.
- Бизнис планот може да објасни како планирате да заработите пари и што треба за да започнете. Исто така, тој ќе каже зошто вашиот бизнис ќе успее, кога другите нема.



Зошто да се замарате?



- Главната причина зошто ќе ви треба силен бизнис план е да обезбедите финансирање за да започнете, а подоцна и да се проширите. Банките и другите инвеститори ќе сакаат да знаат дека имате добри шанси да успеете и дека на крајот ќе ги вратат парите.
- Бизнисите со таков план имаат поголема веројатност да обезбедат финансирање, да растат побрзо и имаат помала веројатност да пропаднат.
- Пишувањето деловен план ви помага да разгледате области што инаку можете да ги превидите и да видите дали има очигледни празнини во вашите планови. Дали забравивте да ја погледнете вашата конкуренција? Дали сте размислувале за цените?
- Кога пишувате бизнис план, можете да го споделите - со ментори, пријатели, наставници, семејство - тие можат да забележат некои слабости или можности за кои не сте размислувале.
- Тоа ви помага да бидете јасни за вашите приоритети и да се фокусирате.

Пари од ништо (1)

Омар Сакрание, светци на Мока

21-годишник од Хајфилдс, Лестер:

- го отвори својот бизнис на 18-годишна возраст. Омар се бореше со образованието на А-ниво.

Кафулето, сместено веднаш зад аголот во гужвата на Лондонски пат, привлекува постојан проток на студенти и жители.

Омар го препознава секој повратен клиент и му нуди личен контакт, што смета дека честопати е пропуштено кај уличните прометни кафулиња

Омар Сакрание ги употреби своите вештини од „Светците на Мока“ за учество во „Лате натпревари“ на работници од баровите во Велика Британија, каде добиваат признанија и парични награди.

Тој ја освои наградата Млад Претприемач на годината во 2018 и Британската муслиманска награда во 2019 година.

„Имајте храброст и бидете дисциплинирани. Ако истражувате бизнис идеја, подобро само одете по неа“.

<https://www.business-live.co.uk/>



Elevator pitch (извршно резиме)



Луѓето немаат многу време овие денови. Elevator pitch им кажува на потенцијалниот клиент, инвеститор или банка се што треба да знаат за 1-2 минути. Тоа треба да опфати:

- Проблем со кој се соочуваат вашите клиенти
- Решението што го нудите
- Кои се вашите клиенти (вашиот целен пазар)
- Конкуренцијата, она за што се натпреварувате и вашата единствена продажна карактеристика (unique selling point)
- Вашиот тим (нивната стручност, дури и ако сте само вие)
- Вашите финансии (кои се вашите финансиски цели, какви потреби за финансирање имате)

Мои производи и услуги



Опишете ги стоките и услугите што ги давате со едноставни термини, избегнувајќи жаргон

- Како тие се разликуваат од вашата конкуренција?
- Ако тие во моментот не постојат, зошто се потребни?
- Која е временска рамка за носење на производите на пазарот?
- Ако нудите производ, како се произведува, кои материјали ќе ги користите, од каде ќе ги купите вашите материјали?
- Било каква интелектуална сопственост, како што се трговските марки?
- Како ќе бидат формирани цените за вашите производи?

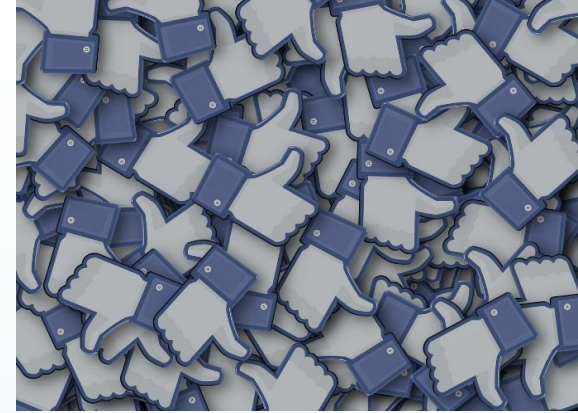
Што е предност на мојата компанија (дополнителна вредност)



Дополнителната вредност треба да им каже на вашите клиенти три работи:

- Кои се проблемите на вашите идни клиенти и како вашиот производ / услуга ги решава истите
- Кои се придобивките за клиентот кога купува ваш производ / услуга
- Што го прави вашиот производ подобар од тој на вашите конкуренти

Пари од ништо (2)



Facebook

- Фејсбук е одличен пример за стартап со одлична додадена вредност. Нејзините основачи забележале дека има јаз на пазарот затоа што не постои универзален Фејсбук преку Интернет.
- Фејсбук е основан од студентска соба на Универзитетот Харвард од Марк Цукерберг, Едуардо Саверин, Ендрју Меколум, Дастин Москович и Крис Хјуз. (Во тоа време имале 20-22 години).
- Првично, Марк позајми 20.000 УСД од Едуардо Саверин, но откако страницата била во функција само 6 месеци, тие инвестирале половина милион од инвеститорот Питер Тиел. Останатото е историја.
- Дали Марк имал бизнис план за да им го претстави на своите инвеститори не е познато, сепак тој имал план, а првичниот успех на производот им покажал на инвеститорите дека неговата идеја е изводлива и добро осмислена.

Сè за мене (Операции)



- Кој е вклучен во вашата компанија и кои се нивните вештини?
- Ако сте само вие, какви се вашите вештини и искуство, како во однос на вашиот производ, така и во врска со започнувањето бизнис
- Наведете го вашето работно искуство, квалификации и вештини
- Ако се вклучени други луѓе, кои се нивните вештини и искуство?

Дај ми ги парите (кои се моите клиенти?)



Најчестата грешка што ја прават претприемачите е верувањето дека секој е потенцијален клиент. Ако се обидете да продадете на секого, на крај нема да продадете на никого.

Ако сакате ефикасно да настапите, треба да имате „модел на фиктивен купувач“, кој најверојатно би го купил вашиот производ, на пр. нивното име, возраст, работа, приход, хоби, каде се дружат социјално (ако се дружат), каде купуваат, што сакаат / не сакаат.

Откако ќе го знаете тоа, можете да започнете да ги прилагодувате вашите маркетинг напори кон оваа специфична личност, со лично обраќање.

Дали навистина ќе го купат? (Пазарно тестирање)

Само затоа што ви се допаѓа вашиот производ (и на вашата мајка, момче, сосед) не значи дека некој навистина ќе го купи.



- Треба да проверите дали навистина има клиент за вашиот производ или услуга
- Вие би можеле да произведете прототип за продажба
- Може да поставите лажна веб-страница и да побарате од луѓето да го регистрираат својот интерес пред да ја стартувате вистинската
- Може да ги прашате луѓето на улица или на социјален медиум за тоа дали се заинтересирани за вашиот производ и да ги прашате колку би биле подготвени да платат за тоа, што мислат за вашите конкуренти и дали гледаат проблеми со вашиот производ или услуга
- Можеби ќе треба да понудите поттик луѓето да зборуваат со вас / да го пополнат вашиот прашалник.

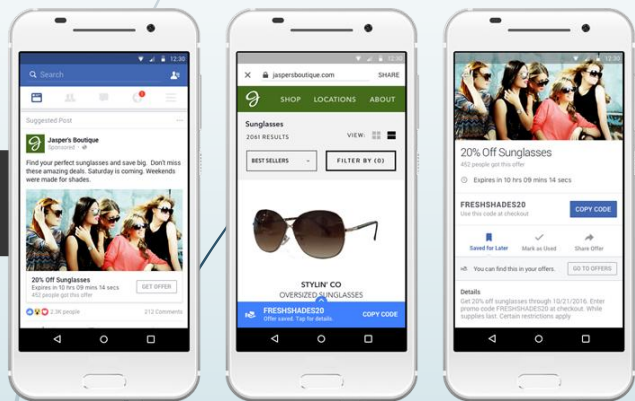
Кому ќе му цапнам на жул (анализа на конкуренција)



Во денешно време, клиентите лесно можат да ги убедат да ги променат брендovите. Анализата на конкуренцијата ви помага да откриете кои се предностите и слабостите на вашите конкуренти и како да ги надминете или искористите. Треба да дознаете:

- Кои се вашите конкуренти?
- Кој удел на пазарот тие го имаат?
- Кои се нивните целни клиенти?
- Што го прави нивниот бизнис уникатен?
- Која е нивната ценовна стратегија?
- Како тие се разликуваат едни од други, и како можете да направите вашиот производ / услуга да се издвојува?
- Можете да најдете многу од овие информации со разгледување на социјалните медиуми или веб-страницата на вашите конкуренти.

Како тие ќе ме најдат (маркетинг стратегија)

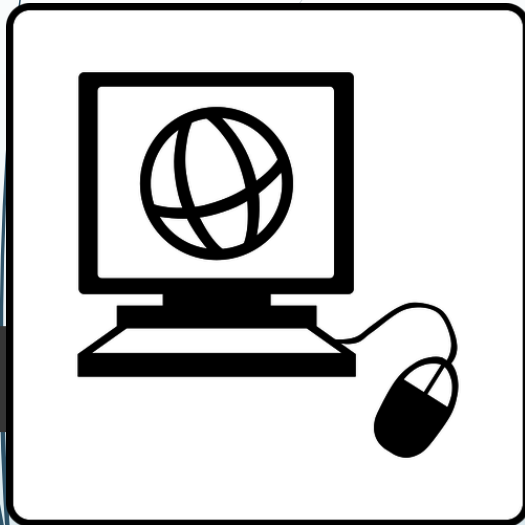


Како ќе ги промовирате вашите производи или услуги?

Најверојатно ќе користите голем број начини за пласман на вашиот производ / услуги. Каде може да се најде вашиот целен клиент?

- Социјални медиуми: проверете кој канал најверојатно го користи вашиот целен клиент
- Видео упатства
- Рекламирање на Фејсбук
- Веб-страница и блогирање
- Вмрежување
- Е-пошта
- Директна пошта
- Соопштенија за јавноста

Стратегија за продажба



- ❑ **Одлучете околу вашите канали за продажба:**
 - Лице в лице
 - Преку вашата веб-страница
 - Е-трговија како што се преку ebay, notonthehighstreet или etsy,
 - Директен маркетинг на пр. продажба по телефон или е-пошта
 - Малопродажба (на пример, во продавница)
 - Преку трговците на мало и трговијата на големо (компаниии што ги купуваат вашите производи и ги продаваат на пр. Преку е-трговија)

- ❑ **Одлучете за вашата тактика за продажба:**
 - Попусти
 - 2 за 1 зделки
 - Воведни цени
 - Претплати
 - Продажба и препродажба (нудење премиум услуги или нудење дополнителни производи)

Пари од ништо (3)

Амна Ахтар и Киран Каур - [GirlDreamer](#)



Основано од Амна Ахтар и Киран Каур, GirlDreamer е платформа за зајакнување на следната генерација обоени жени. Идејата за бизнисот започнал меѓу двете пријателки во 2012 година, после разговор во кој се дискутирало како би изгледал светот ако обоени жени би имале повеќе лична поддршка и можности да водат во животот. Тие ја основале својата компанија на возраст од 25 години. Сега, осум години подоцна, нивниот проект продолжува да обезбедува развој на лидерство и иницијативи во заедницата, фокусирани на социјалното вклучување, така што младите обоени жени ќе бидат овластени да делуваат и да постигнуваат повеќе.

<https://www.greatbritishentrepreneurawards.com/>

Уникатна продажна карактеристика



Вашата уникатна продажна карактеристика (USP на англиски) е тоа што вашиот производ или услуга ја издвојува од конкурентната. Пронаоѓањето на вашиот USP ќе ви помогне да го пласирате вашиот производ, да го напишете вашиот elevator pitch и да ги убедите инвеститорите да инвестираат.

Вашиот USP може да се заснова на:

- Физички карактеристики на вашиот производ
- Техники или технологија што не ја користи вашиот конкурент
- Искуство на клиентите
- Локација
- Структура на цените
- Како го промовирате производот
- Која уникатна потреба на клиентот ја исполнува вашиот производ

СВОТ Анализа:

Силни и слаби страни, можности, закани

СИЛНИ СТРАНИ:

- Карактеристики на вашиот бизнис кои ви помагаат да ја постигнете целта.
- Она што го правам подобро од моите конкуренти?
- Која е мојата уникатна продажна карактеристика на производот / услугата?

СЛАБИ СТРАНИ:

- Карактеристики на вашиот бизнис што ве спречуваат да ја постигнете целта
- Што треба да избегнувам да правам?
- Каде се моите конкуренти посилни?
- Кои вештини ми недостасуваат, што треба да научам?

МОЖНОСТИ:

Надворешни услови кои ви помагаат да ги постигнете вашите цели

- На пр. „растечки пазар“
- Неисполнета потреба на клиентот
- Технолошка или социјална промена

ЗАКАНИ :

Надворешни услови кои ве спречуваат да ја постигнете целта

- Зголемени трговски бариери
- Нови неповолни закони и законодавство
- Технолошки промени
- Промена на популарноста на производот

Кој и што ми треба да започнам?

Пред да започнете, ќе треба да имате добра проценка колку пари ви требаат за да започнете:

- Што ќе ви треба за производство на вашиот производ? Машинерија, материјали итн?
- Што е со веб-страница и другите трошоци за маркетинг?
- Можеби ќе ви треба професионално осигурување за обештетување од јавна одговорност, одговорност како работодавач, осигурување на зграда итн
- Дали ви треба персонал и колку ќе треба да им платите? Кои вештини треба да ги имаат?
- Колку приходи ви се потребни за да преживеете додека не остварите профит?
- Дали ви требаат простории за работа?



Никој не е „пуст остров“ (стратешки партнерства, клучни добавувачи, подизведувачи, консултанти...)

Најверојатно ќе работите со многу различни луѓе во вашиот бизнис. Можеби е добро да ги вклучите клучните луѓе во вашиот бизнис план:

- Дали ви требаат консултанти? Иако е примамливо да го сторите тоа сами, особено кога сè уште не сте зафатени со продажба / производство, ќе потрошите многу време обидувајќи се да ги дознаете работите. Типични примери се книговодството, дизајнот и управувањето со веб-страниците и маркетингот на социјалните мрежи

- Дали можете да имате корист од стратешките партнерства? На пр. здравствен тренер би можел да соработува со нутриционист за да понуди заедничка програма за слабеење.

- Кои се клучните снабдувачи од кои вие зависите, или подизведувачите кои ви помагаат да ја испорачате или произведете вашата програма?



Краткорочни и долгорочни цели



Вашите инвеститори сакаат да знаат дека имате јасен план за вашиот бизнис. Зацртаните цели исто така ќе помогнат да бидете во чекор и да одлучите на што да се фокусирате:

Краткорочни цели (6 - 12 месеци) : За почеток, ова обично вклучува лансирање на производот, зголемување на прометот, воспоставување социјални медиуми итн.

Среднорочни цели (од 12 месеци до 3 години) : Ова може да биде дополнително зголемување на прометот, лансирање на нова линија производи

Долгорочни цели (3 - 5 години) : Ова може да вклучува инвестиции во нова машинерија, преселување во поголеми простории, ангажирање персонал итн. Осигурете се дека вашите цели се „паметни“ (SMART) - специфични, мерливи, остварливи, релевантни и навремени (на пр. „Зголемете ја продажбата на Интернет за 10% во наредните 6 месеци“)

Пари и повеќе пари (Стартап финансирање)



Можете да најдете пари од голем број извори:

Семејство и пријатели (честопати најбрзиот и најлесен извор на пари, но може да доведе до конфликт ако не можете да ги вратите)

Банки или државни сервиси (можеби ќе треба да имате добра кредитна оценка и можеби ќе треба да доставите хартии од вредност)

Стартап заем (заеми за над 18 години, до 25 000 фунти).



Краудфандинг (барате голем број на луѓе да придонесат мали количини пари кон вашиот бизнис)

Бизнис ангели (богати луѓе кои инвестираат во вашиот бизнис за замена на удел во вашиот бизнис)

Big issue invest (обезбедува заеми за добротворни организации и социјални претпријатија)

<https://www.gov.uk/business-finance-support> (информации за регионалното и специфичното финансирање на индустријата; деловни совети)

ГРАНТОВИ



Грантовите имаат предност што не мора да ги враќате парите. Честопати постојат строги критериуми за квалификација.

LEPS. Постојат 38 партнерства за локални претпријатија низ Велика Британија. Тие нудат значителна поддршка за почетни компании и исто така имаат локални центри за раст за воспоставени деловни активности. Нивната поддршка се движи од грантови до курсеви за обука и можности за вмрежување.

Додаток за ново претпријатие (преку Центар за вработување, за лица над 18 години, со универзален кредит, додаток за барање работа, додаток за вработување и поддршка и во некои случаи поддршка за остварување приход. Интересентите можат да се квалификуваат (аплицираат) за сума од 1,274 фунти или повеќе за плаќање ментор. Грантови врз база на регионална и индустриска основа. Многу грантови се ограничени на географска област или на одредена индустрија. Посетете ја <https://www.gov.uk/business-finance-support> и проверете го полето „грант“ за да ги видите достапните грантови.

Innovate UK обезбедува владини грантови за „развој и реализирање на потенцијалот на нови идеи). <https://www.gov.uk/guidance/innovation-apply-for-a-funding-award> <https://www.gov.uk/guidance/innovation-apply-for-a-funding-award>

Кршење на бројот (финансиска анализа)

Броевите - израчунуваат!



Ова е местото каде што треба да бидете конкретни и да процените колку ќе заработите и потрошите, (идеално) за три години.

Колку приход очекувате секоја година?

Колку ќе ве чини да го произведете вашиот производ или да ја понудите вашата услуга (материјали, изнајмување, вработени, маркетинг итн.)?

Колку профит ќе остварите (приход минус издатоци)?

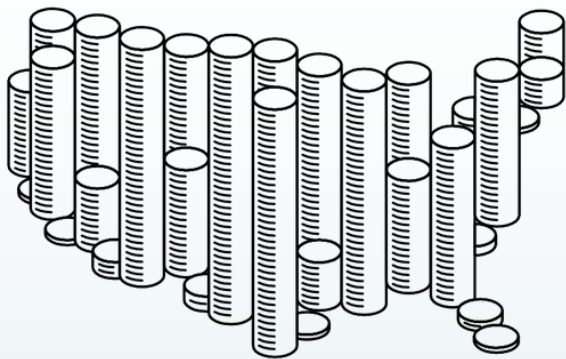
Ќе ви покаже вам и на вашите инвеститори кога (веројатно) ќе започнете да остварувате профит;

Ако го правите овој месец за месец, ќе можете да откриете во кои месеци може да биде „тесно“ на пр. затоа што многу сметки доспеваат токму тој месец.

Директни и индиректни трошоци

Директни трошоци	Индиректни трошоци
Трошоци кои одат директно на производство на производ или услуга	Општи деловни трошоци. Не може да се следат во рамките на производство на производ или услуга
Искористени материјали Директни трошоци за вработените Пошта и товарење	Маркетинг Изнајмување Канцелариски персонал Телефон и широкопојасен интернет

БУЏЕТ ЗА ЛИЧНО ОПСТОЈУВАЊЕ



За да преживее вашиот бизнис, треба да имате доволно пари за да ги покриете почетните трошоци, трошоците за водење на бизнисот, отплатата на деловниот заем, како и пари за да живеете.

- Личен буџет за опстојување ви помага да знаете колку пари ви требаат минимум секој месец за да преживеете. Ова се парите што треба да ги вадите од вашиот бизнис секој месец. Треба да го земете ова во предвид кога ги планирате почетните финансии што ви се потребни.

Во личниот буџет за опстојување се наведени сите ваши месечни трошоци, како што се плаќања за изнајмување или хипотека, месечни намирници, трошоци за автомобил или друг превоз, телефон и интернет, сметки за комунални услуги, облека и активности во слободно време.

Како да им се пријде на инвеститори

Откако ќе го развиете вашиот бизнис план, ќе можете да ги побарате потребните средства за да продолжите.

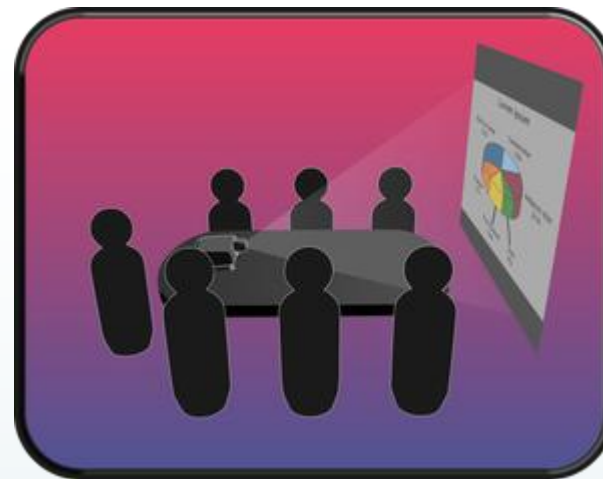
Дали има некој во вашата мрежа кој можете да го прашате околу запознавање со потенцијален инвеститор, но тоа да не биде целосно „ладен пристап“?

Обидете се да изградите врски - со текот на времето, пред да станете очајни за пари. На тој начин, кога ви треба инвестиција, имате топол прием или „влез“.

Прво побарајте совет, а не пари. Некои бизнисмени сакаат да бидат советници на стартапите - ова може да биде можност да ја покажете вашата идеја. Можеби е тоа прилика подоцна да побарате средства.

Одржувајте ја врската – ако ве одбијат, заблагодарете им се за времето и прашајте дали повторно би можеле да им пристапите во подоцнежна фаза, откако успешно ќе се воспостави вашиот бизнис. Некои инвеститори не сакаат да поддржуваат млади компании заради високото ниво на ризик. Можеби тие ќе можат подоцна да ви помогнат.

Pitch Decks



„Pitch deck“ е презентација што претприемачите често ја одржуваат за да ги покажат потенцијалните инвеститори.

Може или да се испрати по е-пошта или да им се покаже на инвеститорите за време на физички средби. Обично имаат околу 12-20 слајдови и ги опфаќа истите теми како бизнис планот, вклучувајќи: Проблем, решение, производ, деловен модел, тим, пазар, конкуренција, финансиска анализа, задолжително финансирање.

Pitch Desk обично е полно со илустрации и графикони, така што инвеститорите можат брзо да ги примат информациите. Графиконите се особено корисни во делот за финансии.

Последниот слајд на дескот „бара“ финансирање. Ова треба да покаже проценка на потребната инвестиција.

Развијте го размислувањето на претприемачот



Одбивањето ќе биде вообичаено во вашата кариера како претприемач. Првично, веројатно ќе ве одбијат некои инвеститори на кои ќе им пристапите. Подоцна, редовно ќе се соочувате со одбивање од потенцијалните клиенти. Може да се соочите и со одбивање од други сопственици на бизниси со коишто сакате да соработувате.

Бидејќи одбивањето е неизбежно, важно е да развиете претприемачки начин на размислување, за да можете да бидете фокусирани на вашата цел и да не се разочарувате.

Запомнете дека дури и Џеј Кеј Роулинг била одбиена од многу издавачи пред да обезбеди договор за објавување за Хари Потер. Замислете ако се таа се откажела по 5 одбивања... Други познати претприемачи кои морале да се справат со одбивањето се Јеџф Безос (Амазон) и Илон Маск (Тесла).

Пет совети за одржување на позитивен начин на размислување се:

- Сметајте го одбивањето како можност за учење - што можете да подобрите?
- Да знаете дека не сте сами - секој бизнис е одбиен понекогаш;
- Прифатете го она што не можете да го промените и продолжете понатаму;
- Фокусирајте се на вашите соништа и цели;
- Правете вистински паузи и осигурете се дека практикувате грижа за себе.

Можете да разгледате курсеви или блогови за тоа како да развиете позитивен начин на размислување. Само напишете „позитивен начин на размислување“ на Google или „позитивната психологија“ за да пронајдете тековни курсеви и ажурирани блогови.



Пари од ништо (4)



Бежај Муленга

Првото искуство на Бежај во бизнисот започнало на 14-годишна возраст со раѓањето на **Супа Так**. Незадоволен од наставата и педагогијата за деловни студии во училишното опкружување, Бецај го убедил своето училиште да им дозволи нему и на пријателите да управуваат со кантина за да стекнат искуство од прва рака за теоријата што се учи на час.

Супа Так заработил над 15.000 фунти во нивната прва академска година.

Сфаќајќи го поволното влијание на програмата во едукацијата на студентите во бизнисот, моделот беше франшизиран и раширен. Во рок од три години, програмата достигна над 5.000 млади луѓе во 100 училишта, водејќи ја да биде прикажана во извештајот на Лорд Јанг, „Претпријатие за сите“ во 2014 година.

Бецај сега го посветува своето време, предавајќи им на претприемачите вештини што им се потребни за да го однесат својот бизнис на следно ниво.

Ако не сакате повторно да изумите тркало

Дали сакате да управувате со свој Мекдоналдс?

Можете да најдете средина помеѓу тоа да бидете вработен и да започнете сопствена компанија со тоа што ќе станете носител на лиценца или франшиза на постоечка компанија и ќе имате корист од нивната марка и експертиза.

Франшиза: Вие го поседувате и управувате со бизнисот, но тој е брендиран и надгледуван од многу поголема компанија. Познати примери во Велика Британија се Pizza Hut, McDonald's, Starbucks, Subway и Swarovski. Како франшиза купувате право да го водите бизнисот на една локација. Ги добивате сите материјали за маркетинг. Има значителна инвестиција однапред, месечни надоместоци, без оглед на деловните приходи.



Мрежниот маркетинг – Може да биде добар деловен модел, но секогаш истражувајте.

Едноканален мрежен маркетинг – Кога една компанија користи зачленети компании или поединци за (секоја од нив – посебно) да ги продаваат своите производи во мрежите на зачленетите.

Мултиlevel мрежен маркетинг – Кога една компанија користи група зачленети компании и поединци за продажба на своите производи, кои се охрабрани да регрутираат понатамошни зачленети компании за продажба, од кои заработуваат провизија за нивната продажба.

Внимавајте: Компаниите од вас бараат значително плаќање однапред за да можат да ги продаваат своите производи (на пример, некои тренерски шеми, производи за убавина). Можеби ќе ве замолат да купите големи количини на производи кои честопати се преценети, на пр. козметика. Компанијата заработува повеќе пари од луѓе кои ги плаќаат овие надоместоци за лиценца или регрутираат нови членови отколку од продажба на вистинска услуга / производ. Секогаш правете истражување за компанијата - нивниот промет и профит можете да ги проверите на веб-страницата Company House.

ПИРАМИДАЛНИ ШЕМИ



- Ако звучи премногу добро за да биде вистинито, тоа може да биде измама.
- Пазете се од сите што ветуваат дека ќе заработите брзо
- Пирамидалните шеми ќе побараат од вас (честопати значителна) надокнада за приклучување
- Единствениот начин да ја вратите надокнадата за приклучување е да регрутирате нови членови во програмата
- Луѓето на дното на пирамидата немаат начин да ги вратат своите пари бидејќи нема да можат да регрутираат нови членови во шемата
- Овие се нелегални

Што друго има да се знае?

Пишувањето бизнис план е само еден (многу важен) дел од започнувањето бизнис. Постојат некои други области за кои треба да дознаете повеќе:

Деловна структура - треба да формирате компанија со ограничена одговорност или да работите како трговец - поединец?

www.simplybusiness.co.uk/knowledge/articles/2020/06/difference-between-a-sole-trader-and-a-limited-company/

Регистрирање на вашиот бизнис - <https://www.gov.uk/set-up-business>

Регистрација на данок и УХМР (Само за Велика Британија) - ова ќе зависи од структурата на вашиот бизнис. <https://www.gov.uk/set-up-limited-company> или <https://www.gov.uk/set-up-sole-trader>

Сметководството и годишни сметки. Сметководството не е толку тешко како што звучи, се додека сте мали. Дознајте повеќе <https://www.business.org/finance/accounting/small-business-bookkeeping-basics/>

Поставување веб-страница и оптимизација на пребарувачот. <https://startups.co.uk/websites/creating/how-to-create-a-business-website/>

РЕЗИМЕ - за што ни треба бизнис план

Бизнис планот ви помага да ја идентификувате одржливоста на вашиот производ / услуга.

Деловниот план е важна алатка за да ги убедите инвеститорите да инвестираат.

Инвеститорите бараат:

- Производ / услуга што има конкурентска предност во однос на конкуренцијата;
- Производ / услуга со потенцијал за голем удел на пазарот или надпросечен потенцијал за раст;
- Ригорозно тестирање на пазарот; работен прототип ако е можно. Покажете му на инвеститорот дека сте способни да го произведете производот
- Силен менаџерски тим
- Здрав финансиски план
- Индустија со која се запознати инвеститорите. Вреди да се провери позадината на вашите инвеститори.

Каде да дознаете повеќе:



Бесплатни курсеви за теми поврзани со бизнисот достапни од многу извори, на пр.

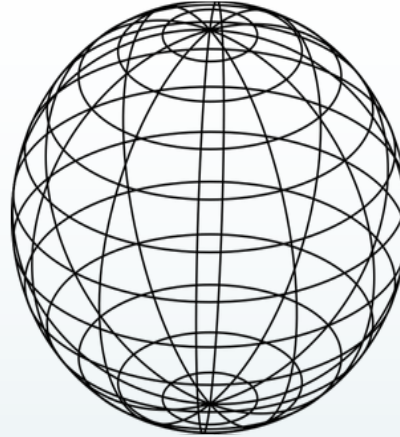
EdX www.edx.org

FutureLearn <https://www.futurelearn.com/>

OpenLearn <https://www.open.edu/openlearn/free-courses/full-catalogue>

NatWest <https://natwestbusinessbuilder.com>

Корисни веб-страници



<https://donut.fundingoptions.com/> (ви помага да најдете извори на финансирање)

www.kickstarter.com и www.crowdfunder.co.uk (краудфандинг платформи)

<https://www.prospects.ac.uk/jobs-and-work-experience/self-employment> (општи информации за започнување бизнис)

<http://www.mentorsme.co.uk/> (ви помага да најдете бизнис ментор)

https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas_ (поинаков пристап кон бизнис план)

<https://www.enterprisenation.com/> (Совети за стартап компании)

<https://www.princes-trust.org.uk/help-for-young-people/support-starting-business> (деловни совети за млади)

<https://www.youthbusiness.org/> (Информации за млади претприемачи)

Изјава за права ОДГОВОРНОСТ

„Поддршката на Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на содржините што ги рефлектираат ставовите исклучиво на авторите, и Комисијата не може да биде одговорна за било каква злоупотреба, што може да се случи од информациите содржани во неа“.