



## Материал IO1\_2\_6

### Нашата предприемаческа идея

Създаването на една ученическа фирма е по-сложно, отколкото изглежда. Намирането на дълготрайна предприемаческа идея е само първата стъпка. Инвеститорите искат да са убедени и сигурни в тази идея и изискват финансов план.



Ти можеш примерно да произведеш нещо, което светът винаги е чакал или да измислиш някоя услуга, с която да помогнеш на много бъдещи клиенти.

### Имайте предвид!

Ученическите фирми могат:

- да произвеждат стоки, например бижута, чанти, етажерки,
  - да предлагат услуги, например изработка на рекламни материали,
  - да търгуват с продукти, например в училищната лавка.
- Тези основни точки са взаимосвързани!



Ученическите фирми могат да се обърнат към различни клиенти:

- ученици от същото училище,
- родители и други, работещи в училището (учители, директор, и т.н.),
- предприятия и лица извън училище.

1. В какво се състои вашата предприемаческа идея? Формулирайте кратко и свързано вашата идея. Представете базата на вашите размишления през следващите седмици. Помислете как може да обясните основата на своята идея пред външни лица с три изречения!

Нашата предприемаческа идея:

---

---

---

---

---

---

---

---



## Материал IO1\_2\_7

### Силни и слаби страни на нашата предприемаческа идея: SWOT-анализ

Сега остава само основно да проверите вашата предприемаческа идея, за да разберете дали е устойчива. За целта е необходимо да я доразвиете и обстойно да проучите условията. Защото вие осъществявате вашата идея на реалния пазар, което означава, че трябва да проучите кои са вашите клиенти (търсещи) и конкуренти (предлагачи стоки в момента) и какви цени са наложени в момента на пазара на продуктите и услугите, които бихте искали да продавате.

Също така трябва да разберете кои са силните и кои слабите страни на вашата идея и как ще се справите с тях или как може да ги използвате? Защото само този, който познава силните и слабите страни на своята идея, може да развива стратегии и да държи рисковете под око - преди да е станало прекалено късно!

За целта SWOT-анализът е изключително подходящ!

**SWOT**, от англ.:

**S**trength = силни страни, **W**eaknesses = слабости, **O**pportunities = възможности, **T**hreats = заплахи/рискове

#### „Какво е „пазар“?

Супермаркет, седмичен пазар, зеленчуков пазар, пазар за втора употреба – за това се сещаме обикновено при понятието “пазар”. Има обаче още много други видове пазари, които поне по обозначение, не се разпознават като такива. Примери за това са търгове като онлайн-платформата eBay или Франкфуртската борса, където се търгува с акции.

За пазар се говори основно, когато предлагач и търсещ се съберат и търгуват. Къде точно се осъществява търговията е без значение, защото един пазар не се нуждае от конкретно място, той може да се осъществи и по интернет.

1. Образувайте две групи и помислете десетина минути върху силните и слабите страни на вашата предприемаческа идея.
  - а) Първата група посочва слабостите на вашата предприемаческа идея и на вашия отбор, и определя кои рискове трябва да бъдат взети под внимание при изпълнението на идеята.
  - б) Втората група разработва силните страни: какви козове държите? Имате ли конкуренция? Какво можете по-добре от конкуренцията, какви предимства имате пред нея? С какво можете да събудите интереса на клиентите към вашия продукт? Какви възможности можете да използвате за вашия предприемачески модел?
 

Към коя група принадлежиш ти...?



Това са нашите слабости:	Това са нашите рискове:
Това са нашите силни страни:	Това са нашите възможности:

2. Представете резултатите от вашата работа на другата група: Запишете ключовите думи на дъската, които да ви подсещат при представянето и ги обосновайте.

Могат ли написаните от двете групи, ключови думи да бъдат допълнени?

3. Погледнете резултатите от работата на вашата група от друга гледна точка: Кои слаби страни могат да бъдат разгледани като шанс и кои като риск?

Помислете...

- а) Кои слаби страни могат да се превърнат в силни (напр. досега нямате никакъв опит в счетоводството: кой може да допринесе с опит или поне в началото да ви помогне)?
- б) Кои слабости засега остават рискове за вашата ученическа фирма?
- в) Кои силни страни можете да използвате, за да избегнете опасностите (например на отслабващото търсене на вашите продукти можете да противостоите чрез реклама с определена цел или чрез запитвания на място да попитате за нуждите и потребностите)?
- г) Какви защитни стратегии може да развиете, за да не допуснете слабостите да прераснат в заплахи?