



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]

ÜBERSETZTE UND WEITERENTWICKELTE UNTERLAGEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1

Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

BOCHUM, 27. OKTOBER 2017



Die Autoren danken den EU-Partnern des Projekts Enterprise+ für die vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit sowie für das große Engagement während der Implementierung und der Realisierung des Projektvorhabens, das die Erwartungen bei weitem übertroffen hat. Insbesondere danken wir für die offene Diskussion im Rahmen der gemeinsam durchgeführten Befragungen und Interviews sowie für die Bereitschaft, umfangreiche zeitliche Ressourcen insgesamt zur Verfügung zu stellen.

Darüber hinaus möchten wir den beiden Forschungsteams, zum einen des Instituts für Arbeitswissenschaft an der Ruhr-Universität Bochum (Kristina Burova, Dr. Monika Küpper, Katharina Selig, Jule Hustiak, Stefanie Schultheis, Vera Schweitzer, Dennis Kröger, Tünde Lovasz, Maria Theodossiou, Hans-Dieter Hiedels, Anna Sheverdina, Vanessa Vaughn) sowie der Universität Duisburg-Essen (Professor Dr. Thomas Retzmann, Anh Dinh und Lena Piotrowski) herzlich für ihre wertvolle Arbeit danken. Auch bei dem Team der Wirtschaftssenioren von "Alt hilft Jung" möchten wir uns ganz herzlich bedanken.

Ein besonderer Dank gilt Frau Kristina Burova, die das Projekt in hervorragender Weise mitgeleitet und koordiniert hat.

Identität des Projektes

Projektbezeichnung:	Enterprise+ Innovative potential meets experience
Projektkennzeichnung:	2014-1-DE02-KA202-001602
Finanzierung:	Europäische Kommission (100%)
Programm:	Programm für Erasmus+
Unterprojekt:	Strategische Partnerschaften in der Berufsbildung
Dauer:	September 2014 bis August 2017
Einsatzländer:	Bulgarien, Ungarn, Griechenland, Spanien, Litauen

Projektleitung

	<p>Ruhr-Universität Bochum Institut für Arbeitswissenschaft</p> <p>Universitätsstraße 150 D - 44780 Bochum www.iaw.rub.de</p> <p>Projektleiter: Dr. Martin Kröll Tel.: +49 (0) 234 32-23293 Email: martin.kroell@rub.de</p>
---	---

Partner des Projektes in Deutschland

	<p>Lehrstuhl für Wirtschafts- wissenschaften und Didaktik der Wirtschaftslehre Universität Duisburg-Essen</p> <p>Universitätsstraße 2, D - 45141 Essen</p> <p>www.wida.wiwi.uni-due.de</p>
---	---

	<p>ALT HILFT JUNG NRW e.V. Die Wirtschaftssenioren NRW.AHJ Existenzgründerzentrum</p> <p>Rudolf-Diesel-Straße 3 D - 40822 Mettmann</p> <p>www.iaw.rub.de</p>
--	---

Europäische Partner des Projektes

<p>STEP-C Science & Technology Park of Crete, Griechenland [Wissenschafts- & Technologiepark, Heraklion Kreta – Griechenland]</p>
<p>Габровска тървско-пронишлена палата [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]</p>
<p>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia [Europäisches Business- & Innovationszentrum, Murcia – Spanien]</p>
<p>eniochos.CONSULTING [Unternehmensberatung, Heraklion Kreta – Griechenland]</p>
<p>Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara [Industrie- & Handelskammer Pécs, Baranya – Ungarn]</p>
<p>AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen Vilnius – Litauen]</p>



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]

ÜBERSETZTE UND WEITERENTWICKELTE UNTERLAGEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

(CC-BY-SA-4.0 Int.) Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Einige Rechte vorbehalten.

Diese Publikation ist, soweit nicht anders angegeben, lizenziert unter einer Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen – 4.0 International.



Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.

Projekt-Website: www.enterpriseplusproject.eu



Dieses Projekt wurde finanziert durch die Unterstützung der Europäischen Kommission. Für die vorliegende Veröffentlichung zeichnet verantwortlich allein ihr Redakteur; die Kommission trägt keine Verantwortung für evtl. Gebrauch von darin enthaltenen Informationen.

Inhaltsverzeichnis

0. Zusammenfassung	5
1. IO 1 „Übersetzte und weiterentwickelte Unterlagen“	6
1.1. Ziel	6
1.2. Zielgruppe	6
1.3. Inhalte	6
1.4. Zeitplan	8
1.5. Arbeitsphasen und Aktivitäten	8
1.6. Anwendbarkeit und Nutzbarkeit	8
1.7. Outcome	9
2. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialen zum „Losleger“	10
2.1. Trainingskonzept für Talentscouts	10
2.2. Handreichung „Potenzialanalyse“	11
3. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialen zum „Gründerworkshop“	12
3.1. Trainingskonzept für Mentoren	12
3.2. Handlungsanweisung und Aufgabenheft für Jugendliche	15
4. Weitere projektrelevante Unterlagen	16
5. APPENDIX: Verzeichnis der erstellten Dokumente [IO-1]	17

VORWORT

Introduction to the European Project *Enterprise+* – Innovative Potential Meets Experience

The project *Enterprise+* is three years Erasmus+ funded program that was launched in fall 2014. Erasmus+ belongs to the EU Program with the purpose to foster the fields of education, training, youth and sports for the period 2014-2020¹. Education, training, youth and sports can make a major contribution to tackle socio-economic changes, the key challenges that Europe will be facing until the end of the decade, and to support the implementation of the European policy agenda for growth, jobs, equity and social inclusion. The Erasmus+ programs are designed to support program countries' efforts to efficiently use the potential of Europe's talent and social assets in a lifelong learning perspective, linking support to formal, non-formal and informal learning throughout the education, training and youth fields. The program also enhances the opportunities for cooperation and mobility with Partner Countries, notably in the fields of higher education and youth.

This investment in knowledge, skills and competences will benefit individuals, institutions, organizations and society as a whole by contributing to growth and ensuring equity, prosperity and social inclusion in Europe and beyond.

The specific objectives pursued by the Erasmus+ program in the field of education and training are to:

- improve the level of key competences and skills, with particular regard to their relevance for the labor market and their contribution to a cohesive society, in particular through increased opportunities for learning mobility and through strengthened cooperation between the world of education and training and the world of work;
- foster quality improvements, innovation excellence and internationalization at the level of education and training institutions, in particular through enhanced transnational cooperation between education and training providers and other stakeholders;
- promote the emergence and raise awareness of a European lifelong learning area designed to complement policy reforms at national level and to support the modernization of education and training systems, in particular through enhanced policy cooperation, better use of EU transparency and recognition tools and the dissemination of good practices;
- enhance the international dimension of education and training, in particular through cooperation between program and Partner-Country institutions in the field of VET and in higher education, by increasing the attractiveness of European higher education institutions and supporting the EU's external action, including its development objectives, through the promotion of mobility and cooperation between program and Partner-Country higher education institutions and targeted capacity building in Partner Countries;
- promote the teaching and learning of languages and promote the EU's broad linguistic diversity and intercultural awareness.

One of the main impacts of the Erasmus+ actions aiming at cooperation for innovation and the exchange of good practices is intended to be improved provision and assessment of basic and transversal skills, particularly: entrepreneurship, social, civic, intercultural and language competences, critical thinking, digital

¹ 1 REGULATION (EU) No 1288/2013 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 11 December 2013 establishing 'Erasmus+' the Union program for education, training, youth and sport (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0050:0073:EN:PDF>)

skills and media literacy, which are in the focus of this project. As a field-specific priority in the youth field, the promotion of entrepreneurship education and social entrepreneurship among young people is highlighted. In vocational education and training the promotion of work-based learning in all its forms, with special attention to apprenticeship-type training, by involving social partners, companies and VET providers, as well as stimulating innovation and entrepreneurship, plays a main role.

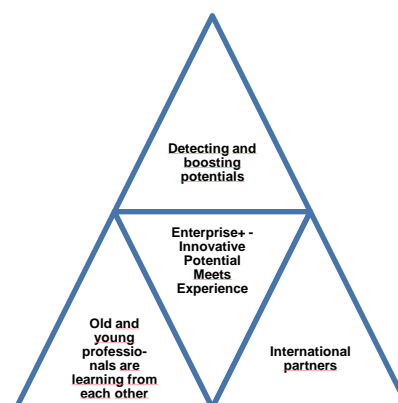
In line with the Erasmus+ objectives the project Enterprise+ had been developed to support young professionals detecting their own potential as well as to provide assistance for entrepreneurial minds that want to start their own business. Business ventures do not only create new jobs for their founders, but potentially also for other people in the same age bracket. Striving to make a contribution to the reduction of youth unemployment and the brain-drain afflicted countries in Europe, work scientists at Ruhr-University Bochum and economy educationalists at University Duisburg-Essen support this strategy. In cooperation with experienced executives from the organization Alt hilft Jung e.V., the project aims to nurture the entrepreneurial spirit of young professionals in Greece, Spain, Lithuania, Hungary, and Bulgaria. The joint project “Enterprise+ – Innovative Potential Meets Experience” is supported with 450,000 Euro by the European Commission as Erasmus+ Program. The three main assets of the project are the detection and boost of innovative potentials, the exchange of knowledge between experiencing and young professionals, and its internationality through the five country partners.

Detecting and boosting innovative potentials

The project targets young people between 15 and 25 years of age. The scientists cooperate with schools, universities, career and job centers from all five participating countries. Encouraging young professionals’ entrepreneurial competences requires feedback discussions at an early stage and this had been considered throughout the project. For the purpose of the potential analysis, a tool from the *losleger* project, which enables to detect the young professionals’ strengths and render them visible, was applied. In addition, the young managers will receive a certificate that documents their results. A potential company founder can then submit that certificate to, for example, banks, venture-capital funds or public funding institutions to apply for start-up capital.

Experienced executives and young professionals are learning from each other

Experienced executives are at hand to provide help and advice to the young participants of *Enterprise+*. The executives are in general older than 55 years and with this bring a long time of experience into the project; some of them are still working, others are retired managers from large corporations. They share their experience and professional knowledge with the young professionals, thus helping them to recognize and develop their own entrepreneurial strengths. The exchange between experienced executives and young professionals will bring beneficial learning effects on both sides. Our objective is that the partners in the participating countries initiate projects which will perpetuate that exchange. Based on the experiences gained during the project, self-learning modules were developed in the individual countries.



International partners

The project *Enterprise+* was a joint European program with six countries: Germany, Greece, Spain, Lithuania, Hungary, and Bulgaria. In Germany, the Chair of Economics and Economic Education at University Duisburg-Essen contributed their expertise by providing and developing a diagnostic tool, called potential analysis, to detect entrepreneurial talents. The Chair of Institute for Work Science created in collaboration with the organization *Alt hilft Jung NRW e.V.* a concept for a founder workshop, where experienced managers and young entrepreneurs can exchange their knowledge, skills and experience. The two methodological tools, potential analysis and founder workshop, were transferred to, implemented in and evaluated by the five partner countries but accompanied by the German partners.

The Greek partners included the technology park of Crete, which is part of FORTH, the biggest research center in Greece, and the consulting company „eniochos.CONSULTING“. In Spain, the European company center for innovation and entrepreneurship supported the project. In both Hungary and Bulgaria, the respective Chamber of Industry and Commerce were aboard and in Lithuania it was the German Chamber of Commerce Abroad (AHK Baltische Staaten). The inclusion of the participating countries as well as local development and realization of measures were key success factors within the project.

0. Zusammenfassung

Für die Arbeit und die Verbreitung in den fünf beteiligten Projektländern wurden Lehr-, Lern- und Schulungsmaterialien, Informationsbroschüren und weitere Arbeitsmaterialien in den Landessprachen erstellt. Sie stellen die Grundlage für die Qualifizierung allerinvolvierten Multiplikatoren dar und können einen Beitrag dazu leisten, weitere nationale, europäische und außereuropäische Multiplikatoren für die Förderung von unternehmerischen Kompetenzen bei Jugendlichen zu begeistern und sie mit übersetzten länder- und erfahrungsspezifisch adaptierten Entrepreneurship Education-Materialien auszustatten.

Die Schulungsmaterialien sowie weitere in die Landessprachen übersetzte, projektrelevante Unterlagen, wie die Argumentationslisten und Evaluationsmaterialien können in künftigen Projekten die Gewinnung von Multiplikatoren erleichtern, die Verbreitung der Projektideen unterstützen sowie die Qualität der Projektarbeit im Prozess sicherstellen.

1. IO 1 „Übersetzte und weiterentwickelte Unterlagen“

1.1. Ziel

Alle Lehr-, Lern- und Schulungsmaterialien sowie die weiteren projektrelevanten Unterlagen, die im Intellektuellen Output „Übersetzte und weiterentwickelte Unterlagen“ gesammelt sind, dienen dazu die Konzepte der „Potenzialanalyse“ und des „Gründerworkshops“ erfolgreich in den fünf europäischen Ländern – Bulgarien, Griechenland, Litauen, Spanien und Ungarn – zu implementieren und für eine nachhaltige Anwendung der Konzepte in diesen Ländern zu sorgen. Sie stellen die Grundlage für eine gelungene Qualifizierung aller involvierten Multiplikatoren dar und können einen Beitrag dazu leisten, weitere nationale, europäische und außereuropäische Multiplikatoren für die Förderung von unternehmerischen Kompetenzen bei Jugendlichen zu begeistern und sie mit entwickelten, länder- und erfahrungsspezifisch adaptierten Entrepreneurship Education-, Lehr-, Lern- und Schulungsmaterialien auszustatten.

Die Schulungsmaterialien sowie weitere in die Landessprachen übersetzte, projektrelevante Unterlagen, wie die Argumentationslisten und Evaluationsmaterialien, sollen die Gewinnung von Multiplikatoren erleichtern, die Verbreitung der Projektideen unterstützen sowie die Qualität der Projektarbeit im Prozess und der Intellektuellen Outputs sicherstellen.

1.2. Zielgruppe

Eine Zielgruppe sind zum einen die bereits beteiligten Multiplikatoren aus den fünf Ländern im Projekt Enterprise+, die als Talentscouts, Mentoren, Moderatoren, Organisatoren etc. fungierten. Die weiterentwickelten Lehr-/ Lernmaterialien sollen allen teilnehmenden Personen und Organisationen zur Verfügung gestellt werden. Viele Lehrerinnen und Lehrer, die bei der Potenzialanalyse als Talentscouts teilgenommen haben, äußerten ihr Interesse an einer eigenen Durchführung und Anwendung der Potenzialanalyse an ihrer Schule. Auch die Vertreter der Karriere-Zentren und Jugendorganisationen bekundeten Interesse daran, das Mentoringkonzept samt „Gründerworkshop“ in ihrer Arbeit mit den Jugendlichen zu integrieren. Diese möchte das Projekt durch die Ausarbeitung der „Potenzialanalyse“ und des „Gründerworkshops“ unterstützen, so dass jeder Zugang zu den Materialien findet.

Zum anderen wird eine weitere Zielgruppe von Multiplikatoren angesprochen, die noch nicht an dem Projekt aktiv teilgenommen hat, die aber durch die breite Öffentlichkeitsarbeit, die durchgeführten Multiplikatorenveranstaltungen, weitere Projektaktivitäten und Netzwerkarbeit dem Projekt begegnet sind. Darüber hinaus sollen diese Produkte allen potenziellen Anwendern des Konzepts der Potenzialanalyse und des Mentorentrainings zur Verfügung gestellt werden, um die Unternehmenskultur in Europa zu stärken.

1.3. Inhalte

Enterprise+ verfolgt zunächst die Diagnose und Förderung von unternehmerischen Talenten. Für den diagnostischen Teil des Projektes existiert bereits ein entwickeltes Diagnosetool im deutschen Sprachraum.

Hierbei wurde die konzipierte Potenzialanalyse, die im Rahmen des Projekts losleger entstanden ist, für die fünf Partnerländer zur Verfügung gestellt. Diese setzt sich aus einem Trainingskonzept für Talentscouts (Beobachter) und der eigentlichen Potenzialanalyse zusammen. Im Rahmen von Enterprise+ wurde ein Schulungskonzept für Multiplikatoren (Organisatoren, Talentscouts, (Co-)Moderatoren) entwickelt. Neben dem Schulungskonzept gibt es für die Potenzialanalyse ein Handbuch, das alle Lehr-/ Lernmaterialien, die für die Durchführung notwendig sind, beinhaltet, sowie zusätzliche Informationen zum Thema Entrepreneurship Education bietet. Beide Konzepte, das Trainingskonzept und die Potenzialanalyse, die im Handbuch losleger integriert sind, wurden in den fünf Ländern in die Landessprache (bulgarisch, litauisch, griechisch, ungarisch und spanisch) übersetzt und adaptiert, um die Potenzialanalyse durchzuführen. Diese Lehr-/ Lernmaterialien sind Bestandteil des Intellektuellen Outputs „Übersetzte und Weiterentwickelte Unterlagen“.

Ein weiteres Element der Entdeckung und Förderung unternehmerischer Talente bei den Jugendlichen ist ihre Begleitung durch erfahrene Mentoren (Mentorenkonzept) im Rahmen von s. g. „Gründerworkshops“. Die Maßnahmen zur Kompetenzentwicklung werden ergänzt durch die Vermittlung (ehemaliger) Führungskräfte, die den Jugendlichen mit ihrem Erfahrungswissen zur Seite stehen. Die methodisch-didaktisch besondere Form der Qualifizierung durch die Zusammenarbeit von Jüngeren und Älteren unterstützt die Nutzung der Potenziale der Jüngeren. Die Synergieeffekte, die durch die unterschiedlichen Hintergründe entstehen, tragen zur Potenzialentfaltung bei.

Im Rahmen des Projektes wurde eine Vielzahl an Lehr-, Lern-, und Schulungsmaterialien entwickelt, die die Grundlage für ein „Schulungskonzept für Mentoren“ bieten. Diese wurden eingesetzt, um die Mentoren im Hinblick auf ihre Arbeit mit den Jugendlichen vorzubereiten. In der jeweiligen Landessprache werden nach dem Train-the-Trainer Konzept wichtige Kompetenzen und Informationen mittels eines „Aufgabenheftes zum Gründerowkrshop“ und eines Mentoren-Koffers (inklusive Tagesplanung und Methoden für Gruppenarbeiten) weitergegeben. Weitere Lehr- und Lernmaterialien in diesem Zusammenhang sind bspw. das Rollenprofil des Mentors, die Liste potenzieller Mentoren, der Moderationsplan für die Durchführung einer Mentorenschulungen, diverse Präsentationen (u.a. „Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte“ und „Gründerworkshop“) und Evaluationsbögen für Teilnehmer der Mentorenschulung sowie für die Jugendlichen.

Die im Rahmen des Projektes konzipierten, englisch- und deutschsprachigen Selbstlernmodule (IO2) bieten zusätzlich zu den hier erstellten Lehr-/ Lernmaterialien Möglichkeiten zur Kompetenzentwicklung der Multiplikatoren.

Das Intellektuelle Output „Übersetzte und Weiterentwickelte Unterlagen“ ist in englischer, bulgarischer, griechischer, litauischer, spanischer und ungarischer Sprache verfügbar.

1.4. Zeitplan

Das Projekt Enterprise+ erstreckt sich über einen Zeitraum von September 2014 bis August 2017. Innerhalb dieser drei Jahre wurden die Lehr-/Lernmaterialien zur „Potenzialanalyse“ und zum „Gründerworkshop“ in mehreren Etappen übersetzt, angepasst, erprobt und weiterentwickelt.

1.5. Arbeitsphasen und Aktivitäten

Bei der Weiterentwicklung der Konzepte zur Potenzialanalyse und zum Gründerworkshop konnte zwischen (a) inhaltlicher, (b) methodisch-didaktischer (c) zielgruppenspezifischer und (d) kultureller Weiterentwicklung unterschieden werden. Vor der Übersetzung der beiden Konzepte „Potenzialanalyse“ und „Gründerworkshop“ in die einzelnen Landessprachen wurde eine inhaltliche Weiterentwicklung in Deutschland durchgeführt. Anschließend wurden die jeweiligen Lehr-/ Lern-/ Schulungsmaterialien an die EU-Partnerländer zur Übersetzung frei gegeben. Diese, in die Landessprachen übersetzten Dokumente wurden im Rahmen der Multiplikatoren-Veranstaltungen vorgestellt und auf diese Weise die potenziellen Multiplikatoren informiert. Die erfolgten Rückmeldungen wurden anschließend dazu verwendet, die beiden Konzepte methodisch-didaktisch sowie vor dem kulturellen Hintergrund der Länder weiterzuentwickeln. Die Weiterentwicklung und Übersetzung aller Materialien wurde von den EU-Partnerorganisationen geleistet, die über exzellente Projektmitarbeiter mit sehr guten sprachlichen Kompetenzen in Deutsch und Englisch verfügen. Um die Qualität der Lehr-/ Lernmaterialien zu verbessern, wurden Evaluationsbögen eingesetzt, dessen Ergebnisse in die weitere Anpassung eingeflossen sind. Die Qualität der übersetzten Unterlagen wurde zusätzlich von Muttersprachlern in Deutschland überprüft und angepasst.

1.6. Anwendbarkeit und Nutzbarkeit

Die Potenzialanalyse und das inkludierte Trainingskonzept der Talentscouts richteten sich ursprünglich an Schülerinnen und Schüler aus der Sekundarstufe II mit wirtschaftswissenschaftlichem Bildungshintergrund. Für das Projekt Enterprise+ wurde hier die Anwendergruppe erweitert. Bei der Durchführung wurden sowohl Schülerinnen und Schüler, Studierende als auch junge Arbeitssuchende auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund zur Teilnahme zugelassen. Somit können sowohl die Potenzialanalyse als auch das Mentoringkonzept auf mehrere Gruppen angewendet werden.

Für die Schulung von Mentoren sind diverse Unterlagen, bspw. Präsentationen, Rollenbeschreibung oder das Aufgabenheft für den Gründungsworkshop in die Landessprachen übersetzt und mit Blick auf kulturelle Anpassungsbedarfe überarbeitet worden. Auf Basis der Unterlagen sowie der Selbstlernmaterialien (vgl. IO5) können sich künftige Anwender mit dem Gesamtkonzept der Mentorenschulung vertraut machen.

1.7. Outcome

Der Outcome des Projekts Enterprise+ wird in zwei Gruppen kategorisiert. Zum einen wird ein direkter Outcome erwartet, den wir durch die tatsächliche Anzahl der Anwendungen von Konzeptelementen, wie bspw. die Potenzialanalyse, oder des vollständigen Gründerworkshop Konzeptes in den nächsten Jahren messen. Die entwickelten und übersetzten Unterlagen sowie die Selbstlernmodule tragen zur Verbreitung bei. Es wird erwartet, dass die ehemaligen Teilnehmenden, die innerhalb des Projektes Gründungsideen entwickelt haben, diese in die Tat umsetzen.

Zum anderen werden indirekte Wirkungen erwartet, die die Förderung einer entrepreneurialen Kultur in Europa betreffen. Hier liegt es dem Projektkoordinator sowie allen nationalen und internationalen Projektpartnern nahe, Aufklärungsarbeit zum Thema „Berufsoption Selbstständigkeit“ zu leisten, entrepreneuriales Mindset in jungen Menschen zu entfachen und grundsätzlich durch unternehmerisches Denken und Handeln den Intrapreneur, d. h. den Unternehmer in eigener Sache im Arbeitskontext, in jedem Teilnehmer hervorzurufen. Das Informations- und Schulungsmaterial kann von den Projektpartnern, insbesondere den Industrie- und Handelskammern, und in lokalen/regionalen Netzwerken auf virtuellen Plattformen bereitgestellt werden.

2. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialen zum „Losleger“

2.1. Trainingskonzept für Talentscouts

Die entwickelte Potenzialanalyse nutzt das Simulationsverfahren des Assessment Centers, um unternehmerische Potenziale zu erfassen und zu fördern. Ein solches Verfahren inkludiert die Teilnahme von Assessoren (Beobachter), im Rahmen des Projekts „Talentscouts“ genannt, im Prozess der Potenzialanalyse. Daraus resultiert, dass eine Beobachterschulung im Rahmen der Potenzialanalyse erforderlich ist. Diese Beobachterschulung verfolgt zum einen das Ziel, die Talentscouts für die Rolle des Beobachters bestmöglich vorzubereiten und somit die Teilnehmenden zur selbstständigen Durchführung der Potenzialanalyse zu qualifizieren. Im Rahmen des Projektes wurde die Beobachterschulung genutzt, um mit Blick auf die Durchführung der Potenzialanalyse Erfahrungen zur kulturellen Adaption zu gewinnen. Im Intellektuellen Output 4.1 wird die methodisch-didaktische Entwicklung des Trainingskonzepts für Multiplikatoren und Talentscouts sowie die Erprobung in den fünf Ländern ausführlich erläutert.

Das entwickelte Trainingskonzept wurde im Rahmen der Multiplikatorenveranstaltung zur Verbreitung des Schulungskonzepts für Talentscouts/Beobachter vorgestellt, bestimmte Übungseinheiten ausprobiert, diese vor dem Hintergrund der länderspezifischen Gegebenheiten reflektiert und Anpassungsvorschläge gesammelt. Des Weiteren wurden die Schulungsunterlagen zur Vorbereitung der „Talentscouts“ für die Durchführung der Potenzialanalyse in den fünf beteiligten Partnerländern eingesetzt. Das Schulungskonzept für Talentscouts besteht aus einer Checkliste bzw. To-Do-Liste für die Implementierung des Trainings, einem Tagesprogramm der Schulung, einer Liste mit potenziellen Talentscouts und den Präsentationsunterlagen für die Durchführung der Schulung.

Organisation	Sprache	Art des Produktes
Lehrstuhl Wirtschaftsdidaktik	deutsch	Agenda Checkliste/To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentationen
Pecs Chamber of Commerce and Industry	ungarisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentationen
Gabrovo Chamber of Commerce and Industry	bulgarisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentationen
Deutsch-Baltische Handelskammer	litauisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts

Eniochos Consulting Step-C Science and Technology Park of Crete	griechisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentation
Center for Entrepreneurs with innovative initiatives in Murcia	spanisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentation

Tabelle 1 Anbieter des Trainingskonzepts für Talentscouts

2.2. Handreichung „Potenzialanalyse“

Für die Durchführung der Potenzialanalyse wurde ein Handbuch entwickelt, das Anwender optimal auf die Organisation und Implementierung des Instruments vorbereitet. Dieses Handbuch beinhaltet alle relevanten Informationen zum Thema Entrepreneurship Education, Anleitungen zur Durchführung sowie Lehr-/Lernmaterialien für die Teilnehmer. Dieses Handbuch wurde in fünf Sprachen (Ungarisch, Bulgarisch, Litauisch, Griechisch und Spanisch übersetzt). Im Anhang sowie auf den Webseiten der jeweiligen Institution sind alle übersetzten Handbücher zu finden.

Ferner wurden die übersetzten Handbücher in den fünf Ländern angewendet. Aus diesen Erprobungen wurden Erfahrungen und Verbesserungsempfehlungen für die flexible Handhabung des Konzepts herausgefiltert und schließlich auch umgesetzt. Im Kapitel „Intellektuelles Output 4.2“ sind Berichte zu den Erprobungen aus Europa sowie im Kapitel „IO 4.3“ eine Ideenmatrix zur Neukonzeption, generiert aus den internationalen Erfahrungen, vorzufinden. Diese Ideenvorschläge wurden für die neue Auflage des Handbuchs berücksichtigt. Eine zweite Auflage des Handbuchs wird über die Joachim Herz Stiftung kostenfrei zur Verfügung gestellt (siehe Tabelle 2). Ebenso wurde die zweite Auflage für eine internationale Anwendung ins Englische übersetzt (siehe Tabelle 2).

Organisation	Sprache	Homepage
Joachim Herz Stiftung	Deutsch	https://www.joachim-herz-stiftung.de/
Lehrstuhl Wirtschaftsdidaktik	Englisch	https://www.wida.wiwi.uni-due.de/downloads/

Tabelle 2 Anbieter des Handbuchs Potenzialanalyse

3. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialien zum „Gründerworkshop“

3.1. Trainingskonzept für Mentoren

Die Förderung der unternehmerischen Kompetenzen der Jugendlichen im Rahmen von s. g. „Gründerworkshops“ setzt die Gewinnung, Qualifizierung und aktive Teilnahme von „Mentoren“ voraus. In diesem Zusammenhang wurde ein „Schulungskonzept für Mentoren“ entwickelt, in welchem die langjährigen Erfahrungen der ehemaligen Manager/Führungskräfte von der Organisation „Alt hilft Jung“ aus Deutschland eingeflossen sind. Die Schulung für Mentoren hat das Ziel, die Teilnehmer auf das Mentorat des Gründungsworkshops vorzubereiten. Dabei werden den Teilnehmenden insbesondere die Materialien und das Konzept des Gründungsworkshops vorgestellt. Zentraler Lehr-/Lerninhalt sind das Verständnis und die Anwendung des Aufgabenheftes sowie der Umgang mit gruppendynamischen Prozessen. Durch Wissensvermittlung und Anwendung sollen die künftigen Mentoren befähigt werden, gute bewährte Praktiken anzuwenden und kritische Situationen abzuwenden. Im Intellektuellen Output 5 werden die methodisch-didaktische Entwicklung des Trainingskonzepts für Multiplikatoren und Mentoren und die Erprobungen in den fünf Ländern ausführlich erläutert.

Auch das Trainingskonzept für Mentoren wurde im Rahmen der Multiplikatorenveranstaltung zur Verbreitung des Schulungskonzepts für Mentoren vorgestellt, erprobt und evaluiert. Des Weiteren wurden die Schulungsunterlagen zur Vorbereitung der Mentoren für die Durchführung der „Gründerworkshops“ in den fünf beteiligten Partnerländern eingesetzt. Das Schulungskonzept für Mentoren besteht aus folgenden Lehr/ Lernmaterialien:

Nr.	Art der Lehr/ Lernmaterialien	Zweck
1	Rollenprofil_Mentor	Das Rollenprofil des Mentors erläutert das Wissen, die Fertigkeiten und Fähigkeiten, die ein Mentor mitbringen sollte bzw. muss, sowie seine Aufgaben und mögliche Kandidaten.
2	Liste potenzieller Mentoren	Die Liste potenzieller Mentoren umfasst die Charakteristika potenzieller Mentoren von Bildungsabschluss, Tätigkeitsbereich und Branchenexpertise über Erfahrungen als Mentor sowie in der Arbeit mit Jugendlichen bis hin zu seiner Verfügbarkeit während des Gründerworkshops.

3	To-Do Liste Partner_Mentorenschulung	Die To-Do Liste für die Partner zur Mentorenschulung enthält die in Bezug auf die Mentorenschulung anstehenden Aufgaben seitens der Partner wie Übersetzungsarbeiten und die Gewinnung von Mentoren sowie die inhaltliche Vorbereitung der Mentorenschulung. Diese kann auch für weitere Organisatoren und künftige Multiplikatoren verwendet werden.
4	Moderationsplan_Mentorenschulung	Der Moderationsplan zur Mentorenschulung erläutert den Ablauf Mentorenschulung mit den dazugehörigen Inhalten und Zielen, den einzusetzenden Methoden und Hilfsmitteln sowie die Rollenverteilung der auftretenden Akteure. Dieser kann als Grundlage für künftige Mentorentrainings genutzt werden.
5	Präsentation "Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte"	Die Präsentation „Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte“ dient dazu, das Projekt, den Gründerworkshop und die Mentorenschulung mit den jeweiligen Zielen und Inhalten darzustellen.
6	Präsentation "Aufgaben und Rollen von Mentoren"	Im Rahmen dieser Präsentation werden die Rollen und Aufgaben des Mentors geklärt.
7	Präsentation "Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops"	Die Präsentation „Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops“ stellt den Gründerworkshop als Projekt dar und weist auf die zentralen Elemente des Projektmanagements für den Gründerworkshop hin.
8	Präsentation "Gründerworkshop"	In der Präsentation „Gründerworkshop“ wird das Konzept des Gründerworkshops mit seinen Inhalten und Aufgaben entlang des Ablaufs der einzelnen Tage vorgestellt.
9	Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“	Die Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“ bietet eine methodische Unterstützung der Mentoren und deckt die Bereiche Team Building, Kreativität, Motivation, Konflikte, Feedback und Reflexion ab.

10	Tagesplanung "Gründerworkshop" für Mentoren	Die Tagesplanung „Gründerworkshop“ für Mentoren gibt einen Überblick über alle während des Gründerworkshops durchzuführenden Aufgaben mit den jeweiligen Aufgabengebieten für Mentoren und Schüler, dem dazugehörigen Zeitbedarf und etwaigen Anmerkungen zu den zu verwendenden Hilfsmitteln.
11	Präsentation "Mentoren Werkzeugkoffer"	Die Präsentation „Mentoren Werkzeugkoffer“ enthält Hinweise und Materialien für die Mentoren hinsichtlich der Vorbereitung und Durchführung des Gründungsworkshops.
12	Evaluationsbogen für die Teilnehmer/Mentoren an der "Mentorenschulung"	Der Evaluationsbogen für die Teilnehmer/Mentoren an der „Mentorenschulung“ befasst sich mit Fragen zur Vorbereitung und Durchführung der Mentorenschulung, zur Qualität des Aufgabenhefts, methodisch-didaktischen Aspekten, länderspezifischen Gegebenheiten sowie der allgemeinen Bewertung des Konzepts des Gründerworkshops.
13	Evaluationsbogen für die Jugendlichen (Teil 1)	Anhand des Evaluationsbogens bewerten die Jugendlichen die Wichtigkeit der Charakteristika eines Mentors und inwiefern diese auf ihren Mentor zutreffen.
14	Evaluationsbogen für die Jugendlichen (Teil 2)	
17	Flyer über Enterprise+ (DE)	Der Flyer über das Projekt Enterprise+ berichtet in Kurzform über die Organisation, Motivation, Ziele, Zielgruppen, Methoden und Phasen des Projekts.

3.2. Handlungsanweisung und Aufgabenheft für Jugendliche

In der Vorbereitungsphase für die Durchführung der „Gründerworkshops“ in den EU-Partnerländern wurde zusammen mit „Alt hilft Jung“ ein Aufgabenheft in Anlehnung an das Konzept des „Gründerpreises für Schülerunternehmen“ entwickelt und in die Sprachen der Projektländer übersetzt. Das Aufgabenheft umfasst dabei insgesamt acht Aufgaben und Informationen, die zur Erarbeitung von sieben Elementen eines Business-Plans (Geschäftsidee, Markt/Wettbewerb, Marketing, Produktion/Beschaffung, Management/Rechtsform, Chancen/Risiken, Finanzplanung) notwendig sind und letztlich der Präsentation des Planes dienen. In der Anlage stehen den Benutzern des Aufgabenheftes Zertifikate, Verträge, Versicherungspolizen, AGBs und Patente zur Verfügung.

Im Rahmen jeder Aufgabe wird zunächst der zugehörige Abschnitt des Business-Plans präsentiert. Mit Hilfe von Beispielen, Hintergrundinformationen und Leitfragen werden die Teilnehmer des Gründerworkshops angeregt, ihre eigenen Business-Pläne Schritt für Schritt auszufüllen. Dabei sollen die Teilnehmer ihre Ergebnisse kontinuierlich schriftlich in Form einer Power-Point-Präsentation festhalten, um am letzten Tag der Veranstaltung ihren ausgearbeiteten Business-Plan präsentieren zu können.

Die Mentoren sind dazu aufgerufen, vor der Bearbeitung der einzelnen Aufgaben unter Einbeziehung der Jugendlichen durch Fragen einen kurzen Input über den jeweiligen Abschnitt des Business Plans zu geben. Dabei können die Mentoren auf persönliche Erfahrungen zurückgreifen, um das Thema verständlicher zu machen. Außerdem wird den Mentoren nahegelegt, den Teilnehmern während der Bearbeitung der Aufgaben mit ihrem Wissen und Knowhow zur Verfügung zu stehen.

Das Aufgabenheft unterstützte die Mentoren bei der strukturierten Vermittlung der Themen und Arbeitsaufgaben an die Teilnehmer der „Gründerworkshops“. Es leitete die Schülerinnen und Schüler, Studierenden und jungen Arbeitssuchenden an, anhand von Leitfragen an ihrer Geschäftsidee und dem jeweiligen Baustein des Business Plans zu arbeiten.

Aus den Erfahrungen der Mentoren und Teilnehmer im Rahmen der „Gründerworkshops“ wurden Verbesserungsempfehlungen herausgefiltert, die von den EU-Partnern für die weitere Anpassung und Verbesserung des Aufgabenheftes genutzt werden können. .

Nr.	Art der Lehr/ Lernmaterialien	Zweck
1	Aufgabenheft „Gründungsworkshop“	Das Aufgabenheft „Gründungsworkshop“ bildet alle von den Jugendlichen während des Gründerworkshops zu bearbeitenden Aufgaben ab.
2	Excell_Tabelle „Kostenplanung“	Diese Excel-Tabelle soll den Teilnehmern des Gründerworkshops bei der Kostenplanung helfen und enthält Angaben zur Kapitalbedarfsplanung, Finanzierung, Rentabilitätsrechnung, Liquiditätsrechnung und Privatentnahmen.

4. Weitere projektrelevante Unterlagen

Nr.	Art des Unterlagen	Zweck
1	Enterprise+: Konzept der Schülerunternehmen – Ansatzpunkte zur Qualitätsverbesserung	Das Dokument verortet das Konzept der Schülerunternehmen theoretisch in der Entrepreneurship-Education und diskutiert kritisch, wie die Qualität des Einsatzes des Konzeptes gesichert werden kann und welche Ansatzpunkte es gibt, um die Qualität des Einsatzes zu verbessern.
2	Argumente für die Teilnahme an dem Projekt „Enterprise+ innovative potential meets experience“ als Unternehmen	Die Argumentationsliste stellt die Projektidee dar und erläutert die Motivation, Kosten, Vorteile und Möglichkeiten zur Teilnahme aus Sicht von Unternehmen.
3	Argumente für die Teilnahme an dem Projekt „Enterprise+ innovative potential meets experience“ als Arbeitsagentur	Die Argumentationsliste stellt die Projektidee dar und erläutert die Motivation, Kosten, Vorteile und Möglichkeiten zur Teilnahme aus Sicht von Arbeitsagenturen.
4	Argumente für die Teilnahme an dem Projekt „Enterprise+ innovative potential meets experience“ als (berufsbildende) Schule	Die Argumentationsliste stellt die Projektidee dar und erläutert die Motivation, Kosten, Vorteile und Möglichkeiten zur Teilnahme aus Sicht von berufsbildenden Schulen.
5	Veranstaltungsdokumentationen zum Infoworkshop	Die Dokumentationen zeigen die länderspezifischen Veranstaltungsunterlagen zur Information von Projektpartnern und Multiplikatoren. Die Dokumente stehen auf der Verbreitungsplattform zur Verfügung.
6	Veranstaltungsdokumentationen zum Expertenworkshop	Die Dokumentationen zeigen die länderspezifischen Workshop Unterlagen für den Austausch mit Experten. Die Dokumente stehen auf der Verbreitungsplattform zur Verfügung.

5. APPENDIX: Verzeichnis der erstellten Dokumente [IO-1]

LN	TITEL/BEZEICHNUNG	ART DES DOKUMENTS
[I01]_ 00	Agenda_Schulungskonzept für Beobachter	Vorlage
[I01]_ 01	Powerpoint_Präsentation_Training_für_Talentscouts	Vorlage
[I01]_ 02	Losleger_Handbuch (inkl. Vorlagen)	Handbuch/Anweisung
[I01]_ 03	Zuordnungstabelle 1- 12 Losleger	Vorlage
[I01]_ 04	Zuordnungstabelle 13-24 Losleger	Vorlage
[I01]_ 05	Auswertungstabelle	Vorlage
[I01]_ 06	Vorlage_Feedback	Vorlage
[I01]_ 07	Implementierung_Materialien für Beobachter	Vorlage
[I01]_ 08	Implementierung_Materialien für Moderatoren	Vorlage
[I01]_ 09	Agenda_Durchführung der Potentialanalyse_Bulgarien	Vorlage
[I01]_ 10	Moderationsplan_Mentorenschulung	Vorlage
[I01]_ 11	Präsentation "Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte" [EPBS-060]	Vorlage
[I01]_ 12	Präsentation "Aufgaben und Rollen von Mentoren"	Vorlage
[I01]_ 13	Präsentation "Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops"	Vorlage
[I01]_ 14	Präsentation "Gründerworkshop"	Vorlage
[I01]_ 15	Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“	Vorlage
[I01]_ 16	Präsentation "Mentoren Werkzeugkoffer"	Vorlage
[I01]_ 17	Tagesplanung "Gründerworkshop" für Mentoren	Vorlage
[I01]_ 18	Zusätzliche Materialien zum Gründerworkshop	Vorlage
[I01]_ 19	Evaluationsbogen für die Teilnehmer/Mentoren an der "Mentorenschulung"	Vorlage
[I01]_ 20	Evaluationsbogen für die Jugendlichen	Vorlage
[I01]_ 21	Aufgabenheft „Gründungsworkshop“	Handbuch/Anweisung

	22	Excell_Tabelle „Kostenplanung“	Vorlage
[I01]_	23	Flyer über Enterprise+ (DE)	Vorlage
[I01]_	24	Argumentationslisten	Vorlage



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]

ÜBERSETZTE UND WEITERENTWICKELTE UNTERLAGEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

(CC-BY-SA-4.0 Int.) Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Einige Rechte vorbehalten.

Diese Publikation ist, soweit nicht anders angegeben, lizenziert unter einer Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen – 4.0 International.



Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.

www.enterpriseplusproject.eu





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_00

Agenda_Schulungskonzept für Beobachter

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Обучение за мултипликатори Enterprise + иновативният потенциал среща опита

Подготовка за провеждане анализ на потенциала	Материали/Медии	Кой?
09.00 ч. Приветствие Представяне на програмата & цели на обучението за мултипликатори	Програма	Партньор по проекта Лена
09.15 ч. Представяне на участниците	-	Партньор по проекта Лена
09.30 ч. losleger – Проверка на профила на предприемаческия талант Обща концепция	Презентация	Лена
10.00 ч. Ролите и задачите в анализа на потенциала Организатор; модератор & търсачи на таланти Боравене със специфичните материали от Насоките с пример „Покажи таланта си продажби “	Презентация Преведени части от Насоките като материали за участниците – стр. 60-70	Лена
10.30 ч. Пауза		
11.00 ч. Протичане на анализа на потенциала: Представяне на съдържанието и методиката на задачите за учениците Програма за лятно училище	Презентация & преведени части от Насоките като материали за участниците (стр. 27+28)	Лена Материал: Партньор по проекта
11.45 ч. Подготовка за провеждането: Глава: “Организация”	Екселска таблица План-график	Лена
12.30 ч. Обедна почивка		
13.30 ч. Обучение за търсачи на таланти I: Симулация на задачата „Строеж на кула“ Обмяна на опит	Материали за участниците (Насоки стр. 49-60) Необходими материали виж. стр. 50	Модератор: Лена Материали: Партньор по проекта
15.00 ч. Пауза		
15.30 ч. Обучение за търсачи на таланти II: Симулация на задачата „Групова дискусия “ Обмяна на опит	Материали за участниците (Насоки стр. 49-60) Необходими материали виж. стр. 50	Модератор: Лена комодератор & Материали: Партньор по проекта
17.00 ч. <i>Край</i>		

Провеждане & оценка на анализа на потенциала	Материали/Медии	Кой?
09.00 ч. Обучение на търсачите на таланти III: Оценка на резултатите отнаблюдението и обратна връзка Дискусия: Обратна връзка за учениците с малък потенциал & Връзка за семинара за учредители за участниците в анализа на потенциала	Насоки стр. 41-45 Екселска таблица „Таблица за оценка на профила на способностите“ Пленум / осигуряване на резултатите след съгласуване	Лена Модератор: партньор по проекта / Лена
10.30 ч. Пауза		
11.00 ч. Обучение на търсачите на таланти IV: Наблюдение и оценка на поведението Разработка Да се направи & Да не се прави за търсачите на таланти	Видеоот/Презентация Проверка на картите / Табло с пинчета или др.под. за обобщаване на резултатите	Лена Модератор: Лена/партньор по проекта Материали: партньор по проекта
12.30 ч. Обедна почивка		
13.30 ч. (Обща) проектопрограма за провеждане на анализа на потенциала в България	Единична, групова работа или работа в пленум - според провеждането в страната Осигуряване на резултатите на постери, флипчарт, на файл или др. под.	Модератор: според компетенциите Лена / IAW / партньор по проекта
15.00 ч. Пауза		
15.30 ч. Обобщаване & изясняване на отворени въпроси	Пленум	Модератор: според компетенциите Лена / IAW / партньор по проекта
16.30 ч. Обща оценка	Пленум / Формуляри за оценка	Модератор: според компетенциите Лена / IAW / партньор по проекта
17.00 ч. Край		





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_01

Powerpoint_Präsentation_Training_für_Talentscouts

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Lehrstuhl für Wirtschaftswissenschaften
und Didaktik der Wirtschaftslehre

Обучение на мултипликатори
- Подготовка, провеждане и оценка на
анализа на потенциала -

Лена Пиотровски

ПРОГРАМА

Обучение за мултипликатори

Проект „Enterprise + - иновативният потенциал среща
опита“

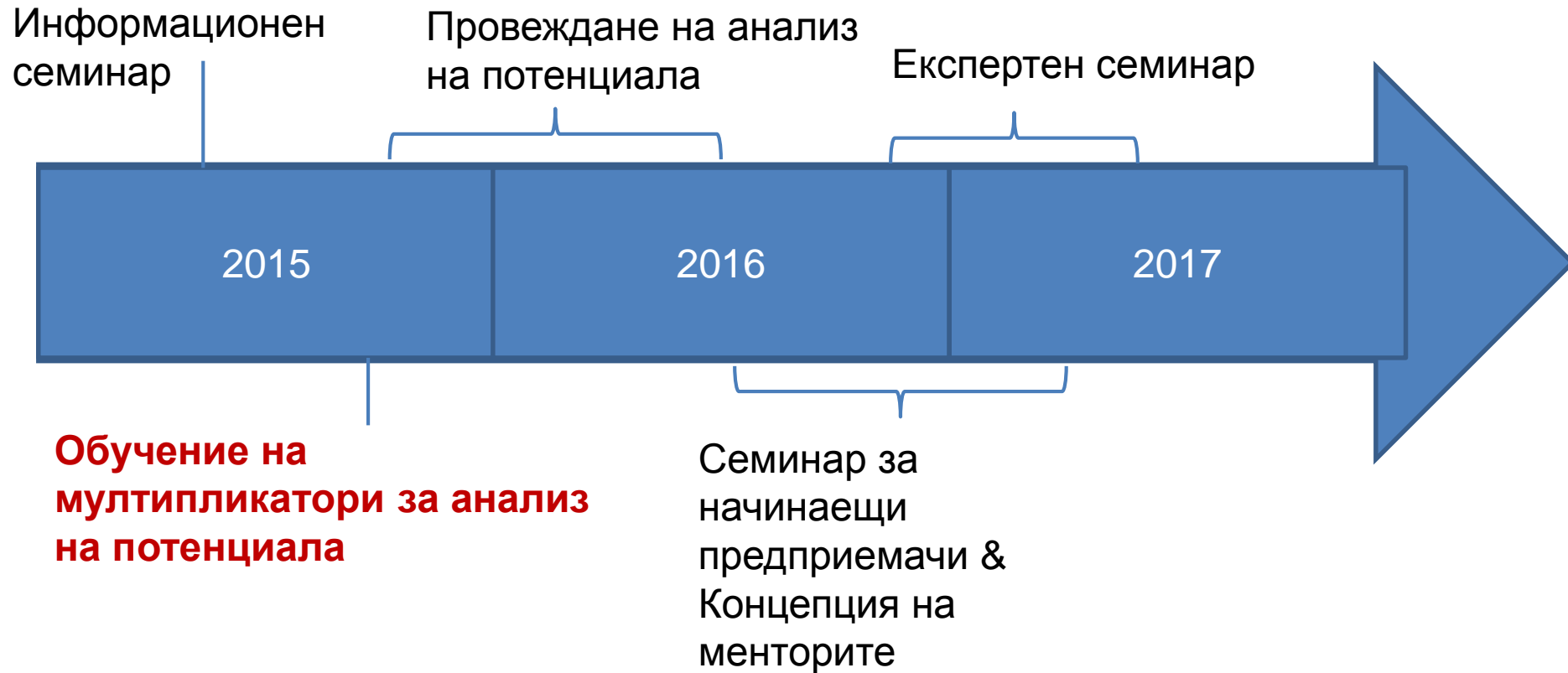
01 и 02 септември 2015 г.,

Моля, вижте приложената програма

Цели на обучението на мултипликатори

- Квалификация на участниците за независимо изпълнение на анализ на потенциала.
- Проект за провеждане на анализ на потенциала в България

Мероприятия в Projekt Enterprise+



Losleger – Профил на предприемаческия талант

- Анализ на потенциала под формата на център за оценка
- Различни задачи и методи
- Измерване и насърчаване на предприемаческите потенциали



losleger[®]

Der Profilcheck für unternehmerisches Talent

- Предприемаческото мислене и действие са все по-важни
 - Предположение: Научаването е възможно!
- Анализът на потенциала като инструмент за диагностика и поощряване

Участниците се наблюдават:

- в различни ситуации
- за по-продължителен период
- от квалифицирани наблюдатели

Валидността зависи от взаимодействието

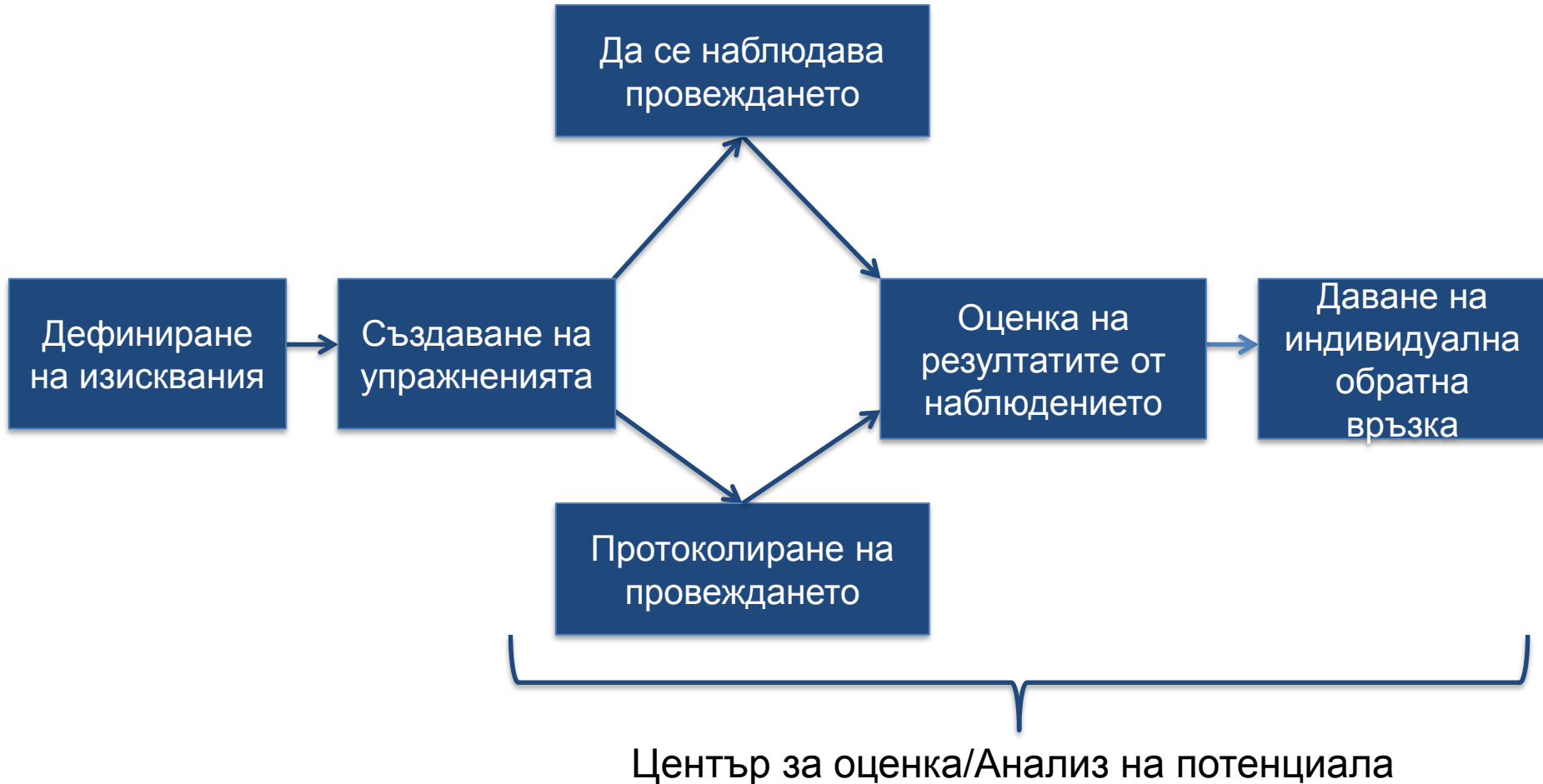
- на оценените компетентности и
- изискванията.

Цел

Учениците да се поощряват в това:

- да разберат своите компетентности ,
- да продължат да развиват своите компетентности на своя отговорност,
- да създават индивидуални планове за учредяване на бизнес.

Провеждане на център за оценка



ивъз основа на Дюк сред другите 2005 от: Schäfer 2011

Предприемачески потенциал



Ролите в анализа на потенциала

- Организатор
- Модератор
- Търсач на таланти
- Заместник
- Участници

- Възможно е сътрудничество между организатор и модератор
- Инициране и планиране на анализа на потенциала
- Подкрепа на модераторите и на търсачите на таланти
- Предоставяне на всички ресурси
- Комуникация с родителите и училищното ръководство
- Избор на ученици
- ...

Модератор

- модернира събитието
- дава професионално въведение преди задаването на задачата
- лице за контакти с всички участници
- познава всички материали
- подкрепя учебния процес
- ...

Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: <http://www.joachim-herz-stiftung.de/de/press/news/2014/07/23/losleger-summer-school-2014/>



Търсачи на таланти

- наблюдават участниците по време на задачите
- документират наблюденията си
- обучават се преди провеждане на анализа на потенциала
- дават на участниците обратна връзка
- познават всички материали
- ...



Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: http://joachim-herz-stiftung.de/de/information/projects/economics_domain/losleger_project/news/2014/08/05/summerschool/

- може да влезе във всяка роля
- облекчава актьорите
- е съмодератор на задачата „групова дискусия“
- ...

Участници

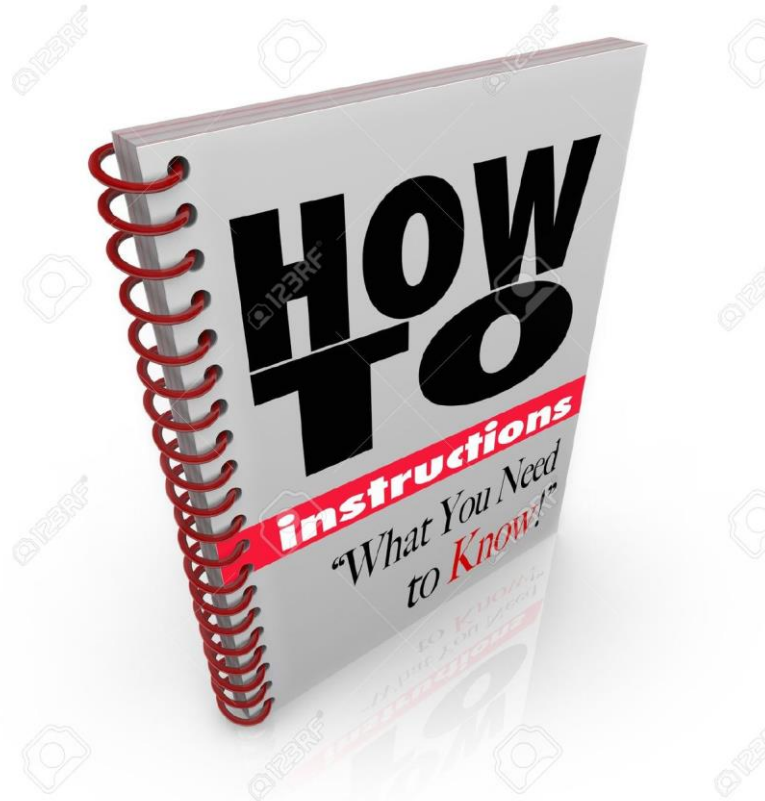
- Обработват задачите под наблюдение
- Получават персонална обратна връзка и препоръки за подпомагане



Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: http://joachim-herz-stiftung.de/de/information/projects/economics_domain/losleger_project/news/2014/08/05/summerschool/



Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: http://joachim-herz-stiftung.de/assets/loslegersummerschool3_download.jpg



<http://previews.123rf.com/images/iqoncept/iqoncept1201/iqoncept12010001/11826635-A-spiral-bound-book-with-the-words-How-To-Instructions-What-You-Need-to-Know-a-manual-offering-guida-Stock-Photo.jpg>

Покажи талант за продажби!

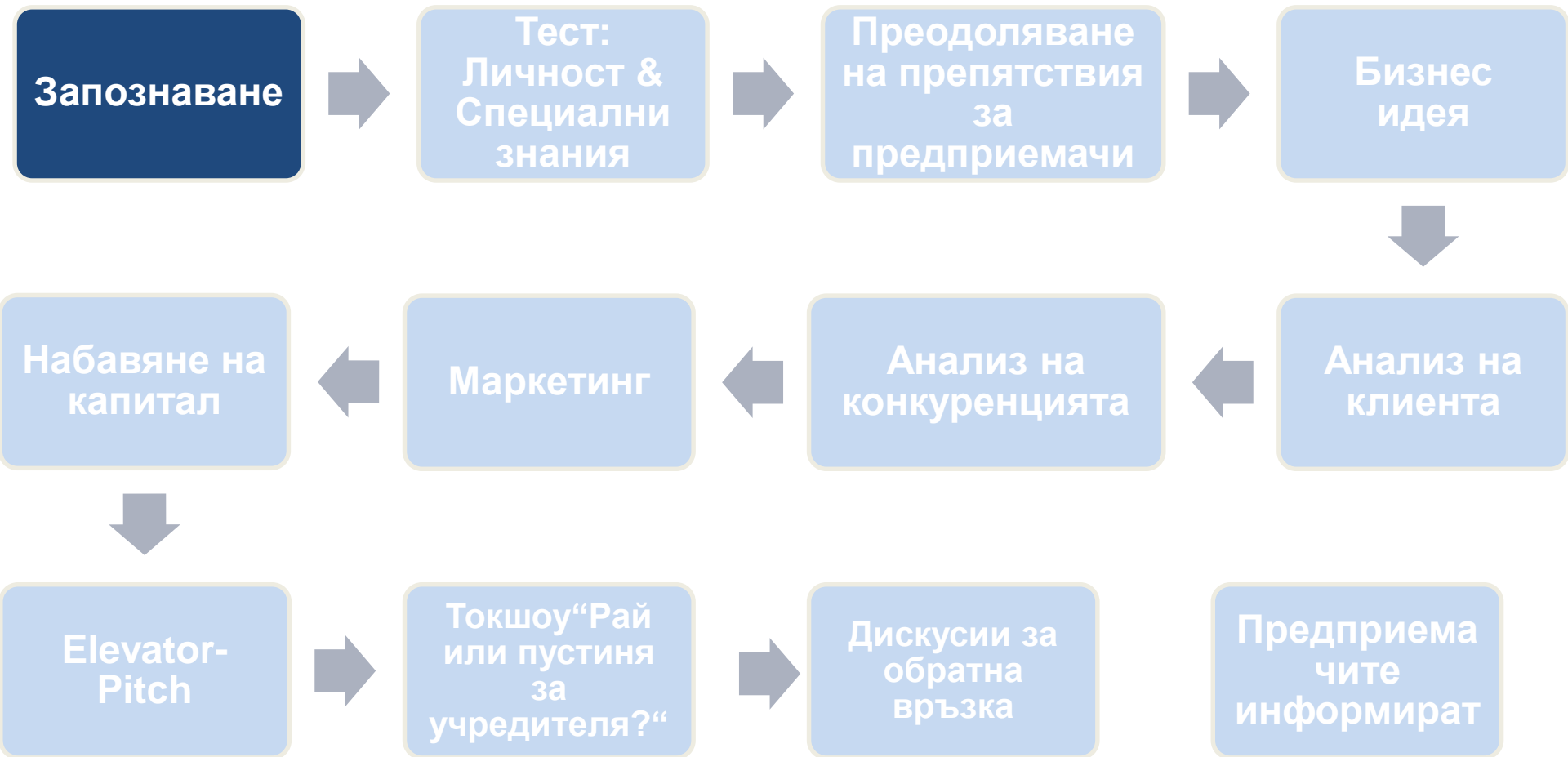


<http://www.karriere.at/blog/wp-content/uploads/2014/07/Farbe-Kleidung-Bewerbungsfoto-626x435.jpg>

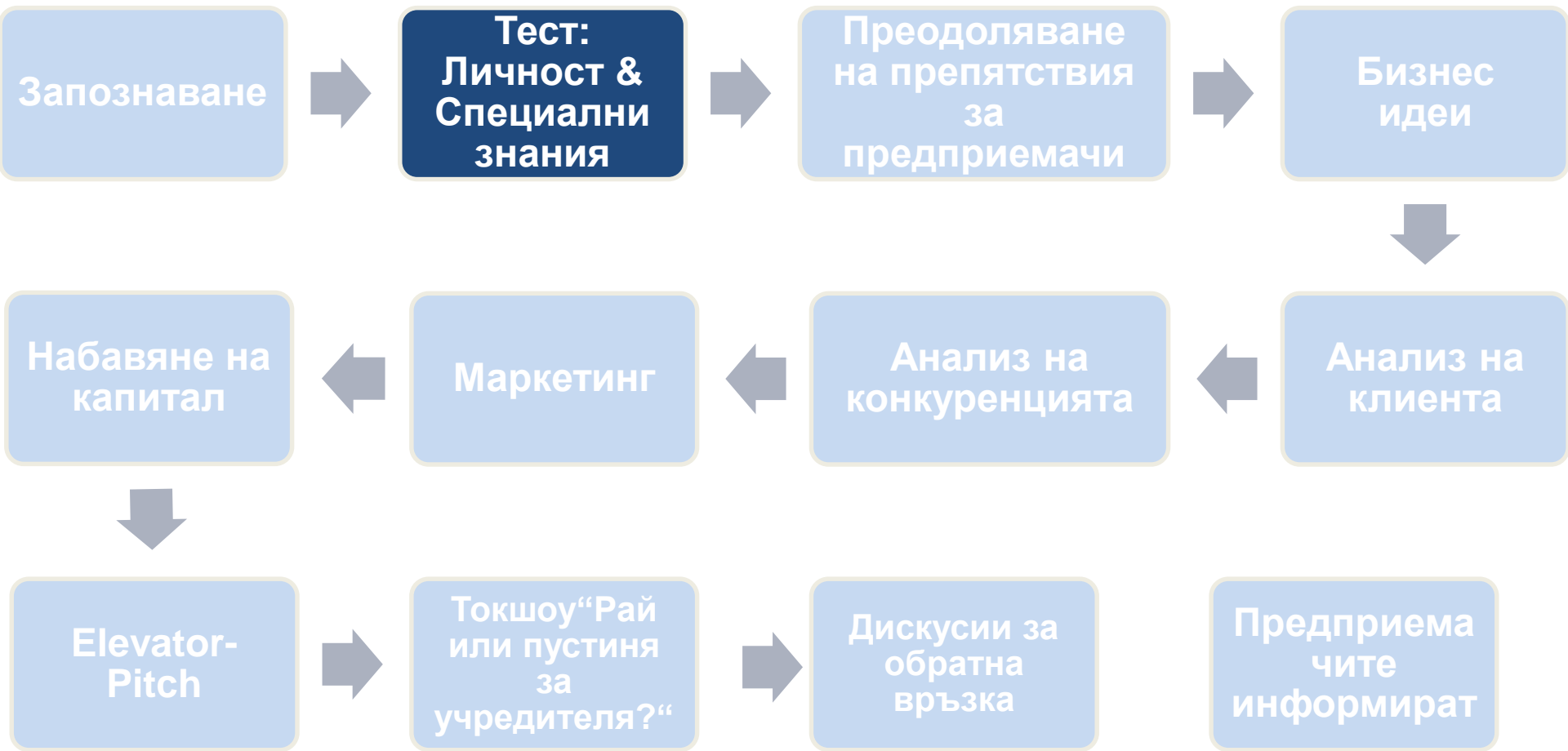
Последователност на задачите в анализа на потенциала



Задачи в анализа потенциала



Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



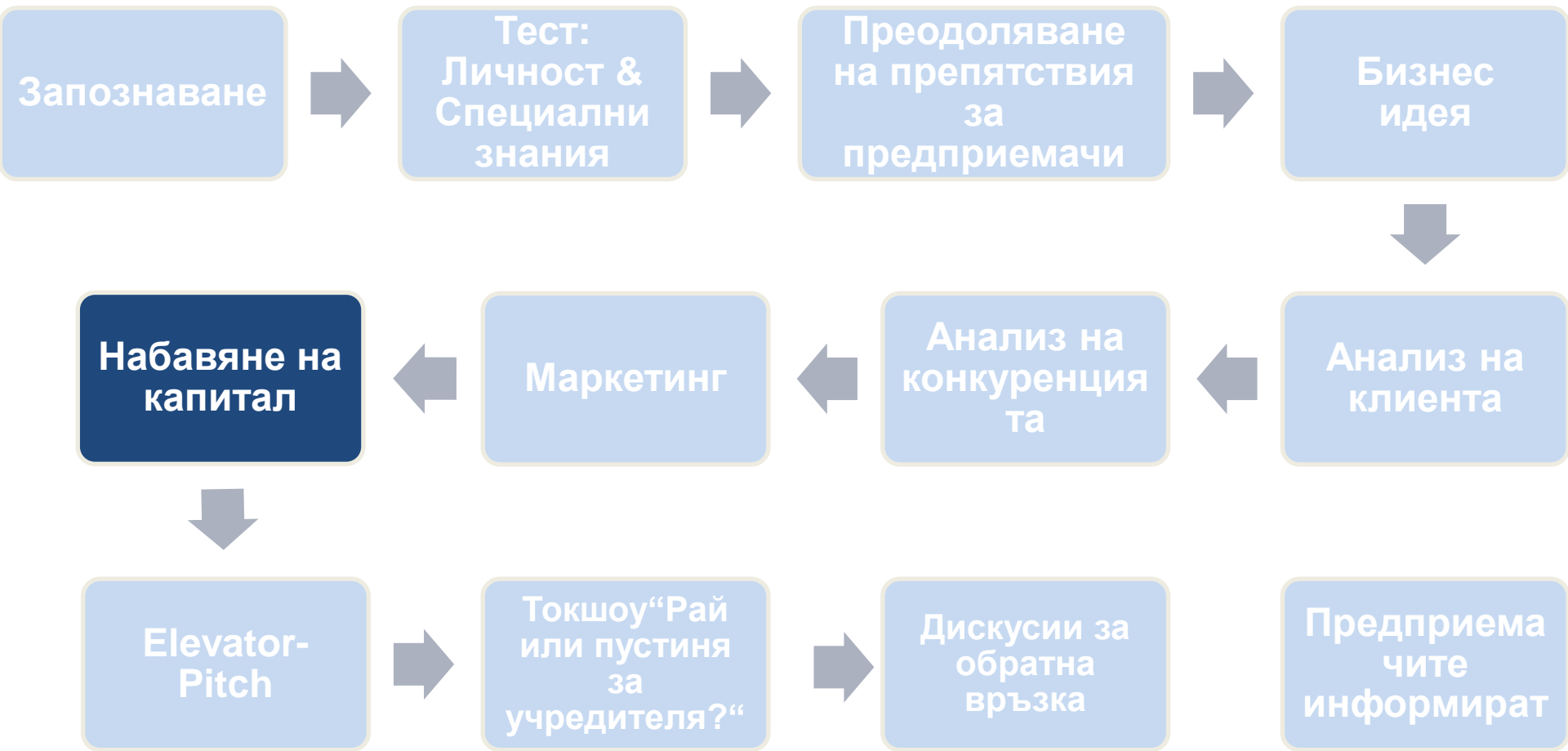
Задачи в анализа на потенциала



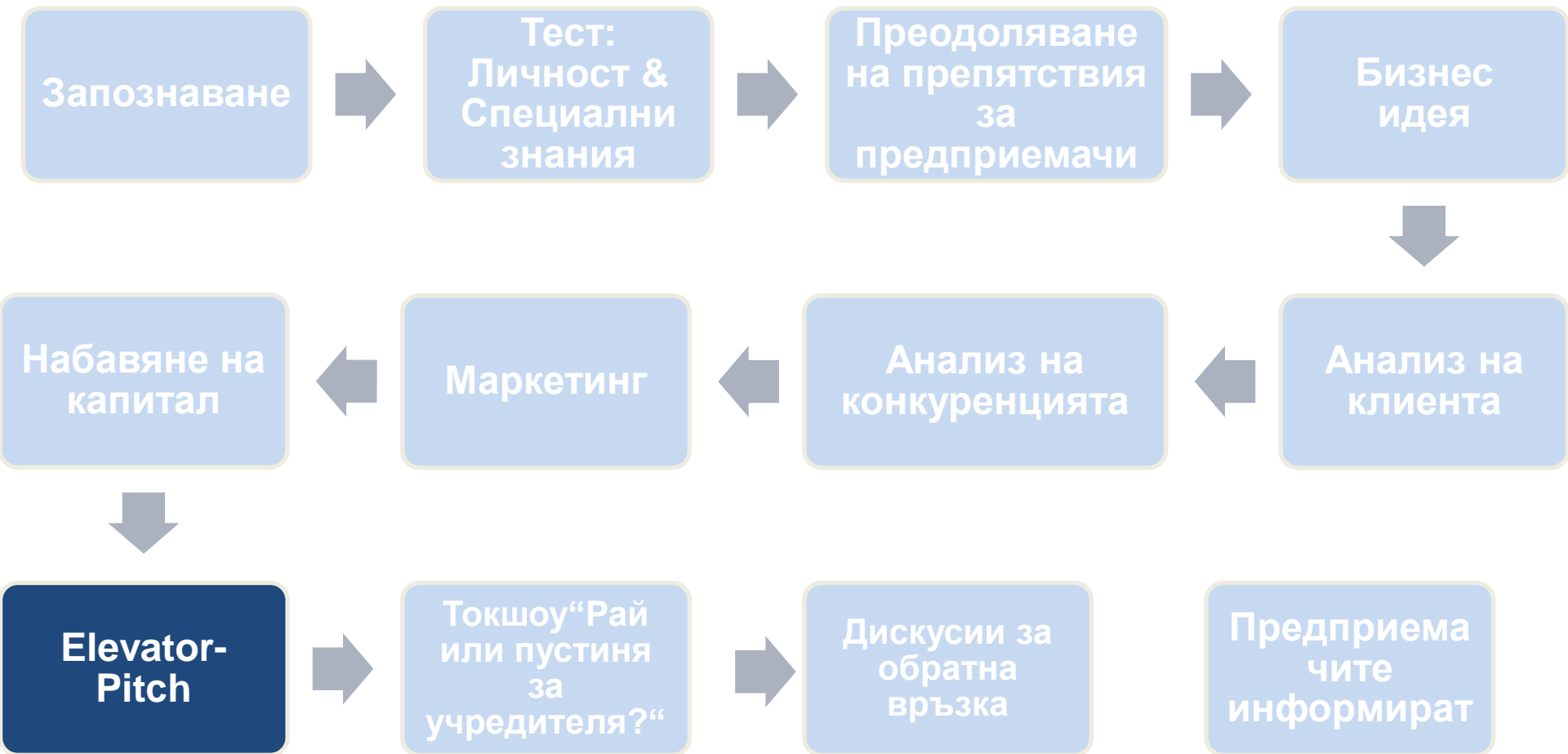
Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



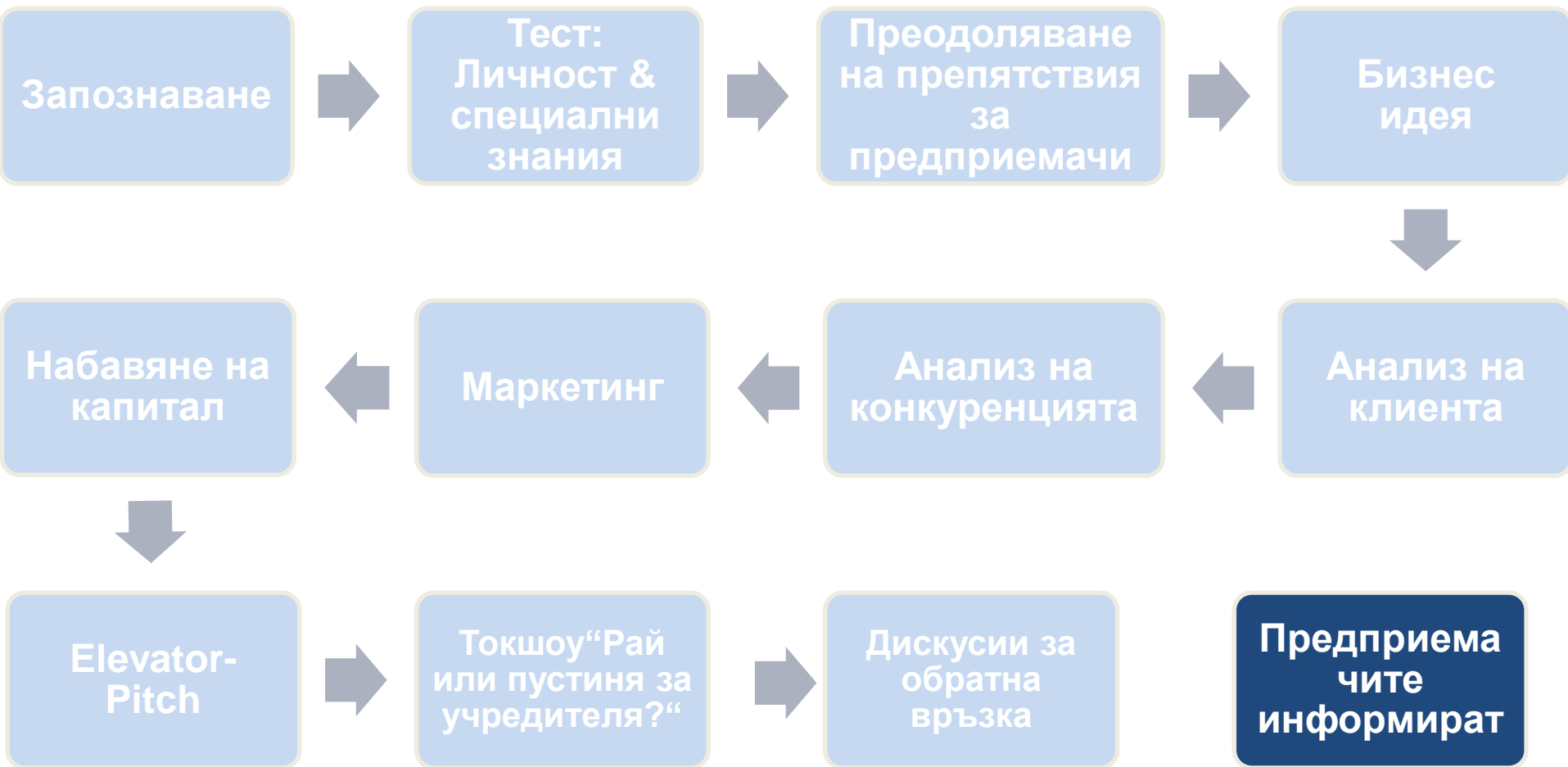
Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



Задачи в анализа на потенциала



Какво се случва, когато възприемам нещо?

Саксофонист или жена?



http://www.kik-seminare.at/optikbilder/optik_bild_2.htm

Възприятие

„According to a research at Cambridge University, it doesn't matter in what order the letters in a word are, the only important thing is that the first and last letters be at the right place. The rest can be a total mess and you can still read it without problem. This is because the human mind does not read every letter by itself, but the word as a whole.“

“Сепорд психолози от уентеириста Кмерибдж, рдеа на букивте в енда дмуа не е от зенанчие, смао е внажо правъта и песлонадта бвука да са на привалонто мсято. Дригтуе Бвуки мжое да са ръзбарнаки тотнало и тсетка пак ще е чилтев. Паринчтия е че чкивошея мъозк не чтее бувалкно а вджиа дтумие ктао ендо цяло.”

http://www.fenomenibg.com/modules/news/article.php?storyid=130p_raed-tihs-msut-be-raelly-smrat/

<http://www.foxnews.com/story/2009/03/31/if-can->

Начини за възприемане

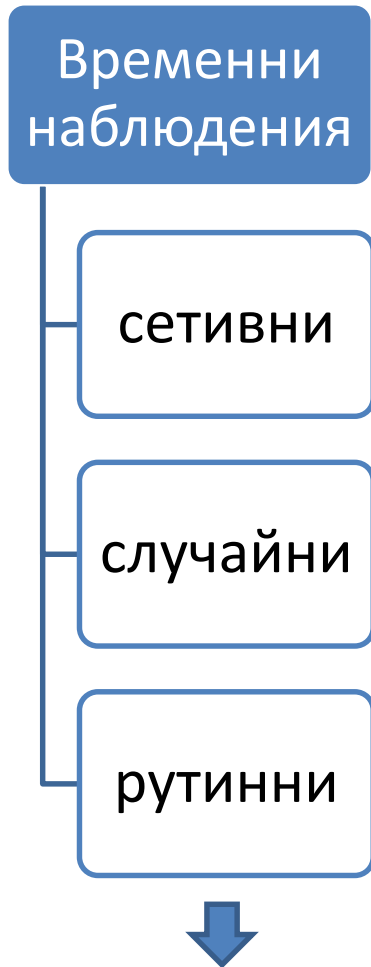
- селектиране
- добавяне
- структуриране
- интерпретиране

действащи стимули.

<https://www.youtube.com/watch?v=ubNF9QNEQLA>

WEGEN DATEIGROESSE VIDEO BITTE SELBER EINFUEGEN

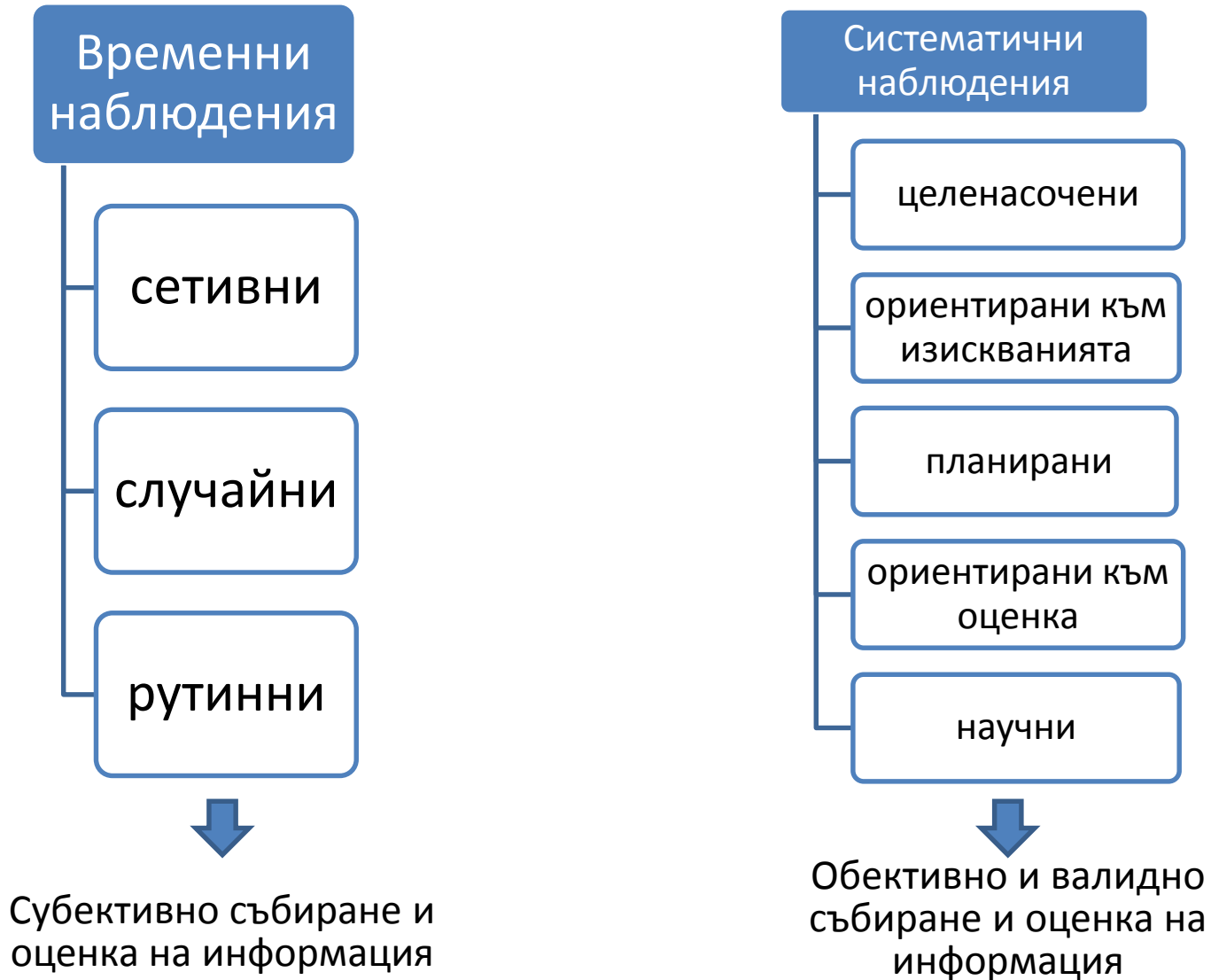
Наблюдение на поведението



Субективно събиране и оценка на информация

vgl. Atteslander 2010, S. 73; vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2011, S. 381 ff.

Наблюдение на поведението



vgl. Atteslander 2010, S. 73; vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2011, S. 381 ff.

„Наблюдението все пак е много лесно?!“

Имплицитни теории за личността

„Предположенията, които хората правят за връзката между две или повече качества на личността, следователно за това какви качества се проявяват заедно и какви взаимно се изключват“ (<http://www.klug-md.de/Wissen/Implizitpersth.htm>)

Стереотипи

„Стереотипите ръководят оценката дотолкова, доколкото оценяващите са склонни от принадлежността на едно лице към определена социална група (например групата на жените) да направят заключения за редица личностни качества, които се приписват като цяло на тази група (например емоционалност, чувствителност.“ (<http://www.klug-md.de/Wissen/Stereotype.htm>)

Нало-Ефект

„Тенденцията да се правят оценки в зависимост (съответствие) със съществуващо цялостно впечатление или с особено изявена черта.” (Vgl. Greve / Wentura, 1997: 61)

Ефект на симпатия

Ефектът на симпатия характеризира тенденцията да се приписват положителни характеристики като цяло на възприет като симпатичен човек и да се пренебрегват недостатъците му.
(http://www.klug-md.de/Wissen/Sympathie_Effekt.htm)

Нарушения във възприятията

Ефект на превъзходството

„Като ефект на превъзходството се обозначава обстоятелството, че първите информации, които оценяващите получават или възприемат, се запомнят много добре.“

(http://www.klug-md.de/Wissen/Primacy_Effekt.htm)

Ефект на новостта

„Ефектът на новостта се проявява, когато последните информации, получени за лицето повлияват прекалено силно цялостната картина. Последните впечатления, които оценяващите на едно лице получават, могат да отслабят или изкривят в паметта прекалено силно предишните впечатления за по-доброто му представяне.“

(http://www.klug-md.de/Wissen/Recency_Effekt.htm)

Ефекти на настроението

- Умора,
- Мотивация,
- Емоции,
- Мотиви,
- ...

vgl. Greve/ Wentura 1997, S. 64 f.

Изкривяване на оценката

- Тенденция към смекчаване
- Тенденция към строгост
- Тенденции към осредняване

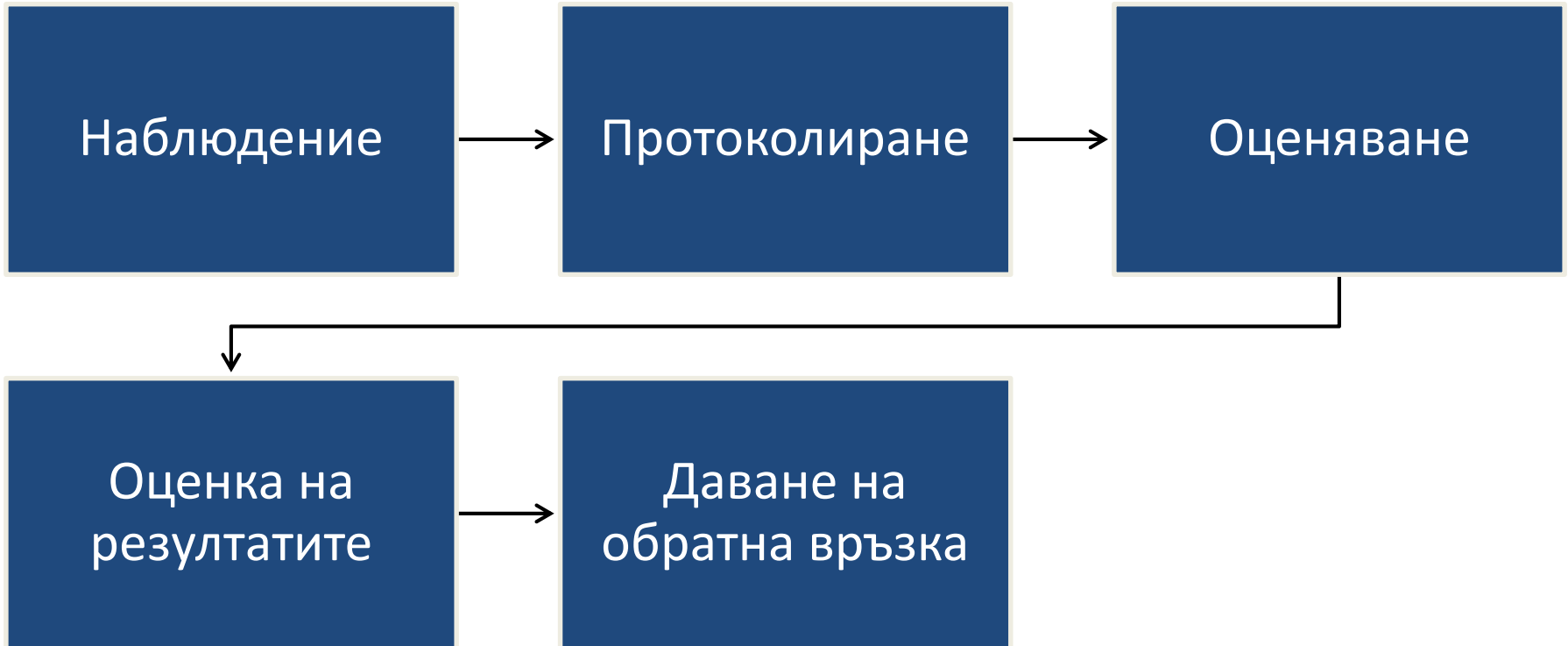
Хората имат склонност да избягват крайни оценки, например в така наречените прогнози или рейтингови скали. (vgl. Greve / Wentura, 1997, S. 65)

Принципи на протоколиране

- Конкретна, възможно най-точна формулировка и описание на начините на поведение
- Дословно цитиране
- Описателно вместо оценяващо
- Без абстрактно приписване на способности
- Без генерализиране

vgl. Grümer 1974, S. 98; vgl. Martin/ Wawrinowski 2000: S. 56 ff.

Задачи на търсачите на таланти



Обобщение за търсачите на таланти: Карти с въпроси

Какво трябва да правят търсачите на таланти?
Какво би трябвало по-добре да не правят?

Запишете Вашите цели, към които се стремите да правите или да не правите по време на анализа на потенциала за търсачи на таланти!

<i>Време за провеждане:</i>	<i>10 минути</i>
<i>Събиране на резултатите:</i>	<i>25 минути</i>
<i>Средства:</i>	

5 карти на човек, дъска, куфар на модератора

Как общуваме с ученици, които са показали нисък потенциал?

**Как могат да се свържат мероприятията по проекта
Анализ на потенциала и Семинар за начинаещи
предприемачи?**

Създайте конкретен план за изпълнение на анализа на потенциала в България

Време за провеждане : 30 минути

Презентация: 10 минути

Дискусии: 20 минути

Средства:

Дъска, постер & Куфар на модератора и/или лаптоп& биймър

Обучение за мултипликатори – обявяване информационен семинар

Съдържание

- Представяне на материалите ✓
- Провеждане на наблюдение въз основа на избрани примери ✓
- Теоретично въведение: Наблюдение и оценка на поведението ✓
- Оценка на резултатите и обратна връзка за участниците ✓
- Какво да се прави и какво да не се прави за търсачи на таланти ✓
- Ролята на модератора ✓

Отворени въпроси



<http://data.motor-talk.de/data/galleries/0/55/347/41244546/fragezeichen-8807216118191879627.jpg>

Сесия за обратна връзка



Бланка за оценка



Много благодаря за вниманието Ви!

Лена Пиотровски

E-Mail: lena.hiller@uni-due.de

Адрес: Университет Дуисбург-Есен, кампус Есен
Катедра Икономически науки и дидактика на
икономическата наука
Университетсщрасе 12
45141 Есен
Германия

Исползвана литература

- Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, 13., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG
- Greve, W.; Wentura, D. (1997): Wissenschaftliche Beobachtung. Eine Einführung. Weinheim, BELTZ Psychologie Verlag Union
- Grümer, K.-W. (1974): Beobachtung. Techniken der Datensammlung. Stuttgart, Teubner Studienskripten
- Martin, E.; Wawrinowski, U. (2000): Beobachtungslehre. Theorie und Praxis reflektierter Beobachtung und Beurteilung, 3. Auflage. Weinheim, Juventa Verlag
- Retzmann, Th. / Seeber, G. / Remmele, B. / Jongebloed, H.-C. (2010): Ökonomische Bildung an allgemein bildenden Schulen. Essen / Lahr / Landau / Kiel.
- Schäfer, B. (2011): Individuelle Kompetenzstärkung durch Potenzialanalyse und zielgerichtete Förderplanung. In: Retzmann, T. (Hg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht II. Schwalbach/Ts., Wochenschau-Verlag
- Schnell, R.; Hill, P.-B.; Esser, E. (2011): Methoden der empirischen Sozialforschung, 9. Auflage. München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

Abbildung Feedback-Gespräch:

http://static1.squarespace.com/static/53d17c72e4b04908aec6a9d4/53d1c625e4b018cd23ce7e5f/53d1c6c3e4b018cd23ce8da5/1406279381259/dreamstime_l_3291533.jpg?format=1000w

Foto Gruppe Losleger: http://www.pnp.de/region_und_lokal/landkreis_rottal_inn/pfarrkirchen/1376788_Losleger-bei-der-Summer-School.html (Zugriff: 05.11.2014)

Fotos mit freundlicher Genehmigung der Joachim-Herz-Stiftung, Hamburg

Joachim-Herz-Stiftung <http://www.joachim-herz-stiftung.de/de/about/foundation> (Zugriff: 20.10.2014)

<http://previews.123rf.com/images/iqoncept/iqoncept1201/iqoncept120100001/11826635-A-spiral-bound-book-with-the-words-How-To-Instructions-What-You-Need-to-Know-a-manual-offering-guida-Stock-Photo.jpg>

<http://www.karriere.at/blog/wp-content/uploads/2014/07/Farbe-Kleidung-Bewerbungsfoto-626x435.jpg>

<http://data.motor-talk.de/data/galleries/0/55/347/41244546/fragezeichen-8807216118191879627.jpg>

http://www.kik-seminare.at/optikbilder/optik_bild_2.htm

<http://www.foxnews.com/story/2009/03/31/if-can-raed-tihs-msut-be-raelly-smrat/>

<https://www.youtube.com/watch?v=ubNF9QNEQLA>

<http://www.klug-md.de/Wissen/Implizitpersth.htm>



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_02

Losleger_Handbuch

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Автори:

проф. д-р Томас Ретцман

Карин Крзатала

Лена Пиотровски

Виона Хаусман

Насоки за начинаещи предприемачи (*losleger*) - проверка на профила за предприемачески талант

Проектът Enterprise+ е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Отговорност за съдържанието на настоящата публикация (съобщение) носи единствено нейният автор; Комисията не носи отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.



Финансирането на проекта „Начинаещи предприемачи (*losleger*) – проверка на профила за предприемачески талант“ е чрез фондация Йоахим Херц, Хамбург



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Съдържание

	Списък на изображенията	IV
1	Начинаещи предприемачи – проверка на профила за предприемачески талант	5
1.1	Икономическа грамотност и обучение по предприемачество	5
1.2	Методика за анализ на потенциала.....	8
1.3	Начинаещи предприемачи – профил за проверка на предприемаческия талант.....	10
1.3.1	Процес на диагностика: валидиране на <i>losleger</i>	11
1.3.2	Профили на изискванията: Кой е нашият начинаещ предприемач ?	12
1.3.3	Профил на изискванията за начинаещ предприемач: Предприемачески потенциали, заложиени в личността.....	13
1.3.4	Профил на изискванията за начинаещ предприемач: Предприемачески потенциали при икономическа специализирана компетентност	15
1.4	Търсачи на таланти: На какво да се обърне внимание?	20
1.4.1	Грешки при наблюдение	21
1.4.2	Какво да правят търсачите на таланти и какво по-добре да не правят!.....	22
1.5	Използвана литература.....	23
2	Какво е необходимо за провеждането ?	24
2.1	Персонални предпоставки.....	24
2.1.1	Ролята и задачите на търсачите на таланти	24
2.1.2	Конференции на търсачите на таланти	25
2.1.3	Ролята и задачите на модератора.....	26
2.2	Необходими помещения.....	26
2.3	Задачите: Преглед	27
2.3.1	Екскурс: Добри причини за проверка на знанията на начинаещите предприемачи!	29
2.3.2	Спектър от теми и ниво на изискванията на теста: истинско предизвикателство за всички начинаещи предприемачи!	30
2.4	Възможности за провеждане на мероприятиято	31
2.5	Как се организира провеждането на мероприятиято?.....	34
2.5.1	Организация на времето	36
2.5.2	Контролни списъци.....	37
3	Дейността на търсачите на таланти.....	41
3.1	Конференция за оценка: обяснение стъпка по стъпка	41
3.2	Разговор за обратна връзка.....	44
4	Документация, която е необходима за начинаещите предприемачи	46

4.1	Запознаване	47
4.2	Преодоляване на препятствия за предприемачи	49
4.3	Задачи по основаването	71
4.3.1	Бизнес идея.....	72
4.3.2	Анализ на клиента.....	79
4.3.3	Анализ на конкуренцията.....	84
4.3.4	Маркетинг.....	91
4.3.5	Привличане на капитали	99
4.3.6	Elevator-Pitch (кратка концепция).....	105
4.4	Токшоу.....	115
4.5	Заклучителни кръгове.....	123
4.6	Учредителите докладват.....	126
5	Приложение.....	128
5.1	Списък на материалите.....	128
5.2	Писмо-образец	130
5.3	Въпросник за оценка на провеждането	132
5.4	Писмо до бъдещето.....	134
5.5	Проучвателен въпрос преди <i>losleger</i>	135
5.6	Проучвателен въпрос след <i>losleger</i>	136
5.7	Барометър на настроението	137
5.8	Баджове.....	138
5.8	Как да се попълни планът за разпределение!	139
5.9	Сертификат за участие.....	140

Списък на изображенията

Фигура 1: Концепция за хода при определяне на компетенциите и индивидуално стимулиране (фондация Бертелсман и др. 2012 г., стр. 68)	8
Фигура 2: Процес на диагностика при анализи на потенциала	11
Фигура 3: Области на компетенции и частични компетенции на икономическото образование (Ретцман и др., 2010 г., стр. 19)	16

1. Начинаещи предприемачи (*losleger*) – проверка на профила за предприемачески талант

Намират ли се млади предприемачи? Открива ли се предприемачески потенциал при учениците? Тази цел може да изненада едни или други, но също така не се ли диагностицират при учениците, умения и способности към други професии? Защо трябва да оставим неразкрит ценния предприемачески потенциал, който вероятно дреме в един или друг ученик?

Точно тук започва анализът на потенциала – *Начинаещи предприемачи – проверка на профила за предприемачески талант*. В рамките на този анализ на потенциала учениците (по-нататък: начинаещи предприемачи *losleger*) показват при обработка на задачите, отнасящи се до учредяване на фирма, какво се крие в тях. При това те ще бъдат наблюдавани от обучени наблюдатели (по-нататък: търсачи на таланти) въз основа на характеристики, отговарящи на изискванията. След обработка на всички задачи се получава цялостна картина на профила за всеки начинаещ предприемач. Полученият резултат разбира се не е гаранция за успешното учредяване на фирма или успешно управление, защото симулацията не може да замени реалността, но симулацията на процеса на стартиране показва профила на личността и компетенциите. След това е необходимо съществуващите потенциали да продължат да бъдат насърчавани.

Това ръководство за преподаватели първоначално включва въведение, което се фокусира върху икономическото образование и анализ на потенциала при обучението по предприемачество – *Начинаещи предприемачи – проверка на профила за предприемачески талант*. По-късно в ръководството ще намерите всички необходими информации, а също така и документация и материали за самостоятелно провеждане на *losleger – проверка на профила за предприемачески талант* и анализ на потенциала с Вашите начинаещи предприемачи.

Първа цел: да разкрием предприемаческия талант

Втора цел: идентифициране на потребностите за стимулиране

Ръководството за преподаватели позволява безпроблемно функциониране

1.1 Икономическа грамотност и обучение по предприемачество

Днес повече от всякога икономическото образование се разглежда като част от общото образование и в една или в друга форма, в почти всички училища е неразделна част от училищното образование. Понеже без определено ниво на икономическо образование, справянето със съвременния живот с неговите разнообразни повлияни от икономиката ситуации, едва ли вече е възможно.

Необходимост от икономическо образование

Елементарното значение и необходимостта от икономическо образование могат да се опишат по следния начин:

Икономическо образование

„Икономическото образование дава възможност на хората за индивидуално управление на живота, за участие в обществения живот, както и за политическо участие; то допринася по този начин за интеграция на подрастващите в обществото. Дори по-слабо образованите слоеве могат да спечелят от солидно основно икономическо образование, тъй като то разкрива възможности за професионално развитие, изяснява финансовите рискове и по този начин допринася за икономически успешен начин на живот. Ето защо значението на икономическото образование за общото образование е резултат от индивидуалното и общественно значение на икономическата, социалната система и системата на трудова заетост.“ (Ретцман и др. 2010 г.)

Важна задача на икономическото образование е да подпомогне обучението по предприемачество. Но какво всъщност означава обучение по предприемачество? Самото понятие за предприемачество е вече изчерпателно и подробно дефинирано. И вместо за обучение по предприемачество понякога се говори за възпитание на учредители на фирми или за предприемачески умения, както и за култура на предприемаческата самостоятелност.

Какво е обучение по предприемачество?

Обучение по предприемачество

Водеща фигура в обучението по предприемачество е отговорен предприемач, който е в състояние да действа самостоятелно в бизнес контекст и да бъде социално ангажиран. Обучението по предприемачество обхваща всички образователни процеси, които стимулират предприемаческата креативност, иновативността, убеждението в ефективността, мотивацията за постигане на резултати, рационалния подход към риска и чувството за отговорност и които способстват за такива икономически и интердисциплинарни умения, които са необходими за откриване, реализиране и отражение на предприемаческата инициатива. (Кирхнер/Льорвалд 2014 г., стр. 39)

Отдавна предприемаческото мислене и действие вече не е компетентност, която се изисква само от самостоятелно наети, учредители, назначени мениджъри или предприемачи. В съвременната трудова сфера това мислене и действие в много професии – повече или по-малко – се счита за „основно оборудване“, с което работникът трябва да разполага. Един поглед към пазара на труда е достатъчно да се констатира, че работодателите все повече изискват тези умения на работници и служители.

Въз основа на огромното стопанско значение на новоучредените фирми усилията за обучение по предприемачество изглеждат целесъобразни. Все пак това въобще може ли да се преподава или да се научи?

Или човек се ражда предприемач?

В научните дискусии междувременно е постигнато съгласие: предприемаческото мислене и действие може да се научи. В рамките на образованието по предприемачество учениците получават възможност чрез специфични обучителни задания да тестват и да научат, какво всъщност означава предприемаческо мислене и действие.

Освен това учениците трябва да придобият съответни специализирани знания и умения, за да вземат собствени (самостоятелни) решения. Методически за тази цел например са подходящи казуси, ролеви игри, симулации или учредяване на собствени учебни фирми и ученически предприятия. (виж. Ойлер 2012 г. стр.73 и следващи).

Предприемаческото мислене и действие може да се научи

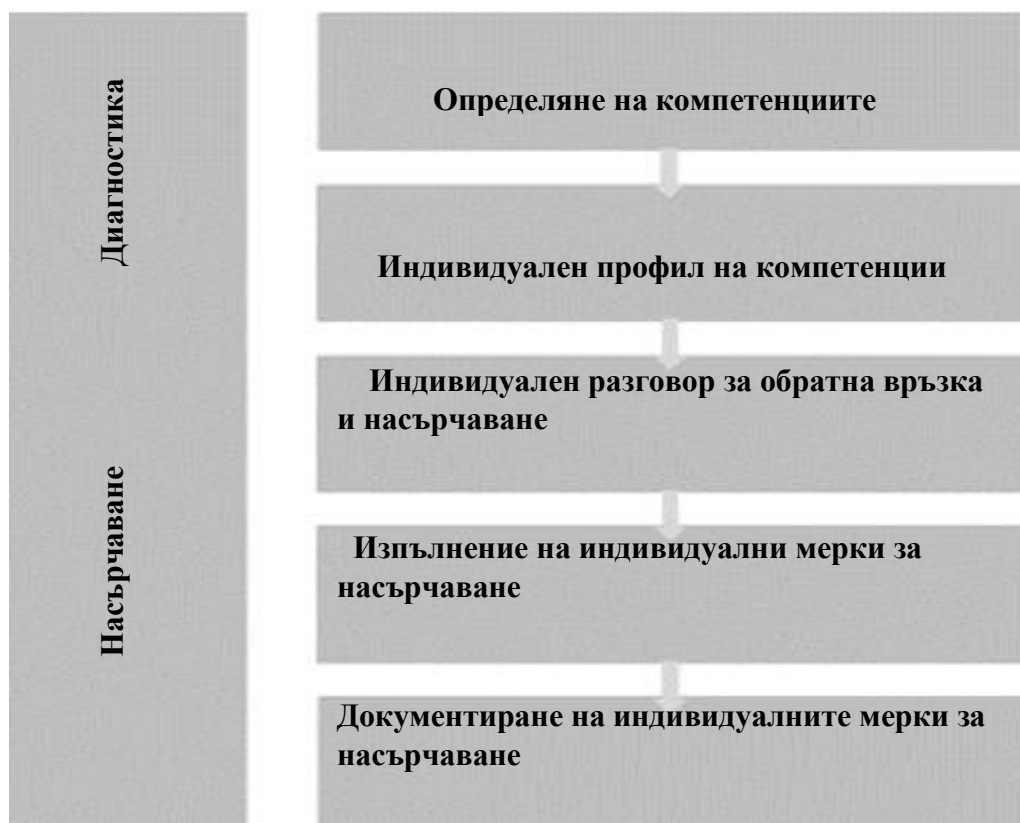
1.2 Методика за анализ на потенциала

Анализите на потенциала се използват все по-често в училищния контекст. Те са съществена съставна част от професионалната ориентация и професионалната диагностика за пригодност в много провинции в Германия. По-долу е представен схематично методът за анализ на потенциала. След това анализът на потенциала е представен изчерпателно и разяснен в *losleger – проверка на профила за предприемачески талант*.

Анализите на потенциала се състоят от две елементарни последователни фази - диагностика и насърчаване. Техните резултати се градят един върху друг. Валидно е: без диагноза никакво насърчаване! И: никакво целенасочено насърчаване без диагноза! Следващата фигура пояснява последователността на отделните елементи:

Анализите на потенциала все по-важни

Без диагностика няма насърчаване!



Фиг. 1: Концепция за хода при определяне на компетенциите и индивидуалното стимулиране (фондация Бертелсман и др. 2012 г. стр. 68)

Процесът започва с диагностични процедури за пригодност – определяне на компетенциите. Това може да се осъществи по три коренно различни метода: ориентирани *по качество, по симулация и по биография*.

Определяне на компетенциите възможни са различни методи

Методите, *ориентирани към симулация* представляват „обширна форма“ за диагностика на компетентността. Тук се симулира реалността в рамките на пробни работи и центрове за оценка. Заедно с това те имат по-силна връзка с начина на работа и живот. Лицата ще бъдат наблюдавани при извършване на пробни работи и решаване на задачи, за да може от наблюдението върху поведението да се създаде индивидуален профил.

Методи,
ориентирани към
симулация

След извършване на процедурата по оценка на компетентността, получените резултати се оценяват систематично. В случая за начинаещи предприемачи това се прави на конференцията за оценка на търсачите на таланти.

Индивидуалният разговор за обратна връзка с начинаещите предприемачи представлява пресечна точка между диагностика и насърчаване. Начинаещите предприемачи получават професионална обратна връзка за показаното поведение и диагностицираните компетенции. При анализ на потенциала, фокусът е насочен върху показаните силни страни, а не върху слабостите. Личностното развитие изисква от начинаещите предприемачи висока степен на лична отговорност. За тази цел в рамките на дискусиата за обратна връзка с начинаещите предприемачи заедно се уговарят по-нататъшните стъпки, които начинаещите предприемачи сами ще поемат като задължителни.

Обратна връзка за
индивидуалните
компетенции

Анализите на потенциала обаче винаги представляват само една моментна снимка и затова са само в началото на процеса за насърчаване. Така една година след диагностицирането резултатът вече ще изглежда по друг начин. Преди всичко тогава, когато индивидуалното насърчаване е осъществено.

Анализ на
потенциала като
моментна снимка

1.3 Начинаещи предприемачи – профил за проверка на предприемаческия талант

Да се открие предприемаческият талант! Но как? С анализ на потенциала с *losleger* – профил за проверка на предприемаческия талант. Анализът на потенциала е заложен като насърчаване и оценка. Това Ви дава възможност като преподавател целенасочено да разгледате Вашия начинаещ предприемач „под лупа“ и може би да откриете следващия Марк Зукърбърг.

losleger-
насърчаване и
оценка

Профил за проверка на предприемаческия талант За кого?

От 16 годишни нагоре

Продължителност?

Около една учебна седмица

Цели?

- Определяне на икономическите компетенции и предприемачески потенциали като основа за индивидуално насърчаване,
- насърчаване на професионалното ориентиране на учениците,
- поемане на отговорност за личностното и професионално развитие.

Проектът дава възможност на начинаещите предприемачи да открият предприемаческите си способности и потенциал за развитие, както и съответните си интереси и наклонности.

Начинаещите предприемачи симулират учредяване на фирма, обсъждат стартиране на бизнес в Германия, запознават се с предприемачи, работят по тестове и т.н., за да покажат на търсачите на таланти, доколко в тях се крият предприемач или служител с предприемачески дух.

В края на оценката начинаещите предприемачи получават индивидуална обратна връзка, която е основа за последващото насърчаване.

От *losleger* печелят всички начинаещи предприемачи, дори и тези, които по различни причини няма да тръгнат по пътя на пред-

Значение и за
неучредители

приемаческата самостоятелност въпреки, че разполагат с нужните знания и умения, нагласи и готовност за действие да направят необходимото.

На съвременния пазар на труда способността и готовността да се мисли и действа предприемчиво е все по-често изискване и към наетите работници. Така наречения съпредприемач (Intrapreneur) е все по-необходима величина за предприемача (Entrepreneur) при успешното управление на фирмата. По този начин предприемаческите им потенциали ще бъдат използвани в полза на всички, които са пряко ангажирани, а също и за цялото общество.

Каква точно е концепцията на *losleger* – профил за проверка на предприемаческия талант и каква е последователността ще бъде описано детайлно в следващите страници. Основното внимание при това е насочено към диагностиката.

1.3.1 Процес на диагностика: валидиране на *losleger*

Профилите с изисквания представляват „Базата за успешен подбор и насърчване на талантите“ (Роршнайдер и др. 2010 г., стр. 51). Анализът на потенциала на проект *losleger* основава своята диагноза на два профила с изисквания. Както може да се види от схемата начинаещият предприемач се описва от една страна чрез предприемаческите потенциали на неговата личност и от друга страна чрез потенциалите за икономическа специализирана компетентност.

Експертиза и личността като изискване за профил



Фиг. 2 Процес на диагностика при анализ на потенциала

Профилите на изискванията са резултат от задълбочена оценка на съответната научна литература и от анализа на стандартизираните интервюта, които са проведени с предприемачи, ръководители, учени и преподаватели. Получените от това измерения на изискванията са основа за съставяне на задачите и формуляра за наблюдение.

Измервания на изискванията, изведени от профилите

Тук представеният процес на диагностиката съответства чрез това на последователност от изводи (виж. пак там, стр. 53 и следващи), за да се осигури наблюдението на потенциалния начинаещ предприемач.

Изисквания

„Изискванията описват способностите, поведенческите умения, личностните умения и т.н., от които се нуждае кандидатът за успешното изпълнение на целевата позиция.“ (Роршнайдер и др. 2015 г., стр.54)

Този подход гарантира валидността на анализа на потенциала в разработването на центрове за оценка. Според преценката на Ливерс/Торнтън могат да се констатират постижения тогава, когато измеренията на изискванията са ясно дефинирани по отношение на наблюдаваното поведение и задачите са внимателно изработени, „така, че да извадят на бял свят съществените начини на поведение“ (2007 г., стр.40).

По време на изпълнение на задачите търсачите на таланти причисляват тези *наблюдения* на поведението към основните точки за наблюдение и ги оценяват. След съвещание на търсачите на таланти на начинаещите предприемачи се съобщават резултатите „като обратна връзка и като препоръки за развитие“ (Шулер 2007 г. стр.3).

1.3.2 Профили на изискванията: Кой е нашият начинаещ предприемач?

Значението на измеренията на изискванията по време на диагностиката беше вече обяснено. Двата профила на изискванията за начинаещи предприемачи са представени по-подробно и са конкретизирани чрез начините на поведение.

Конкретизиране на изискванията по основните точки за наблюдение

С тези операционни възможности трябва да наблюдавате начините на поведение на начинаещите предприемачи при изпълнение на задачите и след това да ги оцените. Тези основни точки за наблюдение, които също ще намерите във формуляра за наблюдение, трябва неутрално да описват действията респективно начини на поведение, а не да се оценява отрицателно. (виж Роршнайдер и др. 2010 г., стр.61).

1.3.3 Профили на изискванията за начинаещ предприемач: предприемачески потенциали, заложи в личността

Приоритетите за наблюдение на предприемаческите потенциали на личността произхождат предимно от модела BIG5 Личностни характеристики и от емпиричните изследвания на Гюнтер Ф. Мюлер, чийто тест F-DUP се радва на голямо признание. Затова този тест е в центъра на дискусиите при обучения за предприемачество.

След подробен анализ на специализираната литература и няколко тествания на проекта *losleger* се получиха по-долу описаните приоритети за наблюдение. Те не могат да бъдат напълно изчерпателни, тъй като личностите на предприемачите са твърде разнообразни. Въпреки това анализът показва, че нашите приоритети за наблюдение при (почти) всички учредители и предприемачи са силно изразени.

BIG5 и F-DUP
като основа

Р 1 Добросъвестност

Който хвърли за първи път поглед върху полето за изява на учредителите, си мисли: хаос. Но, ако се проведе интервю с млади учредители бързо става ясно: без ред, организация и планиране учредяването на собствен бизнес рядко функционира правилно.

Така например инвеститорите искат да имат внимателно изготвени изчисления. Това обаче в никакъв случай не означава, че креативността тук не е от значение.

Начинаещи предприемачи, при които тази личностна характеристика е много ясно изразена, действат последователно, точно, организирано, добросъвестно, обмислено, ефективно и планиращо. Отрицателно качество се оказва например, когато начинаещият предприемач е педантичен при обработка на задачите. При такъв негативен начин на поведение проявлението не е *много силно*, а силно, средно или слабо. В зависимост от степента на отрицателното проявление.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- взема под внимание предварителните условия (за време и съдържание) на поставените задачи.
- изразява мотивирани предложения за начина на действие и продукта.
- акцентира върху съвестната работа.
- работи бързо и ритмично, планомерно и ориентирано към резултата.
- взема под внимание идеите и предварителните условия на поставените задачи.
- дава предложения, които и ги обосновава.

Р 2 Екстровертност

Всеки от нас има в съзнанието си образ за екстровертни хора: те са общителни, активни, приказливи и възприемчиви към предложения. Ако начинаещ предприемач прояви тези форми на поведение, например като участва непрекъснато активно в дискусиите и в работния процес, личностната черта екстровертност е *много силно* изразена. Ако начинаещият предприемач проявява преувеличена екстровертност, като например винаги е на преден план или отхвърля предложения, този признак не е *много силен*, а силен, среден или слаб според степента на отрицателно проявление. Ако става въпрос за интровертен начинаещ предприемач, който например се страхува да отстоява собственото си мнение пред други, това трябва да се вземе под внимание и в степента на проявлението.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- участва по собствена инициатива в дискусиите.
- представя уверено собственото си мнение.
- позовава се на изказванията на другите.
- презентира уверено и ако е необходимо започва първи.
- показва удоволствие от презентирането на „собствения“ продукт.
- не се страхува от слушателите, при нужда търси близост с тях.

Р 3 Способност за себеутвърждаване

Самоувереността може да се опише като готовност за преследване на собствените цели и интереси и застъпване за тях. Личното качество „способност за себеутвърждаване“ може да се опише със следните прилагателни: уверен, настоятелен, последователен, борбен. При качеството „способност за себеутвърждаване“ е желателно да има така нареченият „здравословен микс“.

Начинаещите предприемачи действително трябва да се опитат да наложат своите идеи, но и същевременно трябва да могат да убедят другите членове от групата в своята идея. Ако начинаещият предприемач налага само своята идея, личното качество не е силно изразено. Това важи и ако начинаещият предприемач не приема идеите на другите, въпреки, че те също могат да допринесат за решаването на проблема. Тук не се търси нагласата „да разбием стената с глава“.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- делегира задачи.
- налага собствени идеи, предложения и гледни точки.
- при основателни възражения е готов да отстъпи от собственото си становище
- работи целенасочено и ориентирано към резултат.
- повлиява и управлява групата.
- стреми се към влияние върху хода на дейността респективно върху резултата.

Р 4 Ориентиране към (решаване на) проблема

„Тук не сме изправени пред проблем, а пред предизвикателство“, така би могло да прозвучи изявлението на начинаещ предприемач, ориентиран към (решаване на) проблема. Начинаещите предприемачи могат да покажат например много силно изразен начин на поведение, като намират креативни начини за решения или пренесат съществуващите знания в нови ситуации. Противопоказанията при това лично качество могат да бъдат например класическата „служба според предписанията“ или отхвърляне на нови идеи и начини на решения. Това трябва да се вземе под внимание при степен на проявление.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- решава поставената задача творчески.
- използва знания от други области за решаване на задачата.
- преформулира положително слабите страни и проблемите.
- разработва бизнес идеи.
- бизнес идеите са внимателно обмислени (например тяхната осъществимост, законосъобразност).
- използва знания от други области за идентифициране на идеите и проверка.

1.3.4 Профил на изискванията за начинаещ предприемач:

Предприемачески потенциали при икономическа специализирана компетентност

Икономическата специализирана компетентност, от която се нуждае един потенциален учредител или предприемач, се описва с помощта на модела за компетентност на Ретцман и др. Той е използван за основа на въпросника, така че анализът и оценката на отговорите могат да се класифицират към отделните области на компетенция. По такъв начин бяха създадени специфични за учредителите компоненти на съдържанието и поведението, които също могат да се конкретизират в приоритетите на наблюдението. Те постоянно се прецизират чрез многократни изпитания. Описанията на отделните начини на поведение, които могат да се наблюдават са ориентирани към отделните задачи. Компетенциите А3, Б3 и В3 не се диагностицират в заданията на проекта *losleger* в съответствие с приоритетите и затова са извадени от наблюдението. Обозначаването на съответните проявления се извършва по-нататък с К1- К6.

Основаване-
специфични
икономически
умения

Признак	Описание
А Решение и рационалност	А 1 Анализирание на ситуациите
	А 2 Оценка на алтернативите за действие
	А 3 Създаване на възможности да действие
Б Връзка и взаимодействие	Б 1 Анализирание на взаимозависимостите на интересите
	Б 2 Анализирание, оценяване и създаване на кооперации
	Б 3 Анализирание на взаимоотношенията
В Ред и система	В 1 Анализирание на пазарите
	В 2 Анализирание на икономическите системи и правила
	В 3 Икономически анализ на политиката и формиране

Фиг. 3: Области на компетентите и частични компетентии на икономическото образование (Ретцман и др. 2010 г., стр. 19)

К 1 Анализирание на ситуацията

Преди учредяване на фирма учредителите трябва да идентифицират своите цели и бизнес идея. Това може да бъдат ориентиране към печалба, но и социални ползи. Освен това трябва да се определят алтернативи за действие. Те са резултат от анализ на конкуренцията, както и на силните и слаби страни на собствения бизнес план. При това от решаващо значение е честността на начинаещи предприемачи към самите себе си и към собствения бизнес план. Ако начинаещите предприемачи осъзнаят, че не могат да се справят с бизнес идеята с наличните ресурси това трябва да се дискутира открито. Също така преди учредяване в повечето случаи трябва да се идентифицират измененията в личния живот, като ограничаване или промяна на жизнения стандарт, тъй като те ще имат влияние върху сферата на действие по време на учредяването. От значение са и идентифицирането и анализа на допълнителните ограничения по време в процеса на учредяване. Тези ограничения могат да бъдат законови, финансови или например липса на специализирана компетентност. Примери: Способни ли са начинаещите предприемачи за бизнес и могат ли да вземат кредит? Разполагат ли с гаранции? Имат ли начинаещите предприемачи специални компетентности да следват своя бизнес план? Ако начинаещите предприемачи могат лесно да бъдат разубедени от целите си, това е контраиндикатор. Това трябва да се вземе под внимание при степента на проявление.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- проучва конкурентите, по-специално техните продукти по избрани критерии.
- формулира въпроси, с цел опознаване на конкурентите.
- анализира целите, стратегията и действията на конкурентите.
- проучва възможностите за финансиране за стартиране на бизнес.
- идентифицира факторите, които влияят за набавяне на собствен или чужд капитал.
- анализира изискванията на бизнес модела в рамките на финансирането.

К 2 Оценка на алтернативните начини на действие

За всяко решение има алтернативи. За да се вземе решение „за“ или „против“ е необходимо да се направи оценка. При това трябва да се определят последиците от решенията на бизнес плана въз основа на категории като например маркетингови решения за избор на най-добрата алтернатива за действие. В рамките на проект *losleger* става въпрос за много силно проявление, когато начинаещият предприемач взема обосновани решения и при това взема под внимание възможните алтернативи. Начинаещите предприемачи също така трябва да предвидят последициите от своите решения. Слабо проявление е налично, когато начинаещият предприемач избира първата най-добра алтернатива, а не най-добрата.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- определя критерии за оценка на бизнес идеите.
- оценява качеството на бизнес идеите въз основа на критериите.
- взема обосновано решение „за“ или „против“ бизнес идеята.
- предвижда вероятните последици от решенията в областта на маркетинга.
- оценява маркетинговите мерки, например тяхната законосъобразност, предимства и недостатъци и т.н.
- взема обосновани решения „за“ или „против“ конкретни маркетингови мерки

К 3 Анализирани на взаимозависимостите на интересите:

Всеки учредител, предприемач и управител трябва да е наясно с интересите на клиентите си, защото казано накратко: без услуга няма отплата! Клиентът очаква изгодна и/или качествена стока и я разменя срещу пари. Ако учредителят не идентифицира интересите на потенциалните клиенти, те също няма да го възнаградят със съответно търсене. Същото важи и за доставчиците. Интересите на потенциалната конкуренция също трябва да бъдат анализирани. Това могат да бъдат преки конкуренти или доставчици на продукти- заместители. Защото само който познава интересите на конкурентите си, може успешно да се конкурира с тях. Също така възможните инвеститори преследват интереси, а именно да получат отплата в замяна на парите си. Следователно за учредителите на бизнес от основно значение е да идентифицират интересите на другите и да ги съгласуват със собствените си интереси. В идеалния случай ситуацията е печеливша, когато интересите съвпадат. Като част от наблюдението е важно начинаещите предприемачи не само да открият своите собствени интереси. Важно е да се осъзнае, че има и други заинтересовани страни (конкуренти), които да имат сходни или противоположни интереси.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- идентифицира интересите на конкуренцията.

- идентифицира силните и слабите страни на техния бизнес и учредяването.
- проверява дали интересите на другите са съвместими или не със собствените.
- идентифицира интересите на инвеститорите.
- стреми се към печеливша ситуация за двете страни.
- идентифицира възможните конфликти на интереси и показва възможности за компромисни решения.

К 4 Анализиране, оценяване и създаване на кооперации

Кооперация се нарича доброволно сдружаване на две заинтересовани страни. Това могат да бъдат отношения за обмен на идеи с други учредители, стартиращи фирми или бизнес-ангели, както и идентифициране на възможности за сътрудничество. При това например се анализира ефектът на взаимодействие. Но също така мисълта за конкуренция се взема под внимание и се съгласува с добавената стойност на собствения бизнес план. Начинаещите предприемачи идентифицират и анализират потенциалните партньори за сътрудничество. При това те разпознават ползите от сътрудничеството, но също вземат предвид и противоположните интереси. Ако начинаещите предприемачи например вземат решение за връзки с бизнес-ангел трябва да се обмисли, какво предимство им носи той, но и какви интереси има (например разпределение на печалбата). Ако например начинаещите предприемачи отчитат само предимствата от сътрудничеството само за себе си това е слабо проявление.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- оценява предимствата и недостатъците на публично/частна финансиране на учредител на бизнес.
- идентифицира потенциални инвеститори, като банки и бизнес ангели.
- анализира възможностите и потенциалните конфликти във връзка с инвеститорите.
- представя ползите от сътрудничеството по време на учредителната фаза.
- използва токущо като възможност да се идентифицират общите интереси.
- идентифицира противоположни интереси.

К 5 Анализиране на пазарите

Учредителят има бизнес идея, но най-добрата идея все още не води до успешно учредяване. Необходимо е да се анализира дали има пазар за тази бизнес идея и как се организира това. Тъй като пазарът е началник на учредителя. За да се анализира пазарът са необходими специализирани компетентности. Начинаещите предприемачи показват силно проявление, когато могат да характеризират постоянно различни пазари въз основа на икономически показатели и наред с това да анализират поведението на търсене, характеристиките на купувача (например покупателна способност), ценообразуването, бариерите за навлизане на пазара във връзка с намерението за учредяване на бизнес.

И тук е необходим по-реалистичен подход към бизнес. Ако начинаещите предприемачи например виждат възпрепятстващ фактор на пазара, но го оставя (умишлено) без да обърне внимание, това трябва да се вземе под внимание в диагностиката.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- проучва клиентите въз основа на конкретни характеристики (например покупателна способност).
- оценява резултатите от проучване по интернет.
- разработва мерки за изследване характеристиките на клиентите (например потребностите им).
- идентифицира факторите на пазара, възпрепятстващи или водещи до успех.
- анализира пазара (търсенето и предлагането) с оглед на маркетинга.
- изследва съответния пазар във връзка с бизнес идеята въз основа на критериите.

К 6 Анализиране на икономическите системи и правила

Икономическата дейност в Германия се осъществява в рамките на социалната пазарна икономика. В проекта *losleger – проверка на профила на предприемаческия талант* във фокуса са рамковите условия за млади учредители на собствен бизнес в Германия. При това става въпрос за фактори, които могат да стимулират или възпрепятстват стартиране на бизнес, за възможностите за финансиране на стартиращия бизнес и за настоящата икономическа ситуация. В рамките на наблюдението е важно, начинаещите предприемачи да не виждат бизнес плановите и учредяването единствено само в индивидуален контекст, а да го поставят в рамките на социалната пазарна икономика. Например става въпрос за слабо проявление, когато начинаещият предприемач казва: „Който се проваля е винаги сам виновен за това“.

Поведения, които (могат да) се наблюдават по време на задачите:

Начинаещият предприемач:

- назовава факторите, които могат да намалят риска за неуспех.
- назовава факторите, които могат да увеличат шансовете за успех.
- анализира икономическите рамкови условия за стартиращи предприемачи.
- включва актуалната ситуация за стартиране на бизнес в Германия в аргументацията си.
- анализира рамковите условия за учредители.
- описва икономическото значение на дейностите по учредяване на собствен бизнес.

1.4 Търсачи на таланти: На какво да се обърне внимание?

При анализ на потенциала търсачите на таланти имат „ключова функция“ (Хьофт/Мелхерс 2010 г., стр.32). Затова за валидна диагностика е необходимо да бъдат обучени относно профилите с изисквания към начинаещите предприемачи. Освен това трябва да се разяснят боравенето с формуляра за наблюдение и оценката на поведението с помощта на формуляра за наблюдение. В идеалния случай те трябва да се тестват предварително при обучение за търсачи на таланти.

Задачи за
търсачите на
таланти

За гарантиране на валидността и обективността наблюденията трябва да могат да се проверяват стандартизирано, систематично и интерсубективно, за да се избегне „типичният за всекидневието характер на субективност и насмешка“ (Бортц/Дьоринг 2006 г., стр. 262). В проекта *losleger* стандартизираните наблюдения са гарантирани чрез:

Качество на
наблюдението

- предписаните предмети на наблюденията (= *профили на изискванията*),
- елементите, посочени във формуляра за наблюдение (= начини на поведение)
- своевременна оценка без интерпретации (= *схема за оценка*), (Бортц/Дьоринг 2006 г., стр. 270).

Задължителни елементи в обучението на наблюдателите

- Цялостна представа на търсача на таланти относно всички задачи
- Разяснения относно разпределителния план и времето
- По-задълбочено изучаване на задачите (по възможност собствено тестване)
- Представяне и конкретизиране на изискванията
- Разясняване и тестване на формуляра за наблюдение
- Начин на протичането на конференцията на търсачите на таланти
- Оформяне на обратната връзка за оценка/резултат

1.4.1 Грешки при наблюдение

Наблюдението в проекта *losleger* трябва да бъде възможно най-обективно. Ние сме обобщили за Вас най-често срещаните грешки при наблюдение.

Грешки при възприемането

Имплицитни теории за личността

Който е интелигентен изучава бързо чужд език. Който притежава слабо чувство за емпатия, не е подходящ за работа в група. В мислите си често правим предположения за хората, свързани с личностните им качества.
Знаете ли примери от Вашето ежедневиe в училище?

Хало ефект

Учебната година започва и Вие ще получите актуалния списък на учениците. В списъка ще откриете веднага фамилно име, което Ви се струва познато. Брат или сестра на друг ученик, с които сте имали постоянно проблеми през последните години. Как ще се срещнете с този ученик?

Грешки при преценката

Тенденции към центъра

Проверявате писмена работа и оценката е добра. Имате аргументи да дадете 12 точки, но и такива за оценка от 10 точки. Какво ще направите? Как да избягвате в час тенденцията за усредняване?

Ефект на контраста

Вие преподавате немски и английски език. Ученик, който показва добри резултати по английски език, показва задоволителни резултати по немски език. Как ще избегнете обстоятелството да оцените двата резултата без да се повлиявате от единия или другия предмет?

Ефекти на последователността

Първичен ефект

Първите информации, които възприемаме в един човек и съответно наблюдаваме, се запечатват в съзнанието ни и се затвърждават. Този образ може трудно да се промени и влияе на всички други последващи наблюдения. Познато ли Ви е това от Вашата практика в училище?

Ефект на актуалното впечатление

Не само първото наблюдение, но и последните наблюдения се запечатват силно в съзнанието. Ако през срока учителят, например не си води записки за устното участие на учениците, съществува опасност, устното участие на учениците от последните часове да има решаващо значение за срочната оценка. Какви методи ще приложите това да не се случи?

1.4.2 Какво да правят търсачите на таланти и какво по-добре да не правят

Да се прави	Да не се прави	Цели
Към начинаещите предприемачи се обръщайте със собственото им име и учтива форма „Вие”.	Не се провеждат наблюдения извън заданията.	Трябва да се създаде приятелска атмосфера .
Обръщението към търсачите на таланти е с фамилното им име и учтива форма „Вие”.		
Силните страни са винаги на преден план!	Да не се фиксират затрудняващи критерии .	Да не се провежда „класически“ център за оценка .
I. Фаза на наблюдение Водят се бележки.	Типичните грешки при наблюдение да се избягват, където е възможно.	Резултатите от наблюдението са...
II. Фаза на наблюдение Отбележете с X.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Никакви ежедневни наблюдения! ■ Никакви субективни мнения! 	<ul style="list-style-type: none"> ■ систематични ■ стандартизирани ■ могат да се проверят интерсубективно.
III. Фаза на наблюдение Да се обмисли отбелязаното с X.		
Времената за изпълнение на задачите могат да бъдат обявени.	Не се оказва помощ при изпълнение на задачите.	
Обратната връзка на начинаещите предприемачи е абстрактна.	Търсачите на таланти не могат да дават прогнози .	

1.5 Използвана литература

- Bertelsmann Stiftung/Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT, MTO Psychologische Forschung und Beratung GmbH (Hrsg.) (2012): Leitfaden Berufsorientierung – Praxisbuch zur qualitätszentrierten Berufs- und Studienorientierung an Schulen, Gütersloh.
- Bortz, J./Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Heidelberg.
- Euler, M. (2012): Born or made – Kann Entrepreneurship gelehrt werden? In: Retzmann, T. (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung, Schwalbach/Ts. S. 66-76.
- Höft, S./Melchers, G. (2010): Training von AC-Beobachtern: Worauf kommt es an? In: Wirtschaftspsychologie, Heft 2/2010. S. 35-40.
- King, A.S./Müller, G.F. (2004): F-DuP. Fragebogen zur Diagnostik unternehmerischer Potenziale. In: Sarges, W./Wottawa, H. (Hrsg.): Handbuch wirtschaftspsychologischer Test. Lengerich. S. 337-341.
- Kirchner, V./Loerwald, D. (2014): Entrepreneurship Education in der ökonomischen Bildung. Eine Fachdidaktische Konzeption für den Wirtschaftsunterricht. Hamburg.
- Lievens, F./Thornton, G. (2007): Assessment Center-Forschung und -Anwendung: eine aktuelle Bestandsaufnahme. In: Schuler, Heinz (Hrsg.): Assessment-Center zur Potenzialanalyse, Göttingen, 2007.
- Müller, G.F. (2010): Eigenschaftsmerkmale und unternehmerisches Handeln. In: Müller, G.F. (Hrsg.): Existenzgründung und unternehmerisches Handeln. Forschung und Förderung. Landau. S. 105-122.
- Retzmann, Th./Hausmann, V.: (2012): Wie lässt sich unternehmerisches Denken messen? Überlegungen zur Konstruktion eines standardisierten Tests. In: Retzmann, Th. (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung. Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule. Schwalbach/Ts.S.50-65.
- Retzmann, Th./Schröder, K.(2012): Der Beitrag von Schülerunternehmen zur Entrepreneurship-Education – Eine fachdidaktische Analyse der Möglichkeiten und Grenzen. In: Retzmann, Th. (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung. Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule. Schwalbach/Ts. S. 168-182.
- Retzmann, Th./Seeber, G./Remmele, B./Jongebloed, H.-C. (2010): Ökonomische Bildung an allgemein bildenden Schulen. Essen/Lahr/Landau/Kiel.
- Rohrschneider, U./Friedrichs, S./Lorenz, M. (2010): Erfolgsfaktor Potenzialanalyse. Aktuelles Praxiswissen zu Methoden und Umsetzung in der modernen Personalentwicklung. Wiesbaden.
- Schuler, H. (2007): Assessment Center als multiples Verfahren zur Potenzialanalyse: Einleitung und Überblick. In: Schuler, Heinz (Hrsg.): Assessment-Center zur Potenzialanalyse, Göttingen, 2007.
- Schuler, H./Höft, S. (2007): Diagnose beruflicher Eignung und Leistung. In: Schuler, H. (Hrsg.): Organisationspsychologie, 4. Auflage, Bern, S. 289-343.

2 Какво е необходимо за провеждането?

В тази глава Ви очаква *обзор* относно организацията на *losleger – Проверка на профила на предприемаческия талант*. Ще разберете какви са изискванията по отношение на персонала и пространството. Допълнително ще можете да получите представа за това, което ще се представи на участниците. Към това се разяснят и съответните области на задачите. В допълнение ще намерите кратък преглед на *упражненията* и необходимите *материали*. Също така сме изготвили за Вас контролни листове, които ще улеснят подготовката Ви и провеждането.

Организацията осъществена лесно

2.1 Персонални предпоставки

За провеждане на *losleger – проверка на профила за предприемачески талант* са необходими *модератор* и няколко *търсачи на таланти*. За оптимално наблюдение се препоръчва ключовото съотношение 3:1. Тогава на един търсач на таланти се падат трима начинаещи таланти. Това звучи първоначално много, но само така ще създадете оптимално съотношение за наблюдение и ще постигнете най-добър резултат за Вашите ученици.

Модератор и търсачи на таланти – персоналът за анализ на потенциала

2.1.1 Ролята и задачите на търсачите на таланти

Търсачите на таланти имат *централна роля* в анализа на потенциала. При търсенето на подходящи търсачи на таланти е полезно да се знае, какви дейности преследват в анализа на потенциала. Затова по-надолу са разгледани задачите на търсачите на таланти.

Какво очаква търсачите на таланти?

Основната им задача е да наблюдават. Търсачите на таланти са длъжни да наблюдават различни начинаещи предприемачи по време на целия процес на

Търсачите на таланти можете да наемете сред стажант-учители и други студенти на стаж. Също така е възможно да се използва предприемач за търсач на таланти.

анализ на потенциала. На всяка отделна задача се пада ключово съотношение 3:1. По време на различните задачи има ротация на търсачите на таланти, това означава промяна на разпределението на начинаещите предприемачи и търсачите на таланти. За този подход има две причини.

Ротационно разпределение на търсачите на таланти и начинаещи предприемачи

От една страна така може да се избегнат горе описаните ефекти при наблюдение. От друга страна добитите знания могат да се представят по-добре и да се дискутират по време на конференцията на търсачите на таланти.

Идея: За всяка задача определете предварително кой търсач на таланти за кои начинаещи предприемачи ще отговаря.

Наред с наблюдението търсачите на таланти са отговорни и за обратната връзка относно резултатите от анализа на потенциала на начинаещите предприемачи. Всеки търсач провежда *лични срещи за обратна връзка* с трима начинаещи предприемачи.

2.1.2 Конференции на търсачите на таланти

Резултатите от наблюденията се обобщават от търсачите на таланти на *конференции за оценка* и се подготвят за използване в разговор за обратна връзка. Допълнително в практиката се доказва като полезно провеждането на ежедневна „конференция“ на наблюдаващите – общо събрание.

Задължителни събирания и събирания по желание на търсачите.

Общо събрание: В края на деня се предлага кратка, максимум 30-минутна среща на търсачите на таланти. На този етап може да се направят обсъждания,

Идея: Започнете общото събрание с кратко пояснение. По този начин всеки търсач може да представи положителни и отрицателни аспекти от деня без да са коментирани от другите.

да се разяснят възникналите проблеми, а също да се обменят мнения или да се изяснят организационни въпроси. За целта е важно да се определи времево ограничена рамка, за да се даде възможност за ефективен обмен. Другата функция на общото събрание е да се обменят мисли за приключване на дневната дейност като търсач на таланти. Ролята на наблюдател не трябва да бъде приемана отново след общото събрание.

Съберете се като дневно приключване за търсачите на таланти.

Понеже дейността по наблюдението изисква постоянно внимание от страна на търсачите, е още по-важно, събитията от деня да се преработят и непосредствено след това да се „изключи“. Освен това всяко време без упражнения е и време без наблюдение за участниците. Вземете това под внимание – това е заради Вас и участниците.

Конференция за оценка:

На тази конференция на търсачите на таланти се представят всички резултати от наблюденията. На тази основа се попълват формулярите и се подготвят разговорите за обратната връзка. За тази цел ще извършва количествено и качествено обобщаване на наблюденията.

Количествено и качествено обобщаване на наблюденията.

2.1.3 Ролята и задачите на модератора

Модераторът има следните задачи:

- Организация на провеждането,
- модерация на събитието,
- партньор на връзка на начинаещите предприемачи,
- партньор на връзка на търсачите на таланти.

Задачи на модератора

Като помощно средство ще получите специални *указания за модерирание* за всяка отделна задача за начинаещите предприемачи. Тези указания са предназначени да подготвят начинаещите предприемачи за заданието и след обработка

Към края на почивките се предлагат кратки активиращи игри, зареждащи с енергия. Препоръчва се „Плодова салата“, която да извади групата от ниската обедна активност.

Идея: да се включат и търсачите на таланти!

да се извърши обсъждане в пленарна зала. Като преподавател Вие сте добре запознат с методите и изискванията на модерацията. Ако Вие се доверявате на друго лице за това, обърнете внимание това лице също да е компетентно и да използва техниките на модерирание.

С цел да се гарантира провеждането дори при внезапно отсъствие на някой търсач на

Заместник - за компенсиране на непредвидено

таланти или модератор е целесъобразно да се планира включване на *заместник* и да се подготви за всеки случай за тази задача. Той е на разположение и е готов да се включи в действие, ако е необходимо.

отсъствие

2.2 Необходими помещения

За оптимално провеждане на проекта *losleger* – *проверка на профила за предприемачески талант* са необходими:

- една голяма зала пленарни дискусии (зала за начинаещите предприемачи)
- по една зала за всяка група начинаещи предприемачи (група от 6 участника)
- една компютърна зала с 18 работни места с компютри
- във всяко помещение минимум по един лаптоп с достъп до интернет
- във всяко помещение подвижна дъска/флипчарт.

Залата за начинаещите предприемачи се използва за пленарни дискусии, а в *помещенията за групите* се обработват задачите. За да направите възможно ясно разграничение използвайте различни *наименования на помещенията*, например: ковачница на таланти, творческа работилница и ателие за идеи. Всяко помещение трябва да разполага с прожекционен апарат или биймър, с компютър или лаптоп с интернет достъп. За разговорите за обратна връзка трябва да се използват по-малки помещения, за да се създаде добър климат за тези индивидуални срещи.

Естествено не всички училища или не всяко място за мероприятия са снабдени с богат избор от помещения, но със сигурност могат да се направят добри компромиси.

2.3 Задачите: Преглед

Предприемаческият талант на начинаещите предприемачи се открива по време на обработка на задачите. По-долу ще Ви дадем обща представа за съдържанието на всички задачи:

Какво се случва при изпълнение на задачите?

<i>Задачи</i>	<i>Пояснение</i>
Започваме! Запознаване	В началото на <i>losleger</i> – проверка на профила за предприемачески талант се провежда запознаване. Начинаещите предприемачи се представят сами и оценяват сами силните си страни. От този момент следва първата допирна точка с темата за учредяване на предприятие.
Къде е Вашият предприемачески талант?	С помощта на F-DuP (виж Кинг/Мюлер 2004 г.) се диагностицират личностните качества на начинаещите предприемачи. В допълнение чрез специализиран тест се установяват съответните за стартиране на бизнес икономически знания .
Паркур за предприемачи	Паркурът за предприемачи е разделен на три задачи (групова дискусия, строеж на кула и талант за продажби), които се изпълняват от начинаещите предприемачи на ротационен принцип.
Групова дискусия	В груповата дискусия става въпрос за представите и нагласите относно предприемачеството. Начинаещите предприемачи обсъждат под ръководство и намират консенсус по принципния въпрос, кои фактори обуславят успеха или провала на предприемачите.
Строеж на кула	Целта на задачата е с малко материали да се изгради устойчива кула. При това начинаещите предприемачи трябва да работят заедно в екип за разработване на общо решение на проблема.
Покажи таланта си за продажби!	Талантът за продажби е поставен на изпитание като случайно разпределени продукти трябва да бъдат представени на публиката възможно най-добре като промоционални продукти.

Задачи	Пояснение
Да намерим бизнес идея, но как?	Този, който иска да учреди фирма, трябва да има идея. При тази задача начинаещите предприемачи откриват възможни бизнес идеи. За целта Вие формирате 6-членен екип от учредители и избирате най-добрата идея, която след това се разработва в цикъла от задачи, свързани с учредяването на бизнес.
Какво носи една добра идея, ако няма клиенти? – Анализ на клиентите	За всяка добра идея трябва да има търсене. След като идеята е намерена е важно да се анализира потенциалният пазар. В рамките на тази задача начинаещите предприемачи търсят потенциални клиенти за своята бизнес идея.
Ако аз не губя, другият не може да спечели – анализ на конкуренцията	Важно е начинаещите предприемачи да разпознаят мисълта за конкуренцията, която господства на пазара. Начинаещите предприемачи определят потенциалните конкуренти и развиват идеи и стратегии за контакти с тях.
Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се оставя да го задвижват - маркетинг	В тази задача начинаещите предприемачи се занимават с четирите области на маркетинг микса. Те избират две области и ги разработват задълбочено.
Без пари не се получава нищо – набавяне на капитал	Анализират се различни начини за набавяне на капитал. При това начинаещите предприемачи вземат обосновано решение за възможност за финансиране, която подхожда на екипа от учредители и на идеята.
Elevator-Pitch (кратка концепция)	Начинаещите предприемачи представят своята бизнес идея за няколко минути възможно най-убедително. Целевата група от Elevator-Pitch са потенциални инвеститори (другите начинаещи предприемачи).
„Рай или пустиня за учредители? Германия – как стоят нещата за твоите начинаещи предприемачи?“	В токшоу начинаещите предприемачи получават различни роли и обсъждат положението за учредяване на бизнес в Германия. Като основа се използват актуални факти.
Разговори за обратна връзка	Начинаещите предприемачи получават обратна информация за показаното поведение и техния предприемачески талант. Търсачите на таланти и начинаещите предприемачи разработват заедно индивидуален план за насърчаване.
Предприемачи разказват	Начинаещите предприемачи получават възможност да участват в опита на предприемачи и да задават целенасочени въпроси. Тази задача е по желанието. През това време начинаещите предприемачи не се наблюдават.

За да се получи общ поглед върху потребностите от материали съставихме за Вас списък с материалите (→ Списък с материали). Той се отнася за провеждане на меропрятието с 18 начинаещи предприемачи.

2.3.1 Екскурс: Добри причини за проверка на знанията на начинаещите предприемачи!

За да се създаде и управлява успешно едно предприятие наред с полезните личностни качества също са необходими специализирани *икономически и стопанско-правни знания*. Важна причина за това е, че още в началото трябва да се вземат няколко основополагащи решения, например относно местоположението и правната форма. Такива знакови решения изискват компетентни и вещи предприемачи. В текущото бизнес начинание следват и други много важни решения, например, в рамките на маркетинга. Техните икономически последици представляват в крайна сметка сбор от предприемачески успех или провал. Следователно задълбочените специализирани знания са много полезни при практическото прилагане на бизнес идеите, макар и да не са достатъчни. Но без такива знания младите предприемачи могат да се провалят въпреки многообещаващата бизнес идея, ако правят икономически грешки, които биха могли да се предотвратят. Ето защо инвеститорите отдават голямо значение на добре обоснован, съгласуван и реалистичен бизнес план. За да се разработи такъв план учредителят се нуждае от специализирани икономически и стопанско-правни знания. Към това се причислява, че той разбира, свързаните с тях *специализирани термини*, владее употребата им и не ги използва непрофесионално само като „празни думи“.

Друга важна причина е, че компетенциите са *основани на знанието*. Ясното познаване за икономическата и бизнес реалност се нарича *декларативно знание*. То е необходимо условие за компетентна преценка и действие в тази реалност. Следователно начинаещите предприемачи с добри специализирани компетенции се нуждаят от знания за икономическите въпроси, факти и техните взаимовръзки. Въпреки това не е достатъчно, защото така наречените *процедурни знания* са необходими за преработване на това специализирано познание. Иначе би ставало въпрос за *пасивно знание*. Такива знания могат например да се възпроизведат правилно на изпити, но да не се използва за решаване на конкретни проблеми, въпреки че би било подходящо и полезно или дори необходимо.

Предприемачите се нуждаят от силен характер и специализирани знания

(Специални) компетенции се основават на (специализирани) знания

С *losleger*-теста за проверка на знанията се проверява още в началото на анализа на потенциала, в какъв обем са налични икономически и стопанско-правни знания включително и на специализирани термини. В последващите задачи, отнасящи се до учредяване на собствен бизнес от проект *losleger* – проверка на профила за предприемачески талант може да се наблюдава, дали и как тези специализирани знания и специализиран речников запас се използват от начинаещите предприемачи. След това търсачите на таланти могат да констатират след съпоставяне на резултатите от теста и от наблюденията дали знанието е *пасивно*. Това обаче изисква по-задълбочен и по-подробен анализ. За обратна връзка като задължително е предвидено само сумарното разглеждане на резултата от теста.

Тестът проверява предварителните знания на начинаещите предприемачи

2.3.2 Спектър от теми и ниво на изискванията на теста: истинско предизвикателство за всички начинаещите предприемачи!

losleger – проверка на профила за предприемачески талант е разработен на първо място за ученици на възраст от 16 години нагоре, посещаващи общообразователни или професионални училища. Анализът на потенциала може също да се проведе и с други целеви групи младежи. Дори само въз основа на различната възраст на участниците, а и от различните форми на обучение предварителните знания на начинаещите предприемачи се оказват различни. Това важи и за опита с икономиката, предприятията и професиите. *losleger*-тестът за проверка на знанията е така конструиран, че да диагностицира тези различия в знанията.

Достатъчна трудност на теста

От една страна елементите на теста се отнасят до учредяване на собствен бизнес, а от друга страна до управление на предприятие. Учредителите и собствениците на фирми трябва да отговарят на най-различни изисквания. Затова тестът обхваща широк кръг от икономически теми. Той съдържа преди всичко въпроси от икономическите области като финансиране на бизнес идеи, учредяване, маркетинг, човешки ресурси и счетоводство, както и някои въпроси относно корпоративното и договорно право. В допълнение се задават въпроси от отделни релевантни области от макроикономиката.

Микро-, макро икономика и икономическо право като съдържание на теста

Много широкият спектър от теми в теста вероятно ще доведе до това, че не всички въпроси ще бъдат отговорени правилно. Почти при всички начинаещи предприемачи се очакват пропуски в знанията. Въпреки това той е показателен колко голям е запасът от знания на всеки. При подробен анализ от резултатите може да се отчете, в кои области на знанието един начинаещ предприемач има „потенциал за развитие нагоре” и в кои той вече се е „представил добре”, защото разполага с обширен или дори открояващ се запас от знания.

След този преглед на съдържанието ще бъде разгледано какво е необходимо за изпълнението на практика на *losleger* – проверка на профила за предприемачески талант.

2.4 Възможности за провеждане на мероприятиято

Ако искате да определите предприемаческия потенциал на Вашите начинаещи предприемачи можете да направите това по няколко начина.

Предложение за програма за свободното време:

- ✓ Стена за катерене
- ✓ Боулинг
- ✓ Поход
- ✓ Игрална вечер
- ✓ Картинг
- ✓ Барбекю
- ✓

Вариант 1: Да избягаш от училищното ежедневие - отидете с начинаещите предприемачи на *училищен лагер* или на нещо подобно. Чрез напускането на мястото за обучение атмосферата се променя и събитието губи ежедневния училищен характер. Освен това може да се проведе програма в свободното време, която да послужи за изграждане на екипа. Този вариант се оказва препоръчителен още при изпитанията. По-долу ще намерите седмична програма, която сме използвали за провеждане на лятно училище. Вие може да се ориентирате по нея при Вашето планиране. (виж план-графика за лятно училище).

Вариант 2: Установявате предприемаческия талант на вашите ученици *в училище*. За тази цел например се предлага проектна седмица. През тази седмица ще имате достатъчно време за провеждане. Тук също може да се използва предложената програма – естествено като се съгласува с Вашата времева рамка.

Възможно е провеждане по различни начини

Вариант 1: Мероприятие извън училището

Вариант 2: Целодневно мероприятие в училище

План – график за лятно училище

Понеделник	
14:00 – 15:30	Започваме! Запознаване
	Почивка <small>Funded by the Erasmus+ Programme</small>
15:45 – 17:15	Къде е Вашият предприемачески талант?
19:00	Вечеря
	Вечерна програма
Вторник	
07:30 – 08:00	Закуска
08:30 – 08:45	Поздравление
08:45 – 10:30	Паркур за предприемачи: Строеж на кула, групови дискусия & продажби

Почивка	
10:45 – 12:30	Да намерим бизнес идея, но как? <i>Обедна почивка</i>
13:30 – 15:30	Какво носи една добра идея, ако няма клиенти? Анализ на клиентите <i>Почивка</i>
16:00 – 18:00	Ако аз не губя, другият не може да спечели – Анализ на конкуренцията
18:00 – 18:30	<i>Общо събрание</i>
18:30	<i>Вечеря</i> <i>Вечерна програма</i>
Сряда	
07:30 – 08:00	<i>Закуска</i>
08:30 – 08:45	<i>Поздравление</i>
08:45 – 10:45	Без пари не се получава нищо – Набавяне на капитал <i>Почивка</i>
11:00 – 13:00	Маркетингът трябва да движи пазара, а не да се оставя да го задвижват - Маркетинг <i>Обедна почивка</i>
14:00 – 14:45	Подготовка за разговор с експерти <i>Пауза</i>
15:00 – 15:45	Elevator Pitch - подготовка <i>Почивка</i>
16:00 – 18:00	„Рай или пустиня за учредители? Германия – как стоят нещата за твоите начинаещи предприемачи?
18:00 – 18:30	<i>Общо събрание</i>
18:30	<i>Вечеря</i> <i>Вечерна програма</i>
Четвъртък	
07:30 – 08:00	<i>Закуска</i> <i>Поздравление</i>
09:00 – 10:30	Предприемачи разказват <i>Почивка</i>
10:30 – 12:00	Elevator Pitch <i>Обедна почивка</i>
 Funded by the Erasmus+ Programme	<i>Свободна програма</i> Паралелно: Конференция за оценка с търсачите на таланти
Петък	
07:30 – 08:00	<i>Закуска</i>
08:00 – 09:00	<i>Разтребване и разчистване на помещението</i>
09:15 – 09:30	<i>Поздравление</i>
09:30 – 11:15	Разговори за обратна връзка
11:15 – 12:00	Приключване <i>Съвместен обяд</i> Стартирайте самостоятелен бизнес!

Вариант 3 : Тъй като времето и персоналят през време на учебните занятия са ограничени можете също така да организирате *losleger* – *проверка на профила за предприемачески талант* като *следобедно събитие*. Провеждането може да продължи също така една седмица. Тук ще намерите предложението за план – график:

Вариант 3 : Училищно мероприятие в следобедните часове

План – график за училищно събитие в следобедните часове

Понеделник

14:00 – 15:30	Започваме работа! Запознаване Почивка
15:45 – 17:15	Къде е Вашият предприемачески талант?

Вторник

14:00 – 15:45	Паркур за предприемачество Почивка
16:00 – 16:45	Да намерим бизнес идея, но как? Почивка
17:00 – 18:30	Какво носи една добра идея, ако няма клиенти? – Анализ на клиентите

Сряда

14:00 – 15:30	Ако аз не губя, другият не може да спечели – Анализ на конкуренцията Почивка
15:45 – 16:15	Без пари не се получава нищо – Набавяне на капитал Почивка
17:00 – 18:30	Маркетингът трябва да движи пазара, а не да се оставя да го задвижват - Маркетинг

Четвъртък

14:00 – 14:45	Подготовка за разговор с експерти Почивка
15:00 – 15:45	Elevator Pitch - подготовка Почивка
16:00 – 18:00	„Рай или пустиня за учредители? Германия – как стоят нещата за твоите начинещи предприемачи?“

Петък

14:00 – 15:30	Elevator-Pitch Почивка
15:45 – 16:45	Предприемачи разказват – Разговор с експерти Почивка
17:00 – 18:00	Приключване

Една седмица по - късно

14:00 – 16:00	Разговори за обратна връзка
----------------------	-----------------------------

Стартирайте самостоятелен бизнес!

При изготвяне на Вашия план-график моля вземете под внимание, че продължителността на изпълнението на задачите варира в зависимост от нивото на знания и издръжливостта на начинаещите предприемачи.

Адаптирайте по-горе споменатия план-график в съответствие с това. За да се предотвратят моменти на бездействие се препоръчва да имате готови допълнителни възможности за ангажираност. При планиране на времето вземете под внимание и конференциите на търсачите на таланти.

2.5 Как се организира провеждането?

Сега имате добър общ поглед върху участниците, необходимото оборудване, както и върху различните варианти за провеждането. Следователно сте готови да планирате собственото прилагане на *losleger* – проверка на профила за предприемачески талант. По-долу ще намерите указания как би могла да изглежда конкретната организация и то независимо от избрания начин на провеждане. Тези етапи на работа са се доказали в практиката.

Започнете своевременно с планирането, защото става дума за комплексно начинание. *Три месеца* преди провеждането трябва да информирате училищното ръководство както и колегите за Вашите намерения. При това Вие вероятно ще намерите много последователи, които ще Ви предоставят своята работна сила. Вероятно обаче търсите целенасочено външни хора, които ще можете да изпозвате като търсачи на таланти.

По-конкретно планирането трябва да започне *два месеца* преди началото на мероприятиято. Обмислете, как и къде най-добре ще можете да проведете анализа на потенциала. Също така е препоръчително до този момент да сте намерили млади предприемачи, които ще разкажат на начинаещите предприемачи за своя опит.

Подгответе обучението за търсачи на таланти *един месец* преди прилагането на *losleger*. **Запознайте се с възможните грешки и изкривявания при наблюдение.** Изяснете си принципа за наблюдение, за да добиете обща представа за съдържанието и методиката на упражненията. Освен това е необходимо да се съгласуват сроковете с гостите на обучението, както и да се намери подходящо място на мероприятиято.

Възможности за ангажиране за бързи начинаещи предприемачи

Започваме!

Започнете своевременно: три месеца преди провеждането

Детайлното планиране започва два месеца предварително

Още един месец: Подготовка на обучението за търсачи на таланти

Две седмици преди провеждането „става сериозно“. Провежда се обучение за търсачи на таланти. Този предварителен период дава възможност на участниците да се подготвят за ролята си. Знанията от обучението са от отдавна, че да бъдат забравени. И модераторът се подготвя за провеждането в съответствие с указанията за модерирание. Копията и материалите са обобщени и подготвени. Освен това вече може да бъде създаден конкретен план-график и да бъде раздаден на всички участници. За да се гарантира, че Вашите усилия могат да бъдат оценени и извън училището, информирайте местната преса и уговорете среща.

Седмица по-рано е времето за последното съгласуване. Можете да проверите и сортирате материалите. При това се ориентирате най-добре за ролята на *начинаещите предприемачи, модератора и търсачите на таланти*, а също и за техния план-график.

Провеждането на мероприятиято беше пълен успех! Това е Ваша заслуга! Вероятно въпреки това сте забелязали възможности за оптимизация. Затова оценете внимателно обратната информация от търсачите на таланти и начинаещите предприемачи. По този начин ценните идеи нямат да се забравят при повторно провеждане. И много важно: индивидуалните планове за насърчаване на начинаещи предприемачи трябва да се претворят на практика.

За да не забравите нищо в решителните фази, вижте следните практични контролни списъци. Общ преглед предлага първоначално времевият лъч, който подрежда организационните задачи в хронологичен ред. Веднага след това отделните фази са представени подробно в отделните контролни списъци.

Обучение за търсачи на таланти и обобщаване на материалите

Една седмица преди това: всичко да се провери отново

След успешното провеждане продължаваме

Да не забравите нещо! Контролните списъци дават сигурност!



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

2.5.1 Организация във времето



Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2.5.2 Контролни листове

Подготовка на контролни листове	
Кои институции трябва да бъдат информирани? Училищно ръководство, колегията	бележки
В какъв период е целесъобразно/възможно провеждането?	бележки
Кой може да бъде използван като търсач на таланти? Кой е на разположение? Своевременно информиране!	бележки
Как трябва да се финансира мероприятиято? Може ли да се привлечат спонсори? Могат ли да се използват ресурси на училището? Трябва ли да се събира такса за участие?	бележки
Информирани на учениците и настойниците? На какво място може да бъде разположено оповестяването? Могат/трябва ли да бъдат включени други училища?	бележки
Могат/трябва ли да бъдат поканени експерти? Има ли (известни) предприемачи в региона? Може би от кръга на бившите ученици?	бележки
Трябва ли да се изясняват въпроси относно застраховките? Необходимо ли е съгласието на родител или настойник?	бележки
Възможно ли е използването на компютърни зали? Необходима ли е предварителна резервация? Кой отговаря за това? Какви алтернативи има?	бележки
Необходимо ли е да се запазят/резервират други помещения?	бележки

Подготовка на контролни листове	
Кога да се проведе обучението за търсачи на таланти? Къде може да се проведе?	бележки
Кой провежда обучението на търсачите на таланти? Създаване на документация.	бележки
Налични ли са всички материали за модератора, търсачите на таланти и начинаещите предприемачи? Трябва ли още нещо да се подобри?	бележки
Други:	бележки

Контролен лист за модератора	
Отпечатани ли са всички материали и налични ли са в достатъчно количество? За начинаещите предприемачи, а и за търсачите на таланти?	бележки
Има ли възможности, въз основа на които да бъдат събирани работните резултати?	бележки
Разпределени ли са помещенията и обозначени ли са по съответен начин? Трябва ли да се използват табелки за съответните помещения?	бележки
Има ли биймър, екран или друга възможност за проектиране на презентации?	бележки

Контролен лист за модератора

Има ли достатъчно материали като моливи, лепящи точки, пинчета?	бележки
Трябва ли отделните етапи на мероприятиято да се оценяват от учениците? Какво е необходимо за това?	бележки
Има ли възможности за ангажиране на учениците за запълване на свободното време като игри/спортна екипировка? Трябва ли да се използват средства за енергизиране?	бележки
Има ли баджове за участниците, ако е необходимо?	бележки
Еднозначно ясен ли е ходът за провеждане на мероприятиято? Информирани ли са гостите (експерти, преса)? Има ли нужда от допълнително координиране?	бележки
Други:	бележки


Контролни листове за търсачите на таланти

Имат ли стабилна подложка за писане? Например клипборд? Има ли молив и гума на разположение?	бележки
Ясно ли е разпределението търсач на таланти - начинаещи предприемачи? В кое помещение ще се намират начинаещите предприемачи по време на упражненията?	бележки
Ясно ли е протичането на упражненията? Какво може да се наблюдава по време на отделните упражнения? Ясни ли са изискванията?	бележки

Контролни листове за търсачите на таланти

Налични ли са формуляри за наблюденията? Правилно ли са класифицирани отделните формуляри към всяко упражнение? Има ли програма под ръка, за да се проследява хода на мероприятиято?	бележки
Други:	бележки

Контролни листове за равносметка

Как обратната връзка от учениците може да бъде полезна? На кой етап могат да се обсъждат резултатите?	бележки
Проведен ли е заключителен разговор с търсачите на таланти?	бележки
Каква промени са необходими за следващо провеждане въз основа на оценката на участниците?	бележки
Други:  Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union	бележки

3. Дейността на търсачите на таланти

Включването и дейностите на търсачите на таланти са предварително строго структурирани. Те практически нямат никаква свобода на действие за формиране на своята централна роля.

Правила за конференцията

■ За оценката на резултатите на всеки начинаещ предприемач да се използва едно и също време!

Препоръка: 20 минути

■ По време на оценката не се обсъжда общия подход – *да се определи предварително!*

■ Силните страни на начинаещите предприемачи стоят на преден план!

Причина за това са методологическите потребности например изискването за целенасочено и обективно наблюдение на поведението. За тази цел всички търсачи на таланти трябва да бъдат инструктирани по същия начин. Затова всички търсачи на таланти трябва да бъдат инструктирани по един и същ начин. Освен това стриктните задания подобряват ориентацията и ефективния начин на работа. Това се отнася още повече за конференцията за оценка, която иначе много лесно може да излезе извън

Формуляр за оценка за отразяване на резултатите

контрол по отношение на времето. Затова систематичният подход е обяснен подробно по-долу. Спазването му трябва да се изиска от модератора и да е обяснен в предходното обучение за наблюдатели и съответно обоснован.

3.1 Конференция за оценка: Обяснение стъпка по стъпка

Шест търсачи на таланти формират две групи от по трима души. Кой с кого ще заседава се получава от *разпределителния план* (→ Разпределителен план). Двете групи оценяват наблюденията на съответно девет начинаещи предприемачи. Всеки търсач на таланти поема индивидуална обратна връзка от трима начинаещи предприемачи. Определените му начинаещи предприемачи могат да бъдат взети от *разпределителния план* (→ Разпределителен план).

Оценка на всички задачи на един начинаещ предприемач

Преди търсачите на таланти да започнат конференцията, трябва да се извършат някои *подготвителни работи*, които можете да вземете от информационното поле „график на конференцията“.

График на конференцията

Подготовка за оценка:

1. Проверете дали всички формуляри от наблюдението са налични.
2. Формуляри от наблюденията, резултати от F-DUP и *losleger*-тест за проверка на предварителните знания на начинаещите предприемачи.
3. Наблюденията се представят в Excel-таблицата.

Оценка за всеки отделен начинаещ предприемач:

4. Изберете три измерения от изискванията с най-голям сбор.
5. Използвайте оценките от F-DUP и от *losleger*-теста за предварителните знания на начинаещите предприемачи.
6. Обсъждане на резултатите с другите търсачи на таланти.
7. Изготвяне на обратна връзка
8. Използвайте ръководството за обратна връзка и си водете бележки.

След като тази подготовка е направена се провежда количествена *оценка*. За това помага Excel-таблица за оценка (→профил на способностите). За всяка задача се регистрира броят на наблюдаваните проявление (от много силно до слабо). Ако проявлението е *много силно* се вписва 4, за *силно* проявление се вписва 3, за *средно* проявление се вписва 2, за *слабо* проявление се вписва 1 и ако не е било наблюдавано проявление се вписва 0. Това се случва за две измерения на изискванията за всяка задача. Програмата определя средната стойност на проявлението. За обратна връзка на начинаещите предприемачи се избират трите измерения на изискванията, които могат да се наблюдават най-често. Измеренията се избират въз основа на ориентацията към силните страни, в които са налични най-добрите резултати, следователно най-силните проявления.

Да се вземе под внимание, че измерението „използване на специализирани термини“ не е включено в този избор. Поради това наблюденията са невалидни, но могат да бъдат използвани от търсачите на таланти в разговора за обратна връзка. Естествено могат да включат резултатите в индивидуалния текст във формуляра за обратна връзка.

На следващия етап се използват резултатите от F-DUP. За всеки начинаещ предприемач е на разположение лична оценка. На първата страница се намира добър обзор на резултатите. Подробни обяснения могат да бъдат намерени на следващите страници. Търсачите на таланти обсъждат оценката на всеки отделен начинаещ предприемач: Потвърждават ли те наблюденията по отношение на измеренията на личността?

Използване на резултатите от F-DUP.

Има ли превъзходни категории, които трябва да бъдат отбелязани в индивидуалното поле във формуляра за обратна връзка? Използвайте констатациите в разговора за обратна връзка и/или във формуляра за обратна връзка. Във формуляра за оценка ще намерите поле за бележки. Тук могат да бъдат отчетени най-забележителните резултати от тестовете на личността. Но и наблюденията, които излизат извън рамките на стандартните измерения на изискванията трябва да се вземат под внимание. Тук водещите въпроси могат да бъдат: Показва ли начинаещият предприемач специални способности? Дали търсачът на таланти е забелязал нещо особено положително в начинаещия предприемач? Имало ли е ситуации в групата, в които той се е отличил по специален начин?

Обърнете внимание на търсачите на таланти, че лимитът от време е 20 минути на начинаещ предприемач. Иначе при девет начинаещи предприемачи ще бъде трудно времето и енергията да се разпределят равномерно.

След като всички стойности са били прехвърлени в Excel-таблицата (→таблица за оценка) трябва да се изготви формуляр за обратна връзка на начинаещите предприемачи (→формуляр за обратна връзка). Създаването на формуляра за обратна връзка се извършва също на базата на Excel-таблицата (→таблица за оценка). Променете обръщението и запаметете файла директно на друго място. Иначе съществува опасност да записвате върху друг формуляр. За всяка една от трите най-силни форми на поведение са създадени текстови шаблони. Те Ви служат като помощно средство. Проверете дали текстовият шаблон може да бъде причислен към начинаещия предприемач и/или част от описанието трябва да се извади в единичния случай. След това може да се изготви индивидуален текст. Понеже начинаещите предприемачи (могат да) се сравняват помежду си, е препоръчително да се спази същият брой от обратни информации. Доказа се, че три изречения съставляват добра мяра. Не забравяйте да отпечатате формулярите за обратна връзка, така че преди разговорите още веднъж да можете да си припомните, какви централни резултати са записани.

Освен това в конференцията под внимание се вземат и резултатите от *losleger*-теста за предварителните знания на начинаещите предприемачи.

Дръжте времето под око

Попълнете формуляра за обратна връзка

Създаване на индивидуален текст



Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

3.2 Разговор за обратна връзка

Обратната информация от търсачите на таланти има особено значение за начинаещите предприемачи – в края на краищата те цяла седмица са били под наблюдение и са се опитали да покажат най-доброто от себе си. Заради това е важно обратната връзка да се подготви добре за начинаещите предприемачи. В информационното поле ще откриете представено обобщено как е структуриран разговорът за обратна връзка. Като въведение може да послужи общата оценка начинаещия предприемач относно анализа на потенциала. Чрез въпроси във връзка с причините за неговата оценка може да се премине към основната част на разговора – резултатите от наблюдението се съобщават. Попитайте за любимите задачи и по този начин ще създадете преход към силните страни на начинаещия предприемач.

Особеното значение на обратната връзка за начинаещите предприемачи

Разговор за обратна връзка

Време: 20 минути за начинаещ предприемач

1. Оценка на собствените си способности

- Кои задачи са Ви харесали? Защо?
- Промени ли се нещо за Вас по време на анализа на потенциала? Какво по-точно?
- Как бихте оценили Вашите силни страни в сравнение с началото на проверката на профила?

2. Оценка от търсачите на таланти

- Обяснение за метода на наблюдение
- Идентифициране на силните страни
- Коментари за силните страни/потенциалите

3. Откриване на възможностите за насърчаване

- Имате ли планове за бъдещето?
- Какви конкретни планове имате?
- Ще Ви помогнат ли знанията/опитът, които можахте да добиете тук?

Указанията дават възможност за ориентация

Назовете и обяснете трите измерения, които са били оценени за начинаещите предприемачи.

Текстовите шаблони за обратна връзка дават тук помощ при формулировките. Също така е полезно резултатите от F-DUP да се обяснят по време на разговора. На начинаещите предприемачи няма да се представя оценка на хартиен носител. Причината за това е, че F-DUP представлява само една малка част от *losleger* – проверка на профила за предприемачески талант и че общият резултат на един начинаещ предприемач по този начин се повлиява само частично. Резултатът от *losleger*-теста на предварителните знания също така се включва в обратната връзка. За резултата от този тест начинаещият предприемач получава допълнителен формуляр за обратна връзка.

Наред със стандартизираните наблюдения при изпълнение на задачите и резултатите от личностния *losleger*-тест за предварителните знания се разяснява и индивидуалният текст. След като резултатите от анализа на потенциала са разяснени, е важно да се посочат възможностите за насърчаване. Дайте указания на начинаещия предприемач за компетентните служби и институции, които ще му помогнат да разгърне своя предприемачески потенциал. Не само в институциите за продължаващо обучение, но и в училищата често се провеждат мероприятия, които са полезни за личностното развитие и/или за специалните компетенции. Насочете начинаещия предприемач към това, че възможности за насърчаване могат да се намерят на много места. Препоръчително е да се обясни същността на формуляра за обратната връзка, тъй като начинаещите предприемачи го получават готов.

Дайте индивидуална обратна информация

Решаващите тук са следните точки: Екземплярът е предназначен само за начинаещия предприемач, а не за кандидатстване за работа или нещо подобно.

Препоръки за по-нататъшно насърчаване:

- насърчаване на икономически знания: например ролева игра „Борса”
- насърчаване на дейности като учредители/начинаещи предприемачи: например учредяване на ученически предприятия, участие в конкурси за учредители (*business@school*, JUNIOR), стажове, анкетиране на експерти
- насърчаване на творчество/изобретателността: например „Младежта изследва”

Резултатите се получават от поведението, което начинаещият предприемач е показал по време на анализа на потенциала. Записва се само това, което се наблюдава. В допълнение е целесъобразно да се даде указание, че не във всички браншове се търси един и същ тип предприемач. В заключение трябва да се изтъкне, че *losleger* – проверка на профила за предприемачески талант е представяне на моментното състояние. Изводите от този анализ на потенциала трябва да дадат повод за разширяване на открития потенциал.

Обяснете съдържанието на формуляра за обратната връзка

Освен това по време на разговора начинаещите предприемачи представят своите въпроси от частите *Започваме! Запознаване и финален кръг за обратна връзка*. Вие можете да използвате това по-късно.

По време на целия разговор се обясняват само силните страни на начинаещите предприемачи. В случай, че начинаещите предприемачи попитат директно за слабостите си можете да го приканите да направят тест за самооценка. От привидимите недостатъци могат да се формулират положителни страни.

Ориентиране към силните страни като предпоставка

4. Документация, която е необходима за начинаещите предприемачи

Сега научихте вече много за *losleger* и със сигурност сте вече любопитни, какво правят начинаещите предприемачи по време на проверката на профила. В тази глава ще намерите всички документи, от които имате нужда за успешното провеждане.

Всеки комплекс от задачи е организиран както следва:

1. Инструкции за модератора: За Ваше улеснение сме обобщили накратко всичко, което трябва да се има предвид при всяка задача. Инструкциите ще Ви водят през успешния анализ на потенциала.
2. Общ преглед на задачите: Това е отбелязано с Т и е разработено за търсачите на таланти. Търсачите на таланти получават кратко описание на задачата и какви наблюдения са във фокуса на съответната задача.
3. Формуляр за наблюденията: Той е за търсачите на таланти. Служи за отчитане на наблюденията на начинаещите предприемачи по време на работата по задачите.
4. Задачи: Тук ще намерете задачите, които са разработени за начинаещите предприемачи и които трябва да бъдат обработени по време на анализа на потенциала.



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Информация за модератора

Започваме ! Запознаване

И така започва *losleger* – проверка на профила на предприемаческия талант. Задачата се подразделя както следва:

1. Основа за представяне на всички участници (ако не се познават)
2. Сондиращ въпрос
3. Правила за поведение по време на анализа на потенциала
4. Увод в тематиката
5. Заключителен кръг

Започваме! се провежда в залата за начинаещи предприемачи на столове, подредени в кръг. За задачата са предвидени 90 минути. Задачата не се наблюдава.

1. Запознаване

В началото на анализа на потенциала поздравете начинаещите предприемачи и започнете кръга за представяне на всички участници. Всеки се представя, като казва името си и допълва със следното изявление „Един успешен учредител на фирма за мен е ...“.

След първия кръг за представяне давате указания на начинаещите предприемачи, че по време на работата по задачите ще бъдат наблюдавани от търсачи на таланти. Почивките и свободното време по правило не се наблюдават. Начинаещите предприемачи трябва да покажат силните си страни.

2. Сондиращ въпрос

Всеки начинаещ предприемач получава сондиращ въпрос (→ Сондиращ въпрос преди *losleger*) и залепваща се точка. Съберете отговорите от сондиращия въпрос отново. Уверете се, че начинаещите предприемачи са записали имената си върху листа.

3. Правила за поведение

Funded by the Erasmus+ Programme

По време на анализа на потенциала са необходими правила за поведение. За целта дръжте готови картите на модератора. Попитайте начинаещите предприемачи какви правила за поведение трябва да важат при анализа на потенциала. Когато един начинаещ предприемач назове някое правило за поведение, го помолете да напише това на една карта на модератора и да я закачи на таблото. Повтаряйте това докато няма повече никакви други нови предложения. Подгответе си и Вие правила като например:

- Носете табелките и те винаги трябва да се виждат
- Покажете Вашите силни страни
- По време на почивките да не се работи, тъй като търсачите на таланти не наблюдават
-

Правилата за поведение да се виждат ясно по време на целия анализ на потенциала в залата за начинаещи предприемачи.

4. Увод в тематиката

Уводът в тематиката започва по метода на „мозъчната атака“. Задайте на начинаещите предприемачи следния въпрос: „Какво трябва да се обмисли при учредяване на собствен бизнес?“ Начинаещите предприемачи имат 3-5 минути да напишат своите идеи на картите на модератора. Правила: На една карта се пише само по една точка и само от едната страна на картата. Приканете първия начинаещ предприемач да закачи картата на табло. На всички участници е позволено да задават въпроси и въпроси за поясняване. Начинаещи предприемачи, които имат една и съща или подобна идея, я поставят настрана. Следващият начинаещ предприемач излиза и закача своята карта на табло. Процедирайте по този метод докато начинаещите предприемачи нямат повече допълнения. Сега ги попитайте: „Не забравихме ли нещо, което трябваше да се вземе под внимание при учредяването на бизнеса?“ и „Има ли карта на табло, която няма нищо общо с учредяването на фирма?“ Приканете начинаещите предприемачи в разговор да подредят картите последователно като ги попитате: „Как трябва да се процедира при учредяване на фирма?“ От тази „мозъчна атака“ възникват задачите, по които се работи по време на анализа на потенциала. Раздайте обзорната програма за седмичната и дайте разяснения за следващите дни.

5. Заключителен кръг

След като начинаещите предприемачи са получили всички необходими информации и първа представа по темата, Вие приключвате задачата. След това следва F-DUP и тест за проверка на предварителните знания на начинаещите предприемачи.

Контролен списък с необходимите материали:

- 18 лепящи се точки
- 100 карти на модератора
- 18 текстови маркера
- 2 табла
- пинчета



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Информация за модератора

Преодоляване на препятствия за предприемачи (паркур): По местата! Готови! Старт!

Преодоляването на препятствия (паркур) за предприемачи се състои от три спирки:

Спирка 1 : Модерирана групово дискусия

Спирка 2 : Строеж на кула

Спирка 3 : Покажи таланта си за продажби!

Вашите задачи:

1. Разделете начинаещите предприемачи на три групи (→*Разпределителен план*). Групите остават непроменени през целия паркур за предприемачи.

2. Посочете на всяка група спирката, от която тя да започне.

Препоръка: Организирайте за всяка спирка отделно помещение.

3.Разяснете ротацията посредством скица (табло, флипчарт), така че начинаещите предприемачи и търсачите на таланти да знаят точно, кога и в коя стая да отидат.

4.Дайте следните инструкции, преди групите да отидат на началната си спирка:

- На отделните спирки са оставени инструкции за работа. Те съдържат всички информации, необходими за обработката на задачите.
- Престоят на всяка спирка трае точно 30 минути.
- Начинаещите предприемачи трябва да останат в помещенията до тогава, докато Вие им дадете стартов знак за следващата спирка.
- Начинаещите предприемачи трябва бързо да сменят помещенията и да започнат заедно с

обработката на следващата задача.

5. След съответно 30 минути дайте сигнал за преминаване към следващата спирка.

6. В двете фази на смяна, Вие (или Вашите помощници) подгответе всички помещения отново, така че следващата група да намери същите равни условия. Пригответе всичко това поредварително и точно, за да може смяната да се извърши бързо.

Указание за Спирка 2 „Строеж на кула“: Резултатът от предходната група не трябва да се вижда.

Спирка 1 : Модерирана групова дискусия

Начинаещите предприемачи обсъждат спорни въпроси и заемат при това лична позиция. За груповата дискусия е необходим друг модератор, защото Вие сте отговорен за организацията и контрола на всички спирки. Най-добре тази задача може да поеме резервен търсач на таланти.

Модераторът получава конкретни инструкции (→ *Материал със задачи*). За да може той да се подготви трябва да получи тези задачи няколко дни по-рано.

Начинаещите предприемачи не получават материали. Те се включват в дискусията „неподготвени“.

Аранжиране на помещението: Масите и столовете трябва да бъдат в кръг със седем места. Осигурете на модератора малък незабелязващ се часовник, за да може да следи времето.

Контролен списък с необходимите материали:

- Инструкции за модератора (резервен екземпляр)
- Часовник

Продължителност: 30 минути

Спирка 2 : Строеж на кула

С материалите, които Вие ще предоставите, начинаещите предприемачи изграждат кула. (→ *Материал според задачата*).

Аранжиране на помещението: Поставете две училищни маси (чина) един до друг, но така че начинаещите предприемачи да разполагат с достатъчно място. Поставете инструкцията за работа и материалите на масата. След всеки цикъл зареждайте масата отново. Уверете се че, новата група не вижда кулата на предходната група.

Контролен списък с необходимите материали:

- Работни инструкции за начинаещите предприемачи
- 1 ножница
- 1 линия
- 1 молив
- хартия за бележки
- 3 x 20 листа хартия DIN A4
- 3x тиксо: 1 – 1,5 метра
- 1 чаша вода (плстмасова, 0,2 л, напълнена)

Продължителност: 30 минути

Спирка 3 : Покажи таланта си за продажби

Всеки начинаещ предприемач презентира един случайно определен продукт възможно най-атрактивно, за да събуди интереса на потенциалните купувачи (→ *Материал със задачи*).

На тази спирка търсачът на таланти поема малка допълнителна задача: След като начинаещите предприемачи са прочели условието на задачата, търсачът на таланти дава на групата плик с 14 изображения на различни продукти (стока или услуга). Всеки начинаещ предприемач взема едно изображение на случаен принцип, което не се вижда. Позволено е размяна на изображенията с друг начинаещ предприемач или ново теглене без да се вижда изображението. След презентацията всеки начинаещ предприемач получава 150 € пари, които да играе (3 банкноти по 50 €). С тях те възнаграждават презентациите, които са били най-убедителни. Те имат право да разпределят общата сума по желание, но и да я дадат само на една презентация. В края печели този, който има най-голямата сума.

Процедура: Членовете на групата поставят банкнотите в плик, който е обозначен с имената на презентацията начинаещ предприемач. Целесъобразно е при събирането пликите да се подават под масата.

Аранжиране на помещението: Маса за групата. Обърнете внимание на това пликът, съдържащ 14-те изображения да е винаги окомплектован, когато новата група влезе в помещението.

Контролен списък с необходимите материали:

- 1 хронометър (или един търсач на таланти следи часовника)
- 1 голям плик с 14 броя изображения
- 3 x 6 = 18 банкноти (50 €)
- 3 x 6 = 18 малки пликчета (надписани с имената на участниците)

Идея 1 : Ламинирайте изображенията и банкнотите за игра. Така при презентацията начинаещите предприемачи ще имат нещо „твърдо“ в ръка. А Вие ще можете да използвате материалите отново.

Идея 2 : За възнаграждение на победителя трябва да подготвите малка награда.



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Продължителност: 30 минути

T **Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт!**

Метод : Групова дискусия (Спирка 1)

Продължителност: 30 минути

Начинаещите предприемачи вземат становище по въпроса. На какво се дължи успехът на предприемача – на самата личност или на обкръжаващата го среда?


В дискусията начинаещите предприемачи трябва да изразят мнението си, да защитят позицията си с аргументи, но и също и да вземат под внимание и други възможни гледни точки и възражения. Накрая трябва да се обединят около обща позиция. Един ко-модератор води дискусията. В началото той дава импулс за дискусията и я активизира, ако започне да замира.

Приоритети за наблюдение

<p>P 2 Екстровеерност</p> <p>К 6 Анализиране на икономически системи и правила</p>	<p>Хората, които я имат</p> <p>са често насочени навън. Екстровеерните хора могат да бъдат описани със следните характеристики: общителни, активни, разговорливи, отворени и възприемащи препоръки.</p> <p>могат да анализират и преценяват макроикономическите и законови рамкови условия за учредители на собствен бизнес.</p>
---	--

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач


 Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
 • участва в дискусията по собствена инициатива

- представя уверено собственото си мнение
- се позовава на изказванията на другите
- изброява факторите, които могат да намалят риска от провал
- изброява факторите, които могат да увеличат шансовете за успех
- анализира икономическите рамкови условия за учредители

Информация за ко-модератора

Спирка 1: Групова дискусия (30 минути)

Начинаещите предприемачи изразяват лична позиция по отношение на предприемачеството и дават отговор на въпроса. На какво се дължи успехът на предприемача – на самата личност или на обкръжаващата го среда?

В дискусията начинаещите предприемачи трябва да изразят мнението си, да защитят позицията си с аргументи, но и също и да вземат под внимание и други възможни гледни точки и възражения. Накрая трябва да се обединят около обща позиция. Вие ръководите дискусията. Дайте начален импулс и я активизирайте, ако започне да замира. Обръщайте внимание на времето!

Запишете действителното **начало** и планирания **край**.

Вашите задачи в детайли:

1.Приветствайте с добре дошли начинаещите предприемачи и съобщете на участниците на дискусията тяхната задача:

„ Сърдечно Ви приветствам за участието в днешната дискусия и ще се радвам да е плодотворна. Вие всички сте запознати с темата: Ще говорим за предприемачеството и причините за успех или провал. Относно хода на дискусията: Имаме общо 30 минути. Всеки трябва да се изкаже. Аз ще следя за времето. Искам да започна със следните твърдения:

- Този, който не успява в повечето случаи си е виновен сам!
- Ако икономическата ситуация е лоша и най-добрите се провалят!

Вземете становище по тези твърдения и изразете мнение си! Кой иска да започне?“

2. Изчерпва ли се темата за разговора? Взели ли са всички думата и цари ли спокойствие?

Използвайте следните импулси, за да оживите дискусията

- Не би ли могъл всеки да успее в учредяване на бизнес при добри икономически условия?
- Един добър предприемач оцелява дори и в икономически трудни времена.
- Който е направил сериозни грешки, в повечето случаи не е премислил в началото добре!
- С добър бизнес план нищо не може да се обърка сериозно!
- Двама предприемачи започват с еднакъв бизнес модел: Единият от тях успява, а другият - не. Следователно това се дължи на самия човек!
- След всеки икономически спад идва подем. В това време трябва да се издържи като предприемач!

3. След около 20 минути приканете участниците да направят обобщение.

„Благодаря Ви за досегашните изложения. Чухме различни мнения. Сега искам да Ви помоля да стигнете до обща позиция. Дължи ли се предприемаческият успех най-вече на самия човек? Или основно външните обстоятелства са решаващи за успеха или неуспеха? Имате 5 минути, за да се обедините и формулирате едно общо мнение.“

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт! Спирка 1: Групова дискусия

Приоритети за наблюдение: Р 2 Екстровеерност

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
Начинаещият предприемач	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.
участва в дискусията по собствена инициатива.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
представя уверено собственото си мнение уверено.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
се позовава на изказванията на другите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт! Спирка 1 : Групова дискусия

Приоритети за наблюдение: К 6 Анализирани на икономически системи и правила

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.
Начинаещият предприемач															
изброява факторите, които могат да намалят риска от провал.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
изброява факторите, които могат да увеличат шансовете за успех.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
анализира икономическите условия за учредители.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва специални термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

T

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт!

Метод : Строеж на кула (Станция 2)

Продължителност: 30 минути

Начинаещите предприемачи трябва да построят кула, която да отговаря на следните изисквания: Трябва да е висока 1,20 м, да стои на собствена основа и да може да издържи пълна чаша с вода 0,2 л.

За строителството начинаещите предприемачи могат да използват следните материали: 20 листа хартия формат А4 и 1 – 1,5 м тиксо. Помощни материали: ножица, линия, молив, хартия за бележки.

Приоритети за наблюдение

<p>Р 1 Добросъвестност</p>	<p>Хората, които притежават това качество</p> <p>са прилежни, точни, организирани, съвестни, разумни, ефективни, планиращи.</p>
<p>Р 3 Способност за отстояване</p>	<p>готови са и са в състояние да преследват собствените си цели и интереси и да ги отстояват. Те са настоятелни, убедени, последователни, изискващи, готови да се борят.</p>

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- взема под внимание изискванията на задачата (относно времето и съдържанието)
- изразява обмислени предложения за процедурата и продукта.
- отдава значение на прецизната работа
- работи целенасочено и ориентирано към резултатите
- повлиява и води групата
- стреми се към влияние върху дейността или крайния резултат.

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт! Спирка 2: Строеж на кула

Приоритети за наблюдение: P 1 Добросъвестност

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
Начинаещият предприемач	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.
взема под внимание изискванията на задачата (за време и съдържание).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
изразява обмислени предложения за процедурата и продукта.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
отдава значение на прецизната работа.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт! Спирка 2 : Строеж на кула

Приоритети за наблюдение: Р 3 Способност за отстояване

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн.силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.
Начинаещият предприемач работи целенасочено и ориентирано към резултата.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
повлиява и води групата.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
стреми се към влияние върху дейността или крайния резултат.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва специални термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Спирка 3 : Покажи талант за продажби!

Като бъдещи учредители на собствен бизнес Вие трябва да можете да правите едно нещо особено добре: Да продавате!

И най-добрата идея е безполезна, ако не можете да убедите евентуални инвеститори, а също и клиенти.

Докажете сега Вашия талант за продажби!

Постановка на задачите:

1. Изтеглете изображение на някой продукт от плика.

Не сте доволни от късмета си?

Тогава можете да размените еднократно Вашия продукт с друг член от групата. Само, ако не се намери партньор за смяна, можете еднократно да изтеглите ново изображение от плика.

2. Обмислете как можете да продадете на клиента най-добре стоката или услугата. Рекламирай те! Имате **5 минути** за подготовка.

3. Спечелете благосклонността на клиентите (другите начинаещи предприемачи). Имате **3 минути** за презентиране на продукта.

Кой е продал най-добре? Когато всички са направили презентациите си, всеки получава 150 € в банкноти от по 50 €. Кой продукт е презентиран толкова добре, че бихте се решили да го закупите? Можете да дадете общата сума само на един начинаещ предприемач или да ги разделите между няколко начинаещи предприемачи. Можете също така да запазите парите, ако не намерите достатъчно убедителни презентации. За Вашата собствена презентация нямате право да си давате пари. Обрнете внимание на зададеното време за презентация.

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт! Спирка 3: Покажете талант за продажби!

Приоритети за наблюдение: Р 2 Екстровеерност

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
Начинаещият предприемач	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.
презентира уверено и полага началото, ако е необходимо.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
показва удоволствие при презентиране на „собствения“ продукт.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

<p>не се притеснява от публиката и при случай търси близост с нея.</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="radio"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="radio"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="radio"/>
<p>Бележки:</p>			

Задача: Паркур за предприемачи: По местата! Готови! Старт! Спирка 3 : Покажете талант за продажби!

Приоритети за наблюдение: Р 4 Ориентирани към (решаване) на проблеми

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.	Мн. силно	Силно	Средно	Слабо	б.о.
Начинаещият предприемач															
решава задачите креативно.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва знания от други области за решаване на задачата.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
преформулира положително слабите места и проблемите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва специални термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

Задачи по учредяването за начинаещи предприемачи

Комплексът по *учредяването* е основното ядро при анализа на потенциала за начинаещите предприемачи.

Той се състои от следните задачи:

1. Да се намери бизнес идея, но как?
2. Какво носи една добра идея, ако няма клиенти? – Анализ на клиентите
3. Ако аз не губя, друг не може да печели – Анализ на конкуренцията
4. Маркетингът трябва да управлява пазара, а не да е в застой - Маркетинг
5. Без пари не става нищо – Привличане на капитали
6. Elevator-Pitch (кратка концепция)

При анализа на потенциала на начинаещия предприемач подготовката за учредяване на предприятия се симулира всеобхватно и възможно най-близо до реалността. В рамките на задачите по учредяването начинаещите предприемачи разработват отначало собствени бизнес идеи. С всяка следваща задача те се усъвършенстват все повече за достигане до добър бизнес-план. Изследват, например потребностите и готовността за извършване на плащане на потенциалните клиенти, както и силните и слабите страни на конкурентите на пазара. Проучват капиталовия пазар за подходящи и благоприятни възможности за финансиране и създават концепции за конкретни маркетингови мерки. Накрая имат повечето характерни елементи на професионалния бизнес-план. В заключение начинаещите предприемачи представят своя бизнес-модел на потенциалните инвеститори в кратка концепция. Това е драматургичния апогей на анализа на потенциала на начинаещите предприемачи.

По време на тези задачи работната група остава непроменена, понеже задачите по учредяването се градят една след друга и изводите трябва да се съгласуват (→ *План за разпределение*).

Модераторът въвежда задачите винаги в пленум и обяснява накратко съдържанието и методологията, без да оповестява най-важното. За самостоятелната им работа в малки групи (6 начинаещи предприемачи) се препоръчват групови работни маси. Търсачите на таланти наблюдават начинаещите предприемачи изключително във фазите на работа по групи и никога в пленум, т.е. при обща работа.

Препорачителна литература: Колман, Тобиас (изд. 2009 г.), Габлер Енциклопедия на предприемачеството на Габлер, 2-ро издание, Висбаден.

Информация за модератора

Да се намери бизнес идея, но как ?

Начинаещите предприемачи се изправят пред първото си предизвикателство: Разделени на 3 групи те трябва да намерят по една „завладяваща“ бизнес идея. Затова комплексът от задачи по учредяването започва с творческия процес на търсене. Като модератор Вие не можете да разкриете резултатите, нито пък да се опитвате да притискат групата в определена посока. Дайте указание само за това, че бизнес идеята трябва да бъде законна. В началото няма други ограничения. Начинаещите предприемачи могат „да се стремят към звездите“.

При тази задача не трябва да държите начинаещите предприемачи „изкъсо“, тъй като те се нуждаят от възможност да „се налудуват“ без страх. Максимата е: Всяка идея е добре дошла! Начинаещите предприемачи се нуждаят от и получават ясни работни задания, за да може наред с *креативността* и *продуктивността* да е гарантирана. Вие обаче не трябва да направлявате групите в отделните фази. Освен това начинаещите предприемачи получават полезни указания за различните видове бизнес-идеи. Чрез това на начинаещите предприемачи се дава *специализирано начало*, което те могат да използват за свое вдъхновение.

В три групови работни фази начинаещите предприемачи работят с различни методи:

- Фаза 1 : Събират идеи чрез писмена „мозъчна атака“.
 - Фаза 2 : Идеите могат да се оценят чрез лесен метод на точкуване.
 - Фаза 3 : Така избраните идеи се оценяват с обикновен *рейтинг* с оглед на изпълнението по самостоятелно поставени критерии. Накрая начинаещите предприемачи избират бизнес идея, която най-вероятно обещава да има предприемачески успех.
- С този резултат от работата по групи всички начинаещи предприемачи се събират отново в пленум. Тук всяка група обяснява накратко своята бизнес-идея. Обсъждане за това не трябва да се провежда. Преминете по-скоро към следващата задача: *Анализ на клиентите*. Ако тази задача не следва непосредствено, направете кратко представяне на перспективите.

Контролен списък с материали (за всяко помещение за групите):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- около 30 модерационни карти
- 6 маркера
- 6 x 3 = 18 лепящи се точки

Продължителност: 45 минути

Задача : Да се намери бизнес идея, но как?

T **Метод : Мозъчна атака, точкуване, рейтинг**

Продължителност: 45 минути

Начинаещите предприемачи се поставят в следната ситуация: „Вие сте се събрали заедно с други желаещи да учредят бизнес и сте твърдо решени да създадете собствено предприятие. Но все още Ви липсва „завладяваща“ бизнес идея, която си заслужава да рискувате да направите стъпката към самостоятелна заетост. Това може да се промени: Намерете и се обединете около една бизнес идея!“

- Фаза 1: Събират идеи чрез писмена „мозъчна атака“.
- Фаза 2: Идеите могат да се оценят чрез лесен метод на точкуване
- Фаза 3: Така избраните идеи се оценяват с обикновен рейтинг.

В края начинаещите предприемачи избират бизнес идеята, която най-вероятно обещава да бъде успех в начинанието.

Приоритети при наблюдението:

<p>Р 4 Ориентиране към решаване на проблеми</p> <p>К 2 Оценка на алтернативите за действие</p>	<p>Лица, които разполагат с това... виждат проблемите като предизвикателства. Те си избират задачи, които не са рутинни. Например прехвърлят наличните знания върху нови ситуации.</p> <p>могат да преценят и оценят предполагаемите последици от наличните алтернативи. Те сравняват възможностите си за действие, за да определят най – добрата. Например: идентифицират се и се оценяват силни и слаби страни, възможности и рискове от различните бизнес модели.</p>
--	--

Обърнете внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач...

- разработва бизнес идеи.
- поставя под въпрос бизнес идеите (например, осъществимост, законност).
- използва знанията си от други области за идентифициране и проверка на идеите си.
- създава критерии, за да провери бизнес идеите си.
- оценява качеството на бизнес идеите, с помощта на критериите.
- взема обосновено решение за или против една бизнес идея.

Да се намери бизнес идеи, но как ?

Вие сте дошли заедно с други желаещи да учредят бизнес и сте готови да създадете предприятие. Но все още Ви липсва Въпреки, че на тях и им липсва „завладяваща“ бизнес идея, която си струва, да се рускува стъпката към самостоятелна дейност. Това може да се промени: Намерете и се обединете за една бизнес идея!

Вашите работни стъпки:

1. Всеки записва от три до пет бизнес идеи. Моля, само по една идея на карта! Вдъхнете се от различни видове бизнес идеи (→ М 1). Дайте свобода на своята креативност. Всяка идея е добре дошла!
2. Закрепете картите на таблото. Махнете тези, които се повтарят. Изчакайте с **въпросите по идеите** на другите участници, докато всички карти бъдат закачени.
3. Всеки получава три залепващи се точки. Раздайте ги на идеи, които Ви подхождат най-добре. Сред тях може да бъде и Вашата собствена идея. Можете дори да използвате всички точки за една картата! Но, моля бъдете коректни!
4. Нанесете трете идеи с най-много точки в **таблицата** (→ М 2). При равен брой точки направете балотаж.
5. Определете в групата три критерия, за да се провери доколко устойчиви са избраните идеи. Запишете критериите в М 2.
6. Колко добре идеята отговаря на критерия? Индивидуално дайте **оценки**: ++ / + или - / - - , тогава обсъдете оценките в групата.
7. Коя идея обещава с най-голяма вероятност да бъде успешна за бизнеса? Някои от Вас имат идеи, които искат да преследват!

Продължителност: 45 минути

М 1 Креативни бизнес идеи: Но не като другите!

<i>Много пътища, водят към нова бизнес идеи</i>		<i>Бележки</i>
Приспособяване	<i>Идеите се прехвърлят към други области и съответно се приспособяват.</i>	<i>Френска верига ресторанти се установява в Германия и се адаптира към хранителните навици на германците.</i>
Моята страст	<i>Хобито се превръща в професия.</i>	<i>Запалена ездачка открива пансион за коне.</i>
Изключения	<i>Част от продукта не се използва, за да се увеличи ползата.</i>	<i>Мобилни телефони с малко функции и бутони.</i>
Комбинация	<i>Идеи, продукти, бизнес модели и т.н. се комбинират.</i>	<i>Използване на слънчеви панели на чанти, за да се генерира ток за зарядното устройство за мобилен телефон.</i>
Промяна на приложението	<i>Нещо съществуващо изпълнява друга функция.</i>	<i>От пластмасови бутилки си произвеждат раници.</i>
Решаване на проблеми	<i>Чрез идеи се решават проблеми.</i>	<i>Гривна с канал пречи пазарските чанти да се врязват в кожата на ръката.</i>
Обръщане	<i>Нещата се изследват внимателно и обратно.</i>	<i>Ценни отпадъци се продават, вместо да се плаща за изхвърлянето им.</i>
Заместител	<i>Елемент на даден продукт се заменя с друг.</i>	<i>Отпадъчна хартия се използва за производството за талашитени плоскости за мебели.</i>

M 2 Оценете подобрите идеи! Колко е добра идеята и отговаря ли на критерия?

		Идея 1	Идея 2	Идея 3
	
Критерий 1				
Критерий 2				
Критерий 3				

Използвайте следната скала на **оценяване**: ++ / + или -- / -

Задача: Да се намери бизнес идея, но как?

Приоритет за наблюдение: Р 4 Ориентирани при (решаване на) проблеми

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
развива бизнес идеи.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
изследва идеите (напр. осъществимост, законност)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва знания от други обсти за идентифициране на идеите и проверка.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Да се намери бизнес идея, но как?

Приоритет за наблюдение: К 2 Оценка на алтернативните начини за действие

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
поставя критерии, за да провери бизнес идеите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
оценява качеството на бизнес идеите на базата на критериите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
взема обосновано решение за или против дадена идея.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

2. Какво допринася една добра идея, ако няма клиенти? – Анализ на клиентите

Тази задача не изисква дълго въведение по съдържанието. Раздайте листовките със задачата, оставете начинаещите предприемачи да се запознаят със задачата и да задават въпроси по нея.

Начинаещите предприемачи определят първо *целевата група*: техните потенциални клиенти. Това може да бъдат крайни клиенти (физически лица или предприятия), но също така и търговци на дребно и търговци на едро. Това би представлявало голяма разлика, ако няма точно определяне на целевата група. След това начинаещите предприемачи изясняват, каква релевантна за успеха информация биха искали да намерят за целевата група чрез *търсене в Интернет*. Примери: Общ обем на целевата група, покупателната способност, демография, поведение при търсене. Само след категорично искане от начинаещите предприемачи Вие трябва да им дадете някои интернет връзки:

<https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>

<http://de.statista.com/>

<http://www.gfk.com/de/branchen/Seiten/default.aspx>

След приключване на търсенето начинаещите предприемачи попълват резултатите. Въз основа на това създават концепция за конкретни *мерки за маркетингово проучване*, за да обобщят характеристиките на клиентите си. Това може да бъде например, телефонно анкетиране на клиенти.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Насочете ги към следващата задача за *анализ на конкуренцията*. Ако тази задача не следва непосредствено след това направете кратко обобщение на перспективите.

Списък на материалите (за всяко помещение на група):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- Модерационни карти
- Най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1 – 2 икономически енциклопедии

Указание: За Интернет проучването Вие оборудвате – ако е възможно – всяко работно помещение на групата с един, по-добре с два или три лаптопа. Или осигурете достъп до централна компютърна зала. Обърнете внимание определени сайтове да не са блокирани.

Продължителност: 90 минути

Какво допринася една добра идея, ако няма клиенти ?

Анализ на клиентите

В крайна сметка клиентът е решаващ, дали даден продукт или услуга ще бъдат търсени на пазара. Ето защо за предприемачите е важно да познават своите клиенти.

Учредителите трябва и да изяснят още, кои изобщо са потенциалните клиенти на тяхната бизнес идея.

Маркетинговите експерти наричат това *целева група*.

Предприятията често дават много пари за проучване на пазара, за да научат възможно повече за свите клиенти. Провеждат анкети и статистически оценки. Много информации и статистически данни за крайните потребители са общо налични и свободно достъпни в Интернет. Трябва само да бъдат използвани!

Сега това е Ваша задача да определите и проучите клиентите за Вашата бизнес идея!

Задание:

1. Определете **целевата група** за Вашата бизнес идея възможно най-точно: На кого точно искате да продадете Вашия продукт?

Пример:

- Неточно определена целева група: младежи
 - Точно определена целева група: младежи, членове на спортен клуб
2. Изяснете, какво искате да знаете за своите клиенти. Формулирайте подходящите **въпроси** за търсене в Интернет.
 3. Информирайте се за Вашите клиенти в **Интернет**. Там ще намерите статистики и проучвания почти за всяка целева група и отрасъл.
 4. Представете в **групова дискусия** резултатите от Вашето проучване.
 5. Закрепете на таблото важните **информации** от анализа на клиентите с ключови думи.
 6. Разработете концепция за конкретни мероприятия за **проучване на пазара**, за да се запознаете още по-добре с Вашите клиенти и да ги проучите.

Продължителност: 90 минути

Задача: Какво допринася една добра идея, когато няма клиенти? Анализ на клиентите

Приоритет за наблюдение: Р 3 Способност за себеутвърждаване

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
делегира задачи.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
налага собствените си идеи, предложения и гледни точки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Готов е да промени гледната си точка, ако има оправдани възражения.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Какво допринася една идея, когато няма клиенти ? Анализ на клиентите

Приоритет за наблюдение: К 5 Анализ на пазарите

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
изследва клиентите въз основа на конкретни характеристики (напр. покупателна способност)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
оценява резултатите от проучванията в Интернет.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Разработват мероприятия, за да изследва характеристиките на клиентите (например потребности)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

3. Ако аз не губя, другият не може да спечели – Анализ на конкуренцията

Сега става въпрос за другата страна на пазара: *Конкуренцията*. Докато се търси близост с клиентите искате да държите конкуренцията настрана. Но все пак тя трябва да се познава! Ходът на задачата отговаря до голяма степен на предишната. Въпреки, че се използват същите методи на работа, все пак търсачите на таланти имат други *приоритети за наблюдение*. Начинаещите предприемачи идентифицират своите конкуренти и ги представят с фирмените им имена. Те могат да бъдат директни конкуренти, които предлагат същите или сходни продукти, но и доставчици на заместители. В своето *търсене в Интернет* те се фокусират върху двата „най-силни“ конкурента. Преди това се определят *категории*, за да се изследва конкуренцията систематично. От това начинаещите предприемачи разработват *въпроси за проучване*, за да се избегне, това те само да събират информация, на която малко или много случайно са попаднали. След търсене на полезна информация начинаещите предприемачи обобщават своите резултати.

След това начинаещите предприемачи определят „собствените си“ силни и слаби страни. С така придобитите познания начинаещите предприемачи дискутират, какво отличава тяхното предприятие или идея от конкуренцията и как могат да се разграничат от нея и защо тяхното предприятие има реален шанс за успех на пазара.

След обработването на задачата в групата, начинаещите предприемачи отново се събират в пленум. Сега ги насочете към следващата задача: *Маркетинга*. Ако тази задача не следва непосредствено след това, направете кратка перспектива.

Списък на материалите (за всяко помещение за групова работа):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- модерационни арти
- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1 – 2 икономически енциклопедии

Указание: За интернет изследванията оборудвайте – ако е възможно – всяко работно помещение за групата с един, по-добре с два или три лаптопа. Или дайте достъп до централна компютърна зала. Обърнете внимание някои сайтове да не са блокирани.

Продължителност : 90 минути

T

Задача: Ако аз не губя, другият не може да спечели - Анализ на конкуренцията

Метод : Групова дискусия, търсене в Интернет

Продължителност: 90 минути

Начинаещите предприемачи идентифицират своите конкуренти и ги представят с фирмените им имена. При своето *търсене в Интернет* те се концентрират върху двамата «най-силни» конкурента. Преди това те определят *категории*, за да се изследва конкуренцията систематично. След това те разработват *въпроси за проучване*. След това резултатите се обобщават.

Начинаещите предприемачи формулират силните и слаби страни на своята бизнес идея. Те обсъждат, какво ги отличава от конкуренцията и как да се разграничат от нея и защо тяхното предприятие има реален шанс за успех на пазара.

Приоритети за наблюдение?

<p>К 1 Анализирание на ситуациите</p>	<p>Хората, които разполагат с могат да определят своите цели в напълно различни ситуации и възможности за действие и да анализират факторите, които ги ограничават. Във връзка с намерението за учредяване на собствен бизнес могат да определят изискванията, а също така и потребности за (изменения) и ограничения.</p>
<p>К 3 Анализирание на интересите</p>	<p>могат да определят, кои интереси на бизнес-партньорите са съвместими със собствените интереси или са в конфликт, например по отношение на банки, доставчици, клиенти. В бизнес отношенията се стремят към ситуация, печеливша и за двете страни. Разпочнава се, кои конфликти на интереси предотвратяват или възпрепятстват икономическите взаимодействия.</p>

Обърнете внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач ...

- изследва конкурентите, по-специално техните продукти на базата на избрани категории.
- формулира въпросите, за да изследва клиентите.
- анализира целите, стратегиите и действията на конкурентите.
- идентифицира интересите на конкурентите.
- идентифицира силните и слабите страни на своя бизнес план и стартиране.
- проверява дали неговите интереси са съвместими с интересите на другите или не.

Ако аз не губя, друг не може да спечели – Анализ на конкуренцията

За всеки бизнес е важно да знае, кои са конкурентите на пазара. Винаги трябва да държат под око основните конкуренти.

С тези конкуренти се води борба за едни и същи клиенти. От гледна точка на клиента е от решаващо значение, какво е различното в съответните продукти (стоки или услуги). Например качеството или цената.

Всяко предприятие има силни и слаби страни. Дори и Вашия бизнес! Вашите сили отслабват конкуренцията. И Вашите слабости се използват от конкуренцията.

Разберете, колко добре сте се подготвили за състезанието с Вашите най-силни конкуренти!

Задание:

1. Назовете двамата най-силни **конкуренти**.
2. Изяснете в групата това, което трябва да знаете за тези конкуренти. Формулирайте съответни **въпроси**, за да подготвите проучването (→ М 1).
3. Проучете в **Интернет** и отговорете на въпросите си от № 2 в писмена форма. Достатъчни са ключови думи (→ М 1).
4. Назовете и обяснете на кратко **силните и слаби страни** на Вашия бизнес план и Вашето стартиране (→ М 1).
5. Дискутирайте в групата: Какво **отличава** нашата бизнес идея от конкуренцията? Защо нашето предприятие има **шанс** на пазара?

Продължителност: 90 минути

M 1 Не изпускайте от поглед двамата „най-силни“ конкуренти

Въпроси за проучването	Фирмено име на конкурента	
	Предприятие А	Предприятие В
<p>Какви стоки или услуги предлагат те?</p> <ul style="list-style-type: none"> - прилики и - разлики спрямо нашата оферта? 		
<p>Каква пазарна стратегия преследват?</p> <p>Например:</p> <ul style="list-style-type: none"> - високо качество или - ниска цена? 		

M 2 Откройте собственные си силни и слаби страни

Назовете силните и слаби страни на Вашия бизнес план и стартиране. Обяснете това накратко с ключови думи.

<i>Вашиите силни</i>	<i>Вашиите слаби</i>

Задача: Ако аз не губя, другият не може да печели - Анализ на конкуренцията

Приоритет за наблюдение: К 1 Анализирани на ситуациите

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
изследва конкурентите, по-специално техните продукти на базата на избрани категории.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
формулира въпроси, за да проучи конкурентите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
анализира целите, стратегиите и действията на конкурентите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Ако аз не губя, другият не може да спечели - Анализ на конкуренцията

Приоритет за наблюдение: К 3 Анализирани на интересите

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
Идентифицира интересите на конкуренцията.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
идентифицира силните и слабите страни на своя бизнес план и стартирането.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
проверява дали интересите на другите са съвместими или не със собствените му.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат – Маркетинг

*Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат –
Маркетингът се занимава с микс от маркетингови инструменти.*

Непрофесионалистите в областта на икономиката използват термина *маркетинг* като синоним за *реклама*. Но той означава много повече, а именно *пазарно ориентирано управление на предприятието*. Пазарната ориентация е по-важна от когато и да било на преобладаващите „пазари от купувачи“. В рамките на маркетинга се вземат стратегически решения от голямо значение. Начинаещите предприемачи при вече направения анализ на конкуренцията може би са успели, да идентифицират такива *пазарни стратегии* на конкурентите. Сега, Вие може да заложите на същата или на друга стратегия. Към маркетинга също така принадлежи конкретното разработване на *оперативни мерки*.

Рекламните мероприятия попадат в сферата на решения на „комуникационната политика“ и са една от многото възможности за „комуникация“ с клиентите. Миксът от маркетингови стратегии и инструменти трябва да бъде съгласуван. Това изисква съгласувани решения: Това би трябвало да се проучи обстойно при вземане на решение за висококачествен продукт, в съчетание със стратегия за ниски цени. Правят ли на начинаещите предприемачи впечатление такива несъответствия? Могат ли да ги предотвратят?

Тъй като обработката на целият маркетингов микс би бил твърде обширен, начинаещите предприемачи ще се концентрират върху две области. Тези две области те ще пренесат в своя бизнес план и ще обмислят конкретни мерки.

Опитът е показал, че начинаещите предприемачи при тази задача искат да потърсят повече информация в Интернет. Погрижете се в работното помещение на групата да има компютър с Интернет-достъп. При тази задача начинаещите предприемачи са много креативни и искат да нахвърлят първите си проекти. Предоставете им за тази цел материал за майсторене.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Насочете ги към следващата задача: Набавяне на капитал. Ако тази задача не следва непосредствено след това, да се даде кратък обзор на перспективите.

Списък с материали (за всяко помещение за групова работа):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- модерационни карти
- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1 – 2 икономически енциклопедии
- материали за майсторене: ножици, лепило, фотохартия, моливи

Забележка: За евентуалните проучвания в Интернет моля оборудвайте всяко работно помещение на всяка група поне с един лаптоп. При тази задача трябва да се избягва повторното търсене на компютърната зала.

Продължителност: 90 минути

Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат – Маркетинг

Как да пласирам на пазара моя продукт или услуга? За да отговорите на този въпрос трябва да вземете множество решения:

- Каква цена трябва да искаме, за да не се разминем с готовността на клиента да плаща? Трябва ли да се предлага отстъпка? Предоставяме ли отстъпки при старта на продукта на пазара?
- Как да бъде разработен продуктът? Към какво качество на продукта трябва да се стремим?
- Как и къде могат да се продават продуктите? По какъв канал на дистрибуция стигаме до клиентите най-добре?
- Как можем да обърнем внимание на клиентите върху продукта? Как можем да рекламираме?

Отговорите на тези (примерни) въпроси трябва да бъдат добре координирани помежду им, така, че в края да е създадена цялостна концепция. Взаимодействието на ценаова, продуктова дистрибуционна и комуникационна политика се нарича маркетингов микс.

Задание:

1. Прочетете първоначално кратката информация за инструментите на маркетинговия микс и определете и отбележете основни точки.
2. Изберете в групата две области за решения от маркетинговия микс, които искате да конкретизирате за Вашата бизнес идея.
3. Изследвайте в рамките на избраните области следните аспекти:
 - а) Как се отразяват Вашите решения на бизнес плана?
 - б) Какви предимства и недостатъци проявяват отделните решения в областта на маркетинга? Какви са последствията?

Има ли някакви други аспекти, които трябва да вземете под внимание?

4. Разработете съвместно концепция за конкретни маркетингови мерки, които са най-подходящи за маркетинга на Вашата бизнес идея.

Продължителност: 90 минути

Ценова политика

Диференциране на цената

всички решения за определяне и налагане на покупните или продажни цени. В допълнение към мерките за проучване на пазара се включват не саморазходите, ориентирани към изчисляване на себестойността, но също така и създаване на дългосрочна ценова стратегия, ценова диференциация, съгласуване на офертните цени в рамките на асортимента (линия на ценова политика) както и мерки за налагане на цени, които се простират в други области на маркетинга (например политика на условията). Фирмената ценова политика не може да се упражнява отделно от продуктовата политика, тъй като за успеха на пазара от решаващо значение е съотношението цена – качество.

Важни аспекти са ситуацията с разходите и ликвидността, привлекателността на собственото предложение както и конкурентните условия на пазара. В следствие на това в практиката се смесват ориентирани към разходите методи за определяне на цената (например изчисляване на долната граница) с методи, ориентирани към пазара и конкуренцията (Например трябва ли конкурентът да бъде изтласкан от пазара чрез ниски цени, за да увеличи собствения пазарен дял?) .

Ако предприятието продава продукти от същия вид на различни цени, то тогава се говори за диференция на цените: Причините за това могат да бъдат различните пазари (местни и чуждестранни), сезонни цени (през лятото, зимата), ценова диференциация в обема на продажбите (различни ставки на отстъпките).

Дуден Икономика от А до Я: Основни знания за ученици и студенти, издателство Професия и ежедневие 5-то издание

Манхайм: Библиографски институт 2013.
Лицензирано издание Бон



Продуктова политика

Продуктов дизайн (продуктова иновация), (диференциация на продукта), (вариация на продукта), (отстраняване на продукта), управление на програмата, мениджмънт на продукта, продуктов мениджър. Основна област на маркетинга, при която става въпрос от една страна за оптимална конфигурация или комбинация от свойства на продукта и свързани с продукта услуги и от друга страна за пазарното присъствие на продуктите. Към дизайна на продукта се причислява от една страна определянето на функционалните и експлоатационни характеристики, включително качествен материал, трайност, възможност за рециклиране (основна полза), а от друга страна обслужването на клиента, оформление на опаковката, дизайн на продукта, имидж на марката (допълнителна полза).

По отношение присъствието на пазара трябва да се вземат решения за: 1) Развойна дейност (*продуктови иновации*) и въвеждане на нови продукти, 2) Промяна на въведените продукти (*диференциация на продукта*) в допълно предлагани варианти на продукта (*продуктова вариация*), чрез които производствената програма, *асортиментът* на предприятието се разширява 3) Изваждане на продукти от програмата (*отстраняване на продукта*).

Организационно често има *управление на програми* за първостепенна програмна и продуктова политика както и *мениджмънт на продукта* или *продуктови мениджъри*, които отговарят за отделни продукти или продуктови групи.

Дуден Икономика от А до Я: Основни знания за ученици и студенти, Професия и ежедневие 5-то издание Мапхайм: Библиографски институт 2013. Лицензирано издание Бон:

Комуникационна политика

в маркетинга всички дейности по реклама, насърчаване на продажбите, връзки с обществеността (PR) и лични продажби (персонални продажби).

Реклама

Промоционални материали, рекламни средства, рекламни медии, единична или самостоятелна реклама, колективна реклама, масова реклама, директна реклама в рамките на маркетинга - инструмент на комуникационната политика наред със стимулирането на продажбите, връзките с обществеността и личните продажби. Рекламата има следните функции: 1) уведомителна функция като насочва към продукти, услуги или идеи, 2) информационна функция като насочва към характеристики като например характерни признаци на продукта, качество, предназначение, цена, 3) сугестивна функция, защото рекламата освобождава емоционални внушения чрез елементи като цвят, картина, музика, които оставят в потенциалния потребител впечатление, че с рекламирания продукт се доближава към целите на неговия желан и мечтан свят. 4) имиджова функция, когато рекламата така представя предлагания обект, че той се различава положително от конкурентните продукти, 5) запомняща се функция, понеже чрез многократното повтаряне на рекламното послание оказва ефект върху паметта и познавателните процеси относно рекламирания обект.

Тази насочена форма на влияние върху хората се извършва чрез използване на *рекламни материали* (обяви, фотоси, рекламни клипове, пробни екземпляри от стоката) и *рекламоносители* или *рекламни медии* (вестници, радио, телевизия, билдбордове), за да се стимулира продажбата на стоки и услуги, да се запазят съществуващите купувачи и да се привлекат нови както и да се въведат нови стоки и услуги. При *единичната* или *самостоятелна* реклама предприятието рекламира самостоятелно собствените си услуги; чрез *колективна реклама* няколко предприятия рекламират съвместно своя продукт като съвместна реклама (млечни продукти), при което компаниите остават анонимно или фирмите са упоменати поименно като в обща реклама (автотърговци рекламират заедно за една и съща автомобилна марка). Според вида на обръщението се диференцира между *масова реклама*, която е насочена към по-голяма група хора и *директна реклама*, която целенасочено се обръща към отделни лица.

Дуден Икономика от А до Я: Основни знания за ученици и студенти, Професия и ежедневиe. 5-то издание. Манхайм: Библиографски институт 2013. Лицензирано издание Бон: Федерална централа за политическо образование 2013.

Дистрибуционна политика

Раздел от маркетинга, който обхваща всички решения и мерки, които се отнасят за получаване на поръчки за продажби както и разпределение (дистрибуция) на произведени стоки като задача на пласмента и логистиката, за да се доведе изделието от производителя до потребителя. Към това разпределение се причисляват решенията за външна пласментна организация (например централни продажби от отдел за продажби или децентрализирани продажби чрез различни дистрибуторски системи или дистрибутори) както и такива към вътрешната пласментна организация, т.е. изграждане в предприятието на дистрибуторски участък например според продуктови гурпи (ориентирани към продукта) или потребителски групи (ориентирани към клиента).

Дуден Икономика от А до Я: Основни знания за ученици и студенти, Професия и ежедневиe. 5-то издание. Манхайм: Библиографски институт 2013. Лицензирано издание Бон: Федерална централа за политическо образование 2013.

Задача: Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат - Маркетинг

Приоритет за наблюдение: К 2 Оценка на алтернативните начини на действие

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
прогнозира вероятните ефекти на решенията в областта на маркетинга.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
оценява маркетинговите мерки, напр. тяхната законосъобразност, предимства и недостатъци	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Т Н взема обосновано решение, за или против за конкретни маркетингови мерки	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат - Маркетинг

Приоритет за наблюдение: К 5 Анализирани на пазарите

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
идентифицира пазарните фактори, пречещи на успеха или стимулираща го.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
анализира пазара (предлагане и търсене) по отношение на пазара.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
изследва съответния пазар за бизнес идеята въз основа на критерии.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

5. Без пари не става нищо – Набавяне на капитали

Очаква се бизнес идеите на начинаещите предприемачи да се много различни. Така е и с потребностите от капитал, за да ги реализират. Изчисляването е комплексно и затова не се изисква. За улеснение на групите предварително се задава единна потребност от капитал за стартиране на бизнеса. Те трябва да го покрият като набавят собствен и чужд капитал. Начинаещите предприемачи се информират за обичайните възможности за финансиране. Те варират от специални заеми за учредяване на бизнес от държавни банки до рисков капитал и инвестиции от „Бизнес ангели“. Те предлагат различни предимства, но могат да доведат и до неблагоприятни последици и потенциални конфликти с инвеститорите. Начинаещите предприемачи вземат обосновано решение за алтернативно финансиране, което най-добре пасват на техния бизнес план.

Започнете работа както обикновено в пленум. Изтъкнете, че всяко стартиране на бизнес изисква различен по обем капитал. Попитайте начинаещите предприемачи, какви разходи сеправят обикновено при учредяване и при функциониране на предприятието и обобщете отговорите. Разяснете заданието и разпределете работните задачи.

Информациите, които може да бъдат намерени на посочените Интернет страници са доста подробни, за да не се създаде неправилна представа за реалността при тази тема, от която зависи успеха на начинанието. Учредителите винаги се сблъскват с необходимостта от обработка на обширна информация. Те бързо трябва да си създадат общ поглед, а също и по- дълбоко да вникнат в съответната материя. Начинаещите предприемачи се сблъскват и с това изискване. Възможно е при тази специална материя начинаещите предприемачи да не разберат от пръв поглед това, което е написано в документите. Те трябва да си набавят сами обяснения (Интернет). Това също отговаря на реалността: Малко учредители имат такива знания и опит.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Сега насочете към следващата задача: der Pitch. Ако тази задача не е в непосредствена връзка дайте кратка представа за перспективите.

Списък с материали (за всяко помещение за група):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- модерационни карти

- 6 маркера
- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1-2 икономически енциклопедии

Забележка: За проучването в Интернет, моля оборудвайте работното помещение на всяка група поне с един лаптоп, по-добре с два или три. Или дайте достъп до централна компютърна зала. Уверете се, че съответните уебстраници не са блокирани.

Продължителност: 90 минути

Задача: Без пари не става нищо – Набавяне на капитали

T Метод : Групова дискусия, търсене в Интернет

Продължителност: 90 минути

На групите се задава единна потребност от капитал за стартиране на бизнес. Те трябва да покрият този капитал с набавяне на собствен и чужд капитал. Начинаещите предприемачи се информират за обичайните форми на финансиране. Зацелта получават указания, за това къде могат да намерят информация в Интернет. Необходимите обяснения си набавят чрез проучване в Интернет и от икономическа енциклопедия. Начинаещите предприемачи вземат обосновано решение за алтернативи за финансиране, които най-добре пасват на техния бизнес план.

Приоритети за наблюдение:

<p>К 1 Анализиране на ситуации</p>	<p>Хората, които разполагат с това Могат ясно да назоват съответните си цели в съвсем различни ситуации, определят полето си за действие и анализират факторите, които ги ограничават. По отношение на намерението за стартиране на собствен бизнес могат да определят изисквания както и да идентифицират нужди от (изменения) и ограничения пред учредителите.</p>
<p>К 4 Анализиране, оценка и сформирание на кооперации</p>	<p>могат да покажат предимствата при обмен с други учредители, „Бизнес ангели“ и др. Те използват благоприятни възможности за сътрудничество и се обединяват с други хора, за да преследват заедно интересите си, но също така познават потенциалните конфликти и проблемите при коопериране.</p>

Обърнете внимание на следните начини на поведение!

Начинаещият предприемач

- определя възможностите за финансиране за стартиращи фирми.
- идентифицира факторите, които влияят върху набавянето на собствен/чужд капитал.
- анализира изискванията към бизнес модела във връзка с финансирането.
- оценява предимствата и недостатъците на държавното/частно чуждо финансиране за учредители.
- идентифицира потенциални инвеститори, като например, банки и „Бизнес ангели“.
- анализира шансовете и потенциалните конфликти във връзка с инвеститорите.

Без пари не става нищо! – Набавяне на капитали

Искате бързо да стартирате в най-скоро време. Но все още Ви липсва нещо: необходимият начален капитал! Общо сте събрали 60 хиляди евро. Но това не е достатъчно, за да започнете истински. След направената със замах калкулация се нуждаете за учредяване на бизнес от обо 300 000 €. От къде искате да вземете разликата?

Задание:

1. Направете преглед на обичайните **форми на финансиране**.

Проучете в Интернет, какво се разбира под различни варианти за финансиране:

Възможност за финансиране	Линкове
Кредити от банки и спестовни каси	http://economix.bg/da-rzhavnata-banka-pusna-krediti-za-startirasht-biznes
Получаване на гаранция за кредит	http://ec.europa.eu/small-business/finance/index_bg.htm
Crowdfunding/-funding (микроинвеститори за начинаещи предприемачи)	http://trudipravo.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=1715:ibt201203&catid=10:ibtbest&Itemid=41
„Бизнес ангели“	http://bulgariaangels.org/%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%BB%D0%B8/
Кредити за стартиращ бизнес	http://www.mikrofond.bg/index.php/products/index/1181/bg
Микрофинансиране за учредяване на самостоятелен бизнес	www.epi-bg.org/uploads/docs/pubs/01/book_027_done.doc

2. Проверете кои форми за финансиране са основно подходящи за Вас и Вашето стартиране.
3. Формулирайте **критерии**, чрез които можете да анализирате възможните форми за финансиране.
4. Обосновете съвместно, защо смятате дадене форма за финансиране за подфодяща или неособено подходяща.
5. Вземете в групата обосновано **решение** относно алтернативи за финансиране, които пасват най-добре на Вашия бизнес план. При това обмислете оптималната комбинация от собствен и чужд капитал.

Продължителност: 90 минути

Задача: Без пари не става нищо! – Набавяне на капитали

Приоритет за наблюдение: К 1 Анализирани на ситуациите

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
определя възможностите за финансиране на стартиращи фирми.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
идентифицира факторите, които влияят за набавяне на собствен и чужд капитал.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
анализира изискванията за бизнес модел във връзка с финансирането.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Без пари не става нищо! – Набавяне на капитали

Приоритет за наблюдение: К 4 Анализирани, оценка и сформирани на кооперации

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
оценява предимствата и недостатъците от държ./частно финансиране на учредители.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
идентифицира на потенциални инвеститори, като банки и „Бизнес ангели“.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Анализира шансовете и потенциални конфликти с инвеститорите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

6. Elevator Pitch (кратка концепция)

Начинаещите предприемачи представят своя *бизнес модел* пред група заинтересовани инвеститори – ролята се играе от другите начинаещи предприемачи. Те трябва да направят убедително представяне, което да изплати! В крайна сметка *потенциалните инвеститори* ще вземат след това решение относно степента на „капиталова инжекция“. Като модератор можете да въведете задачата така, че да покажете на начинаещите предприемачи какво постигнали. За кратко време те са разработили своята бизнес идея, изследвали са потенциални клиенти и конкуренти, открили са възможности за финансиране и са развили малка маркетингова концепция. Това трябва да вдъхне увереност на начинаещите предприемачи, че сега е моментът да представят своята бизнес концепция за първи път пред публика. В бизнес-живота учредителите често имат малко време, за да убедят своите бизнес партньори и капиталови инвеститори. Затова е широко разпространено презентирането на бизнес концепции да се организира като *Elevator Pitch* (кратка концепция в асансьор). Така че и по тази причина е включено в анализа на потенциала на начинаещите предприемачи.

Какво е Elevator Pitch?

Представете си следната ситуация през 1985 г. в Манхатън, Ню Йорк: Вие сте инженер по професия, работите в най-големата фирма-производител на мобилни телефони в САЩ в отдел за изследвания и развойна дейност. Една сутрин Вие сте в асансьора на път към работното си място на 42 –ия етаж в Емпайър Стейт Билдинг, имате новаторска визия: Безжичният телефон ще замени по Ваше мнение стационарния телефон в най-скоро време. Вие сте убедени, че Вашата идея ще направи революция на пазара за телекомуникации. След една седмица на интензивни изследвания представяте Вашата идея на своя работодател. За съжаление той не споделя Вашата еуфория и Ви мисли за мечтател. Съответно отхвърля молбата Ви за средства за изследвания в размер на един милион долара.

Две седмици по-късно влизате в асансьора и също така влиза и главният финсов директор. Това е Вашият шанс! Имате точно една минута и 50 секунди време докато вратите на асансьора се отворят на 42-ия етаж. Достатъчно време да заговорите директора и да му продадете идеята си.

За щастие за Вашата Elevator Pitch (асансьорна презентация) е достатъчно убедителна, че финансовият директор Ви предлага да се срещнете на обяд, за да научи повече за Вашата идея. Вие сте правили всичко правилно и сте използвали оптимално Elevator Pitch.

Заключение: Elevator Pitch, който е възникнал в САЩ през 80-те години на 20 век е техника, с която в кратко време убедително може да се презентира и продаде идея. В днешно време се използва предимно при мероприятия за рискови капитали.

Източник: <http://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/elevator-pitch/>

Тази задача включва две фази:

Фаза 1 (60 минути): Начинаещите предприемачи подготвят презентацията. Заданието съдържа всички необходими първоначални данни. Не е предвидена презентация с проектор или други подобни средства. Обаче начинаещите предприемачи могат да „измайсторят“ нещо. Подгответе материали за това. Ако е необходимо начинаещите предприемачи се подготвят за презентацията с генералната репетиция. Моля насърчавайте това, но не изрично, тъй като направеното предложение може да се наблюдава от търсачите на таланти.

Фаза 2 (5 минути на група): Презентацията се провежда в пленум. Повече не се извършва наблюдение от търсачите на таланти. Вие трябва да съобщите това предварително на начинаещите предприемачи.

Обяснете пълните *правила* едва непосредствено преди презентациите:

1. Всяка група представя своя бизнес план. Модераторът трябва да спре представянето точно след 5 минути. Започнатото изречение може да бъде завършено. След това публиката може да зададе три въпроса към групата на учредителите.
2. Присъстващите изпълняват ролята на заинтересовани инвеститори. Те трябва да записват важни информации. Като потенциални инвеститори те решават кой бизнес план считат за способен да устои на пазара, може да се реализира от учредителите и е печеливш.
3. След като всички групи са презентирали, дават на всеки инвеститор по 800 € (1x500 €, 1x200 € и 1x100 €). Той може да инвестира сумата само в един стартиращ бизнес или да я раздели. Няма право да инвестира в собственото си стартиращо предприятие. Прибира парите в плик (надписан с името на стартиращата фирма). Накрая се определя групата победител.

Списък с материали (за всяко работно помещение на група):

- Материали за майсторене: ножици, лепило, фотохартия, моливи (минимално оборудване).

Списък с материали (за пленума):

- 18 листчета за бележки
- 1 хронометър
- пари за игра: 18 броя по 500 €, 200 €, 100 €
- 3 броя плика

Съвет 1: Ламинирайте „бакнотите“ за да ги използвате няколко пъти.

Съвет 2: Този раздел от анализа на потенциала е изключително подходящ да поканите експерт или учредител. Той може да бъде включен при презентирането като инвеститор. При това може да бъде помолен да направи оценка на шансовете за успех на бизнес идеите от негова гледна точка.

Съвет 3: Подгответе малка награда за групата победител.

Продължителност: 60 минути

Бележки на инвеститорите

Elevator Pitch

1

Име на фирмата

Бележки

2

Име на фирмата

Бележки

3

Име на фирмата

Бележки



Задача: Elevator Pitch

T

Метод : Групова дискусия, Кратка презентация

Продължителност: 60 минути

Начинаещите предприемачи представят своята бизнес концепция пред група заинтересовани инвеститори, изиграни от другите начинаещи предприемачи. Тази задача включва две фази:

Фаза 1: (60 минути) Начинаещите предприемачи подготвят презентацията, ако е необходимо правят генерална репетиция за задачата.

Фаза 2: (5 минути за група): Представяне в пленум. Начинаещите предприемачи не се наблюдават от Вас.

Презентацията трябва да бъде приспособена към *интересите на инвеститорите*. Краткостта на времето изисква определянето на *приоритети*. Целта е инвеститорите да осигурят началния капитал. За тази цел те трябва да бъдат убедени, че бизнес идеята е конкурентноспособна, може да се реализира от учредителите и е печеливша.

Приоритети за наблюдение

<p>P 1 Добросъвестност</p> <p>K 3 Анализирание на интересите</p>	<p>Хората, които разполагат с това ...</p> <p>са прилежни, точени, организирани, внимателно обмислят и планират ефективно,</p> <p>могат да определят, кои интереси на бизнес партньорите са съвместими с неговите собствени интереси или са в конфликт, например по отношения на банки, доставчици, клиенти. В бизнес отношенията има стремеж към ситуация, при която да спечелят и двете страни. Разбират се, кои конфликти на интереси предотвратяват или възпрепятстват икономическите взаимодействия.</p>
--	---

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- работи бързо, планирано и ориентирано към резултатите.
- взема под внимание съветите и насоките на заданието.
- дава предложения, които също обосновава.
- идентифицира интересите на инвеститорите.
- стреми се към ситуация, в която печетял и двете страни.
- идентифицира потенциалните конфликти на интереси и показва компромисни варианти.

Използвайте този уникален шанс! - Elevator Pitch

Представянето на една бизнес идея е алфата и омегата. Понякога учредителят има само няколко минути, за да убеди другите в това. Например, докато чакат с някого заедно пред асансьор.

Сега е дошъл моментът да презентирате Вашата бизнес концепция за първи път. Можете ли да убедите Вашите бизнес партньори? Преди всичко ония, които искат да дадат парите си за това – Инвеститорите?

Вие презентирате пред група инвеститори и имате за това точно **пет**

минути. Презентацията се провежда в пленум. Вие можете да се подготвите за това за **60 минути**. Възползвайте се от този уникален шанс!

Направете убедително представяне, което ще Ви се изплати в пари! След това инвеститорите ще вземат решение относно размера на тяхната „капиталова инжекция“.

Съвети за Elevator Pitch:

- Презентирайте свободно и творчески!
- Убедете с Вашите собствени идеи!
- Обобщете Вашата идея в едно кратко изречение!

Въпросите, върху които трябва да се концентрирате:

- Кои са Вашите клиенти?
- Колко силни са конкурентите?
- Какъв е пазарният потенциал на Вашата идея?
- Как точно искате с това да печелите достатъчно пари?
- Какви предимства предлага Вашият екип?
- Как възнамерявате да финансирате изграждането на Вашето предприятие?

Виж <http://de.slideshare.net/Seedmatch/pitch-deck-20130829>

Задание:

1. Помислете, какви са **интересите** на **инвеститорите** и как можете да се съобразите с тях.
2. Разработете **убедителна презентация** на Вашата бизнес концепция.
3. Обмислете, **как** трябва да се презентира и определете, кой да извърши представянето. Решете дали един от Вас или от повече членове от групата ще презентират.

Продължителност: 60 минути

Задача: Elevator Pitch

Приоритет за наблюдение: P 1 Добросъвестност

	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
Начинаещият предприемач...	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
работи бързо, планирано и ориентирано към резултатите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
съблюдава указанията и поставените задачи.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
дава предположения, които също обосновава.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: Elevator Pitch

Приоритет за наблюдение: К 3 Анализирани на интересите

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
идентифицира интересите на инвеститорите.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
стреми се към двустранно печеливша ситуация.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
идентифицира потенциални конфликти на интереси и показва компромисни възможности.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

<http://vbox7.com/play:8db653874b>

<https://www.youtube.com/watch?v=mp2coSyW5IU>

<https://www.youtube.com/watch?v=VG0JiyteU6U>

<https://www.youtube.com/watch?v=3tCyksh6bXc>

„Рай или пустиня за учредителя?

България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“

Въведението в токшоуто „Рай или пустиня за учредителя?

България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“ се провежда в пленум. Тук се показва видео с актуалната ситуация на учредяване на бизнес в България. След това най-важните изказвания се разглеждат в пленума.

След това накратко се представя методът на токшоуто (ако на начинаещите предприемачи не е известен). Има три групи със съответно по шест начинаещи предприемачи. Следователно токшоуто се извършва паралелно три пъти. Във всяка група има шест роли:

1. Модератор
2. Член от опозиционна партия
3. Член от управляващата партия
4. Издател от медия, отразяваща създаването на нови бизнеси
5. Учредител на неуспяла стартираща фирма
6. Учредител на успяла стартираща фирма

Първо, съставете заедно групите (→ *План на разпределението*). Разпределете ролите. Дайте сега време на начинаещите предприемачи да намерят текущата информация за „своята“ позиция в изданието, отразяващо учредяване на фирми. За това предварително трябва да инсталирате наръчника на начинаещия предприемач на компютъра или да отворите линка в интернет браузъра. След проучването начинаещите предприемачи отиват в групата си и провеждат токшоуто. Напомнете на начинаещите предприемачи, че те сега играят роля и не трябва да изразяват своето мнение (табелки с името токшоуто). След токшоуто начинаещите предприемачи трябва да се „отърсят“ от ролята си.

Списък с материалите (за всяко работно помещение на група):

- бимър (само един за пленарна зала)
- табло, картш или: дъска, тебешир
- моливи и листи за бележки

План – график

Време/Минути	Съдържание
20	<i>В пленарната зала:</i> Модератор, увод, опорни точки, въведение в темата
45	<i>Индивидуална работа:</i> събиране на информация за подготовка на ролята
5	Формиране на групи + разделяне на помещението
35	Групи: Токшоу „ <i>Рай или пустиня за учредителя? България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?</i> “

Продължителност: 120 минути

T

Задача: „Рай или пустиня за учредителя? България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“

Метод : Интернет търсене, токшоу

Продължителност: 120 минути

„ Рай или пустиня за учредителя ? България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“

Начинаещите предприемачи приемат различни роли в токшоуто. Те представят определена позиция, която им се дава чрез *ролевите карти*. Начинаещите предприемачи защитават тази позиция с аргументи – срещу различните мнения на другите участници в токшоуто. Наръчникът на младия предприемач е отправна точка за всяка роля.

Начинаещите предприемачи се информират за актуалната ситуация за учредяване на бизнес в България. В последващата групова работа начинаещите предприемачи търсят самостоятелно допълнителна информация, за да се подготвят за ролята си в токшоуто. След това токшоуто се провежда.

Приоритети за наблюдение

<p>К 4 Анализиране , оценка и осъществява на сътрудничество</p>	<p>Хората, които разполагат с това... могат да посочат предимствата от обмен с други учредители, „Бизнес ангели“ и др. Те използват благоприятни възможности за съвместна работят и се обединяват с други хора, за да преследват своите интереси заедно, познават и потенциалните конфликти и проблемите от кооперирането.</p>
<p>К 6 Анализиране на икономически системи и порядки</p>	<p>могат да анализират и оценяват макроикономическата и законовите рамкови условия за учредители на фирми.</p>

Начинаещият предприемач...

- представя ползата от коопериране във фазата на учредяване.
- използва токшоуто като възможност за откриване на общи интереси.
- открива конфликтите на интереси.
- включва аргументацията си настоящата ситуация за учредителите в България.
- анализира рамковите условия за начинаещите предприемачите.
- описва икономическото значение за предприемаческите дейности.

Вие сте **ЧЛЕН НА ОПОЗИЦИОННА ПАРТИЯ !**

Вашата позиция: *Ние се нуждаем от повече държавно финансиране за стартиращи фирми и за желаещи да учредят фирми!*

- Имаме нужда от повече стартиращи фирми !
- Стартиращите фирми се нуждаят от повече подкрепа от държавата при набавянето на капитал!
- България трябва да стане по-приветлива към учредителите: по-малко страх от провал!
- Трябва да се намали бюрокрацията за стартиращите предприемачите!

Материал за начало:

Актуален наръчник на младия предприемач

Работна задача:

Потърсете повече информация, за да докажете своята позиция.
Подгответе аргументи, с които може да обосновате исканията си.

Вие сте **ЧЛЕН НА УПРАВЛЯВАЩАТА ПАРТИЯ !**

Вашата позиция: *В България всичко е уредено, за да продължи насърчаването на предприемаческия дух!*

- Правителството на България е рзбрало значението на стартиращите фирми!
- Ние укрепваме предприемаческата култура в България! Правителството си е свършило работата.
- Вече имаме разнообразие от програми, които подпомагат предприемаческия дух в България! Ти просто трябва да се възползваш по-добре от тях.
- В областта на образованието (училище/университет) се фокусирахме върху насърчаването на стартиращи инициативи.

Материал за начало:

Актуален наръчник на младия предприемач

Работна задача:

Потърсете повече информация, за да докажете своята позиция.
Подгответе аргументи, с които може да обосновате исканията си.

Вие сте **Издател на медия за нови бизнеси**

Вашата позиция : *Българските учредители могат да направят повече – търси се подкрепата на държавата!*

- Броят на новите предприятия би могъл да бъде много повече – причините са многобройни!
- Предприемаческият дух се усеща слабо – тук всички партии са длъжници!
- В България учредителите не са стимулирани, възпрепятстват ги.
- Искаме учредителите да се насърчават самото начало!

Материал за начало:

Актуален наръчник на начинаещия предприемач

Работна задача:

Потърсете повече информация, която да потвърди Вашата позиция. Подгответе аргументи, с които можете да обосновате твърденията си.

Вие сте **Учредител на неузпяла стартираща фирма**

Вашата позиция: *България е на правилния път!
Но за това ще се нуждаем от много повече!*

- Опитях, но за съжаление моята мечта за собствена фирма не се сбъдна
- Провалих се! Но всеки заслужава втори шанс! За съжаление, в моя случай не е така!
- Трябваше да се свържа с други учредители, може би с ментори и др.
- Учредителите се нуждаят от повече капитал (външен), за да развият една амбициозна, дори добра идея.

Материал за начало:

Актуален наръчник на начинаещия предприемач

Работна задача:

Потърсете повече информация, която доказва Вашата позиция. Подгответе аргументи, с които може да обосновате исканията си.

Вие сте **Учредител на успешно стартирала фирма**

Вашата позиция: *В България може да се създава бизнес въпреки насрещния вятър!*

- Ние учредителите трябва да бъдем чути от държавата.
- Създадох силни регионални връзки (например с други стартиращи предприятия, организации на учредители).
- Имах бизнес идея от дълго време. Но за следващата стъпка дълго няхах доверие в себе си.
- Поисках финансова подкрепа: Получих Подкрепа по проект „Предприемчивите българи“ за една година.

Материал за начало:

Актуален наръчник на начинаещия предприемач

Работна задача:

Потърсете повече информация, за да докажете своята позиция. Подгответе аргументи, с които може да обосновате исканията си.

Вие сте **Модератор на токшоу „ Да поговорим за“**

Неутрална позиция

- Темата е „Рай или пустиня за учредителите? България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“
 - Ще Ви задам ключови думи или целенасочени въпроси, за да предизвикам дискусия и да привлека и резервираните участници.
 - Ще започна и ще завърша кръга от разговори.
 - Наясно съм със ситуацията за учредители в България (текущи данни и тенденции).

Материал за начало:

Актуален наръчник на начинаещия предприемач

Работна задача:

Вашата работа е много специална. Вие правите въведение в токшоуто и го приключвате. Давате думата и ръководите токшоуто. За Вашата роля е важно да разполагате с предварителна информация по темата, за да изградите модерацията си и доказвате Вашите тези.

Съвет: Започнете токшоуто с представяне на участниците. Също така обърнете внимание на времетраенето!

Задача: „ Рай или пустиня за учредителя ? България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“

Приоритет за наблюдение: К 4 Анализиране, оценка, създаване на кооперации

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
представя ползите от кооперирането във фазата на учредяване.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
използва токущоуто като възможност да открие общи интереси.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
открива конфликт на интереси.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Задача: „ Рай или пустиня за учредителя ? България, как изглежда ситуацията за твоя начинаещ предприемач?“

Приоритет за наблюдение: К 6 Анализ на икономически системи и организации

Начинаещият предприемач...	Начинаещ предприемач 1					Начинаещ предприемач 2					Начинаещ предприемач 3				
	Мн.силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.	Мн. силен	Силен	Среден	Слаб	Н.Н.
включва актуалната ситуация в България в аргументацията.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
анализира рамковите условия за учредители.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
описва макроикономическото значение на предприемачеството.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Използва специализирани термини.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Бележки:															

Информация за модератора

Заклучителен кръг за начинаещите предприемачи

По време на анализа на потенциала са осигурени няколко заключителни кръга:

1. Заклучителен кръг в края на всеки ден
2. Заклучителен кръг по време на разговорите за обратна връзка.
3. Заклучителен кръг след целия анализ на потенциала

Всички заключителни кръгове се провеждат в общата зала в кръг от столове.

1. Заклучителен кръг след края на всеки ден

В края на всеки ден всички начинаещи предприемачи и модераторът се срещат в общата зала. Заклучителният кръг умишлено се извършва баз търсачите на таланти, понеже начинаещите предприемачи знаят, че нама да бъдат наблюдавани. Заклучителният кръг се използва за определяне на настроенията на начинаещите предприемачи, провежда се кратък обзор и се разрешават евентуални проблеми.

Въведете заключителния кръг с кратко обобщение на деня. Помолете начинаещите предприемачи за кратки изказвания. За тази цел се препоръчва използването на „говорящ камък“. По този начин, само който има думата държи в ръка камъка (или малка топка). Не е необходимо всеки начинаещ предприемач да казва нещо.

Попитате: „Какво Ви хареса днес и какво не?“

Поради хетерогенността на групите, може да се окаже начинаещите предприемачи да дадат като обратна връзка, че времето за обработка на задачите е било прекалено дълго или прекалено кратко. Или, че паузите са твърде дълги. Това бихте могли евентуално да промените за следващите няколко дни.

След кратката информация направете кратък обзор за следващия ден.

Преди начинаещите предприемачи да напуснат залата проведете барометър на настроението. За да направите това поставете на изхода три контейнера. Обозначете контейнерите с усмивки (→ Барометър на настроението). Раздайте на начинаещите предприемачи съответно по едно стъклено топче. При напускане на залата начинаещите предприемачи пускаг топчетата в контейнера, който съответства на настроението им.

Благодарете на начинаещите предприемачи и се сбогувайте.

2. Заключителен кръг по време на разговорите за обратна връзка

Фазата за обратна връзка започват в пленум. Поздравете начинаещите предприемачи за тази последна фаза от *Начинаещи предприемачи – профил на предприемаческия талант*. Разпределете първоначално листовите със сондиращ въпрос и по една лепяща точка (→ Сондиращ въпрос след начинаещи предприемачи). Приканете начинаещите предприемачи да оценят предприемаческия си талант с използване на лепящата се точка. Този проучвателен (сондиращ) въпрос начинаещите предприемачи включват в разговора за обратна връзка. Търсачите на таланти имат сондиращия въпрос от *Ние започваме! Запознаване!* След това изяснете по-нататъшния ход:

1. Винаги в разговора за обратна връзка има шест начинаещи предприемачи. Начинаещият предприемач, който напуска разговора за обратна връзка, моли да влезе следващия.
2. По време на разговорите за обратна връзка начинаещите предприемачи, които не вземат участие в разговора пишат писмо до бъдещето (→ Писмо до бъдещето). В това писмо начинаещите предприемачи могат да напишат своите преживявания от *Начинаещи предприемачи – профил на предприемаческия талант* и да си отбележат неща, върху които да поразобят върху себе си. Писмото е абсолютно лично. Начинаещият предприемач поставя писмото в плик и написва адреса си на него. След една година изпратите писмото до начинаещия предприемач. Отбележете тази дата в календара си.
3. Когато всички разговори за обратна връзка са завършени, те се събират отново в общата зала и Вие раздавате въпросника за оценка (→ Въпросник за оценка). Дайте време на начинаещите предприемачи да ги попълнят и ги съберете.

3. Заключителен кръг за целия анализ на потенциала

Интензивният и успешен анализ на потенциала е вече зад Вас, начинаещите предприемачи и търсачите на таланти. В последния заключителен кръг всички участници в мероприятиято сядат на столове в кръг и завършват края на седмицата заедно. Това може да се отбележи отново с кратки изказвания. Вие, търсачите на таланти и начинаещите предприемачи можете да изразите мнението си накратко. Въпросите могат да бъдат! „Как преживях анализа на потенциала?“, „Какво научих?“, „Кое беше особено забавно, кое не?“, „Какво Ви липсваше?“

Благодарете на начинаещите предприемачи и търсачите на таланти за участието в *Начинаещи предприемачи – профил на предприемаческия талант* и се сбогувайте с тях.

При напускане на пленарната зала можете да проведете отново барометър на настроението. Въпрос: „Как ми хареса цялостният анализ на потенциала?“

Списък на материалите:

- 1 „говорещ камък“
- 18 стъклени топчета
- 3 контейнера
- 18 пликове за писма
- 18 лепящи се точки

Информация за модератора

Предприемачите разказват

Да се интервюира един учредител, който е дръзнал да поеме голямата стъпка в предприемаческата самостоятелност – това със сигурност не е ежедневие за начинаещия предприемач. Дайте тази възможност на Вашите начинаещи предприемачи.

Предприемачите разказват не е задължителна задача и не се наблюдава от търсачите на таланти. Опитът е показъл, че обменът на знания е много популярен сред начинаещите предприемачи и ги мотивиращ. Ето защо сърдечно Ви препоръчваме тази задача. Както посочихме в глава 2, особено подходящи са млади учредители, понеже те обикновено са малко по-възтрасни от начинаещите предприемачи. Също така е препоръчително да изберете учредители, които са все още в начална фаза. За да намерите учредители за такъв обмен, е препоръчително да се свържете с офиси на учредители, информационно образователни центрове или катедри по предприемачество към университетите. Тук ще намерите бързо необходимата информация за контакт. Може да помислите и за резервен учредител.

Изпълнението на *Предприемачите разказват* трябва да се извърши в три стъпки.

Предприемачите разказват

Подготовката започва в пленум. Представете на начинаещите предприемачи учредителя и неговото стартиране. Предварително набавете информация за учредителя. Например, уеб сайт, страница във Facebook, видеоклипове в Youtube. Обобщете всички необходими информации за начинаещите предприемачи. Разпределете сега начинаещите предприемачи в три групи. В идеалния случай е в груповото разпределение както при предишните задачи. Формулирайте следните задачи:

1. Информирайте се чрез Интернет или с помощта на информационни материали за учредителя и неговата бизнес концепция.
2. Формулирайте в индивидуална работа 5 въпроса, които искате да зададете на учредителя.
3. Представете сега пред другите членове на групата тези въпроси. Когато всички са представили своите въпроси ...
 - а) премахнете дублиращите въпроси.
 - б) съберете подобни въпроси.
4. Направете списък с въпросите за обмяна на опит с учредителя.
5. Всеки от групата може да задава въпроси на учредителя.

За изпълнението са осигурени 60 минути.

Предприемачите разказват изпълнение

Предприемачите разказват се провежда в пленум. В началото поздравете учредителя и му благодарете, че е намерил време да е на разположение на начинаещите предприемачи да говори пред начинаещите предприемачи и да отговаря на техните въпроси. Като правило, учредителят отначало казва нещо за първият си старт и за кариерата си (това трябва предварително да сте го обсъдили с учредителя). След това начинаещите предприемачи имат възможност да задават въпросите от подготвителната фаза. Накрая му благодарете още веднъж. Освен това е желателно да пригответе малък подарък.

За изпълнението са предвидени 90 минути.

Ако е възможно поканете учредителя да участва в Elevator Pitch (асансьора). Той гарантирано може да даде съвети на начинаещия предприемач за бизнес плана му.

Предприемачите разказват заключение

Във *зключителния крък за деня* може да се обсъди обмяната на опит с учредителя. Пригответе при това три табла. На всяко табло има изказване, което начинаещите предприемачи трябва да допълнят.

Изказване 1: В учредителя собенно ми харесва това, че.....

Изказване 2: В учредителя не ми хареса това, че

Изказване 3: Обмяната на опит с учредителя ми показва, че

Раздайте на начинаещите предприемачи сега модерационни карти и маркери. След като всички начинаещи предприемачи надришат картите завършват фазата. Всеки начинаещ предприемач може да надпише само по една карта за изказване. Извикайте един от начинаещите предприемачи да прочете написаното във връзка с изказване 1. След това идва следващото допълнение към Изказване 1. Начинаещи предприемачи, които имат същите или подобни отговори, ги закрепват с габърчета към това. Това продължава, докато всички начинаещи предприемачи закрепят своите карти за Изказване 1. Приключете с Изказване 1 изпочнете с Изказване 2 по същия метод. След това отразете и Изказване 3. По време на закаченето са позволени уточняващи въпроси.

След това можете да продължите финалната сесия както обикновено.

Списък с материалите:

- 50 модерационни карти
- 18 текстмаркера
- табло
- 3 подвижни табла
- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала (за всяка група).

5. Приложения

Списък с материали	
	Прозрачно тиксо
	Линия (минимум по една на група)
	Подвижни табла (по едно на група)
	Габърчета (за група)
	Ножица (минимум по една на група)
	Гума (минимум по една на група)
	Сухо лепило ролка (минимум по едно на група)
	Залепващи се точки (минимум 100, от тях 80 в един цвят и 20 в друг)
	18 Химикалки
	18 Текстмаркери
	18 Перманенти маркери (черни)
	18 Моливи
	Цветни моливи (по един пакет за всяка група)
	Флумастри (по едни пакет за всяка група)
	Цветен картон
	Модерационни карти (минимум 300)
	Листи (на редове или кариран) (около 20 листа за всеки участник)
	Листи (бели)
	25 плика за писмо
	Банкноти за игра (18 x 500 €, 18 x 200€, 18 x 100€)
	Игри за почивките
	„Говорещ камък“ (топка и др.)
	18 малки стъклени топчета
	Три контейнера
	Една чаша
	Баджове за начинаещите предприемачи, търсачите на таланти и модератора

Писмо-образец

Скъпи ученици,
Скъпи настояници,
Скъпи учители,

Често дори и след завършване на училище човек все още не е наясно със собствените си способности и потенциал. Поради това планирането на бъдещето в личен и професионален план е голямо предизвикателство. Съществуващите програми за ориентиране на ученици пренебрегват най-често аспекта на предприемаческата самостоятелност, така че при много от учениците този потенциал остава неоткрит.

Тук се намесва проект **Enterprise+**. При него млади хора биват поощрявани и подпомагани, за да открият своя потенциал за предприемаческо мислене и действие – както като креативен и отговорен служител, така и като учредител и мениджър на своя собствена фирма. *Losleger* е своеобразна проверка на профила, която открива предприемаческите наклонности и компетентности на учениците и чрез това им посочва житейски и професионални перспективи.

В рамките на *Анализ на предприемаческия потенциал 30.03. – 01.04.2016 г.* на учениците се дава възможност да проявят своите силни страни и предприемачески потенциал: Позхождащ ли е начинът ми на поемане на отговорност за предприемач или за служител? Как стои въпросът с разпределението на времето? Каква е моята самоорганизация?

При един научно обоснован метод се използва обширен инструментариум: участниците се оценяват сами и разработват задачи за предприемаческо мислене и действие. Разработват се различни практически задачи, които могат да се срещнат и в реалния процес на учредяване на фирма. Учениците получават обратна връзка от собствения си обучен търсач на таланти. Това обхваща обсъждане на резултатите от проверката на профила, както и съвместно уточняване на целите и мерките за поощряване, за да се подкрепи установеният потенциал за развитие.

На разположение сме за допълнителни въпроси.

Ще се радваме на Вашата регистрация за участие! Моля, изпратете я до 15.03.2016 г. до ГТПП, Габрово, ул. Брянска 30

С дружески поздрави

Подпис

Заявление за участие в *Анализ на предприемаческия потенциал 30.03. – 01.04.2016 г.*

Данни за участника:

Собствено име	
Фамилно име	
Адрес	
Дата на раждане	
Телефон	
Мобилен	
Е-Mail	
Училище	
Клас	

В случай на необходимост моля уведомете (Задължителна информация за непълнолетни участници):

Собствено име	
Фамилно име	
Адрес	
Телефон	
Мобилен	

Въпросник за оценка на провеждането на *Losleger*

Скала: 1 = много добре / съответства напълно 6 = незадоволително / изобщо не съответства

	1	2	3	4	5	6
Помещенията бяха много подходящи.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Имаше на разположение необходимото оборудване (компютър, флипчарт и др.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Броят на участниците беше подходящ за това мероприятие. Мероприятието беше организирано много добре.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Времето за упражнения беше правилно пресметнато.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Нивото на трудност на задачите беше подходящо	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Условията на задачите бяха разбираеми.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Успях да ползвам предварителните си знания.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Отделните дни бяха добре структурирани.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Балансът между работните фази и свободното време беше подходящ.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Фазите на учене и работа бяха без напрежение и конструктивни.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Изборът на съдържание съответстваше на моите очаквания за мероприятието.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Чрез задачите се почувствах поощрен.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Задачите ми дадоха възможност да отразявам критично темите.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Задачите бяха интересни и полезни.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Обратната връзка от търсачите на таланти беше голяма помощ за мен.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Обратната връзка беше съдържателна и изпълнима.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Атмосферата по време на разговорите за обратна връзка беше приятна.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Защо участвахте в мероприятиято?

Как узнахте за мероприятиято?

Следното ми хареса много:

Много се зарадвах или ядосах на следното:

В бъдеще ще предприема следното:

Мога да си представя, че по-късно ще бъда предприемач.

Да Не Не знам

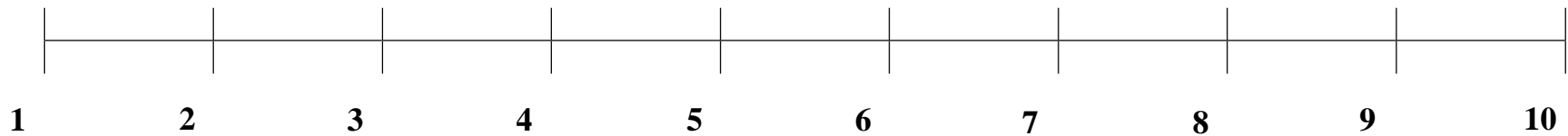
Ще препоръчам на съучениците си да участват в Анализ на потенциала.

Да Не Не знам

Бих оценил/а/ Анализа на потенциала с оценка_____.

_____ (Име)

Как оценявате Вашият предприемачески талант?



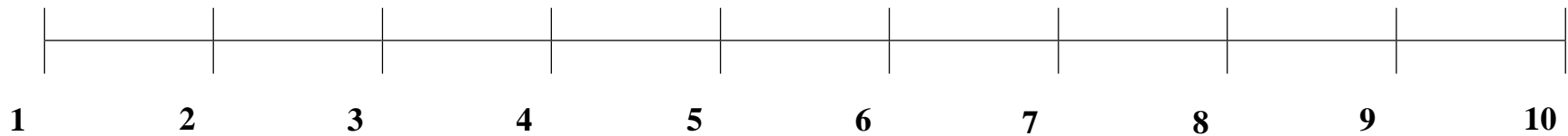
1: Нямам никакъв предприемачески талант

10: Роден/а съм за предприемач

Losleger – Проверка на предприемаческия талант

_____ (Име)

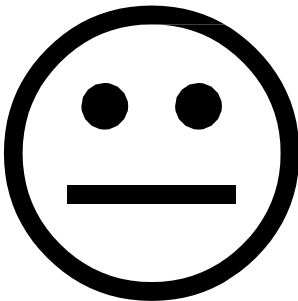
Как оценявате Вашият предприемачески талант?



1: Нямам никакъв предприемачески талант

10: Роден/а съм за предприемач

losleger – Проверка на предприемаческия талант



Име

5.8 Как да се попълни Плана за разпределение

Планът на разпределение изпълнява елементарна задача в *Начинаещи предприемачи – проверка на предприемаческия талант*. С негова помощ се решава, кои начинаещи предприемачи ще работят заедно и кои търсачи на таланти ще ги наблюдават. Това е важно за успеха на анализа на потенциала този план на разпределение да се спазва стриктно.

Направихме това възможно най-удобно за Вас, за да можете да създадете този план бързо. Планът за разпределение се състои от няколко листа с таблици. Табличен лист 1 съдържа работните групи на начинаещите предприемачи и разпределението на търсачите на таланти за всяка задача. Табличен лист 2 разпределя на търсачите на таланти съответните начинаещите предприемачи при конференцията за оценка. Тук също може да се види кои начинаещи предприемачи с кои търсачи на таланти ще провеждат разговор за обратна връзка. Останалите таблични листове включват всички разпределения за търсачите на таланти.

Обработете плана за разпределение както следва:

1. Отворете екселската таблицата „План за разпределение“ и първия табличен лист.
2. Изберете за всеки начинаещ предприемач число и за всеки търсач на таланти буква.
3. Въведете техните имена в по-горе упоменатата таблица.
4. Връчете готовия план за разпределение само на търсачите на таланти. На начинаещите предприемачи не се разкрива от кого ще бъдат наблюдавани.
5. Плана за разпределение за конференцията на търсачите на таланти ще намерите в дясно. Нанесете тук имената на начинаещите предприемачи и търсачите на таланти.

госпожа/господин

[собствено и
фамилно име]

учства успешно [от ... до]

в [място]

в анализ на потенциала

***losleger - Проверка
на
предприемаческия
талант
в рамките на проект
Enterprise+ – Иновативният потенциал
среща опита***

losleger – Проверка на предприемаческия талант
дава възможност на участващите ученици въз основа
на практически задания да открият своите
предприемачески заложби и компетентности

[място, дата]

Подпис



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_03

Zuordnungstabelle 1- 12 Losleger

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_04

Zuordnungstabelle 13-24 Losleger

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_05

Auswertungstabelle

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_06

Vorlage_Feedback

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





Скъпи.....

Имахме удоволствието да Ви съпровождаме при участието Ви в проверката на профила за начинаещи предприемачи. Въз основа на потенциала, който можахме да наблюдаваме при Вас, установихме Вашите силни страни, както следва.

Тук се намира Вашият предприемачески талант:

Какво друго ни направи впечатление:

Резултатът Ви от теста за предприемачески знания е добър.

Указание: Тези резултати са предназначени само за Вас! Изискванията към предприемачите в различните браншове могат да се различават. Открийте къде можете да използвате и разгърнете Вашите силни страни.

Пожелаваме Ви много успехи в бъдеще!

Галина Михнева
Изп. директор на ГТПП

*Настоящата оценка е направена с помощта на метода „Losleger – проверка на профила за предприемачески талант“ в рамките на проект Enterprise+, финансиран от програма Erasmus+ на ЕС.
Водеща организация – Рурски университет Бохум, Германия
Партньор за България – Габровска търговско-промишлена палата*



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_07

Implementierung_Materialien für Beobachter

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





Инструкция за търсача на таланти

Метод : Групова дискусия (Спирка 1)

Продължителност: 30 минути

Начинаещите предприемачи вземат становище по въпроса. На какво се дължи успехът на предприемача – на самата личност или на обкръжаващата го среда?

В дискусията начинаещите предприемачи трябва да изразят мнението си, да защитят позицията си с аргументи, но и също и да вземат под внимание и други възможни гледни точки и възражения. Накрая трябва да се обединят около обща позиция. Един ко-модератор води дискусията. В началото той дава импулс за дискусията и я активизира, ако започне да замира.

Приоритети за наблюдение

<p>P 2 Екстровеерност</p> <p>Анализиране</p> <p>на К 6 икономически</p> <p>системи и правила</p>	<p>Хората, които я имат</p> <p>са често насочени навън. Екстровеерните хора могат да бъдат описани със следните характеристики: общителни, активни, разговорливи, отворени и възприемащи препоръки.</p> <p>могат да анализират и преценяват макроикономическите и законови рамкови условия за учредители на собствен бизнес.</p>
---	--

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- участва в дискусията по собствена инициатива
 - представя уверено собственото си мнение
 - се позовава на изказванията на другите
 - изброява факторите, които могат да намалят риска от провал
 - изброява факторите, които могат да увеличат шансовете за успех
- анализира икономическите рамкови условия за учредители



Инструкция за търсача на таланти

Метод : Строеж на кула (Станция 2)

Продължителност: 30 минути

Начинаещите предприемачи трябва да построят кула, която да отговаря на следните изисквания: Трябва да е висока 1,20 м, да стои на собствена основа и да може да издържи пълна чаша с вода 0,2 л.

За строителството начинаещите предприемачи могат да използват следните материали: 20 листа хартия формат А4 и 1 – 1,5 м тиксо. Помощни материали: ножица, линия, молив, хартия за бележки.

Приоритети за наблюдение

Р 1 Добросъвестност	Хората, които притежават това качество са прилежни, точни, организирани, съвестни, разумни, ефективни, планиращи.
Р 3 Способност за отстояване	готови са и са в състояние да преследват собствените си цели и интереси и да ги отстояват. Те са настоятелни, убедени, последователни, изискващи, готови да се борят.

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- взема под внимание изискванията на задачата (относно времето и съдържанието)
- изразява обмислени предложения за процедурата и продукта.
- отдава значение на прецизната работа
- работи целенасочено и ориентирано към резултатите
- повлиява и води групата
- стреми се към влияние върху дейността или крайния резултат.



Инструкция за търсача на таланти

Метод : Покажете талант за продажби (Спирка 3)

Продължителност: 30 минути

На случаен принцип начинаещите предприемачи получават изображение на даден продукт (стока или услуга).

Тяхната задача е да презентират продукта така убедително, че потенциалните клиенти (другите начинаещи предприемачи) да станат купувачи. Време за подготовка: пет минути! Самото представяне продължава не повече от три минути.

След като всички са презентирали, всеки начинаещ предприемач получава 150 € пари за игра. Той ги разпределя изцяло или пропорционално за най-добрите презентации. Начинаещият предприемач с най-голяма сума е победител.

Приоритети за наблюдение

P 2 Екстровеерност	Хората, които притежават това качество са често насочени навън. Екстровеерните хора могат да бъдат описани със следните характеристики: общителни, активни, разговорливи, чувствителни към стимули.
P 4 Ориентиране към (решаване на) проблеми	разглеждат проблемите като предизвикателство. Търсят си задачи, които не са рутинни. Пренасят например съществуващите знания в нови ситуации.

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- презентира уверено и полага началото, ако е необходимо.
- показва удоволствие при презентиране на „собствения продукт“.
- не се притеснява от публиката и при случай търси близост с нея.
- решава задачите креативно.
- използва знания от други области за решаване на задачата.
- преформулира положително слабите места и проблемите.

ПРЕГЛЕД НА ЗАДАЧИТЕ

Предприемаческият талант на начинаещите предприемачи се открива по време на обработка на задачите. По-долу ще получите обща представа за съдържанието на всички задачи:

Задачи	Пояснение
Започваме! Запознаване	В началото на <i>losleger</i> – проверка на профила за предприемачески талант се провежда запознаване. Начинаещите предприемачи се представят сами и оценяват сами силните си страни. От този момент следва първата допирна точка с темата за учредяване на предприятие.
Къде е Вашият предприемачески талант?	Диагностицират се личностните качества на начинаещите предприемачи с теста на МОН. В допълнение чрез специализиран тест се установяват съответните за стартиране на бизнес икономически знания .
Паркур за предприемачи	Паркурът за предприемачи е разделен на три задачи (групова дискусия, строеж на кула и талант за продажби), които се изпълняват от начинаещите предприемачи на ротационен принцип.
Групова дискусия	В груповата дискусия става въпрос за представите и нагласите относно предприемачеството. Начинаещите предприемачи обсъждат под ръководство и намират консенсус по принципния въпрос, кои фактори обуславят успеха или провала на предприемачите.
Строеж на кула	Целта на задачата е с малко материали да се изгради устойчива кула. При това начинаещите предприемачи трябва да работят заедно в екип за разработване на общо решение на проблема.
Покажи таланта си продажби!	Талантът за продажби е поставен на изпитание като случайно разпределени продукти трябва да бъдат представени на публиката възможно най-добре като промоционални продукти.
Да намерим бизнес идея, но как?	Този, който иска да учреди фирма, трябва да има идея. При тази задача начинаещите предприемачи откриват възможни бизнес идеи. За целта Вие формирате 6-членен екип от учредители и избирате най-добрата идея, която след това се разработва в цикъла от задачи, свързани с учредяването на бизнес.

<p>Какво носи една добра идея, ако няма клиенти? – Анализ на клиентите</p>	<p>За всяка добра идея трябва да има търсене. След като идеята е намерена е важно да се анализира потенциалният пазар. В рамките на тази задача начинаещите предприемачи търсят потенциални клиенти за своята бизнес идея.</p>
<p>Ако аз не губя, другият не може да спечели – анализ на конкуренцията</p>	<p>Важно е начинаещите предприемачи да разпознаят мисълта за конкуренцията, която господства на пазара. Начинаещите предприемачи определят потенциалните конкуренти и развиват идеи и стратегии за контакти с тях.</p>
<p>Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се оставя да го задвижват - маркетинг</p>	<p>В тази задача начинаещите предприемачи се занимават с четирите области на маркетинг микса. Те избират две области и ги разработват задълбочено.</p>
<p>Без пари не се получава нищо – набавяне на капитал</p>	<p>Анализирант се различни начини за набавяне на капитал. При това начинаещите предприемачи вземат обосновано решение за възможност за финансиране, която подхожда на екипа от учредители и на идеята.</p>
<p>Elevator-Pitch (кратка концепция)</p>	<p>Начинаещите предприемачи представят своята бизнес идея за няколко минути възможно най-убедително. Целевата група от Elevator-Pitch са потенциални инвеститори (другите начинаещи предприемачи).</p>
<p>„Рай или пустиня за учредители? Германия – как стоят нещата за твоите начинаещи предприемачи?“</p>	<p>В токшоу начинаещите предприемачи получават различни роли и обсъждат положението за учредяване на бизнес в Германия. Като основа се използват актуални факти.</p>
<p>Разговори за обратна връзка</p>	<p>Начинаещите предприемачи получават обратна информация за показаното поведение и техния предприемачески талант. Търсачите на таланти и начинаещите предприемачи разработват заедно индивидуален план за насърчаване.</p>
<p>Предприемачи разказват</p>	<p>Начинаещите предприемачи получават възможност да участват в опита на предприемачи и да задават целенасочени въпроси. Тази задача е по желание. През това време начинаещите предприемачи не се наблюдават.</p>

Инструкция за търсача на таланти



Задача : Да се намери бизнес идея, но как?

Метод : Мозъчна атака, точкуване, рейтинг

Продължителност: 45 минути

Начинаещите предприемачи се поставят в следната ситуация: „Вие сте се събрали заедно с други желаещи да учредят бизнес и сте твърдо решени да създадете собствено предприятие. Но все още Ви липсва „завладяваща“ бизнес идея, която си заслужава дарискувате да направите стъпката към самостоятелна заетост. Това може да се промени: Намерете и се обединете около една бизнес идея!“

- Фаза 1: Събират идеи чрез писмена „мозъчна атака“.
- Фаза 2: Идеите могат да се оценят чрез лесен метод на точкуване
- Фаза 3: Така избраните идеи се оценяват с обикновен рейтинг.

В края начинаещите предприемачи избират бизнес идеята, която най-вероятно обещава да бъде успех в начинанието.

Приоретети при наблюдението:

Р 4 Ориентиране към решаване на проблеми	Лица, които разполагат с това... виждат проблемите като предизвикателства. Те си избират задачи, които не са рутинни. Например прехвърлят наличните знания върху нови ситуации.
К 2 Оценка на алтернативите за действие	могат да преценят и оценят последици от наличните алтернативи. Те сравняват възможностите си за действие, за да определят най – добрата. Например: идентифицират се и се оценяват силни и слаби страни, възможности и рискове от различните бизнес модели.

Обърнете внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач...

- разработва бизнес идеи.
- поставя под въпрос бизнес идеите (например, осъществимост, законност).
- използва знанията си от други области за идентифициране и проверка на идеите си.
- създава критерии, за да провери бизнес идеите си.
- оценява качеството на бизнес идеите, с помощта на критериите.
- взема обосновано решение за или против една бизнес идея.



Инструкция за търсача на таланти

Задача: Без пари не става нищо – Набавяне на капитали

Метод : Групова дискусия, търсене в Интернет

Продължителност: 75 минути

На групите се задава единна потребност от капитал за стартиране на бизнес. Те трябва да покрият този капитал с набавяне на собствен и чужд капитал. Начинаещите предприемачи се информират за обичайните форми на финансиране. За целта получават указания, за това къде могат да намерят информация в Интернет. Необходимите обяснения си набавят чрез проучване в Интернет и от икономическа енциклопедия.

Начинаещите предприемачи вземат обосновано решение за алтернативи за финансиране, които най-добре пасват на техния бизнес план.

Приоритети за наблюдение:

К 1 Анализирание на ситуации	Хората, които разполагат с това Могат ясно да назоват съответните си цели в съвсем различни ситуации, определят полето си за действие и анализират факторите, които ги ограничават. По отношение на намерението за стартиране на собствен бизнес могат да определят изисквания както и да идентифицират нужди от (изменения) и ограничения пред учредителите.
К 4 Анализирание, оценка и сформирание на кооперации	могат да покажат предимствата при обмен с други учредители, „Бизнес ангели“ и др. Те използват благоприятни възможности за сътрудничество и се обединяват с други хора, за да преследват заедно интересите си, но също така познават потенциалните конфликти и проблемите при коопериране.

Обърнете внимание на следните начини на поведение!

Начинаещият предприемач

- определя възможностите за финансиране за стартиращи фирми.
- идентифицира факторите, които влияят върху набавянето на собствен/чужд капитал.
- анализира изискванията към бизнес модела във връзка с финансирането.
- оценява предимствата и недостатъците на държавното/частно чуждо финансиране за учредители.
- идентифицира потенциални инвеститори, като например, банки и „Бизнес ангели“.
- анализира шансовете и потенциалните конфликти във връзка с инвеститорите.



Инструкция за търсача на таланти

**Задача: Какво допринася една добра идея, ако няма клиенти?
Анализ на клиентите**

Метод : Групова дискусия, търсене в Интернет

Продължителност: 90 минути

Начинаещите предприемачи определят първо целевата група: потенциалните си клиенти. След това изясняват, каква релевантна за успеха информация биха искали да получат за целевата група чрез търсене в Интернет.

След завършване на проучването начинаещите предприемачи обобщават резултатите. Въз основа на това набелязват конкретни мероприятия за проучване на пазара, за да определят характеристиките на своите клиенти.

Приоритети за наблюдение:

Р 3 Способност за себеутвърждаване	Хората, които разполагат с това Готови са и са в състояние да преследват свои собствени цели и интереси и да ги отстояват. Те са настоятелни, убедени, последователни, борбени.
К 5 Анализирание на пазарите	могат да характеризират различни пазари в съответствие с икономическите им характеристики, сред които: поведение на търсенето, характеристики на купувача (например, покупателна способност), ценообразуване, бариери за навлизане на пазара във връзка с първоначалното намерение за собствен бизнес.

Обърнете внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач ...

- делегира задачи.
- налага собствените си идеи, предложения и гледни точки.

- готов е да промени собствената си гледна точка при оправдани възражения.
- изследва клиентите въз основа на конкретни характеристики (покупателна способност).
- оценява резултатите от проучванията в Интернет.
- разработва мероприятия, за да изследват характеристиките на клиентите (напр. потребности).



Инструкция за търсача на таланти

Задача: Ако аз не губя, другият не може да спечели - Анализ на конкуренцията

Метод : Групова дискусия, търсене в Интернет

Продължителност: 90 минути

Начинаещите предприемачи идентифицират своите конкуренти и ги представят с фирмените им имена. При своето *търсене в Интернет* те се концентрират върху двамата «най-силни» конкурента. Преди това те определят *категории*, за да се изследва конкуренцията систематично. След това те разработват *въпроси за проучване*. След това резултатите се обобщават.

Начинаещите предприемачи формулират силните и слаби страни на своята бизнес идея. Те обсъждат, какво ги отличава от конкуренцията и как да се разграничат от нея и защо тяхното предприятие има реален шанс за успех на пазара.

Приоритети за наблюдение?

К 1 Анализиране на ситуациите	Хората, които разполагат с могат да определят своите цели в напълно различни ситуации и възможности за действие и да анализират факторите, които ги ограничават. Във връзка с намерението за учредяване на собствен бизнес могат да определят изискванията, а също така и потребности за (изменения) и ограничения.
К 3 Анализиране на интересите	могат да определят, кои интереси на бизнес-партньорите са съвместими със собствените интереси или са в конфликт, например по отношение на банки, доставчици, клиенти. В бизнес отношенията се стремят към ситуация, печеливша и за двете страни. Разпочнава се, кои конфликти на интереси предотвратяват или възпрепятстват икономическите взаимодействия.

Обърнете внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач ...

- изследва конкурентите, по-специално техните продукти на базата на избрани категории.
- формулира въпросите, за да изследва клиентите.
- анализира целите, стратегиите и действията на конкурентите.
- идентифицира интересите на конкурентите.
- идентифицира силните и слабите страни на своя бизнес план и стартиране.
- проверява дали неговите интереси са съвместими с интересите на другите или не.



Инструкция за търсача на таланти

Метод : Групова дискусия (Спирка 1)

Продължителност: 30 минути

Начинаещите предприемачи вземат становище по въпроса. На какво се дължи успехът на предприемача – на самата личност или на обкръжаващата го среда?

В дискусията начинаещите предприемачи трябва да изразят мнението си, да защитят позицията си с аргументи, но и също и да вземат под внимание и други възможни гледни точки и възражения. Накрая трябва да се обединят около обща позиция. Един ко-модератор води дискусията. В началото той дава импулс за дискусията и я активизира, ако започне да замира.

Приоритети за наблюдение

<p>P 2 Екстровеерност</p> <p>Анализиране</p> <p>на К 6 икономически</p> <p>системи и правила</p>	<p>Хората, които я имат</p> <p>са често насочени навън. Екстровеерните хора могат да бъдат описани със следните характеристики: общителни, активни, разговорливи, отворени и възприемащи препоръки.</p> <p>могат да анализират и преценяват макроикономическите и законови рамкови условия за учредители на собствен бизнес.</p>
---	--

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- участва в дискусията по собствена инициатива
 - представя уверено собственото си мнение
 - се позовава на изказванията на другите
 - изброява факторите, които могат да намалят риска от провал
 - изброява факторите, които могат да увеличат шансовете за успех
- анализира икономическите рамкови условия за учредители



Инструкция за търсача на таланти

Задача: Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат - Маркетинг

Метод : Групова дискусия, търсене в Интернет

Продължителност: 90 минути

Отначало начинаещите предприемачи четат и се запознават с инструментите на маркетинговия микс. След това избират два инструмента, които да обработят по-подробно. Те прехвърлят маркетинговия микс върху своя бизнес план разработват концепция за две конкретни маркетингови мерки.

Приоритети за наблюдение

<p>К 2 Оценка на алтернативи за действие</p> <p>К 5 Анализирани пазарите</p>	<p>Хората, които разполагат с това ...</p> <p>могат да преценят вероятните последици от дадени алтернативи. Сравняват тези възможности за действие, за да определят най-добрата. Пример: определят и оценяват силните и слаби страни, шансовете и рисковете от различните бизнес модели.</p> <p>могат да характеризират различни пазари в съответствие с икономически показатели, такива като: поведение на търсенето, характеристики на купувача (например покупателна способност), ценообразуване, бариери при навлизане на пазара във връзка с намерението за учредяване на собствен бизнес.</p>
---	---

Начинаещият предприемач

- предвижда вероятните последици от решенията в областта на маркетинга.
- оценява маркетинговите мерки, например тяхната законосъобразност, предимства и недостатъци.
- решава обосновано, за или против определени маркетингови мерки.
- идентифицира пазарни фактори, пречещи на успеха или водещи до него.
- анализира пазара (предлагане и търсене) по отношение на маркетинга.
- разглежда съответния пазар за бизнес плана въз основа на критерии.



Инструкция за търсача на таланти

Задача: Elevator Pitch

Метод : Групова дискусия, Кратка презентация

Продължителност: 90 минути

Начинаещите предприемачи представят своята бизнес концепция пред група заинтересовани инвеститори, изиграни от другите начинаещи предприемачи. Тази задача включва две фази:

Фаза 1: (60 минути) Начинаещите предприемачи подготвят презентацията, ако е необходимо правят генерална репетиция за задачата.

Фаза 2: (5 минути за група): Представяне в пленум. Начинаещите предприемачи не се наблюдават от Вас.

Презентацията трябва да бъде приспособена към *интересите на инвеститорите*. Краткостта на времето изисква определянето на *приоритети*. Целта е инвеститорите да осигурят началния капитал. За тази цел те трябва да бъдат убедени, че бизнес идеята е конкурентноспособна, може да се реализира от учредителите и е печеливша.

Приоритети за наблюдение

Р 1 Добросъвестност	Хората, които разполагат с това ... са прилежни, точени, организирани, внимателнообмислят и планират ефективно,
К 3 Анализирани на интересите	могат да определят, кои интереси на бизнес партньорите са съвместими с неговите собствени интереси или са в конфликт, например по отношения на банки, доставчици, клиенти. В бизнесотношенията има стремеж към ситуация, при която да спечелят и двете страни. Разбират се, кои конфликти на интереси предотвратяват или възпрепятстват икономическите взаимодействия.

Обърнете особено внимание на следните начини на поведение:

Начинаещият предприемач

- работи бързо, планирано и ориентирано към резултатите.
- взема под внимание съветите и насоките на заданието.
- дава предложения, които също обосновава.
- идентифицира интересите на инвеститорите.
- стреми се към ситуация, в която печелят и двете страни.
- идентифицира потенциалните конфликти на интереси и показва компромисни варианти.



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_08

Implementierung_Materialien für Moderatoren

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





Информация за модератора

Започваме !

Запознаване (стр 47)

Начало: 11.00



часа, първи ден

Място на провеждане: Конферентна зала Имка

Начин на подреждане на залата: Столовете за участниците в кръг, зад тях – другите действащи лица?

Необходимо оборудване и материали:

- *магнитна дъска,*
- *залепващи точки,*
- *карти на модератора,*
- *флумастери,*
- *сондиращ въпрос - 24 бр.,*
- *листи за флипчарт,*
- *маркери за флипчарт*
- *флипчарт*
- *баджове на участниците наредени надолу.*

И така започва *losleger* – проверка на профила на предприемаческия талант.

Задачата се подразделя както следва:

1. Основа за представяне на всички участници (ако не се познават)
2. Сондиращ въпрос
3. Правила за поведение по време на анализа на потенциала
4. Увод в тематиката
5. Заключение в кръг

Започваме! се провежда в залата за начинаещи предприемачи на столове, подредени в кръг. За задачата са предвидени 90 минути. Задачата не се

наблюдава.

1. Запознаване

В началото на анализа на потенциала поздравете начинаещите предприемачи и започнете кръга за представяне на всички участници. Всеки се представя, като казва името си и допълва със следното изявление **„Един успешен учредител на фирма за мен е ...“**. **След представянето излиза и си взема един бадж – обърнати надолу и разбъркани.**

След първия кръг за представяне давате указания на начинаещите предприемачи, че по време на работата по задачите ще бъдат наблюдавани от търсачи на таланти. Почивките и свободното време по правило не се наблюдават. Начинаещите предприемачи трябва да покажат силните си страни.

2. Сондиращ въпрос

Всеки начинаещ предприемач получава сондиращ въпрос (□ Сондиращ въпрос преди *losleger*) и залепваща се точка. Съберете отговорите от сондиращия въпрос отново. Уверете се, че начинаещите предприемачи са записали имената си върху листа.



Правила

3. Правила за поведение

По време на анализа на потенциала са необходими правила за поведение. За целта дръжте готови картите на модератора. Попитайте начинаещите предприемачи какви правила за поведение трябва да важат при анализа на потенциала. Когато един начинаещ предприемач назове някое правило за поведение, го помолете да напише това на една карта на модератора и да я закачи на таблото. Повтаряйте това докато няма повече никакви други нови предложения. Подгответе си и Вие правила като например:

- Носете табелките и те винаги трябва да се виждат
- Покажете Вашите силни страни
- По време на почивките да не се работи, тъй като търсачите на таланти не наблюдават.



Задача: Правилата за поведение да се виждат ясно по време на целия анализ на потенциала в залата за начинаещи предприемачи. – да се напишат за всички зали и закачат през почивката.

4. Увод в тематиката

Уводът в тематиката започва по метода на „**мозъчната атака**“.



Задайте на начинаещите предприемачи следния въпрос: **„Какво трябва да се обмисли при учредяване на собствен бизнес?“**



Начинаещите предприемачи имат 3-5 минути да напишат своите идеи на картите на модератора.



Правила

Правила: На една карта се пише само по една точка и само от едната страна на картата. Приканете първия начинаещ предприемач да закачи картата на таблото. На всички участници е позволено да задават въпроси и въпроси за поясняване. Начинаещи предприемачи, които имат една и съща или подобна идея, я поставят настрана. Следващият начинаещ предприемач излиза и закача своята карта на таблото. Процедирайте по този метод докато начинаещите предприемачи нямат повече допълнения.



Сега ги попитайте: „Не забравихме ли нещо , което трябваше да се вземе под внимание при учредяването на бизнеса?“ и

„Има ли карта на таблото, която няма нищо общо с учредяването на фирма?“

Приканете начинаещите предприемачи в разговор да подредят картите последователно като ги попитате:



„Как трябва да се процедира при учредяване на фирма?“

От тази „мозъчна атака“ възникват задачите, по които се работи по време на анализа на потенциала.



Задача: Раздайте обзорната програма за седмицата и дайте разяснения за следващите дни.



5. Заключителен кръг

След като начинаещите предприемачи са получили всички необходими информации и първа представа по темата, Вие приключвате задачата.

Информация: Обяснете какво следва след почивката - Тест за личностни качества и и тест за проверка на предварителните знания на начинаещите предприемачи.



Край: 11,40 часа

Информация за модератора

Преодоляване на препятствия за предприемачи (паркур): По местата! Готови! Старт!

Преодоляването на препятствия (паркур) за предприемачи се състои от три спирки:

Спирка 1 : Модерирана групова дискусия

Спирка 2 : Строеж на кула

Спирка 3 : Покажи таланта си за продажби!



Вашите задачи:

1. Разделете начинаещите предприемачи на три групи

Групите остават непроменени през целия паркур за предприемачи.

2. Посочете на всяка група спирката, от която тя да започне. Препоръка: Организирайте за всяка спирка отделно помещение.

3.Разяснете ротацията посредством скица (табло, флипчарт), така че начинаещите пред- приемачи и търсачите на таланти да знаят точно, кога и в коя стая да отидат.

4.Дайте следните инструкции, преди групите да отидат на началната си спирка:

- На отделните спирки са оставени инструкции за работа. Те съдържат всички информации, необходими за обработката на задачите.
- Престоят на всяка спирка трае точно 30 минути.
- Начинаещите предприемачи трябва да останат в помещенията до тогава, докато Вие им дадете стартов знак за следващата спирка.
- Начинаещите предприемачи трябва бързо да сменят помещенията и да започнат заедно с обработката на следващата задача.

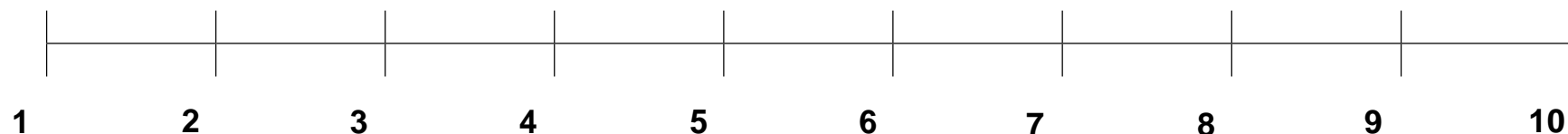
5. След съответно 30 минути дайте сигнал за преминаване към следващата спирка.

6. В двете фази на смяна, Вие (или Вашите помощници) подгответе всички помещения отново, така че следващата група да намери същите равни условия. Пригответе всичко това поредварително и точно, за да може смяната да се извърши бързо.

Указание за Спирка 2 „Строеж на кула“: Резултатът от предходната група не трябва да се вижда.

Име:

Как оценявате Вашия предприемачески талант?



Скала:

1: Нямам никакъв предприемачески талант

10: Роден/а съм за предприемач

Води груповата дискусия на група IV



ЗАДАЧА: Спирка 1 : Модерирана групова дискусия

Начинаещите предприемачи обсъждат спорни въпроси и заемат при това лична позиция.

Модераторът получава конкретни инструкции (*Материал със задачи*).

Начинаещите предприемачи не получават материали. Те се включват в дискусията „неподготвени“.

Аранжиране на помещението: Масите и столовете трябва да бъдат в кръг със седем места. Осигурете на модератора малък незабелязващ се часовник, за да може да следи времето.

Контролен списък с необходимите материали:

- Инструкции за модератора (резервен екземпляр)
- Часовник



Продължителност: 30 минути



ВЪПРОС: Начинаещите предприемачи вземат становище по въпроса. ***На какво се дължи успехът на предприемача – на самата личност или на обкръжаващата го среда?***

ИНСТРУКЦИЯ: В дискусията начинаещите предприемачи трябва да изразят мнението си, да защитят позицията си с аргументи, но и също и да вземат под внимание и други възможни гледни точки и възражения. Накрая трябва да се обединят около обща позиция. Вие ръководите дискусията. Дайте начален импулс и я активизирайте, ако започне да замира. Обръщайте внимание на времето!



**Запишете действителното
начало_ и планирания край**





Вашите задачи в детайли:

1.Приветствайте с добре дошли начинаещите предприемачи и съобщете на участниците на дискусиата тяхната задача:

„ Сърдечно Ви приветствам за участието в днешната дискусия и ще се радвам да е плодотворна. Вие всички сте запознати с темата: Ще говорим за предприемачеството и причините за успех или провал. Относно хода на дискусиата: Имаме общо 30 минути. Всеки трябва да се изкаже. Аз ще следя за времето. Искам да започна със следните твърдения:

- *Този, който не успява в повечето случаи си е виновен сам!*
- *Ако икономическата ситуация е лоша и най-добрите се провалят!*

Вземете становище по тези твърдения и изразете мнение си! Кой иска да започне?“

2. Изчерпва ли се темата за разговора? Взели ли са всички думата и цари ли спокойствие?

Използвайте следните импулси, за да оживите дискусиата

- *Не би ли могъл всеки да успее в учредяване на бизнес при добри икономически условия?*

- *Един добър предприемач оцелява дори и в икономически трудни времена.*

- *Който е направил сериозни грешки, в повечето случаи не е премислил в началото добре!*

- *С добър бизнес план нищо не може да се обърка сериозно!*

- *Двама предприемачи започват с еднакъв бизнес модел: Единият от тях успява, а другият - не. Следователно това се дължи на самия човек!*

- *След всеки икономически спад идва подем. В това време трябва да се издържи като предприемач!*

3. След около 20 минути приканете участниците да направят обобщение.

„Благодаря Ви за досегашните изложения. Чухме различни мнения. Сега искам да Ви помоля да стигнете до обща позиция. Дължи ли се предприемаческият успех най-вече на самия човек? Или основно външните обстоятелства са решаващи за успеха или неуспеха? Имате

5 минути, за да се обедините и формулирате едно общо мнение.“



Води строежа на кула на група IV



ЗАДАЧА: Метод : Строеж на кула (Станция 2)



Продължителност:

30 минути



ИНСТРУКЦИЯ: Начинаещите предприемачи трябва да построят кула, която да отговаря на следните изисквания: Трябва да е висока 1,20 м, да стои на собствена основа и да може да издържи пълна чаша с вода 0,2 л.

За строителството начинаещите предприемачи могат да използват следните материали: 20 листа хартия формат А4 и 1 – 1,5 м тиксо. Помощни материали: ножица, линия, молив, хартия за бележки.

Кулата не трябва да се вижда от другите групи. Преди да дойде другата група приберете всичко и подредете материалите за тях.

Води задача „Талант за продажби“ на група IV



ЗАДАЧА: Метод : Покажете талант за продажби (Спирка 3)



Продължителност: 30 минути

На случаен принцип начинаещите предприемачи получават изображение на даден продукт (стока или услуга).

Тяхната задача е да презентират продукта така убедително, че потенциалните клиенти (другите начинаещи предприемачи) да станат купувачи.



Време за подготовка: пет минути! Самото **представяне** продължава не повече от **три минути**.

След като всички са презентирали, всеки начинаещ предприемач получава 150 € пари за игра. Той ги разпределя изцяло или пропорционално за най-добрите презентации. Начинаещият предприемач с най-голяма сума е победител.

Като бъдещи учредители на собствен бизнес Вие трябва да можете да правите едно нещо особено добре: Да продавате!

И най-добрата идея е безполезна, ако не можете да убедите евентуални инвеститори, а също и клиенти.

Докажете сега Вашия талант за продажби!



Постановка на задачата:

1. Изтеглете изображение на някой продукт от плика. Не сте доволни от късмета си? Тогава можете да размените еднократно Вашия продукт с друг член от групата. Само ако не се намери партньор за смяна, можете еднократно да изтеглите ново изображение от плика.
2. Обмислете как можете да продадете на клиента най-добре стоката или услугата. Рекламирай те! Имате **5 минути** за подготовка.
3. Спечелете благосклонността на клиентите (другите начинаещи предприемачи). Имате **3 минути** за презентиране на продукта.

Кой е продал най-добре? Когато всички са направили презентациите си, всеки получава 150 € в банкноти от по 50 €. Кой продукт е презентиран толкова добре, че бихте се решили да го закупите? Можете да дадете общата сума само на един начинаещ предприемач или да ги разделите между няколко начинаещи предприемачи. Можете също така да запазите парите, ако не намерите

достатъчно убедителни презентации. За Вашата собствена презентация нямате право да си давате пари. Обърнете внимание на зададеното време за презентация.

Победителят получава награда.

Материали:

Изображения на продукти, поставени в плик

Евра – по 150 евро на участник

Награда за победителя



Инструкция за участниците



Задача: Да се намери бизнес идея, но как?

Вие



сте дошли заедно с други желаещи да учредят бизнес и сте готови да създадете предприятие. Но все още Ви липсва Въпреки, че на тях и им липсва „завладяваща“ бизнес идея, която си струва, да се рускува стъпката към самостоятелна дейност. Това може да се

промени: Намерете и се обединете за една бизнес идея!

Вашите работни стъпки:

1. Всеки записва от три до пет бизнес идеи. Моля, само по една идея на карта! Вдъхновете се от различни видове бизнес идеи (карта М 1). Дайте свобода на своята креативност. Всяка идея е добре дошла!
2. Закрепете картите на таблото. Махнете тези, които се повтарят. Изчакайте с **въпросите по идеите** на другите участници, докато всички карти бъдат закачени.
3. Всеки получава три залепващи се точки. Раздайте ги на идеи, които Ви подхождат най-добре. Сред тях може да бъде и Вашата собствена идея. Можете дори да използвате всички точки за една картата! Но, моля, бъдете коректни!
4. Нанесете трите идеи с най-много точки в **таблицата** (М 2). При равен брой точки направете балотаж.
5. Определете в групата три критерия, за да се провери доколко устойчиви са избраните идеи. Запишете критериите в М 2.
6. Колко добре идеята отговаря на критерия? Индивидуално дайте **оценки**: ++ / + или - / - - , тогава обсъдете оценките в групата.
7. Коя идея обещава с най-голяма вероятност да бъде успешна за бизнеса? Някои от Вас имат идеи, които искат да преследват!



Инструкция за участниците



Задача: Без пари не става нищо! – Набавяне на капитали



Искате бързо да стартирате в най-скоро време. Но все още Ви липсва нещо: необходимият начален капитал! Общо сте събрали 60 хиляди евро. Но това не е достатъчно, за да започнете истински. След направената със замах калкулация се нуждаете за учредяване на бизнес от обо 300 000 €. От къде искате да вземете разликата?

Задание:

1. Направете преглед на обичайните **форми на финансиране**. Проучете в Интернет, какво се разбира под различни варианти за финансиране:

Възможност за финансиране	Линкове
Кредити от банки и спестовни каси	http://economix.bg/da-rzhavnata-banka-pusna-krediti-za-startirasht-biznes
Получаване на гаранция за кредит	http://ec.europa.eu/small-business/finance/index_bg.htm
Crowdfunding/-funding (микроинвеститори за начинаещи предприемачи)	http://trudipravo.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=1715:ibt201203&catid=10:ibtbest&Itemid=41
„Бизнес ангели“	http://bulgariaangels.org/%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%BB%D0%B8/
Кредити за стартиращ бизнес	http://www.mikrofond.bg/index.php/products/index/1181/bg
Микрофинансиране за учредяване на самостоятелен бизнес	www.epi-bg.org/uploads/docs/pubs/01/book_027_done.doc

2. Проверете кои форми за финансиране са основно подходящи за Вас и Вашето стартиране.
3. Формулирайте **критерии**, чрез които можете да анализирате възможните форми за финансиране.
4. Обосновете съвместно, защо смятате дадене форма за финансиране за подфодяща или неособено подходяща.
5. Вземете в групата обосновано **решение** относно алтернативи за финансиране, които пасват най-добре на Вашия бизнес план. При това обмислете оптималната комбинация от собствен и чужд капитал.



ИНФОРМАЦИЯ ЗА УЧАСТНИЦИТЕ

Какво допринася една добра идея, ако няма клиенти ? Анализ на клиентите

В крайна сметка клиентът е решаващ, дали даден продукт или услуга ще бъдат търсени на пазара. Ето защо за предприемачите е важно да познават своите клиенти.

Учредителите трябва и да изяснят още, кои изобщо са потенциалните клиенти на тяхната бизнес идея.

Маркетинговите експерти наричат това *целева група*.



Предприятията често дават много пари за проучване на пазара, за да научат възможно повече за своите клиенти. Провеждат анкети и статистически оценки. Много информации и статистически данни за крайните потребители са общо налични и свободно достъпни в Интернет. Трябва само да бъдат използвани!

Сега това е Ваша задача да определите и проучите клиентите за Вашата бизнес идея!



Задание:

1. Определете **целевата група** за Вашата бизнес идея възможно най-точно: На кого точно искате да продадете Вашия продукт?

Пример:

- Неточно определена целева група: младежи
- Точно определена целева група: младежи, членове на спортен клуб

2. Изяснете, какво искате да знаете за своите клиенти. Формулирайте подходящите **въпроси** за търсене в Интернет.

3. Информирайте се за Вашите клиенти в **Интернет**. Там ще намерите статистики и проучвания почти за всяка целева група и отрасъл.

4. Представете в **групова дискусия** резултатите от Вашето проучване.

5. Закрепете на таблото важните **информации** от анализа на клиентите с ключови думи.

6. Разработете концепция за конкретни мероприятия за **проучване на пазара**, за да сезапознаете още по-добре с Вашите клиенти и да ги проучите.



Продължителност: 90 минути



ИНФОРМАЦИЯ ЗА УЧАСТНИЦИТЕ

Ако аз не губя, друг не може да спечели – Анализ на конкуренцията



Винаги трябва да държат под око основните конкуренти.

С тези конкуренти се води борба за едни и същи клиенти. От гледна точка на клиента е от решаващо значение, какво е различното в съответните продукти (стоки или услуги). Например качеството или цената.

Всяко предприятие има силни и слаби страни. Дори и Вашият бизнес! Вашите сили отслабват конкуренцията. И Вашите слабости се използват от конкуренцията.

Разберете, колко добре сте се подготвили за състезанието с Вашите най-силни конкуренти!



Задание:

1. Назовете двамата най-силни **конкуренти**.
2. Изяснете в групата това, което трябва да знаете за тези конкуренти. Формулирайте съответни **въпроси**, за да подготвите проучването (М 1).
3. Проучете в **Интернет** и отговорете на въпросите си от т. 2 в писмена форма. Достатъчни са ключови думи (М 1).
4. Назовете и обяснете на кратко **силните и слаби страни** на Вашия бизнес план и Вашето стартиране (М 1).
5. Дискутирайте в групата: Какво **отличава** нашата бизнес идея от конкуренцията? Защо нашето предприятие има **шанс** на пазара?



Продължителност: 90 минути

М 2 Оценете подобрите идеи! Колко е добра идеята и отговаря ли на критериите?

	Идея 1	Идея 2	Идея 3
Критерий 1
Критерий 2			
Критерий 3			

Използвайте следната скала на **оценяване**: ++ / + или - - / -

Води груповата дискусия на една група



ЗАДАЧА: Да се намери бизнес идея, но как?

Начинаещите предприемачи се изправят пред първото си предизвикателство: Разделени на 3 групи, те трябва да намерят по една „завладяваща“ бизнес идея. Затова комплексът от задачи по учредяването започва с творческия процес на търсене. Като модератор Вие не можете да разкриете резултатите, нито пък да се опитвате да притискате групата в определена посока. Дайте указание само за това, че бизнес идеята трябва да бъде законна. В началото няма други ограничения. Начинаещите предприемачи могат „да се стремят към звездите“.

При тази задача не трябва да държите начинаещите предприемачи „изкъсо“, тъй като тесе нуждаят от възможност да „се налудуват“ без страх. Максимата е: Всяка идея е добре дошла! Начинаещите предприемачи се нуждаят от и получават ясни работни задания, за да може наред с *креативността* и *продуктивността* да е гарантирана. Вие обаче не трябва да направлявате групите в отделните фази. Освен това, начинаещите предприемачи получават полезни указания за различните видове бизнес-идеи. Чрез това на начинаещите предприемачи се дава *специализирано начало*, което те могат да използват за свое вдъхновение.

В три групови работни фази начинаещите предприемачи работят с различни методи:

- Фаза 1 : Събират идеи чрез писмена „мозъчна атака“.
- Фаза 2 : Идеите могат да се оценят чрез лесен метод на точкуване.
- Фаза 3 : Така избраните идеи се оценяват с обикновен *рейтинг* с оглед на изпълнението по самостоятелно поставени критерии. Накрая начинаещите предприемачи избират бизнес идея, която най-вероятно обещава да има предприемачески успех.

С този резултат от работата по групи всички начинаещи предприемачи се събират отново в пленум. Тук всяка група обяснява накратко своята бизнес-идея. Обсъждане за това не трябва да се провежда. Преминете по-скоро към следващата задача: *Анализ на клиентите*. Ако тази задача не следва непосредствено, направете кратко представяне на перспективите.



Контролен списък с материали (за всяко помещение за групите):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- около 30 модерационни карти
- 6 маркера
- $6 \times 3 = 18$ лепящи се точки



Продължителност: 45 минути



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Води груповата дискусия на една група

Информация за модератора



Без пари не става нищо – Набавяне на капитали

Очаква се бизнес идеите на начинаещите предприемачи да се много различни. Така е и с потребностите от капитал, за да ги реализират. Изчисляването е комплексно и затова не се изисква. За улеснение на групите предварително се задава единна потребност от капитал за стартиране на бизнеса. Те трябва да го покрият като набавят собствен и чужд капитал. Начинаещите предприемачи се информират за обичайните възможности за финансиране. Те варират от специални заеми за учредяване на бизнес от държавни банки до рисков капитал и инвестиции от „Бизнес ангели“. Те предлагат различни предимства, но могат да доведат и до неблагоприятни последици и потенциални конфликти с инвеститорите. Начинаещите предприемачи вземат обосновано решение за алтернативно финансиране, което най-добре пасва на техния бизнес план.

Започнете работа както обикновено в пленум. Изтъкнете, че всяко стартиране на бизнес изисква различен по обем капитал. Попитайте начинаещите предприемачи, какви разходи се правят обикновено при учредяване и при функциониране на предприятието и обобщете отговорите. Разяснете заданието и разпределете работните задачи.

Информациите, които може да бъдат намерени в Интернет, са доста подробни, за да не се създаде неправилна представа за реалността при тази тема, от която зависи успеха на начинанието. Учредителите винаги се сблъскват с необходимостта от обработка на обширна информация. Те бързо трябва да си създадат общ поглед, а също и по-дълбоко да вникнат в съответната материя. Начинаещите предприемачи се сблъскват и с това изискване. Възможно е при тази специална материя начинаещите предприемачи да не разберат от пръв поглед това, което е написано в документите. Те трябва да си набавят сами обяснения (Интернет). Това също отговаря на реалността: Малко учредители имат такива знания и опит.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Сега насочете към следващата задача: Ако тази задача не е в непосредствена връзка дайте кратка представа за перспективите.

Списък с материали (за всяко помещение за група):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- модерационни карти
- 6 маркера

- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1-2 икономически енциклопедии

Забележка: За проучването в Интернет, моля оборудвайте работното помещение на всяка група поне с един лаптоп, по-добре с два или три. Или дайте достъп до централна компютърна зала. Уверете се, че съответните уебстраници не са блокирани.



Продължителност : 75 минути

Води груповата дискусия на една група

Информация за модератора



ЗАДАЧА: Какво допринася една добра идея, ако няма клиенти? – **Анализ на клиентите**

Тази задача не изисква дълго въведение по съдържанието. Раздайте листовките със задачата, оставете начинаещите предприемачи да се запознаят със задачата и да задават въпроси по нея.

Начинаещите предприемачи определят първо *целевата група*: техните потенциални клиенти. Това може да бъдат крайни клиенти (физически лица или предприятия), но също така и търговци на дребно и търговци на едро. Това би представлявало голяма разлика, ако няма точно определяне на целевата група. След това начинаещите предприемачи изясняват, каква релевантна за успеха информация биха искали да намерят за целевата група чрез *търсене в Интернет*. Примери: Общ обем на целевата група, покупателната способност, демография, поведение при търсене. Само след категорично искане от начинаещите предприемачи Вие трябва да им дадете някои интернет връзки:

След приключване на търсенето начинаещите предприемачи попълват резултатите. Въз основа на това създават концепция за конкретни *мерки за маркетингово проучване*, зада обобщят характеристиките на клиентите си. Това може да бъде например, телефонно анкетиране на клиенти.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Насочете ги към следващата задача за *анализ на конкуренцията*. Ако тази задача не следва непосредствено след това напревете кратко обобщение на перспективите.

Списък на материалите (за всяко помещение на група):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- Модерационни карти
- Най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1 – 2 икономически енциклопедии

Указание: За Интернет проучването Вие оборудвате – ако е възможно – всяко работно помещение на групата с един, по-добре с два или три лаптопа. Или осигурете достъп до централна компютърна зала. Обърнете внимание определени сайтове да не са блокирани.



Продължителност: 90 минути



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Води груповата дискусия на една група

Информация за модератора



ЗАДАЧА: Какво допринася една добра идея, ако няма клиенти? – **Анализ на клиентите**

Тази задача не изисква дълго въведение по съдържанието. Раздайте листовките със задачата, оставете начинаещите предприемачи да се запознаят със задачата и да задават въпроси по нея.

Начинаещите предприемачи определят първо *целевата група*: техните потенциални клиенти. Това може да бъдат крайни клиенти (физически лица или предприятия), но също така и търговци на дребно и търговци на едро. Това би представлявало голяма разлика, ако няма точно определяне на целевата група. След това начинаещите предприемачи изясняват, каква релевантна за успеха информация биха искали да намерят за целевата група чрез *търсене в Интернет*. Примери: Общ обем на целевата група, покупателната способност, демография, поведение при търсене. Само след категорично искане от начинаещите предприемачи Вие трябва да им дадете някои интернет връзки:

След приключване на търсенето начинаещите предприемачи попълват резултатите. Въз основа на това създават концепция за конкретни *мерки за маркетингово проучване*, зада обобщят характеристиките на клиентите си. Това може да бъде например, телефонно анкетиране на клиенти.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Насочете ги към следващата задача за *анализ на конкуренцията*. Ако тази задача не следва непосредствено след това напревете кратко обобщение на перспективите.

Списък на материалите (за всяко помещение на група):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- Модерационни карти
- Най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1 – 2 икономически енциклопедии

Указание: За Интернет проучването Вие оборудвате – ако е възможно – всяко работно помещение на групата с един, по-добре с два или три лаптопа. Или осигурете достъп до централна компютърна зала. Обърнете внимание определени сайтове да не са блокирани.



Продължителност: 90 минути



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

Води груповата дискусия на една група

Информация за модератора



Ако аз не губя, другият не може да спечели – Анализ на конкуренцията

Сега става въпрос за другата страна на пазара: *Конкуренцията*. Докато се търси близост склиентите искате да държите конкуренцията настрана. Но все пак тя трябва да се познава! Ходът на задачата отговаря до голяма степен на предишната. Въпреки, че се използват същитите методи на работа, все пак търсачите на таланти имат други *приоритети за наблюдение*. Начинаещите предприемачи идентифицират своите конкуренти и ги представят с фирмените им имена. Те могат да бъдат директни конкуренти, които предлагат същите или сходни продукти, но и доставчици на заместители. В своето *търсене в Интернет* те се фокусират върху двата „най-силни“ конкурента. Преди това се определят *категории*, за да се изследва конкуренцията систематично. От това начинаещите предприемачи разработват *въпроси за проучване*, за да се избегне това, те само да събират информация, на която малко или много случайно са попаднали. След търсене на полезна информация начинаещите предприемачи обобщават своите резултати.

След това начинаещите предприемачи определят „собствените си“ силни и слаби страни. Стака придобитите познания начинаещите предприемачи дискутират, какво отличава тяхното предприятие или идея от конкуренцията и как могат да се разграничат от нея и защо тяхното предприятие има реален шанс за успех на пазара.

След обработването на задачата в групата, начинаещите предприемачи отново се събират в пленум. Сега ги насочете към следващата задача: *Маркетинга*. Ако тази задача не следванепосредствено след това, направете кратка перспектива.

Списък на материалите (за всяко помещение за групова работа:

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- модерационни карти
- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- 1 – 2 икономически енциклопедии

Указание: За интернет изследванията оборудвайте – ако е възможно – всяко работно помещение за групата с един, по-добре с два или три лаптопа. Или дайте достъп до централна компютърна зала. Обърнете внимание някои сайтове да не са блокирани.



Продължителност : 90 минути

Задача: Ако аз не губя, друг не може да спечели – Анализ на конкуренцията

М 1 Не изпускайте от поглед двамата „най-силни“ конкуренти

Въпроси за проучване	Фирмено име на конкурента	
	Предприятие А	Предприятие В
Какви стоки или услуги предлагат те? - прилики и - разлики спрямо нашата оферта?		
Каква пазарна стратегия преследват? Например: - високо качество или - ниска цена?		

Задача: Ако аз не губя, друг не може да спечели – Анализ на конкуренцията

М 2 Открийте собствените си силни и слаби страни

Назовете силните и слаби страни на Вашия бизнес план и стартиране. Обяснете това накратко с ключови думи.

<i>Вашите силни</i>	<i>Вашите слаби</i>



Задача : Да се намери бизнес идея, но как?

М 1 Креативни бизнес идеи: Но не като другите!



<i>Много пътища, водят към нова бизнес идеи</i>		<i>Бележки</i>
Приспособяване	<i>Идеите се прехвърлят към други области и съответно се приспособяват.</i>	<i>Френска верига ресторанти се установява в Германия и се адаптира към хранителните навици на германците.</i>
Моята страст	<i>Хобито се превръща в професия.</i>	<i>Запалена ездачка открива пансион за коне.</i>
Исключения	<i>Част от продукта не се използва, за да се увеличи ползата.</i>	<i>Мобилни телефони с малко функции и бутони.</i>
Комбинация	<i>Идеи, продукти, бизнес модели и т.н. се комбинират.</i>	<i>Използване на слънчеви панели на чанти, за да се генерира ток за зарядното устройство за мобилен телефон.</i>
Промяна на приложението	<i>Нещо съществуващо изпълнява друга функция.</i>	<i>От пластмасови бутилки си произвеждат раницы.</i>
Решаване на проблеми	<i>Чрез идеи серешават проблеми.</i>	<i>Гривна с канал пречи пазарските чанти да се връзват в кожата на ръката.</i>
Обръщане	<i>Нещата се изследват внимателно и обратно.</i>	<i>Ценни отпадъци се продават, вместо да се плаща за изхвърлянето им.</i>
Заместител	<i>Елемент на даден продукт се заменя с друг.</i>	<i>Отпадъчна хартия се използва за производството за талашитени плоскости за мебели.</i>

Информация за модератора



ЗАДАЧА: Маркетингът трябва да движи пазара, вместо да се остави да го действат – Маркетинг

Маркетингът се занимава с микс от маркетингови инструменти. Непрофесионалистите в областта на икономиката използват термина *маркетинг* като синоним за *реклама*. Но той означава много повече, а именно *пазарно ориентирано управление на предприятието*. Пазарната ориентация е по-важна от когато и да било на преобладаващите „пазари от купувачи“. В рамките на маркетинга се вземат стратегически решения от голямо значение. Начинаещите предприемачи при вече направения анализ на конкуренцията може би са успели, да идентифицират такива *пазарни стратегии* на конкурентите. Сега Вие може да заложите на същата или на друга стратегия. Към маркетинга също така принадлежи конкретното разработване на *оперативни мерки*.

Рекламните мероприятия попадат в сферата на решения на „комуникационната политика“ и са една от многото възможности за „комуникация“ с клиентите. Миксът от маркетингови стратегии и инструменти трябва да бъде съгласуван. Това изисква съгласувани решения: Това би трябвало да се проучи обстойно при вземане на решение за висококачествен продукт, в съчетание със стратегия за ниски цени. Правят ли на начинаещите предприемачи впечатление такива несъответствия? Могат ли да ги предотвратят?

Тъй като обработката на целият маркетингов микс би бил твърде обширен, начинаещите предприемачи ще се концентрират върху две области. Тези две области те ще пренесат в своя бизнес план и ще обмислят конкретни мерки.

Опитът е показал, че начинаещите предприемачи при тази задача искат да потърсят повече информация в Интернет. Погрижете се в работното помещение на групата да има компютър с Интернет-достъп. При тази задача начинаещите предприемачи са много креативни и искат да нахвърлят първите си проекти. Предоставете им за тази цел материал за майсторене.

След обработване на задачата в групата начинаещите предприемачи се събират отново в пленум. Насочете ги към следващата задача.

Списък с материали (за всяко помещение за групова работа):

- 1 табло за бележки
- габърчета
- 6 маркера
- модерационни карти
- най-малко един компютър с достъп до Интернет или компютърна зала
- материали за майсторене: ножици, лепило, фотохартия, моливи



Продължителност: 90 минути



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union



Инструкция за участниците



Задача: Elevator Pitch (кратка концепция)

Използвайте този уникален шанс! - Elevator Pitch



Представянето на една бизнес идея е алфата и омегата. Понякога учредителят има само няколко минути, за да убеди другите в това. Например, докато чакат с някого заедно пред асансьор.

Сега е дошъл моментът да презентирате Вашата бизнес концепция за първи път. Можете ли да убедите Вашите бизнес партньори? Преди всичко ония, които искат да дадат парите си за това – Инвеститорите?

Вие презентирате пред група инвеститори и имате за това точно **пет минути**. Презентацията се провежда в пленум. Вие можете да се подготвите за това за **60 минути**. Възползвайте се от този уникален шанс!

Направете убедително представяне, което ще Ви се изплати в пари! След това инвеститорите ще вземат решение относно размера на тяхната „капиталова инжекция“.

Съвети за Elevator Pitch:

- Презентирайте свободно и творчески!
- Убедете с Вашите собствени идеи!
- Обобщете Вашата идея в едно кратко изречение!

Въпросите, върху които трябва да се концентрирате:

- Кои са Вашите клиенти?
- Колко силни са конкурентите?
- Какъв е пазарният потенциал на Вашата идея?
- Как точно искате с това да печелите достатъчно пари?
- Какви предимства предлага Вашият екип?
- Как възнамерявате да финансирате изграждането на Вашето предприятие?
- Виж <http://de.slideshare.net/Seedmatch/pitch-deck-20130829>

Задание:

1. Помислете, какви са **интересите на инвеститорите** и как можете да се съобразите с тях.
2. Разработете **убедителна презентация** на Вашата бизнес концепция.
3. Обмислете, **как** трябва да се презентира и определете, кой да извърши представянето. Решете дали един от Вас или от повече членове от

групата ще презентират.

Продължителност: 60 минути

Какво е Elevator Pitch?

Представете си следната ситуация през 1985 г. в Манхатън, Ню Йорк: Вие сте инженер по професия, работите в най-големата фирма-производител на мобилни телефони в САЩ в отдел за изследвания и развойна дейност. Една сутрин Вие сте в асансьора на път към работното си място на 42 –ия етаж в Емпайър Стейт Билдинг, имате новаторска визия: Безжичният телефон ще замени по Ваше мнение стационарния телефон в най-скоро време. Вие сте убедени, че Вашата идея ще направи революция на пазара за телекомуникации. След една седмица на интензивни изследвания представяте Вашата идея на своя работодател. За съжаление той не споделя Вашата еуфория и Ви мисли за мечтател. Съответно отхвърля молбата Ви за средства за изследвания в размер на един милион долара.

Две седмици по-късно влизате в асансьора и също така влиза и главният финансов директор. Това е Вашият шанс! Имате точно една минута и 50 секунди време докато вратите на асансьора се отворят на 42-ия етаж. Достатъчно време да заговорите директора и да му продадете идеята си.

За щастие за Вашата Elevator Pitch (асансьорна презентация) е достатъчно убедителна, че финансовият директор Ви предлага да се срещнете на обяд, за да научи повече за Вашата идея. Вие сте правили всичко правилно и сте използвали оптимално Elevator Pitch.

Заклучение: *Elevator Pitch, който е възникнал в САЩ през 80-те години на 20 век е техника, с която в кратко време убедително може да се презентира и продаде идея. В днешно време се използва предимно при мероприятия за рискови капитали.*

Източник: <http://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/elevator-pitch/>

Информация за модератора



ЗАДАЧА: ELEVATOR PITCH (кратка концепция)

Начинаещите предприемачи представят своя *бизнес модел* пред група заинтересовани инвеститори – ролята се играе от другите начинаещи предприемачи. Те трябва да направят убедително представяне, което да изплати! В крайна сметка *потенциалните инвеститори* ще вземат след това решение относно степента на „капиталова инжекция“. Като модератор можете да въведете задачата така, че да покажете на начинаещите пред-приемачи какво постигнали. За кратко време те са разработили своята бизнес идея, изследвали са потенциални клиенти и конкуренти, открили са възможности за финансиране и са развили малка маркетингова концепция. Това трябва да вдъхне увереност на начинаещите предприемачи, че сега е моментът да представят своята бизнес концепция за първи път пред публика. В бизнес-живота учредителите често имат малко време, за да убедят своите бизнес партньори и капиталови инвеститори. Затова е широко разпространено презентирането на бизнес концепции да се организира като *Elevator Pitch* (кратка концепция в асансьор). Така че, и по тази причина е включено в анализа на потенциала на начинаещите предприемачи.

Тази задача включва две фази:

Фаза 1 (60 минути): Начинаещите предприемачи подготвят презентацията. Заданието съдържа всички необходими първоначални данни. Не е предвидена презентация с проектор или други подобни средства. Обаче начинаещите предприемачи могат да „измайсторят“ нещо. Подгответе материали за това. Ако е необходимо начинаещите предприемачи се подготвят за презентацията с генералната репетиция. Моля насърчавайте това, но не изрично, тъй като направеното предложение може да се наблюдава от търсачите на таланти.

Фаза 2 (5 минути на група): Презентацията се провежда в пленум. Повече не се извършва наблюдение от търсачите на таланти. Вие трябва да съобщите това предварително на начинаещите предприемачи.

Обяснете пълните *правила* едва непосредствено преди презентациите:

1. Всяка група представя своя бизнес план. Модераторът трябва да спре представянето точно след 5 минути. Започнатото изречение може да бъде завършено. След това публиката може да зададе три въпроса към групата на учредителите.



2. Присъстващите изпълняват ролята на заинтересовани инвеститори. Те трябва да записват важни информации. Като потенциални инвеститори те решават кой бизнес план считат за способен да устои на пазара, може да се реализира от учредителите и е печеливш.
3. След като всички групи са презентирали, дават на всеки инвеститор по 800 € (1x500 €, 1x200 € и 1x100 €). Той може да инвестира сумата само в един стартиращ бизнес или да я раздели. Няма право да инвестира в собственото си стартиращо предприятие. Прибира парите в плик (надписан с името на стартиращата фирма). Накрая се определя групата победител.

Списък с материали (за всяко работно помещение на група):

- Материали за майсторене: ножици, лепило, фотохартия, моливи (минимално оборудване).

Списък с материали (за пленума):

- 18 листчета за бележки
- 1 хронометър
- пари за игра: 18 броя по 500 €, 200 €, 100 €
- 3 броя плика

Съвет 1: Ламинирайте „бакнотите“ за да ги използвате няколко пъти.

Съвет 2: Този раздел от анализа на потенциала е изключително подходящ да поканите експерт или учредител. Той може да бъде включен при презентирането като инвеститор. При това може да бъде помолен да направи оценка на шансовете за успех на бизнес идеите от негова гледна точка.

Съвет 3: Подгответе малка награда за групата победител.



Продължителност: 60 минути



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-1]_09

Agenda_Durchführung der Potentialanalyse_Bulgarien

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



ПРОГРАМА

Предприемачески умения и оценка на предприемаческия талант Проект „Enterprise + - иновативният потенциал среща опита“

Период: 30 март - 02 април 2016 г.

Място: Младежки център „Имка“
гр. Габрово, ул. „Тимок“ 2 (до Дома на културата)

ПЪРВИ ДЕН: 30 март 2016 г. сряда

Време	Тема	Кой?
10:30 – 11:00 ч.	Приветствие, представяне накратко на проекта	Галина Михнева, ГТПП Кристина Бурова, Университет Бохум, Германия
11:00 - 11:40 ч.	Започваме! Запознаване	Модератор, пленарна сесия
11:40 – 12:30 ч.	Къде е Вашият предприемачески талант? Тестове за личностни качества и предприемачески знания, работа с консултантите от Кариерен център – първа част	Модератор, търсачи на таланти, Кариерен център
12:30 – 13:30 ч.	Обедна почивка	
13:30 – 14:30 ч.	Къде е Вашият предприемачески талант? Тестове за личностни качества и предприемачески знания, работа с консултантите от Кариерен център – втора част	Модератор, търсачи на таланти, Кариерен център
14:30 – 15:00 ч.	Почивка	
15:00 – 17:00 ч.	Паркур за предприемачи: Строеж на кула, групови дискусия & продажби	Модератор, търсачи на таланти

ВТОРИ ДЕН: 31 март 2016 г. четвъртък

Време	Тема	Кой?
10:30 – 11:15 ч.	Да намерим бизнес идея, но как?	Модератор, търсачи на таланти
11:15 – 12:45	Какво носи една добра идея, ако няма клиенти? Анализ на клиентите	Модератор, търсачи на таланти
12:45 – 13:45	Обедна почивка	
13:45 – 15:15 ч.	Ако аз не губя, другият не може да спечели – Анализ на конкуренцията	Модератор, търсачи на таланти
15.15 -15,30 ч.	Почивка	
15.30 – 16:45 ч.	Без пари не се получава нищо – Набавяне на капитал	Модератор, търсачи на таланти

ТРЕТИ ДЕН: 01 април 2016 г. петък

Време	Тема	Кой?
10.30 -12:00 ч.	Маркетингът трябва да движи пазара, а не да се оставя да го задвижват - Маркетинг	Модератор, търсачи на таланти
12.00 -13:00 ч.	Обедна почивка	
13:00 – 14:30 ч.	„Рай или пустиня за учредители? България – как стоят нещата за начинаещи предприемачи?	Модератор, търсачи на таланти
14.30 – 15:00 ч.	Почивка	
15.00 -16,30 ч.	Elevator Pitch - подготовка	Модератор, търсачи на таланти
16:30 – 17: 30	Обобщение на деня, събрание на търсачите	
18:00 – 22:00	Вечерна програма	
	Нощувка в Хотел „Панорама“ за учениците от Севлиево	



RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM



Ruhr-Universität Bochum
Institut für Arbeitswissenschaft
Telefon: 0049 (0) 234/32-23293
E-Mail: martin.kroell@rub.de



Габровска търговско-промишлена палата
тел.:006 80 31 42
office@chamber-gabrovo.com

ЧЕТВЪРТИ ДЕН: 02 април 2016 г. събота

Време	Тема	Кой?
10:30 – 11:30 ч.	Elevator Pitch	Модератор
11:30 – 12:30 ч.	Предприемачите разказват Паралелно: Конференция за оценка с търсачите на таланти	Модератор, търсачи на таланти
12.30 -13:30 ч.	Обедна почивка	
13.30 – 15:00ч.	Разговори за обратна връзка	търсачи на таланти, Кариерен център
15.00 15:30 ч.	Почивка	
15.30 -16:00 ч.	Закриване, връчване на сертификати	Модератор, търсачи на таланти



RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM



Ruhr-Universität Bochum
Institut für Arbeitswissenschaft
Telefon: 0049 (0) 234/32-23293
E-Mail: martin.kroell@rub.de



Габровска търговско-промишлена палата
тел.:006 80 31 42
office@chamber-gabrovo.com



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_10

Moderationsplan_Mentorenschulung

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



ПРОГРАМА

Обучение за ментори

Проект „Enterprise + иновативният потенциал среща опита“

03 и 04 септември 2015 г.,

Конферентна зала на Габровската търговско-промишлена палата,
гр. Габрово, ул. „Брянска“ 30 (сградата на НТС)

ПЪРВИ ДЕН

Време	СЪДЪРЖАНИЕ
8:30 - 8:45 ч. (15 мин.)	Приветствие и представяне на участниците
08:45-09:00 ч. (15 мин.)	Цели и съдържание на семинара за учредители в рамките на проекта и цели на обучението както и представяне на цялата програма
09:00-09:45 ч. (45 мин.)	Ролята и задачите на ментора
09:45-10:00 ч.	<i>Кафе-пауза</i>
10:00-10:15 ч. (15 мин.)	Проект мениджмънт като рамка за провеждане на семинара за учредители
10:15-12:15 ч. (2 часа)	Концепция на семинара за учредители (Подготовка; Въведение; задача 1 и задача 2)
12:15-13:15 ч.	<i>Съвместен обяд</i>
13:15-15:15 ч. (2 часа)	Концепция на семинара за учредители (задача 3 и задача 4)
15:15-15:30 ч.	<i>Кафе-пауза</i>
15:30-17:30 ч. (2 часа)	Концепция на семинара за учредители (задача 5 и задача 6)
17:30 – 18:00 ч.	Изясняване на отворените въпроси и приключване на работата за деня

ВТОРИ ДЕН

Време	СЪДЪРЖАНИЕ
9:00-9:15 ч.	Приветствие, кратко обобщение
9:15-11:15 ч. (2 часа)	Концепция на семинара за учредители (числа)
11:15-11:30 ч.	<i>Кафе-пауза</i>
11:30-13:30 ч. (2 часа)	Концепция на семинара за учредители (задача 3 и задача 4) (5-ти ден)
13:30-14:30 ч.	<i>Обяд</i>
14:30-16:00 ч. (1 час 30 мин.)	Примери: групова динамика <ul style="list-style-type: none">• тийм-билдинг• техники за креативност
16:00 – 16:15 ч.	<i>Кафе-пауза</i>
16:15 - 17:45 ч.	Примери: групова динамика <ul style="list-style-type: none">• мотивация• конфликт• обратна връзка
17:45-18:15 ч.	Изясняване на отворените въпроси, оценка



RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM



Ruhr-Universität Bochum
Institut für Arbeitswissenschaft
Telefon: 0049 (0) 234/32-23293
E-Mail: martin.kroell@rub.de



Габровска търговско-промишлена палата
тел.: 006 80 31 42
office@chamber-gabrovo.com



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_11

Präsentation "Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Проект Enterprise+

Иновативният потенциал среща опыта

- Трансфер на иновации –

Обучение на ментори
Въведение, цели и съдържание

Габрово, 3. – 4. септември 2015

Съфинансиране от ЕС



Erasmus+

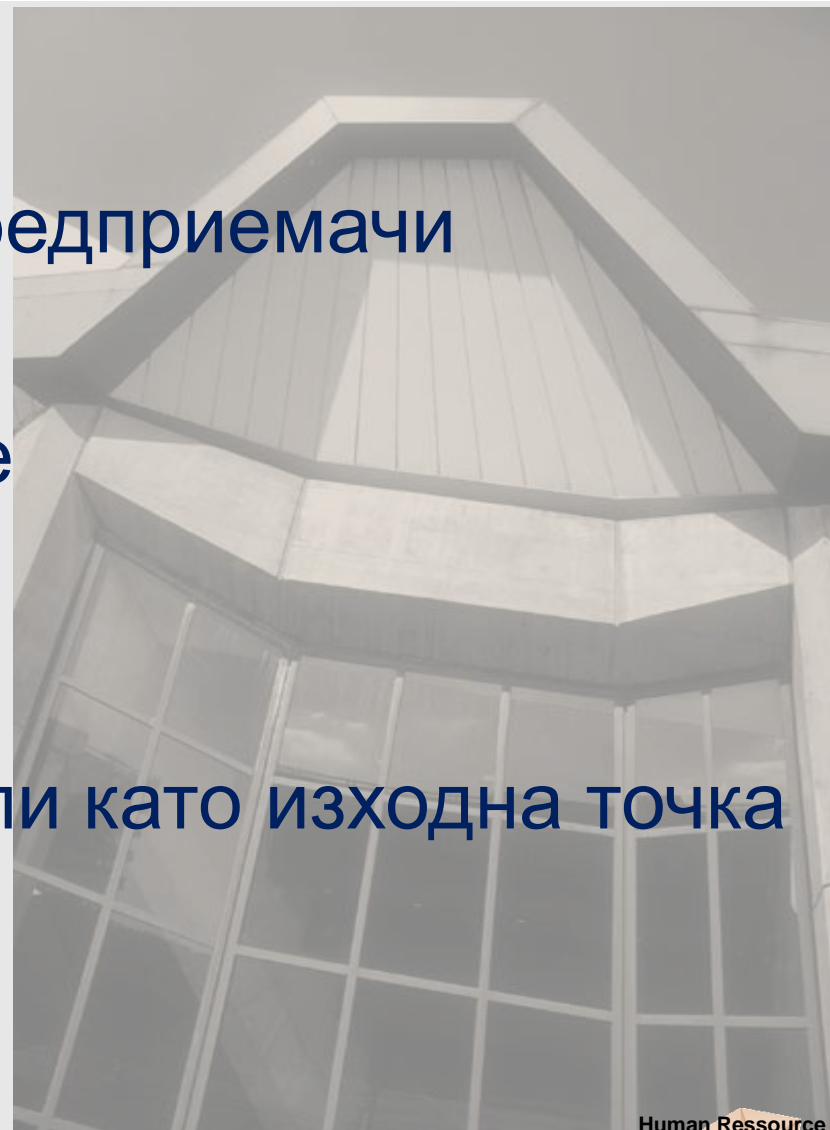
Human Ressource
Management &
Qualification



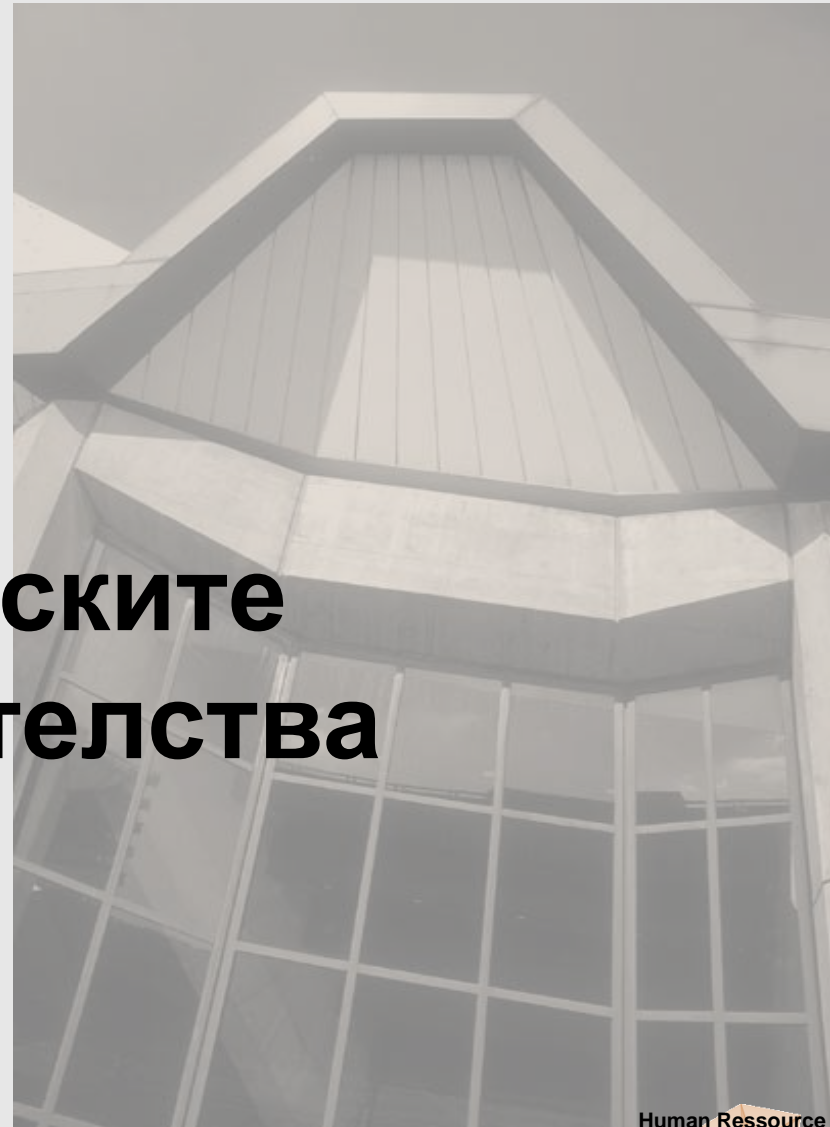
IAW

RUB

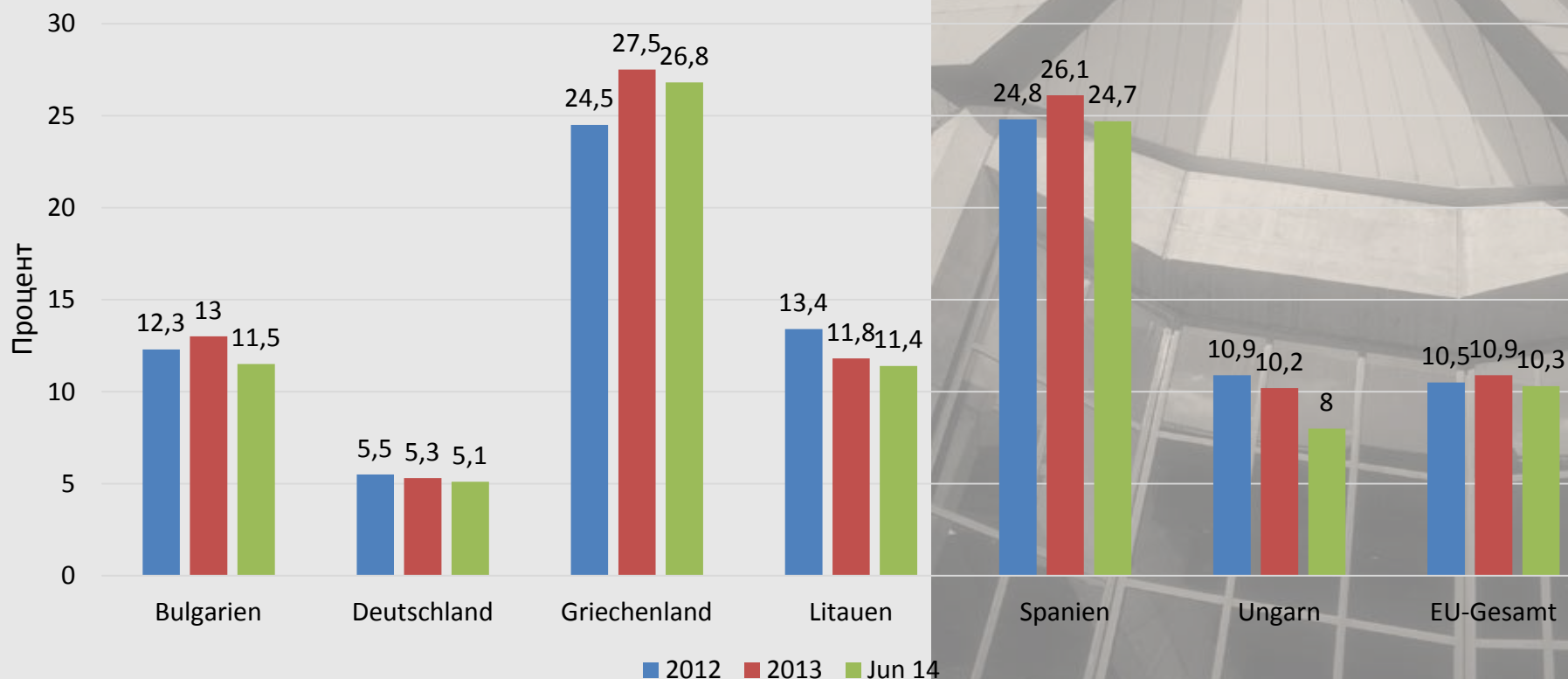
1. Представяне на проекта
2. Семинар за начинаещи предприемачи
 2. 1 Цели и целеви групи
 2. 2 Структура и съдържание
 2. 3 Протичане
3. Обучение на ментори
 2. 1 Семинарът за учредители като изходна точка
 2. 2 Цели
 2. 3 Съдържание



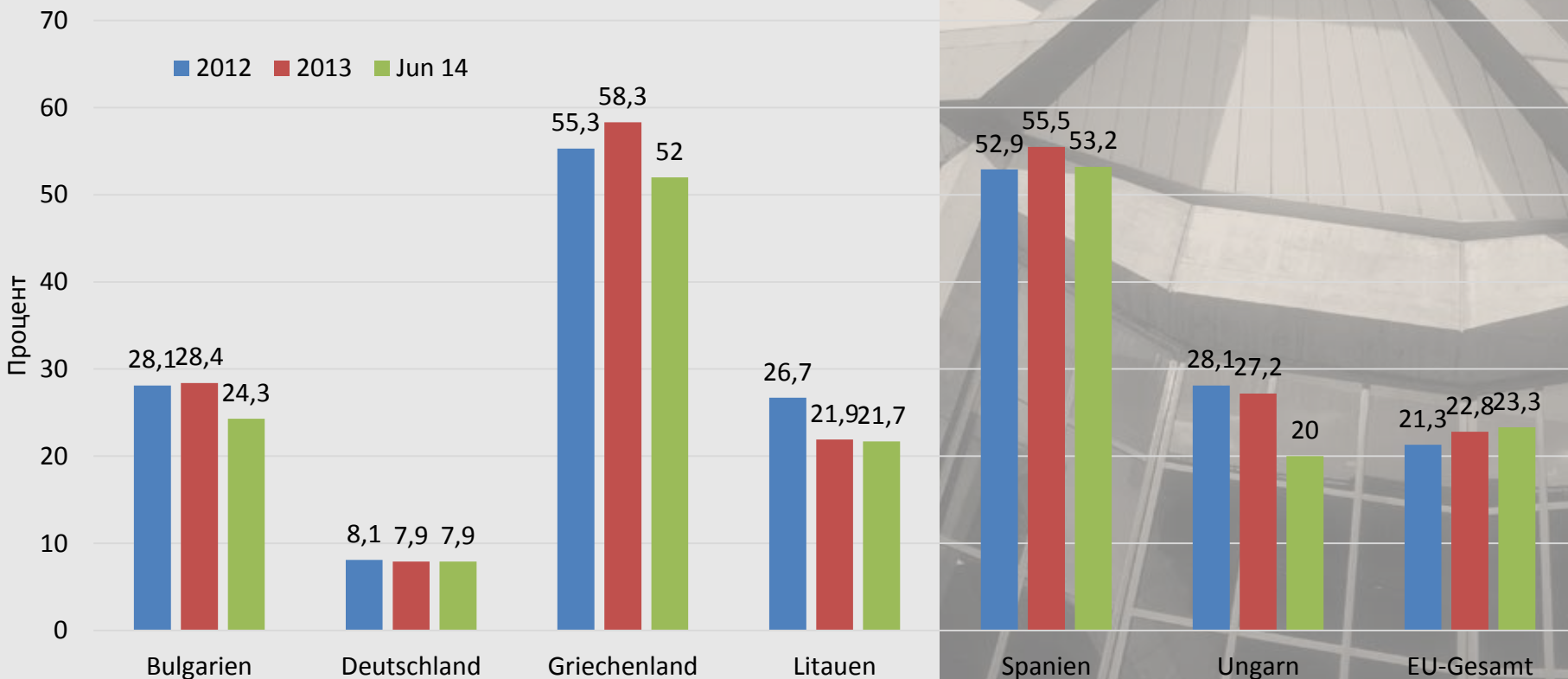
1. Европейските предизвикателства



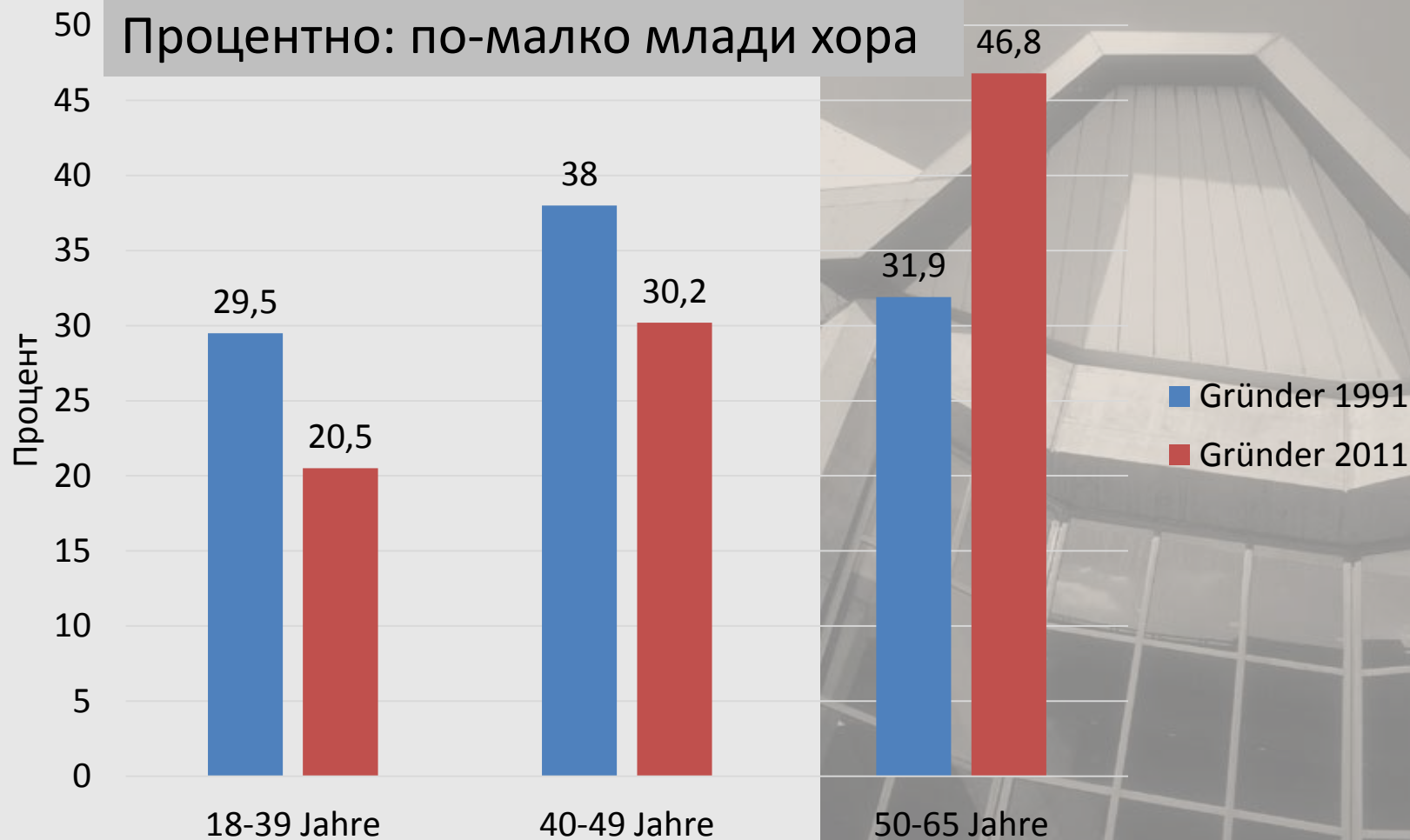
Регистрирана обща безработица



Младежка безработица: по-висока

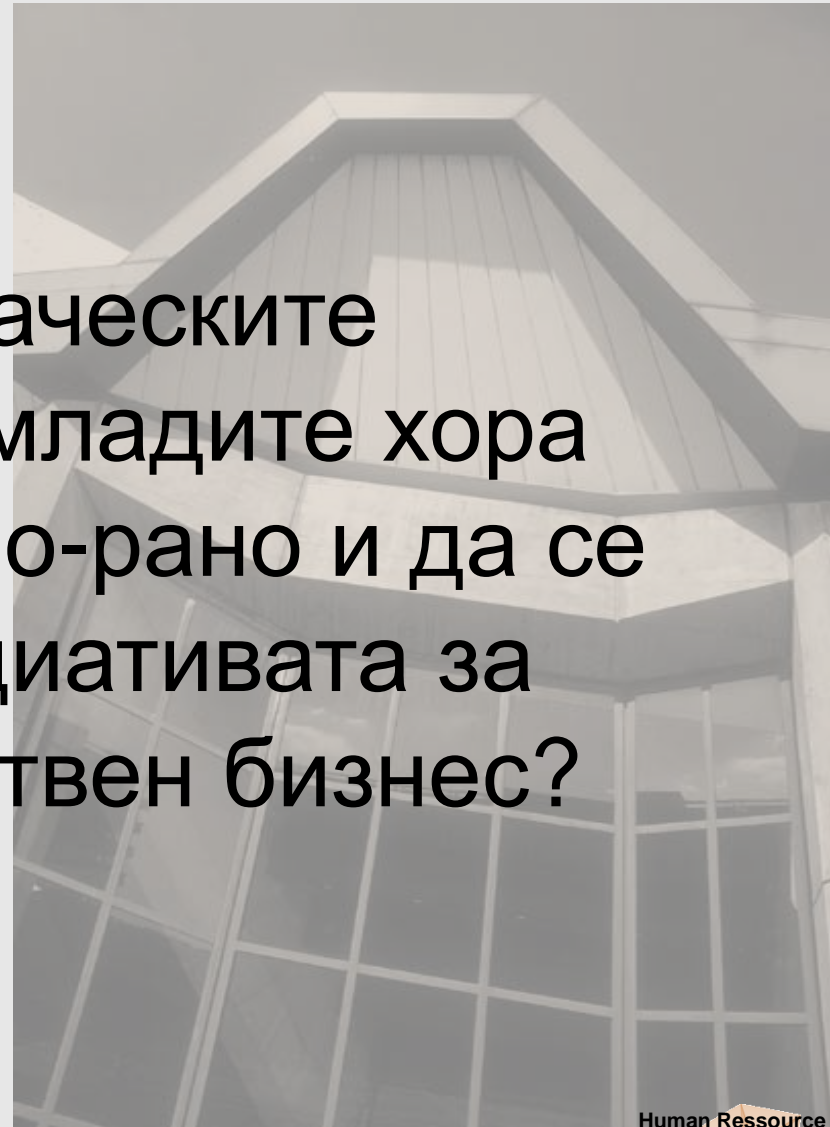


Предизвикателство: Учредителна проблематика

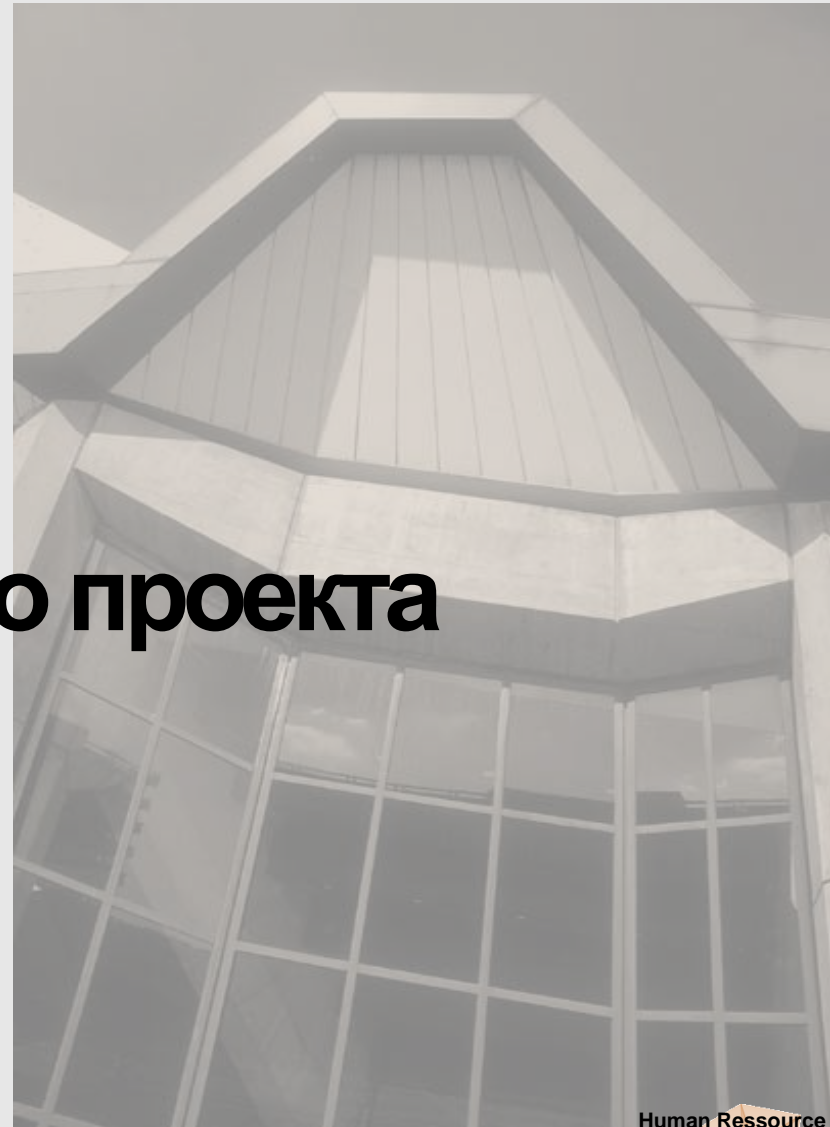


- Висока безработица, особено младежка безработица в Европа
- Нарастваща глобализация → нарастваща несигурност → предприемаческото мислене и действие придобиват значение
- Предприемаческите компетенции не могат да бъдат придобити само на „училищния чин“
- Нужно е да се създават нови възможности за заетост
- Пропаст между образованието и света на труда

Как предприемаческите компетентности на младите хора могат да се открият по-рано и да се да се поощри инициативата за учредяване на собствен бизнес?



2. Партньори по проекта



Партньори по проекта



3. Цели на проекта



Цели на проекта

- Важен принос за намаляване на младежката безработица чрез ...

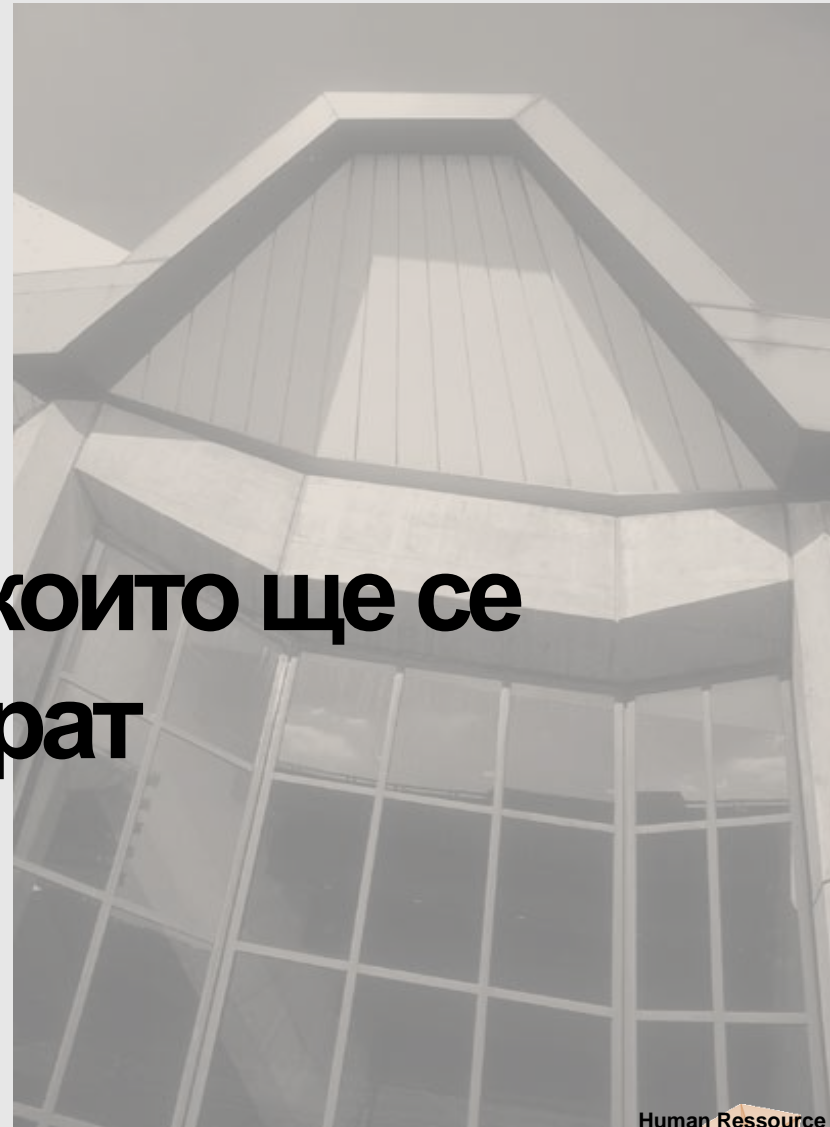
Анализ и насърчаване на предприемаческите способности на младите хора

Посочване на възможности за **учредяване** и подпомагане на бизнес-инициативи

Подпомагане на работата в екипи от няколко поколения и разработване на нови методи за учене

Изграждане на Европейска мрежа за съвместна работа между поколенията

4. Инструменти, които ще се реализират



Имаме два метода, които трябва да се реализират във всяка страна на ЕС :

Анализ на
потенциала
(→ проект
Logleger)

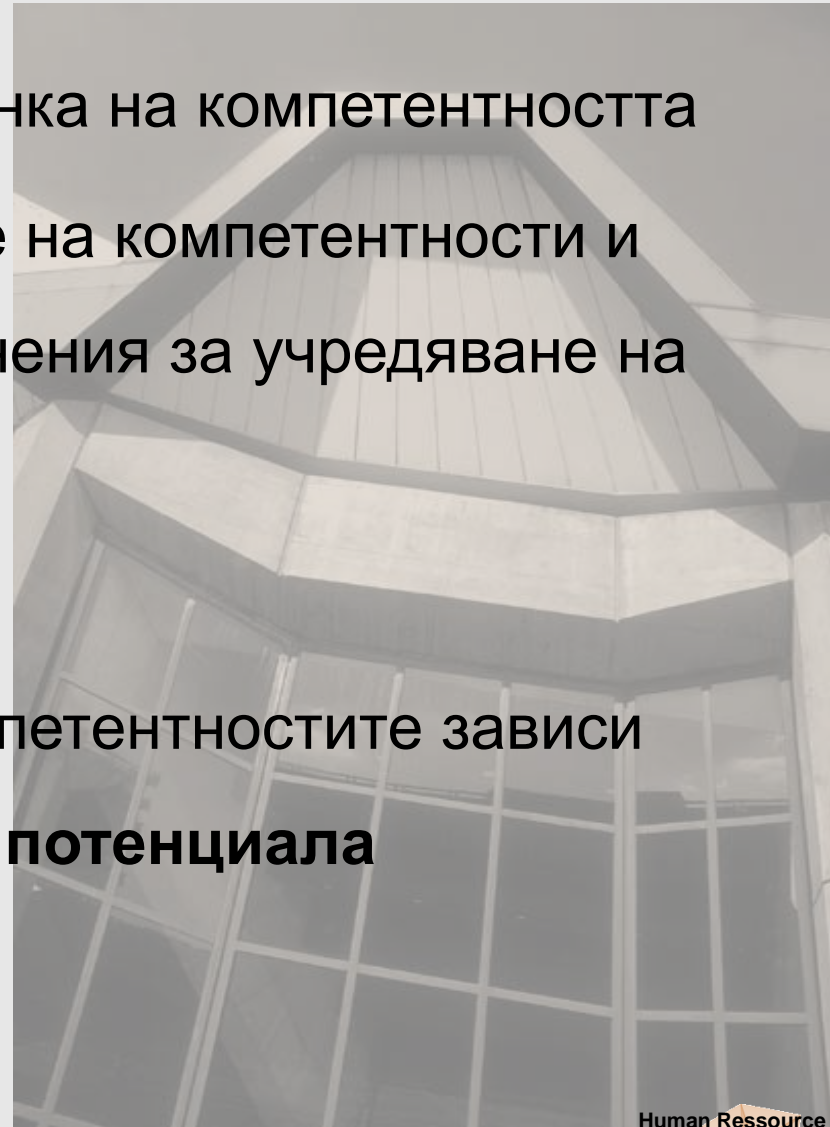
Ученически
фирми
(→ Германска
награда за
учредители)

Как те се съгласуват?

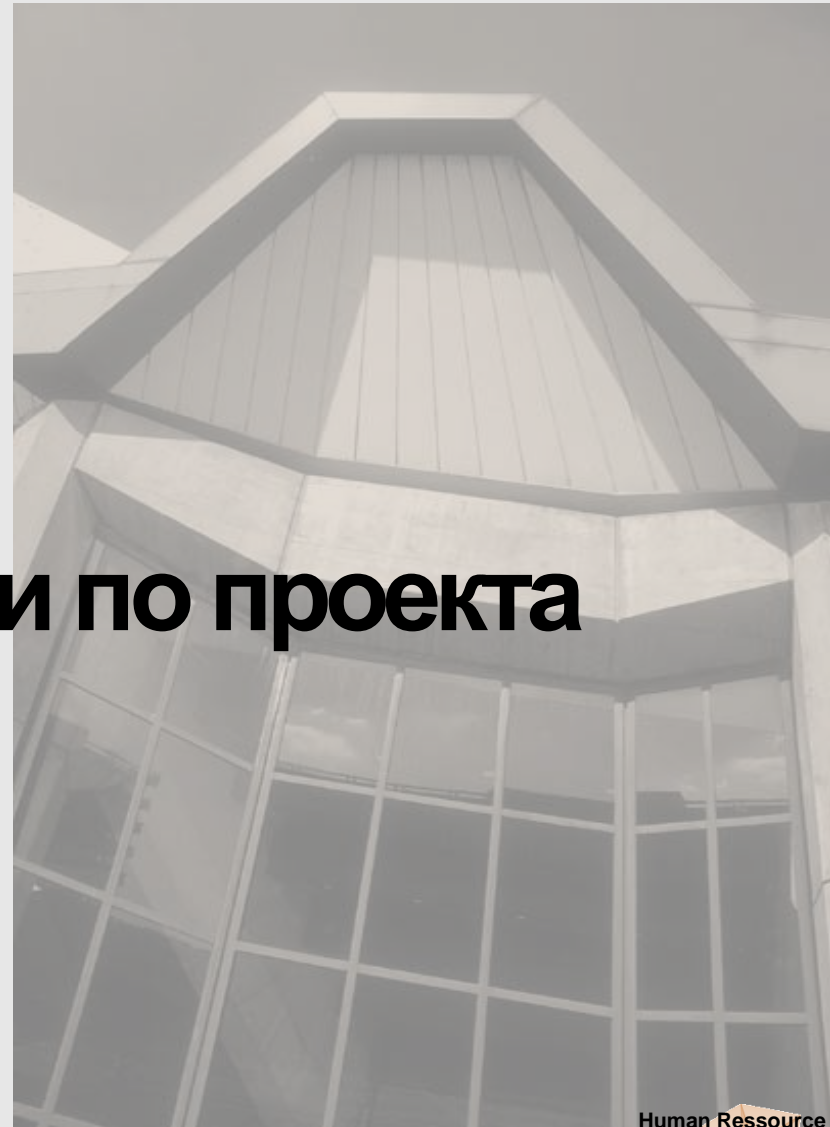
Анализ на потенциала → Оценка на компетентността

Ученически фирми → Развитие на компетентности и специфични практически упражнения за учредяване на фирми

- Насоката в развитието на компетентностите зависи от резултатите от **анализа на потенциала**



5. Дейности и фази по проекта



Деятности по проекта

Анализ на потенциала

- Инструмент за оценка
- Толкова детайлно като център за оценка, който предлага подробна обратна връзка за предприемаческите компетентности

Семинари за учредители -ученически фирми

- Обучение на млади хора чрез опитни мениджъри (Стари помагат на млади NRW e.V.)

Разработване на материали за самостоятелно учене

Теми:

- Анализ на потенциала за младежи
- Мениджмънт на ученически фирми до учредителни проекти
- Създаване на мрежи и сдружения за иновации за млади предприемачи
- Учредяване на фирми като професионална възможност за действие на младите хора

Основни предпоставки

Ориентиране към силните страни

Предприемаческото мислене и действие могат да се изучат отчасти

Учене чрез правене

Фази на проекта

Фази на процеса

(1) Първа среща

(2) Обучение на мултипликатори

(3) Информационен семинар
(1 за всяка страна)

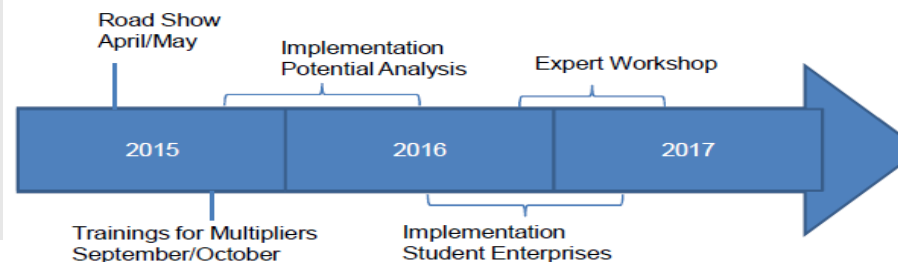
(4) Обучение на наблюдатели
(1 за всяка страна)

(5) Обучение на ментори
(1 за всяка страна)

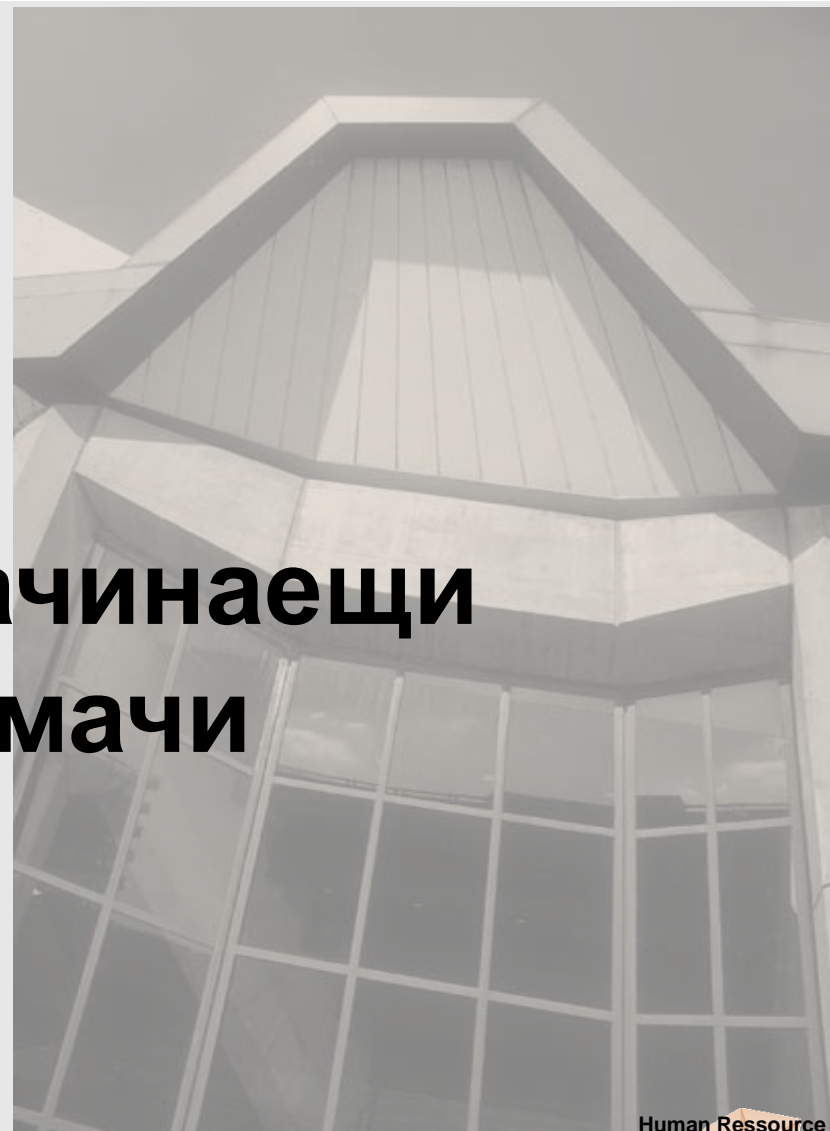
(6) Анализ на потенциала за
младежи

(7) Учредяване на ученически
фирми в групи от по 6-8 младежи

(8) Експертни работни семинари
(1 за всяка страна)



Семинар за начинаещи предприемачи



Цел: Развиване на предприемаческите компетенции на младите хора

1

Да изучат/да опознаят, структурата и съдържанието на бизнес плана от опитни (бивши) мениджъри и ръководители

2

Сенсibiliзиране т. е. повишаване на вниманието за възможни клопки и рискове, но и за потенциалните възможности и шансове при разработване на бизнес план

3

Изготвяне на бизнес план в малки екипи с подкрепата на обучени ментори от практиката с последваща презентация и обратна връзка

4

Да се разбере собствената самостоятелност като проект и да се изучат методите и инструментите за управление на проекта и да се изпробват

Участници:

- 15 – 18 младежи: Ученици, студенти, безработни млади хора на възраст между 16 и 25 години
- 10 Ментора: (Бивши) мениджъри и ръководители, които имат няколко години опит в управление на бизнес или управление на фирма и разполагат със социална компетентност за работа с млади хора
- 1 – 2 Организатора: Представители на търговски камари, учители, представители на Бюрото по труда и т.н.

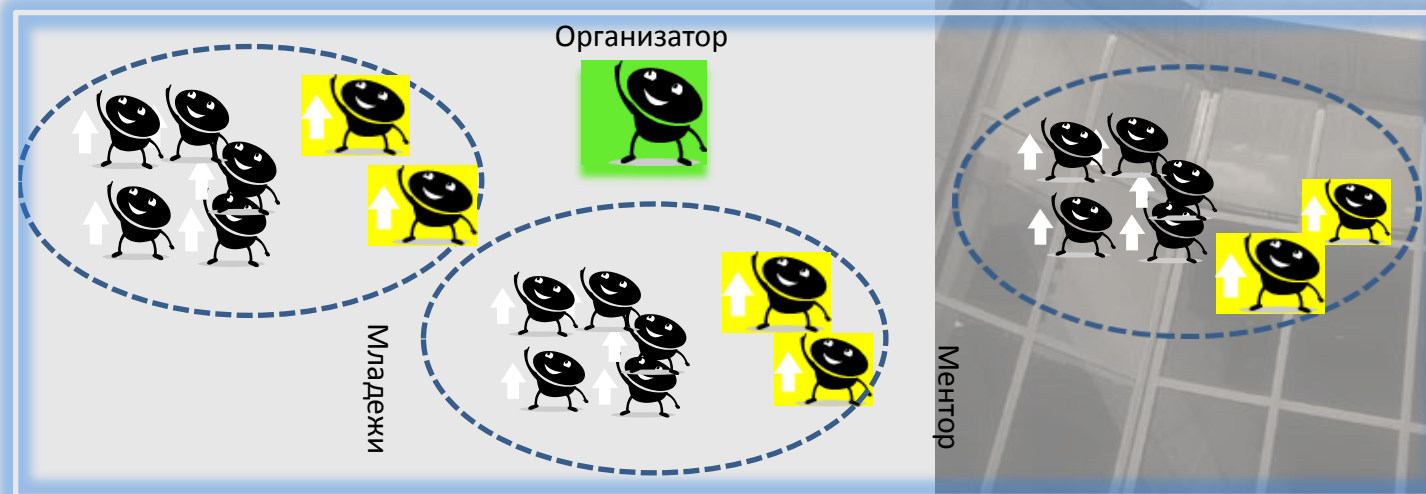
Семинар за начинаещи предприемачи

Цел: Усъвършенстване предприемаческите компетентности на младите хора

Структура и съдържание

Ден 1	Ден 2	Ден 3	Ден 4	Ден 5
Запознаване Бизнес идея	Пазар/Конкуренция Маркетинг	Управление/производство/логистика Анализ на риска	Финанси	Презентиране на Бизнес план

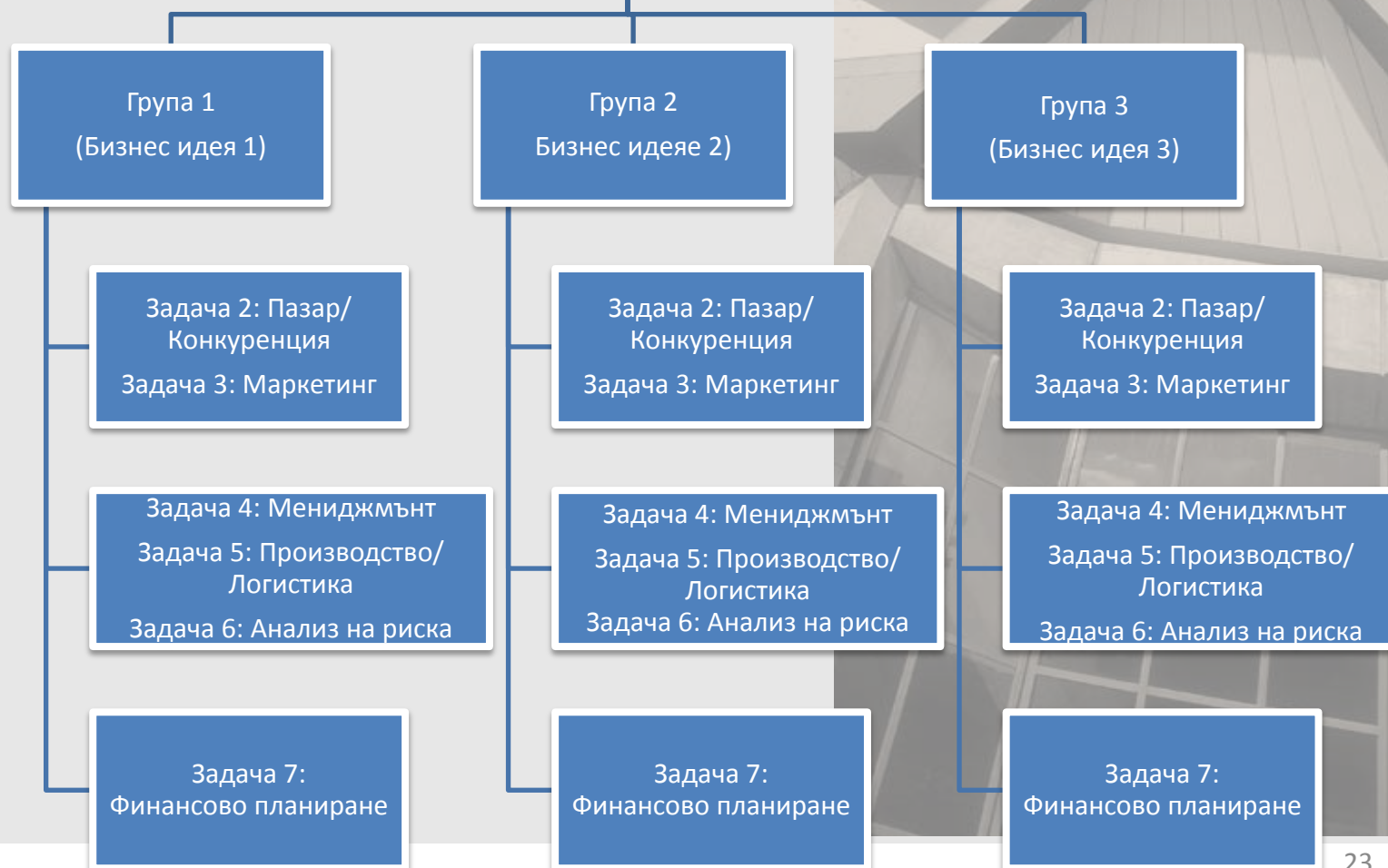
Ролята и задачите на менторите



Организация на работния процес в групата/ Вариант 1

Три малки групи разработват три бизнес плана за различни бизнес идеи

Менторът обяснява всички градивни елементи на бизнес плана в голямата група



Организация на работния процес в групите/ Вариант 2

Три малки групи работят по една бизнес идея и разработват един бизнес план

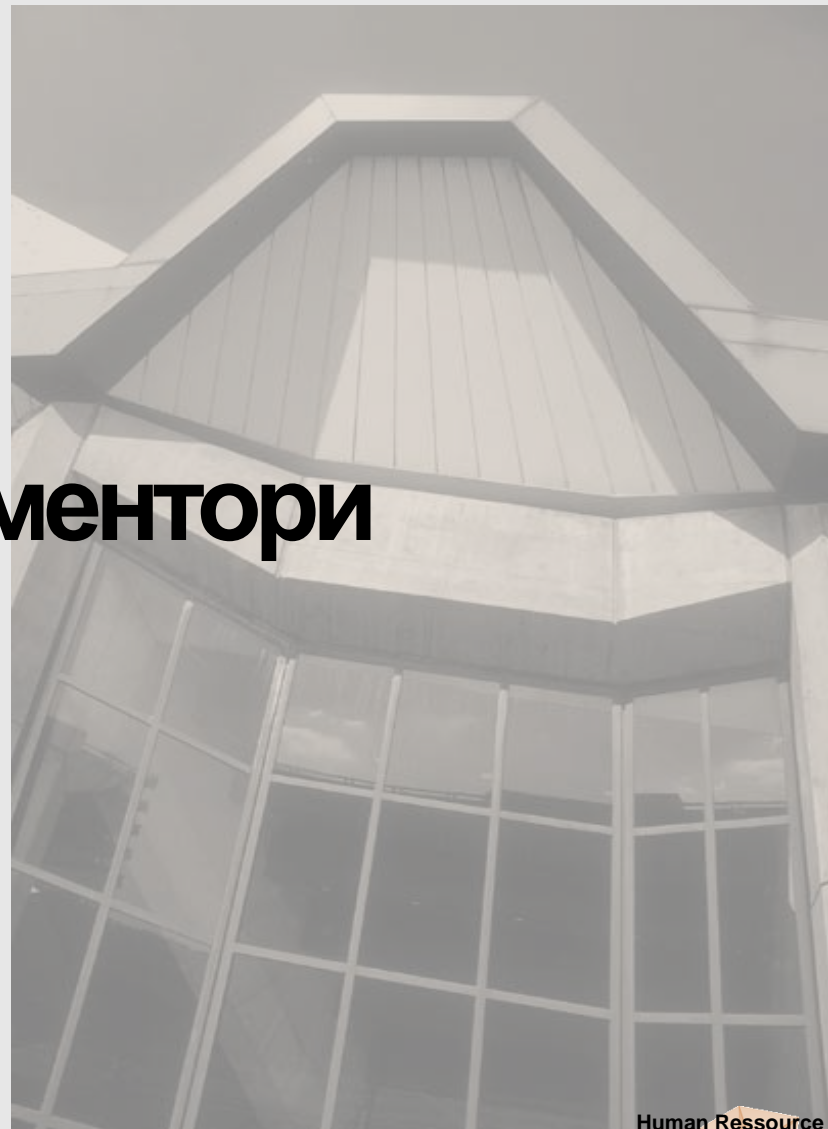
Менторът обяснява всички градивни елементи на бизнес плана в голямата група

Група 1
(Бизнес идея 1)

Група 2
(Бизнес идея 1)

Група 3
(Бизнес идея 1)

Обучение на ментори



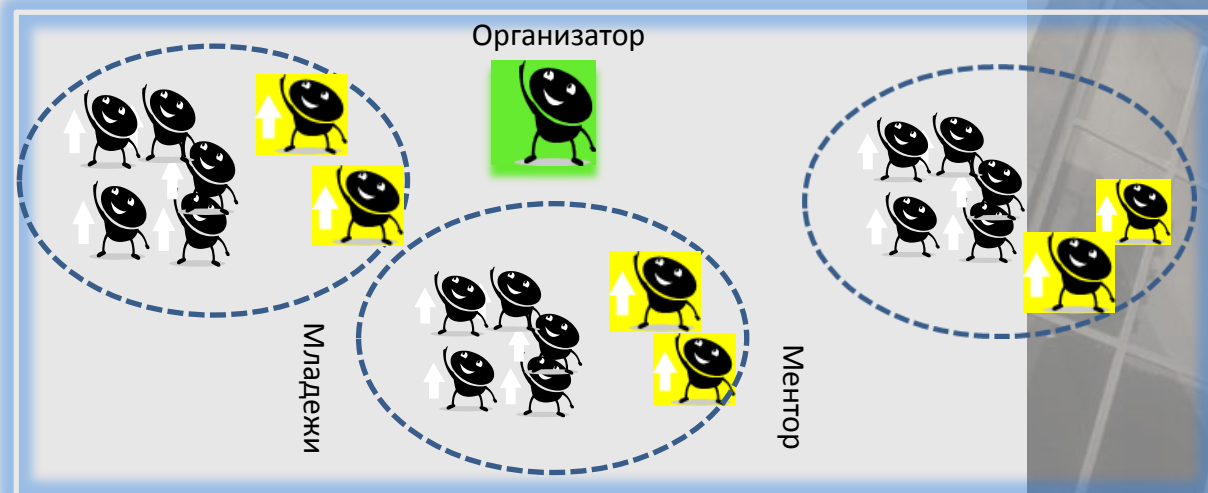
Семинар за начинаещи предприемачи

Цел: Усъвършенстване на предприемаческите компетенции на младите хора

Организация и съдържание

Ден 1	Ден 2	Ден 3	Ден 4	Ден 5
Запознаване Бизнес идея	Пазар/ Конкуренция/ Маркетинг	Управление/Производство/Логистика/ Анализ на риска	Финансово планиране	Презентация на Бизнес план

Ролята и задачите на менторите



Какво трябва да може менторът?

Концепция на Семинара за учредители :

- Цел
- Съдържание
- Протичане

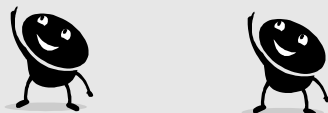
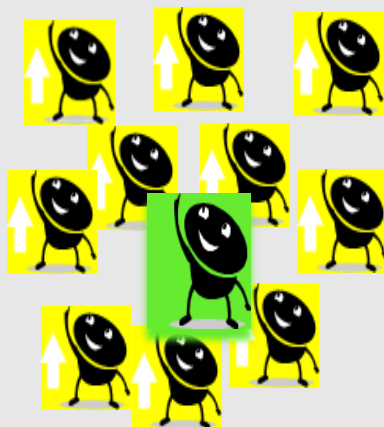


Компетентности за действие

- Управление на проекта
- Менторство /обучение
- Модерация

Квалифициране на бъдещи ментори за семинара за начинаещи предприемачи

Обучение на ментори



Цел: Квалифициране на бъдещи ментори

1

Запознаване с целите, структурата и съдържанието на концепцията за семинара за начинаещи предприемачи и да са в състояние самостоятелно да го проведат

2

Осъзнаване ролята и отговорността на ментора и тяхното значение за семинара за учредители

3

Разбиране на управлението на проекти в неговата подкрепяща функция за ментор и запознаване с методите и инструментите за организиране на семинара за начинаещи предприемачи

4

Разбиране на процесите за развитие на екипа и познаване на възможностите за целенасочено повлияване на този процес

Предаване на знания:

Насърчаване на компетентностите:

Концепция на семинара за начинаещи предприемачи	Компетентности за действие
1) Работа с работната тетрадка	1) Боравене с процесите на груповата динамика
- Задача 1 „Намиране на идеи“	- Тиймбилдинг - Стратегии за креативност
- Задача 2 „Пазар/Конкуренция“ - Задача 3 „Маркетинг“	- Мотивация
- Задача 4 „Мениджмънт“ - Задача 5 „Производство/Логистика“ - Задача 6 „Анализ на риска“	- Конфликти - Обратна връзка
- Задача 7 „Финансово планиране“	

Благодаря Ви за вниманието!

- **Екипът на проекта IAW - Институт по трудовоправни науки**
 - при Рурски университет Бохум
- ще се радва на бъдещо успешно сътрудничество с Вас!**

**За контакти:
д-р Мартин Крьол
Martin.kroell@rub.de**



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_12

Präsentation "Aufgaben und Rollen von Mentoren"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Ролята и задачите на ментора

*Габрово,
3. – 4. септември 2015*



Erasmus+

Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Ролята и задачите на ментора

Въпроси към пленарната зала:

Каква е ролята на ментора и до колко тя се отличава от тази на учителя?

Какви задачи има менторът?

Какви допълнителни задачи би могъл да има менторът в семинара за начинаещи предприемачи?



Ролята на ментора

- Пример за подражание
- Някой, който предава своя опит и експертни знания на други (практически съвети, връзки, неформални правила)
- Подпомага неопитни хора (наставява ги) в професионалното и личностното им развитие
- Не „превъзхожда, за да подчини“ връзка (за разлика от учителя)

- Модерира работните групи както и задачите в семинарите за неопитни предприемачи
- Организира, структурира и напътства работните групи



Задачите на ментора

- Мотивира и вдъхновява групата
- Прави темата разбираема за групата
- Илюстрира с примери и истории за успех от „ истинския живот“
- Създава положителна връзка със своя наставяван

- Дава конструктивна обратна връзка
- Помага на наставявания да развива уменията си
- Идентифицира проблемите и дава решения за тях
- Помага за създаване на обективен поглед



enterprise+
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Благодаря!



Erasmus+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_13

Präsentation "Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Управление на
проектите като
рамка за
провеждане на
семинара за
начинаещи
предприемачи.

*Габрово
3. – 4. септември 2015*



Erasmus+

Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Семинарът за начинаещи предприемачи като проект

- комплексно и (относително) ново начинание
- с ясни цели за съдържанието и времето
- иновативен характер
- ограничени и точно определени ресурси
- ясна отговорност
- определени рискове



Семинарът за начинаещи предприемачи като проект

Управление на проекти

- Боравене с комплексни, нови и ограничени във времето начинания за постигане на определена цел
- Планиране, управление, регулиране и контрол на проекта

Централни елементи в управлението на проекти за семинара за начинаещи предприемачи

1. Изясняване целта на проекта
2. Идентифициране на етапите на проекта и организация на времето (структуриране във времето)
3. Определяне на организационната структура
4. Организиране на социални процеси (тиймбилдинг, лидерство, комуникация, управление на конфликти)
5. Прилагане на методи за намиране на решения и „добри практики“
6. Контрол на качеството на резултатите (по отношение на целите)





enterprise+
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Благодаря!



Erasmus+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_14

Präsentation "Gründerworkshop"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

**Концепция за
семинара за
начинаещи
предприемачи**

**Габрово
15 – 19 юни 2016 г.**



Erasmus+

Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Концепция на семинара за начинаещи предприемачи

1. Подготовка
2. Ден 1: Въведение, бизнес идея
3. Ден 2: Пазар/Конкуренция и маркетинг
4. Ден 3: Производство/Снабдяване/Логистика;
Мениджмънт, Правна форма, Анализ на риска;
5. Ден 4: Финансово планиране
6. Ден 5: Презентиране на бизнес плана и
обратна връзка



1. Подготовка

Организационно:

- Да се установи връзка с организатора:
 - Информация за групата (брой и състав на участниците, предварителни знания, опит, бизнес идеи)
- Информирайте организатора за (техническите) спомагателни средства и броя на помещенията, които са Ви необходими

По съдържание:

- Запознаване с работните задачи на участниците
- Обмислете как искате да обясните елементите на бизнес плана на участниците (вземете под внимание техните предварителни знания)
- Помислете за възможни правила за съвместна работа

- Въведение
- Разработване на бизнес идея (Задача 1)

→ работен резултат: Описание на убедителна идея за продукт

— Въведение

Ден 1: Въведение

Преди да започне работата на групите по бизнес плана, трябва да отделите малко време за ...

- Изясняване целите на семинара за учредители (→ Цели на проекта)
- Представяне на времевата структура (→ flow chart)
- Взаимно запознаване на участниците (→ Тиймбилдинг)
- Изясняване очакванията на участниците от семинара за учредители
- Създаване на положителна работна атмосфера (Тимбилдинг)

- Определяне на ролите, задачите, отговорностите и правилата (заедно с участниците)
(→ Организационна структура)
(→ Предотвратяване на конфликти)
- Установяване на Вашата водеща роля без дисциплинираща функция чрез експертиза, идентификация и информация (представяне на Вашия опит и т.н.)

– Разработване на
бизнес идея
(Задача 1)

→ Работен резултат: Описание на убедителна идея за продукт

Ден 1: Разработване на бизнес идея (Задача 1)

3 Възможности за изпълнение:

1. Разработване (от участниците)
2. Селекция (от съществуващи предложения на участниците;
Критерии: стойност за потребителя, както и “Уникална точка за продажби”)
3. Предложение (от ментора)

Ден 1: Разработване на бизнес идея (Задача 1)

3 Възможности за изпълнение:

1. Разработване (от участниците)
2. Селекция (от съществуващи предложения на участниците; критерии; стойност за потребителя, както и “Уникална точка за продажби”)
3. Предложение (от ментора)

Предимства и недостатъци:

Към 1) За:

- + увеличава мотивацията
- + стимулира креативността
- + преминаване през целия процес

Към 1) Против:

- Отнема се време

Ден 1: Разработване на бизнес идея (задача 1)

3 Възможности за изпълнение:

1. Разработване (от участниците)
2. Селекция (от съществуващи предложения на участниците; критерии; стойност за потребителя, както и “Уникална точка за продажби”)
3. Предложение (от ментора)

Предимства и недостатъци:

Към 2) За:

- + спестява време
- + участниците се запознават с критериите за подбор на „добрата идея“
- + избор от различни идеи на участниците
- + менторът може да предложи идеи от своята „Експертна област“
- + менторът може да изследва предварително съответния пазар и информация за отрасъла

Към 2) Против:

- Участниците могат да не харесат идеята
- намаляване на мотивацията
- Участниците не преминават през целия процес
- Пренебрегва се творчеството

Ден 1: Разработване на бизнес идея (Задача 1)

3 Възможности за изпълнение:

1. Разработване (от участниците)
2. Селекция (от съществуващи предложения на участниците; критерии; стойност за потребителя, както и “Уникална точка за продажби”)
3. Предложение (от ментора)

Предимства и недостатъци:

Към 3) За:

- + спестява време
- + участниците се запознават с критериите за подбор на „добрата идея“
- + избор от различни идеи на участниците
- + менторът може да предложи идеи от своята „Експертна област“
- + менторът може до изследва предварително съответния пазар и информация за отрасъла

Към 3) Против:

- участниците могат да не харасат идеята – намаляване на мотивацията
- може да се разглежда като диктатура
- участниците не преминават през целия процес
- пренебрегва се творчеството

Ден 1: Разработване на бизнес идея (Задача 1)

Задача за участниците:

- Опишете характеристиките и особеностите на Вашия продукт/Вашата услуга
- Дали при продукта/услугата става въпрос за иновация на пазара или за подобряване на съществуващ продукт?

- Какво отличава Вашия продукт/услуга от другите (уникално предложение за продажба)?
- Има ли някакви преки или косвени съществуващи заместители на Вашия продукт или услуга?
- Какво е името на Вашия продукт и по какво се отличава марката?
- Какво е името на Вашето предприятие и какво лого е подходящо за него?

Ден 1: Разработване на бизнес идея (Задача 1)

“Уникално предложение за продажба”:

- Продуктът / услугата трябва да се отличават ясно от подобни продукти / услуги на съответния пазар
- Заместителите на продукти и услуги трябва да се разглеждат от гледната точка на клиента (постига ли същата цел за потребителя – маргаринът като заместител на маслото)

- Пазар и конкуренция (Задача 2)
- Маркетинг (Задача 3)

→ Работни резултати за деня:

- Описание на пазара и конкуренцията
- Маркетинг Концепция

– Пазар и конкуренция (Задача 2)

→ Работни резултати за деня:
Описание на пазара и конкуренцията

Ден 2: Пазар и конкуренция



Модел на Петте конкурентни сили на Портър

Ден 2: Пазар и конкуренция (Задача 2)

1. Ограничаване на целевата група клиенти:

- На кого се предлага продуктът/услугата?
- Какви характеристики имат клиентите:
- Демографски описания (пол, възраст, големина на домакинството, доходи на домакинството, професия и т.н.)
- Поведение на купувача
- Потребности

Ключови въпроси към участниците:

- Коя/и целева/и група(и) можете да заинтригувате с Вашия продукт, т.е. кой печели от продукта/услугата и може ли да си го позволи?
- Дефинирайте Вашата целева група с оглед на горе посочените критерии.

Ден 2: Пазар и конкуренция (Задача 2)

2. Определяне пазарния потенциал:

Ключови въпроси към участниците:

Релевантен пазар:

В какво обкръжение предлагате Вашия продукт/услуга?

Големина на пазара:

Колко голям е релевантният за Вас пазар/ съответният пазарен сегмент?

Съберете информации от статистически служби, агенции за насърчаване на бизнеса, търговски камари, банки и други. Използвайте това за бързо общо изчисляване на събраната информация за бранша.

Състояние на пазара:

Наситен ли е Вашият пазар? Расте ли той? В застой ли е или се свива?

Ден 2: Пазар и конкуренция (Задача 2)

3. Идентифициране на конкуренцията:

По-голямото предлагане при константно търсене смалява рентабилността на всички предприятия на пазара

Ключови въпроси за участниците:

- Какви конкуренти има с подобен асортимент на Вашия пазар или във Вашия бранш, във Вашия сегмент?
- Могат ли нови конкуренти лесно да дойдат с еднакви или подобни продукти/услуги на пазара?
- Колко дълго се нуждае конкуренцията, за да копира идеята?

— Маркетинг (Задача 3)

→ Работни резултати за деня:

- Описание на пазара и конкуренцията
- Маркетинг Концепция

Ден 2: Маркетинг (Задача 3)

Разработване на концепция за излизане на пазара:

- Определяне на каналите за дистрибуция:
 - Директни продажби
 - Продажби на дребно
 - Продажби чрез трети лица (търговци на едро)
 - Кооперационни партньори
 - Франчайз
 - Продажби по интернет

Ключови въпроси за участниците:

- Какви канали за дистрибуция са подходящи за Вашата идея? Информирайте се точно за различните възможности и ги обсъдете във Вашия екип, кои канали за дистрибуция са подходящи за Вашата фирма и по какви причини. Изяснете предимствата и недостатъците.

Ден 2: Маркетинг (Задача 3)

Методи за определяне на цената
(виж информационното каре в
работната тетрадка):

- Въз основа на реалистична часова ставка, която трябва да се постигне
- Въз основа на действителните разходи
- Въз основа на представите за стойността
- Ориентирано към средните цени към конкурентите

Ключови въпроси за участниците:

- Обсъдете тези подходи в своя екип. Информирайте се за ценообразуването във Вашия бранш от консултанти, банкови институции, професионални или браншови сдружения, от данъчната служба или търговски и занаятчийски камари.
- Какво влияние има цената върху очаквания от Вас пласмент?
- Как се променя Вашият оборот (обем продажби x цена) при различни цени?

Ден 2: Маркетинг (Задача 3)

Комуникационна политика:

- Как да достигнете до Вашата целева група?
 - Директен маркетинг (мейли, флайери, телефонен маркетинг и т.н.)
 - Сайтове, оптимизиране на търсачки
 - Представяне на търговски панаири и изложения
- Връзки с обществеността, публичен рилейшънс (статии и съобщения за Вас, за Вашата фирма или за Вашия продукт/услуга)
- Реклама в медиите (преса, радио, телевизия, кино, интернет реклама, социални мрежи)
- Посещения на клиенти

Ден 2: Маркетинг (Задача 3)

Комуникационна политика:

Ключови въпроси за участниците:

- Кои възможности за разпространение са подходящи за Вашата идея? При избора на инструмент за комуникация обръщайте винаги внимание на степента на разпространение, но и на разходите. Рекламата в телевизионните канали има със сигурност най-голяма степен на разпространение, обаче е много скъпа. Преценете ползите и разходите.

- Производство, снабдяване, логистика
- Управление и правна форма
- Анализ на риска

→ Работни резултати за деня:

- План за производство и снабдяване
- Стратегия за логистиката
- Организационна структура и правна форма
- SWOT-анализ

**Производство,
снабдяване, логистика
(Задача 4)**

- **Работни резултати за деня:**
- **План за производство и снабдяване**
 - **Стратегия за логистиката**

Ден 3: Производство, снабдяване, логистика (Задача 4)

При производството и
разпределението на стоките:

- За производството: Суровини и материали/части, инструменти/машини, производствени мощности
- За търговията: Закупуване на стоки, ако е необходимо складиране, транспортиране до клиента

За услуги:

- Производството и логистиката отпадат, въпрос: Как трябва да бъде обслужен клиентът?

Ключови въпроси за участниците:

- Искате ли да закупите или сами да произведете или да поръчате да бъдат произведени Вашите продукти или полуфабрикати? Обсъдете в групата си какво, как и къде можете да ги закупите, произведете и съхранявате. Допълнително обмислете и транспорта.

Мениджмънт (Задача 5)

- Работни резултати за деня:
- Организационна структура

Ден 3: Мениджмънт (Задача 5)

- Дефиниране на вътрешната структура
- Гарантиране на функционирането и ефективността на предприятието

Класически позиции в едно предприятие:

- Ръководство на фирмата
- Маркетинг & продажби
- Развойна дейност и управление на качеството
- Производство, логистика & покупки (каналы за доставки)
- Персонал
- счетоводство и контрол

Ден 3: Мениджмънт (Задача 5)

Ключови въпроси към участниците:

Кой член от екипа каква позиция във фирмата да заеме?

Дефинирайте кои задачи се отнасят до компетенциите на дадена позиция.

Правна форма (Задача 5)

- Работни резултати за деня:
- Определяне на правната форма

Ден 3: Правна форма (Задача 5)

- Дефиниране на външната структура
- Различните видове правни форми имат различни правни и данъчни отговорности
- Примери за възможни правни форми в Германия:
 - GbR – СД в България
 - GmbH – ООД в България
 - KG – КД в България
 - AG – АД в България

Ключови въпроси към участниците:

Каква правна форма е най-подходяща за Вашето предприятие? Обосновете избора си и обяснете при възможност, защо другите форми са по-малко подходящи. За повече информация за правните форми можете да направите проучване в интернет.

Анализ на риска (Задача 6)

- Работни резултати за деня:
- SWOT-анализ

Ден 3: SWOT-анализ (Задачи 6)

- SWOT- анализ (предимства, недостатъци, възможности, опасности)
- Анализ на
 - Вътрешни силни и слаби страни и слабости
 - Външни шансове и рискове, произтичащи от заобикалящата среда
- От комбинацията участниците могат да изведат фирмена стратегия

Ден 3: SWOT- анализ (Задача 6)

SWOT- анализ		Резултат от анализа на Вашата бизнес идея (от гледна точка на вътрешните дадености на фирмата)	
		Силни страни	Слаби страни
Резултати от анализа на Вашия пазар (от гледна точка на Вашата корпоративна среда)	Шансове	Използване на силните страни на фирмата за използване на шансовете на бизнес средата	Преодоляване на евентуалните слабости на фирмата чрез използване шансовете и възможностите на бизнес средата
	Рискове	Използването на силните страни на фирмата, за намаляване на рисковете от бизнес средата	Минимизиране на слабите страни на фирмата, както и рисковете на бизнес средата

Ден 3: SWOT-анализ (Задача 6)

Примери за вътрешни силни и слаби страни:

- Наличен капитал
- Качество на продукта/услугата
- Корпоративна идентичност/
Корпоративен дизайн
- Имидж
- Ефективност на изпълнението на задачите
- Квалификация/опит на работниците и служителите
- Мотивация (работна атмосфера, всеотдайност)
- ...

Примери за външни шансове и рискове:

- Брой на потенциалните клиенти
- Структура на конкуренцията/ брой на потенциалните конкуренти
- Развитие на бюджетното състояние
- Демографско развитие
- Изисквания на клиента/ желания на клиента
- Стратегии/дейности на конкурентите
-

— Финансово
планиране
(Задача 7)

- Работни резултати за деня:
- устойчив финансов план

Ден 4: Финансово планиране (Задача 7)

1. План за капиталови инвестиции

- инвестиции
- определяне на допълнителни разходи за учредяване
- ресурси

2. Финансово планиране

- собствени средства
- привлечени средства

3. Планиране на рентабилността/ преглед на приходите

- обороти
- разходи
- печалби

4. Планиране на ликвидността:

- приходи
- разходи

- Обобщение на бизнес плана (Задача 8)
- Сесия за обратна връзка

- Работни резултати за деня:
- Обобщаване на отделните части
 - Обратна връзка за участниците

Ден 5: Обобщаване на бизнес плана (Задача 8)

Задачи за участниците:

- Обобщете основните елементи на отделните части на бизнес плана на максимум на максимум една страница (“Helicopter View” за бърз преглед)
- Ако бяхте банкер и Ви бяха попитали дали ще дадете заем за стартиране на бизнес, какво бихте искали да знаете?

По избор, ако времето позволява:

Можете да обсъдите с участниците правилата за (поведение) в „бизнес света“:

- Какво искам да постигна, когато се срещна с някого?
- Как искам да бъда възприет от „другата страна“?
- Как трябва да се обличам и държа, за да създам положителна нагласа към мен?



enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Благодаря!



Erasmus+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_15

Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

**Примерни случаи:
Динамика
на групата**

**Габрово
15-19 юни 2016**



Erasmus+ © Dr. Martin Kröll, EU-Projekt Enterprise+

Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Казус:

Динамика на групата

1. Тиймбилдинг
2. Креативност
3. Мотивация
4. Конфликти
5. Обратна връзка



1. Тимбилдинг

Ситуация:

Участниците са поканени на семинар за учредители и са разпределени на групи. Те не се познават и имат трудности да се ориентират в групата. Цялата група изглежда като изгубена и спешно се нуждае от ориентация и структура.



1. Тимбилдинг

Водещ въпрос:

Какво може да направи менторът в началото на семинара за учредители, за да даде ориентир на групата и да инициира групово учене?

Отговор: Укрепване на „чувството за принадлежност“



1. Тиймбилдинг

Укрепване на
„чувството за
принадлежност“

- Улесняване на запознанствата
- Премахване на натиска за бързо постигане на резултати
- Възможно обсъждане на желанията и страховете
- Изясняване на рамковите условия и целта
- Обясняване на значението
- Изясняване на ролите
- Предлагане на насока и структура



1. Тиймбилдинг

Упражнение за запознаване:

Нашият (фирмен) герб



Подготовка:

Менторът рисува голям герб върху пист хартия и го разделя на малки части в зависимост от броя на участниците.

Провеждане:

Всеки участник взема част от герба и пише или рисува нещо по следните точки:

- Особени качества (какво мога да правя добре?)
- Училищни/професионални цели (Какво искам да постигна в бъдеще?) (Например: да създам фирма ху, да следвам, да пътувам и т.н.)
- Хоби (Какво правя в свободното си време?)

2. Тиймбилдинг

Упражнение за запознаване:

Нашият (фирмен) герб



Анализ на упражнението за запознаване:

- Ефект от запознаването: участниците взаимно се опознават и менторът придобива представа за състава на групата.
- В рамките на семинара за учредители съвместно изработеният герб за екипа/ученическото предприятие „----“ е нещо цялостно и създава първоначална основа за „чувството за принадлежност“.
- Отделните цветни различни части, от които се състои гербът символизират отделните членове на групата в личностното ѝ многообразие.

2. Тиймбилдинг

Упражнение за запознаване :

Интервюиране на участниците



Провеждане:

Интервюирането на участниците е подходящо за начало, когато те не се познават или се познават слабо. Съответно двама участници се интервюират един друг въз основа на някои въпроси, които са им дадени предварително. Въпросите могат да бъдат разбъркани – наред с основна информация за съответния участник, също и въпроси относно мотивацията и очакванията на участниците, както и първи въпроси по съдържанието. Съвместното опознаване може да се улесни и от интригуващи лични категоризации (напр. „Нещо, което никой тук не би очаквал от мен...“). След около 10-15 минути участниците се представят последователно кратко един друг.

1. Тиймбилдинг

Анкета за очакването I

Цел:

- Изясняване на очакванията от семинара за учредители
- Ролята на участниците в организацията на семинара за учредители



1. Тиймбилдинг

Анкета за очакването I

Провеждане:

В началото на семинара се провежда анкета чрез карти със следните или подобни въпроси:

Какво трябва да се случи тук, за да мога да кажа в края на семинара: Участието ми си заслужаваше?

Семинарът би бил успешен, ако...

Това, което искам да науча тук и да затвърдя, е ...

1. Тиймбилдинг

Анкета за очакването II



Провеждане:

- Всеки участник получава карти, на които да запише очакванията си от семинара.
- Участниците закачат картите си на таблото и менторът заедно с тях преглежда очакванията.
- Очакванията следва да се разглеждат или обсъдят в хода на семинара.
- Промени в програмата на семинара за начинаещи предприемачи могат и трябва да бъдат направени въз основа на очакванията и желанията на участниците.

1. Тиймбилдинг

Разработване на правила за поведение



Провеждане:

- В началото на семинара за учредители в пленум участниците разработват общ каталог с правила.
- Ключов въпрос: Как искаме да общуваме помежду си през следващите пет дни?
- Правилата трябва да бъдат формулирани позитивно, например: да се изслушват и да се изказват, да се толерират и други мнения, точност, отвореност за критика.
- Този каталог с правила се подписва от всички, закачва се на видимо място и създава обвързаност.

2. Креативност

Ситуация:

На участниците им е трудно да разработят идея.



Решение:

В допълнение към основните въпроси менторът може да прибегне до творчески стратегии, за да даде нов тласък на процеса за генериране на идеи.



1. Тиймбилдинг

Допитване за настроението чрез
пощенски картички https://www.uni-due.de/imperia/md/content/zfh/methodenbar_2012.pdf



Материали: Различни пощенски картички

Време: в зависимост от броя на участниците (на човек по 1 минута плюс времето, необходимо за избор на картичките)

Кратко описание:

Различни пощенски картички с изображения се оставят в помещението и участниците се приканват да си изберат по една картичка, която най-добре изразява настроението им в момента.

Участниците се представят и обясняват, защо са избрали една определена картичка.

Дидактическа функция:

- Осъзнаване на собственото настроение, представено чрез избора на определена картинка
- Ръководителят на семинара е информиран за настроението на участниците и може по-добре да прецени реакциите
- Първа оценка на очакванията

1. Тиймбилдинг

(дейност за по-нататъшно
развитие на екипа)
Конструирание на кола



Необходими са: листи за флипчарт

Време: ок. 30 минути

Големина на групата: 5-15 души

Провеждане:

Нарисувайте контурите на кола върху листа за флипчарт. Организирайте групи с 4-5 участника. Дайте указание на групата да допълни колата с принадлежности – напр. колела, антена и да се обясни, какво общо имат принадлежностите с екипа.

Дайте пример на екипа: „Нарисувайте колела, защото като екип искате да се придвижите бързо напред“. Оставете участниците след това да продължат сами. Дайте на екипа време от 15 минути да дорисуват колата, и по 5 минути да представят превозното средство.

2. Креативност

Стратегии за креативност:



Откриване на идеи:

- Brainwriting:(мозъчно писане): Метод 6-3-5 (6 участника, 3 идеи, предавани 5 пъти)
- Brainstorming (мозъчна атака): Дискусия 66 (6 участника, 6 минути мозъчна атака)
- Метод “Уолт Дисни” (мечтател, реалист, критик)

Оценка/избор на идеи:

- Метод на 6-те мислещи шапки (6 перспективи)
- Диаграма с решенията тип “Торта”

2. Креативност

Метод „Уолт Дисни“ – 3 роли

1.Мечтателят: Мечтателят генерира и си играе с идеите без да се замисля за реализацията – „Всичко е позволено!“. Той се ориентира към бъдещето и потенциалите съответно възможностите.

2.Критикът: Критикът обмисля силните и слабите страни на идеите. Той се мъчи да идентифицира аспектите, по които още не е мислено и се пита, какво още би могло да бъде подобро.

3.Реалистът: Реалистът се ориентира към актуалната ситуация и търси прагматични възможности за действие. Той обмисля, какво трябва да се направи, какви са наличните ресурси и какви помощни средства трябва да се набавят още.

<http://kreativitätstechniken.info/walt-disney-methode/>

1. Насочете участниците първо да седнат на стола на Мечтателя. За точно 15 минути. Подтикнете участниците да опишат със собствени думи, как трябва да изглежда идеалната самостоятелна дейност. Добре се приемат щурите идеи, всичко е разрешено – както в най-красивите мечти. Записвайте идеите на флип-чарт 2. След това участниците сядат на стола на Критика, отново за 15 минути. Там те разказват за своите съмнения, страхове и колебания във връзка с идеите, които са възникнали на стола на Мечтателя. Запишете съмненията на флипчарта. 3. След това се продължава със стола на Реалиста. Когато участниците седят там, те имат пред погледа си записаното от предните (Мечтател, Критик). Търсят се практични и смислени решения и мерки. Запишете всичко, което се казва.

3. Мотивация

Ситуация:

При един участник се забелязва липса на мотивация, той се оттегля, не работи с групата.

Решение:

- Да се увеличи вътрешната мотивация (вътрешен мотив) чрез:
 - Събуждане на любопитството
 - Да се покаже важноста на придобитите компетенции/знания за професионалния живот
- Да се увеличи външната мотивация (външен мотив) чрез:
 - Награда (например незабавна или предстояща почивка при признаци на умора)
 - Упражнения за раздвижване, малки игрички

3. Мотивация

**Повишаване на
вътрешната
мотивация**

Мотивация чрез ориентиране към целта:

-
- Да се рязясни значението на задачата за поставената цел (на групата / на семинара)
- Да се подчертаят основните етапи в проекта
- Създаване на връзка между тях и задачата

3. Мотивация

Повишаване на вътрешната мотивация

Мотивация с помощта на дидактиката:

- Да се идентифицират предпоставки за семинара (анализ на потребностите, анкета за очакванията)
- Осъществяване на личен контакт, изграждане на доверие, похвали
- Разнообразно приложение на методите
- Автентично представяне, лична ангажираност на ментор

3. Мотивация

**Повишаване на
вътрешната
мотивацията**

Мотивация чрез създаване на положителна работна атмосфера:

- Подходящи помещения, приятно оборудване
- Разказване на успешни истории
- Позволени са грешки дори са “желателни”
- Даване на възможност за обмен в рамките на групата
- Осигуряване на достатъчно време, когато е необходимо на участниците или ускоряване на темпото, когато участниците дават сигнал за това
- Бърза обратна връзка (виж точка „обратна връзка“)

3. Мотивация

Работни стъпки:

1. Разговор на четири очи с участника, за да се разбере причината за пасивността.

Възможни причини:

- а) Недостатъчни или прекалено високи изисквания на задачата
- б) Участникът не се чувства интегриран в групата, приет или признат
- в) Недоволство от участието му в семинара, липса на интерес към темата, други случаи, например лични проблеми

2. При възможност, да се отстрани причината и участникът да се интегрира отново в груповата работа

Възможности:

Към а) Диференциране при поставяне на задачата: Да се намали комплексността на задачата, задачата да се обясни с примери, близки до практиката

Към б) Групова динамика, чувство за принадлежност, обобщено (необвързано с едно лице) обсъждане на проблема в групата, дискутиране. Позоваване на ежедневиия опит на участниците и ментора. Използване на примерни случаи.

3. Мотивация

Работни стъпки:

1. Разговор, лице в лице, с участника, за да разберете причините за пасивността.

Възможни причини:

- а) Недостатъчни или прекалено високи изисквания на задачата
- б) Участникът не се чувства интегриран в групата, приет или признат
- в) Недоволство от участието му в семинара, липса на интерес към темата, други случаи, например лични проблеми

2. При възможност, да се отстрани причината и участникът да се интегрира отново в груповата работа

Възможности:

Към в)

- Да се предложи личен разговор в почивката или извън мероприятиято
- Разговор в групата за целите/ значението на мероприятиято
- Ако е възможно в съдържанието или в обема на разглежданите теми да бъдат включени и участниците:
 - Какво трябва да се разглежда?
 - Колко подробно?
 - Предварителна информация: Каква е процедурата? Обосновка, защо всичко е планирано така.

3. Мотивация

Ситуация:

Групата работи по анализ на пазара. При това тя трябва да оцени пазарния обем . Двама участника от групата не се включват в груповата работа и действат демотивиращо.

Създаване на карта на идеите на тема „Мотивация на участниците“ и вземете под внимание следните аспекти:

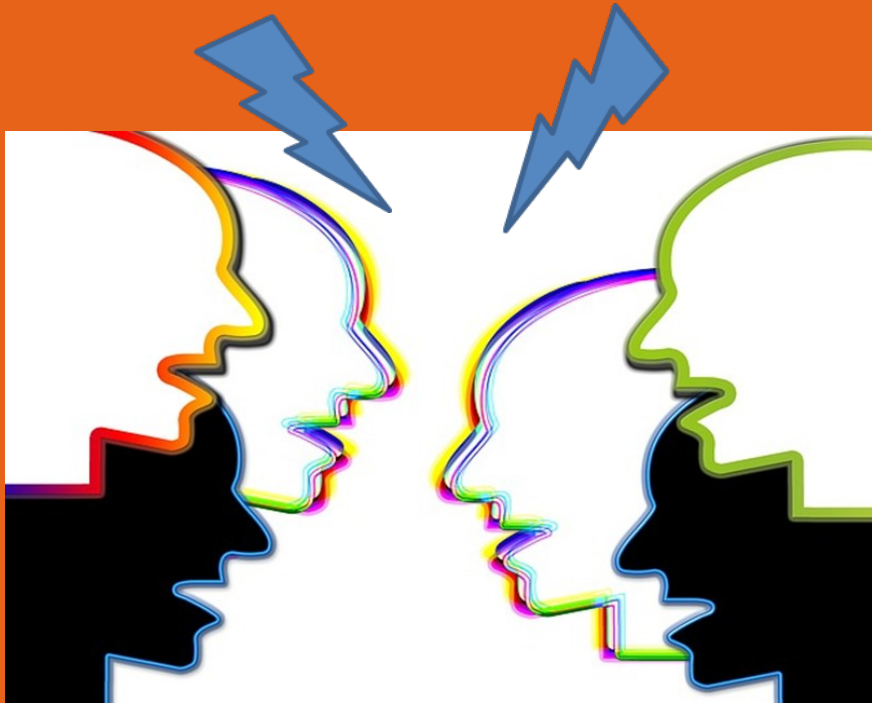
- Ориентиране към целта
- Потребности и очаквания
- Работен климат
- Възможни поощрения

Помислете тогава на кои точки можете да заложите като ментор, за да се повиши мотивацията на участниците.

4. Конфликт

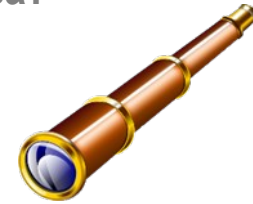
Ситуация:

Възникват спорове за начина на действие в рамките на групата.



Решение:

- а) Споровете не се прекъсват и се наблюдават



- б) Разработване на компромисно решение с участниците



4. Конфликт

Споровете не се
прекъсват:



Споровете могат да имат и
положителен ефект:

*„Ако двама души винаги имат
едно и също мнение, то единият
от тях е излишен“ (Уинстън
Чърчил)*

- Водят до развитие на нови активности и енергии
 - Стимулират идеи
 - Повишават сплотеността в групата
 - Намаляват напрежението
- Групите получават нови импулси и идеи
- Тези идеи и импулси повишават мотивацията

4. Конфликт

Намеса:

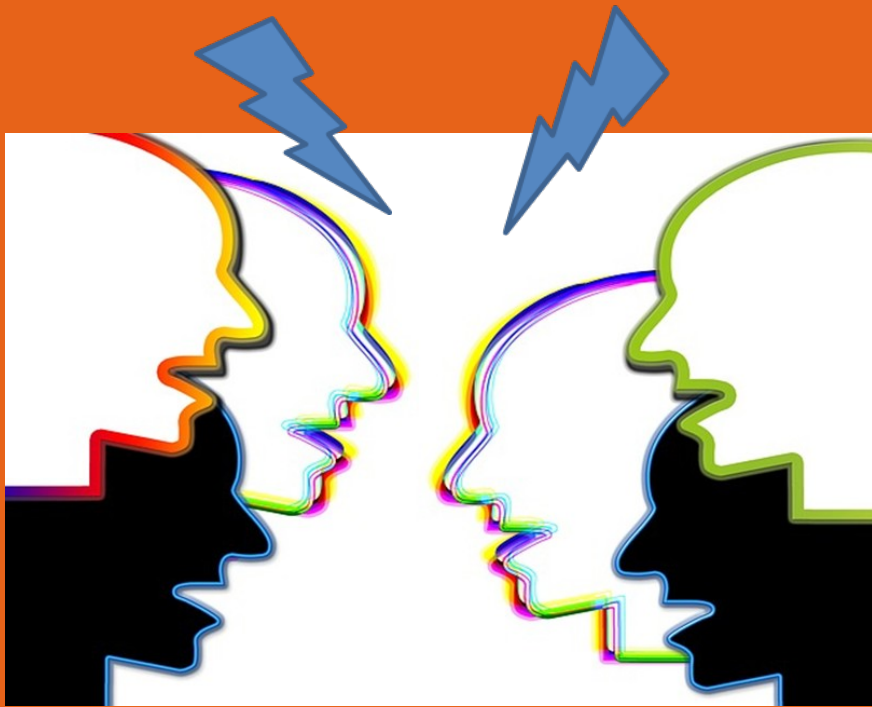
Но споровете могат да имат и отрицателни последици:

- Генериране на нестабилност и объркване
 - Намалване на рационалното действие
 - Генериране на отрицателни емоции
 - Водят до стрес, неудовлетворение, загуба на мотивация
- Груповата работа е в застой
- Някои участници вече не се включват в работата



4. Конфликт

Как менторът може да разпознае, кога трябва да се включи в дискусията.

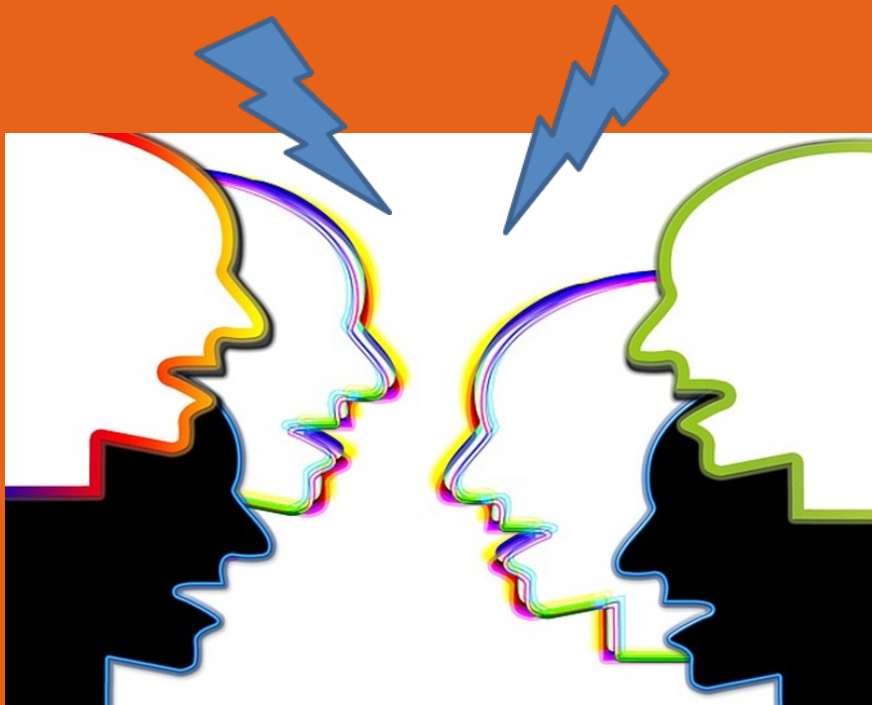


- Агресия: Аргументите се поднасят с голяма ожесточеност; разпознават се лични нападки
- Упоритост, твърдоглавост: Членовете на групата не са склонни да проявяват разбиране един към друг; нетърпеливи са помежду си
- Загуба на интерес: Слабо включване
- Съпротива: Участниците изразяват съмнение относно смисъла на работата в екип; участниците не изпълняват задачите или не са ангажирани с изпълнението им

4. Конфликт

Какви са причините за конфликта?

- Недоразумения
- Различни представи за целите
- Различните лични потребности
- Неблагоприятно комуникационно поведение
-



4. Конфликт

Как да постъпи менторът?

1. Ориентиране към конфликта.



Целите/потребностите/интересите/ възприятията трябва да бъдат прозрачни, за да се намери решение, което взема под внимание всички страни:

- За какво става въпрос?
- Кои въпроси са конфликтни?
- Какви са целите/нуждите/интересите там?

2. Адаптиране:



- Менторът трябва да разработи решение или компромис заедно с участниците и да съгласуват последващите действия



- Последна възможност: да се вземе решение чрез гласуване с мнозинство в групата за това как да се процедира

3. Приключване:

- Осведомете се за удовлетвореността



4. Конфликти

Ситуация:

Групите работят върху тяхната рекламна стратегия. Двама участници се включват в разгорещена дискусия за средствата за разпространение. Един от участниците е убеден, че интернет е по-модерен и по ориентиран към клиента инструмент. Другият участник фаворизира телевизията заради голямата степен на разпространение. Двамата участници действат така, сякаш не биха били готови да отстъпят от гледната си точка и не могат да бъдат разубедени. Останалите членове на групата изглеждат разочаровани.

Обрат на перспективата: Какво бихте направили в тази ситуация като ментор за да засилите още повече конфликта?



4. Конфликт

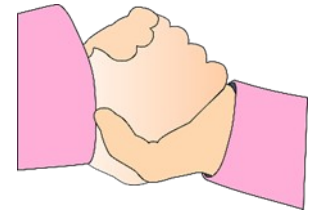
Как да постъпи менторът?

1. Ориентиране към конфликта:



- “Над какво работите сега?”
- „Какви идеи имате и защо?”
- „Какво е проблематичното?”

2. Адаптиране:



- „Какви предимствата и недостатъци има едната идея, какви другата?”
- „Възможно ли е комбиниране на стратегиите за разпространение? Ако да, какви са елементите?”
- Как това може да се реализира? Как би трябвало да се процедира?

3. Приключване:

- Поемат ли се този компромис и последващият начин на действие от всички?



5. Обратна връзка

Ситуация:

Участниците са на грешен път.



Решение:

- Уважително предоставяне на информация и целенасочена обратна връзка



5. Обратна връзка

**Цел на обратната
връзка:**

- Помощ при откриване на грешките
- Помощ при самооценката
- Насърчаване на процеса на учене
- Управление на поведението
- Помощ за целенасочена работа
- Помощ при оценяването и оценката на решенията
- Повишаване на мотивацията
- Създаване на позитивна работна среда



5. Обратна връзка

Правила за обратна връзка:

1. Субективно (мое послание):

- “Аз мисля, че аспектът „ху“ също би могъл да има значение ” срещу “Ти трябва да вземеш под внимание аспект ху”
- “Аз се чувствам неразбран” срещу “Ти не ме разбираш”

2. Описателно (вместо тълкувателно):

- “Имам **чувството**, че не всички важни аспекти са взети под внимание в SWOT-анализа ” срещу “ **Вие забравихте** важни аспекти при SWOT-анализа”

3. Ръководещ питайки (вместо наставляване):

- “**Каква роля играят** връзките с обществеността за вътрешните силни страни” срещу “**Вие не взехте предвид** връзките с обществеността при SWOT-анализа”

4. Конструктивно (предложения за подобрения, указания по съдържанието):

- “Питам се, **дали връзките с обществеността имат значение в областа на вътрешните силни страни**” срещу “**Вие не взехте предвид** всички вътрешни силни страни при SWOT-анализа”

5. Обратна връзка

Правила за обратна връзка:

5. Непосредствено (времева близост):

- “Тук по тази точка имам чувството, че връзките с обществеността може да се включи като вътрешна силна страна в SWOT-анализа.” срещу “Стратегията на предприятието изглежда непоследователна, тъй като връзките с обществеността не е взета предвид като силна страна **преди това** в анализа ”

6. Конкретно (вместо общо):

- “Имам чувството, че **още една важна силна страна** на предприятието би могла да се включи при SWOT-анализа.” срещу “**SWOT-анализът не е добър.**”

7. Трябва да бъде по молба, а не с принуда:

- “Имате ли въпроси или проблеми?”
“Какви вътрешни слабости/силни страни можете да идентифицирате във вашето предприятие?” срещу “**Виждам, че сте на грешен път. Сега ще ви кажа как да решите проблема.** Вие трябва да го направите по този начин...”

8. Оценяващ (вместо подценяващ):

- „Намирам, че Вие **много добре** сте отчетели силните страни в SWOT-анализа. Какви слабости ви правят впечатление? “срещу” „Ако презентирате SWOT-анализ, който не съдържа слабости, това е **неприятно.**“

5. Обратна връзка

Обратна връзка - симулация: SWOT-анализ на предприятие за печене на кафе

Групата извършва SWOT-анализ на своето предприятие за печене на кафе. Положително се отчитат възможността клиентите да получават кафето по три различни начина и имиджът като творчески сборен пункт за хора на изкуството. Въпреки това групата пренебрегва своите слабости и рискове. Тя не взема предвид нито усилията по координирането на трите дистрибуторски канала (самообслужване в кафене, продажба в кафене, онлайн продажби), нито липсата на знания по отношение на финансирането на едно предприятие като възможна вътрешна слабост.

Обратна връзка - симулация:

Един участник поема задачата на ментора, един участник поема задачата на участник в семинара за учредители. Другите участници са наблюдатели.

Менторът трябва да се опита отчитайки правилата за обратна връзка да накара участниците да вземат под внимание посочените слабости в SWOT-анализа.

Участникът не моли ментора директно за обратна връзка, но създава впечатление за несигурност.

5. Обратна връзка

Обратна връзка - симулация: SWOT-анализ на предприятие за печене на кафе

Групата извършва SWOT-анализ на своето предприятие за печене на кафе. Положително се отчитат възможността клиентите да получават кафето по три различни начина и имиджът като творчески сборен пункт за хора на изкуството. Въпреки това групата пренебрегва своите слабости и рискове. Тя не взема предвид нито усилията по координирането на трите дистрибуторски канала (самообслужване в кафене, продажба в кафене, онлайн продажби), нито липсата на знания по отношение на финансирането на едно предприятие като възможна вътрешна слабост.

Обратна връзка-симулация:

Въпрос към ментора: Беше ли ви трудно да се съобразявате с правилата за обратна връзка?

Въпрос към „участника“ и към групата: Какво въздействие имаше обратната връзка на ментора върху вас?

5. Обратна връзка

Въпрос за анализ
към пленума:
Какви
положителни и
отрицателни ефекти
може да има
обратната връзка?

5. Обратна връзка

**Въпрос за анализ към пленума:
Какви положителни и отрицателни ефекти може да има обратната връзка?**

Положителни ефекти:

- Има учебен ефект (нови мероприятия, решения и т.н.)
- Спомага за целенасочена работа
- Може да разреши недоразумения
- Мотивира
- Укрепва доверието към ментора
- Улеснява самооценката на участника

5. Обратна връзка

Въпрос за анализ към пленума:
Какви положителни и отрицателни ефекти може да има обратната връзка?

Отрицателни ефекти:

- Може да доведе до недорозумения
- Може да предизвика съмнения в себе си
- Може да доведе до загуба на постижението
- Може да демотивира
- Може да застраши връзката между ментор и менти

6. Рефлексия - оценка

Числов лъч

Продължителност: ок. 10 минути

За произволен брой участници в група

Материали: тебешир или хартиено тиксо

<http://www.super-sozi.de/index.php/spielekartei/reflexionsmethoden>

Менторът подготвя цифров лъч на земята (начертан в пясък, на пода с тебешир или залепено хартиено тиксо). Нанесени са числата от 1 до 10 и по възможност преминава през цялото помещение (ако е възможно ок. 5 м).

Сега менторът задава въпроси за рефлексия и всеки участник обмисля как да оцени тази точка.

1 - „не е добре“, а 10 - „супер“ – 5 – съответства на „средна работа“.

Възможни въпроси:

Как намираш ... групата? ...подкрепата на менторите? ...напредъка в работата?

6. Рефлексия - оценка

Оценка с куфар

Продължителност: ок. 15 минути

За произволен брой участници в група

Материали: малки листчета, моливи, куфар, кошче за боклук, хоризонтална поставка за бюро

<http://www.super-sozi.de/index.php/spielekartei/reflexionsmethoden>

Менторът поставя куфар, кошче за бокляк и хоризонтална поставка за бюро в кръга. Те символизират следното:

- Куфар: „това ще го взема със себе си“ – положителен опит, ситуации, които ще отнеса у дома, ще опаковам, които искам да реализирам, които бяха хубави и искам и по-късно да си спомням за тях
- Кошче за боклюк: „това ще оставя тук“ – негативни неща, които не ми харесаха, където друго бих искал, за които не искам да си спомням
- Хоризонтална поставка за бюро: „с това в момента не мога да направя нищо, но по-късно може да ми потрябва“ – неутрален опит, който в момента не мога да класифицирам, който обаче не е нито положителен, нито отрицателен

Участниците получават време, да напишат ключови думи на малките листчета. Когато всички са готови някой по желание прочита написаното и хвърля листчето в съответното място. Може и да се обоснове накратко.



enterprise+
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Благодаря!



Erasmus+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_16

Präsentation "Mentoren Werkzeugkoffer"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





Ментори Куфар с инструменти

Указания и материали за подготовка и провеждане
на семинар за начинаещи предприемачи



Първи стъпки за подготовка на менторите за семинара за начинаещи предприемачи

Полезно е **да познавате материалите и съдържанието**, с които ще работят участниците в семинара за начинаещи предприемачи. За Вашата подготовка и провеждането ние сме съставили следните материали. Моля да се запознаете с документацията.

За целта вземете ▶ **Презентация за семинар за начинаещи предприемачи**, която можете да използвате за обяснение на съдържанието на отделните задачи

както и ▶ **Семинар за начинаещи предприемачи – Работна тетрадка**, с която участниците ще работят.

Първи стъпки за подготовка на менторите за семинара за начинаещи предприемачи

В ▶ Презентацията за семинара за начинаещи предприемачи са показани съществените елементи на концепцията и са дадени обучителни/образователни цели и указания за модераторите.

▶ Семинар за начинаещи предприемачи – Работната тетрадка, по която участниците ще работят съвместно с Вас, съдържа задачи за разработване на бизнес-идея и изготвянето на бизнес-план.

Първи стъпки за подготовка на менторите за семинара за начинаещи предприемачи

За планиране на семинарните дни сме подготвили за Вас

► **дневен план за менторите** като екселски файл. Той съдържа дидактични елементи за структуриране на предиобедите и следобедите, указания към задачите на ментора и на участниците както и приблизителната времева продължителност. На тази база можете да прецизирате семинара.

Презентационният файл ► **Методи за работа по групи** трябва да Ви помогне да ръководите развитието на екипа. В него ще намерите упражнения за запознаване, указания за преодоляване на конфликти или методи за провеждане на рефлексията-оценка.

Първи стъпки за подготовка на менторите за семинара за начинаещи предприемачи

Бихме се радвали, ако след приключване на семинара за начинаещи предприемачи ни споделите опита си.

Моля дайте ни обратна връзка,

- дали куфарът с инструменти е бил от помощ при Вашата работа,
- какво Ви липсваше,
- какво бихте сложили в куфара въз основа на Вашия опит.

Много благодарим и успех при провеждане на семинара.

Вашият екип Enterprise+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_17

Tagesplanung "Gründerworkshop" für Mentoren

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



ПРОГРАМА

Начинаещи предприемачи – разработване на бизнес план Проект „Enterprise + - иновативният потенциал среща опита“

Период: 15 юни- 18 юни 2016 г.

Място: Габровска търговско-промишлена палата
гр. Габрово, ул. „Брянска“ 30 (сградата на НТС, партер)

ПЪРВИ ДЕН: 15 юни 2016 г. сряда

Време	Тема	Кой?
10:00 – 10:45 ч.	Увод в темата, разясняване на правилата, запознаване с програмата	Галина Михнева, ГТПП, Кристина Бурова, Университет Бохум, Германия
10.45 -11.15 ч.	Почивка	
11:15 – 13:00 ч.	Избор на бизнес идея – предложения и оценка Задача 1: Първа стъпка – описание на идеята	Пленарна сесия, работа по групи
13.00 14.00 ч.	Обедна почивка	
14:00 – 15:00 ч.	Задача 2: Проучване на пазара	Пленарна сесия, работа по групи
15:00 – 15:30 ч.	Почивка	
15:30 – 16:30 ч.	Задача 2: Пазар и конкуренция	Пленарна сесия, Работа по групи

ВТОРИ ДЕН: 16 юни 2016 г. четвъртък

Време	Тема	Кой?
9:30 – 9:45 ч.	Планиране на деня	Модератор
9:45 – 10:45 ч.	Задача 3: Маркетинг	Пленарна сесия, Работа по групи
10.45 – 11.15 ч.	Почивка	

11.15 – 13.00 ч.	Задача 3: Маркетинг	Работа по групи
13:00 – 13:45 ч.	Обедна почивка	
13:45 – 15:15 ч.	Задача 4: Организация на дейността - производство	Пленарна сесия, Работа по групи
15.15 -15,30 ч.	Почивка	
15.30 – 16:45 ч.	Задача 4: Организация на дейността - производство	Работа по групи

ТРЕТИ ДЕН: 17 юни 2016 г. петък

Време	Тема	Кой?
9:30 – 9:45 ч.	Планиране на деня	Модератор
9:45 – 10:45 ч.	Задача 5: Мениджмънт и правна форма, персонал	Пленарна сесия, Работа по групи
10.45 – 11.15 ч.	Почивка	
11.15 – 13.00 ч.	Задача 6: Анализ на риска, SWOT анализ	Работа по групи
13.00 -13:45 ч.	Обедна почивка	
13:45 – 15:15 ч.	Финансиране на дейността, капитал	Пленарна сесия, Работа по групи
15.15 -15.30 ч.	Почивка	
15.30 -16,30 ч.	Финансиране на дейността, капитал	Работа по групи
16:30 – 17: 30 ч.	Подготовка за презентирание	
19:00 – 22:00	Вечерна програма	
	Нощувка в Хотел „Панорама“ за учениците от Севлиево	

ЧЕТВЪРТИ ДЕН: 18 юни 2016 г. събота

Време	Тема	Кой?
9:30 – 9:45 ч.	Планиране на деня	Модератор
9:45 – 10:45.	Пробни презентации, подобрения	Работа по групи
10.45 – 11.15	Почивка	

11.15 – 13.00 ч.	Презентиране, гласуване и заседание на журито, награждаване на победителите, връчване на сертификати	
13.00 ч.	Обяд	
14.00 ч.	Заклучителен кръг с менторите	



RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM



Ruhr-Universität Bochum
 Institut für Arbeitswissenschaft
 Telefon: 0049 (0) 234/32-23293
 E-Mail: martin.kroell@rub.de



Габровска търговско-промишлена палата
 тел.: 006 80 31 42
office@chamber-gabrovo.com



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_18

Zusätzliche Materialien zum Gründerworkshop

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Подреждане на бизнес-плана

- Титулна страница;
- Съдържание;
- Резюме;
- Изложение на разработката по съдържанието;
- Приложения (Финансови таблици, линеен план – график, въпроси за интервю, примерни калкулации, рекламни брошури, снимки, длъжностни характеристики, организация на структурата /изразена схематично/ и др.).

Забележка: В изложението на бизнес плана се включва задължително следната таблица: SWOT – анализ.

СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА БИЗНЕС ПЛАН С ВКЛЮЧЕНИ ИНСТРУКЦИИ ЗА РАБОТА

Уважаеми участници,



В настоящата структура на бизнес плана сме се постарали да ви подпомогнем при работата. Към всяка точка има инструкции на какво да обърнете внимание и минимално на кои въпроси да отговорите. Те са написани с *Italic* и са предшествани от знака за информация. След попълване на съответния раздел не изтривайте инструкциите, защото най-вероятно може да ви се наложи да се върнете към този раздел и да коригирате нещо. Изтрийте инструкциите (всичко с *Italic*) в края при окончателното оформление на разработката. Навсякъде по-надолу в инструкциите е използван терминът „продукт“, като той може да бъде стока или услуга.

Изисквания за оформление

1. Подредете бизнес плана съгласно приложението, което имате – Инструкция 1.
2. Титулната страница да бъде направена на бланка, която е приложена – Титулна страница
3. Използван шрифт – Times New Roman 12.

I. РЕЗЮМЕ



Нищо, че се слага най-отпред, това се пише последно.

Опишете накратко:

- вашата бизнес-идея;
- продуктът, който ще произведете;
- какво е уникалното свойство, което има и го различава от другите подобни продукти;
- за кого е предназначен – целева група;
- кой е вашият целеви пазар – териториален обхват, пазарен дял към края на третата година от съществуването на фирмата;
- кои са вашите основни конкуренти, произвеждащи подобен или заместващ продукт;
- какъв маркетинг микс сте избрали за позициониране на продукта;
- как ще произведете вашия продукт, каква е правната форма и организацията на дейността.
- Максимален обем – 1 печатна страница

Това ще ви помогне по-късно при подготовка на структурата на презентацията на бизнес-идеята.

II. БИЗНЕС ПЛАН

2.1. Описание на бизнес идеята

Описание на бизнес идеята



Погледнете Раздел „бизнес идея“- стр. 3 от Работната тетрадка и линковете, които имате за реализирани проекти по програма „Предприемчивите българи“.

Продукт - подробно описание на продукта, което да бъде разбираемо и за непрофесионалисти;

- *Полза за клиента, предимства пред конкуренцията - каква е особената полза, какво е специалното предимство? Кои са другите подобни продукти на пазара?*
- *Уникално качество, което го различава от други подобни – продуктът трябва да има минимум едно качество, което да го отличава от всички подобни на пазара;*
- *Наименование на продукта/марка, фирма и фирмено лого - Какво е името на продукта? Създайте фирма с фирмено лого и отличителна марка, която да не може да се сбърка;*
- *Цели, които си поставяме – дългосрочни (в края на третата година) и краткосрочни (в края на първата година) - как си представяме във времето ще се развие нашата фирма, какво трябва да постигнем в края на първата година, какво в края на третата.*

2.2. Описание на пазара, пазарната среда и конкуренцията.

2.2.1. Анализ на микро- и макро - обкръжаващата среда



Трябва да си отговорите на няколко въпроса:

Каква е нормативната база, която регулира производството на продукта? Съществуват ли специфични регулации, които трябва по-нататък да се имат предвид? Може ли да се очаква в близко бъдеще да възникнат такива пречки (напр. забрана за употреба на пластмаси за опаковка на хранителни продукти, повишаване на продуктовата такса за опаковки, мерки срещу замърсяване на околната среда и др.). На този етап би трябвало да знаете основното – въобще възможно ли е да се произвежда този продукт и на какви условия трябва да се подчинява, а пълен анализ ще направите по-късно.

2.2.2. Анализ на пазара и конкуренцията



Погледнете Раздел „Пазар/конкуренция“- стр. 6 от Работната тетрадка.

- *Определете **териториалния обхват**, където ще продавате вашия продукт – населено място, област, страна, целия свят.*
- *Определете **целевата група клиенти** – те са в пряка зависимост от продукта, който произвеждате. Най-често се използват демографски признаци – пол, възраст, големина на доходи, професия, образование, националност, а също и поведението на потребителите и потребностите на съответната целева група, техни психологически характеристики.. За тази цел могат да се използват целеви проучвания – анкети. Всъщност трябва да отговорите на въпроса: Коя/и целева група/и може да заинтригуваме с нашия продукт, кой печели от продукта и кой може да си го позволи?*

- Отговорете на много важния въпрос – какъв е **обемът на пазара** – обем потребявани продукти за определен период и оборот за този период.
- Определете с какъв **потенциал разполага този пазар** – наситен/ненаситен, нарастващ/стагниращ/свиващ се.
- Определете съществуват ли **конкуренти** на вашия пазар за вашия продукт? Ако е „да“, кои са (поне най-важните) и какво предлагат те? Могат ли лесно нови конкуренти да навлязат на пазара с подобен/същия продукт?
- Посочете източниците си на информация – НСИ, браншови анализи, собствени проучвания.

2.3. Маркетинг – микс



Погледнете Раздел „Маркетинг“ - стр. 10 от Работната тетрадка.

2.3.1. Продуктова политика



Тук вече трябва да решите в детайли какви да са вашите продукти и как да покажете уникалността на продукта си. Дали има различни асортименти, как се опаковат и т.н.

2.3.2. Дистрибуционна политика



Тук (в зависимост от продукта) трябва да решите какви са вашите канали за дистрибуция – директни продажби, търговци на едро/дребно, интернет магазин, тур-оператори, и т.н. Не забравяйте да отразите разходите за пласмент в определяне на цената на продукта.

2.3.3. Ценова политика



- Какви са вашите разходи (постоянни и променливи)?;
- Каква печалба искате да реализирате?;
- Цените се смятат без ДДС, но на крайния клиент се продават с ДДС. Не забравяйте да го калкулирате в крайната цена и да сравнявате така с конкурентите си.
- Къде се намира вашата цена в сравнение с тази на конкуренцията?;
- Как се позиционира ценово спрямо тези на конкуренцията? Тук си спомнете за вашите целеви клиенти и в кой сектор на доходите са те. Могат ли да си го позволят?
- Въз основа на горните въпроси решете каква ще е вашата ценова политика – на еднакви цени, ще намалявате ли цените при намаляване на търсенето; политика на високи цени; политика на ниски цени (колко време може да издържите, ако са под себестойността), политика на максимална печалба???

2.3.4. Комуникационна политика



- Определете набора от инструменти, с които информацията за вашия продукт ще стигне до целевата група клиенти – реклама, директен маркетинг, търговски панаири/изложби, PR и др.
- Логото на фирмата, цвят на фирмата, единна визия на всички рекламни материали и т.н. са част от елементите, които правят познаваем вашият продукт/услуга.
- Подберете комуникационния микс в съответствие с характеристиките на вашия продукт и до каква целева аудитория трябва да достигне (нали не сте виждали реклама по телевизията на металообработващи машини).

2.3.5. Анализ на местоположението



Това не е типичен елемент от маркетинг микса, но е много важно за успеха на вашата фирма. Ако продуктът ви е магазин, трябва много внимателно да подобрете местоположението в зависимост от потока купувачи. Ако ще изградите производство, трябва да имате цялата съпътстваща инфраструктура – достъп до ел. енергия, водоснабдяване, комуникации, пътна инфраструктура, връзка с градски транспорт, възможност за разширяване и много други.

2.4. Организация на дейността и производството

2.5.

2.5.1. Организация на производството



Погледнете Раздел „Пазар/конкуренция“ - стр. 6 от Работната тетрадка.

2.5.1.1. Снабдяване



Към настоящия момент Вие трябва вече да сте наясно с какви основни и спомагателни суровини и материали трябва да разполагате, за да осигурите производството/услугата и количествата, от които се нуждаете за определен период. Проучете поне 2 или 3 възможни доставчици, сравнете условията, които ви предлагат, и изберете най-изгодните.



2.5.1.2. Производство

Тук трябва да решите какви технологии ще използвате за производството/услугата, как ще го организирате, от какви ДМА и ДНА се нуждаете, какви специфични изисквания има към това производство и как се отразяват на организацията (напр. здравословни и безопасни условия на труд).



2.5.1.3. Складиране

Тук трябва да решите от какви минимални запаси от суровини и материали се нуждаете, за да не прекъсва производството, колко бързо се експедира продукцията и какви площи са ни необходими за складирането ѝ и т.н.

2.5.1.4. Транспорт



Пряко зависи от избора на канали за дистрибуция

2.5.2. Избор на правна форма



Погледнете Раздел „Мениджмънт/Правна форма“ - стр. 14 от Работната тетрадка.

2.5.3.

Изберете правната форма, под която ще функционира вашата фирма. Не забравяйте, че от избора ѝ зависят много важни неща – начин на данъчно облагане, изисквания за счетоводството, което трябва да водите, отговорността, които имате пред трети страни и т.н.

2.5.4. Организационна структурата

Опишете как си представяте организацията във вашата фирма.



Предвидете основните ръководни длъжности, които ще имате. Имайте предвид процесите, които ще се изпълняват. Тук трябва да решите подчинеността, разпределението на отговорността.

Персонал, квалификация на работниците и служителите

Не забравяйте, че в малките фирми един човек може да изпълнява повече от една длъжност (личен състав, счетоводство, отговорник по здравословни и безопасни условия на труд и т.н.). Приложете длъжностни характеристики на основните длъжности във вашата фирма. Не забравяйте и изискванията към производствения персонал.

2.6. Шансове и рискове

Погледнете Раздел „Шансове/Рискове“ - стр. 16 от Работната тетрадка.

SWOT анализ

III. ФИНАНСОВА ЧАСТ

- 3.1. План за необходимите финансови средства и източници за финансиране Приложение F1
- 3.2. Прогнозен план за трудовите разходи – Приложение F2
- 3.3. Прогнозен план за разходите за дейността - Приложение F3
- 3.4. Прогнозен план за приходите от дейността - Приложение F4
- 3.5. Прогнозен план за финансовия резултат от дейността - Приложение F5
- 3.6. Икономически анализ /финансови показатели/ - Приложение F6
- 3.7. Изчисляване на ликвидността - Приложение F7

ОПОРНИ ТОЧКИ ЗА ПРЕЗЕНТАЦИЯТА

1. Каква е Вашата бизнес-идея? (кратко описание)
2. Какви продукти/услуги ще предлагате?
3. В какво се състои ползата за клиента? (уникално качество)
4. Маркетинг
5. Пазарни шансове. Какви са предимствата и факторите за успех? (целева група; конкуренти)
6. Взети ли са под внимание рисковете?
7. Кои са членовете на мениджърския екип? (организация, персонал)
8. В каква насока ще се развива предприятието в бъдеще?

**БЪДЕТЕ УБЕДИТЕЛНИ И АТРАКТИВНИ ПРИ
ПРЕЗЕНТИРАНЕ!**

ОЦЕНЯВАНЕ

Начинаещи предприемачи – разработване на бизнес план
Проект „Enterprise + - иновативният потенциал среща опита“

Период: 15 юни- 18 юни 2016 г.

Място: Габровска търговско-промишлена палата
гр. Габрово, ул. „Брянска“ 30 (сградата на НТС, партер)

ОЦЕНКА НА СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА БИЗНЕС-ПЛАНА

Скала: 6 = много добре/напълно вярно 1 = недостатъчно/изобщо не е вярно

№	I. КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА БИЗНЕС-ИДЕИТЕ							БЕЛЕЖКИ
		1	2	3	4	5	6	
2.	Пазарна стратегия - Идентифициране на потребностите - Анализ на конкуренцията	0	0	0	0	0	0	
3.	Маркетингова стратегия - продукт - цена - местоположение - реклама	0	0	0	0	0	0	
4.	Добре ли са планирани потребностите от капитал? Достатъчен ли е капиталът? - Наем (без приходи) - Текущи разходи (без приходи)	0	0	0	0	0	0	
5.	Устойчивост на продукта/услугата vs. Модно явление - След колко време конкуренцията ще ме настигне? - Цикъл на живот на продукта - Колко реалистична е идеята? - Сезонни колебания	0	0	0	0	0	0	
6.	Да се обхванат всички разходи!	0	0	0	0	0	0	
№	II. КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА	1	2	3	4	5	6	БЕЛЕЖКИ

	ПРЕЗЕНТАЦИОННИТЕ ТЕХНИКИ И УМЕНИЯ		
1.	<ul style="list-style-type: none"> - глас - сила на говорене - ясно, отчетливо и бавно изразяване 	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	
2.	<ul style="list-style-type: none"> - стойка – да се стои стабилно на двата крака с поглед към публиката (да не се фиксираме върху едно лице) - премерени, но не сковани движения - ръцете да не са в джобовете - открито положение на тялото, да не се прегърбваме и свиваме 	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	
3.	<ul style="list-style-type: none"> - креативност - артистичност 	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	



RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM



Ruhr-Universität Bochum
 Institut für Arbeitswissenschaft
 Telefon: 0049 (0) 234/32-23293
 E-Mail: martin.kroell@rub.de



Габровска търговско-промишлена палата
 тел.: 006 80 31 42
office@chamber-gabrovo.com



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_19

Evaluationsbogen für die Teilnehmer/Mentoren an der "Mentorenschulung"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Формуляр за оценка на семинара за начинаещи предприемачи (ментори)

В проекта enterprise+ става въпрос да се изпробва семинарът за начинаещи предприемачи и в следствие да се подобри. Затова Вашият положителен или отрицателен опит като ментор е много важен за нас. Молим да отделите няколко минути и да отговорите на следните въпроси.

Анкетната карта е разделена на няколко глави и съдържа въпроси по следните точки:

- (A) За подготовката на семинара за начинаещи предприемачи
- (B) За провеждането на семинара за начинаещи предприемачи
- (C) За качеството на работната тетрадка
- (D) За методическите и дидактични аспекти
- (E) За специфичните за страната дадености
- (F) За общата оценка на концепцията на семинара за начинаещи предприемачи
- (G) За Вас като ментор

(A) Въпроси относно подготовката на семинара за начинаещи предприемачи:

1. Взехте ли участие в обучението за ментори?

X Да O Не

2. Ако ДА, кои моменти от обучението за ментори бяха от помощ за провеждането на семинара за начинаещи предприемачи?

Изключително добрата подготовка на немските партньори – разясняване на всички ключови моменти от работата на ментора за провеждането на семинара за начинаещи предприемачи с много примери от практиката.

3. На кои моменти от съдържанието и компетентности би трябвало да се наблегне повече при обучението за ментори с цел успешно провеждане на семинара за начинаещи предприемачи?

На обратната връзка и работа в екип.

4. Какво бихте направили по друг начин, ако Вие самите провеждате обучение за ментори?

Не бих направила нещо по-добро по друг начин.

**(В) Въпроси относно провеждането на семинара за начинаещи
предприемачи:**

5. Какъв формат имаше семинара за начинаещи предприемачи, в който участвахте?

компактна версия в рамките на 5 дни

„удължена“ версия в няколко седмици

6. Според Вас беше ли подходящ форматът, за да се проведе семинарът за начинаещи предприемачи?

Да Не

7. Ако ДА, защо?

Форматът беше много подходящ за провеждане на семинара за начинаещи предприемачи – времето беше достатъчно за работа.

8. Ако НЕ, защо?

9. По скала от 1 до 5, при което 1 е „изобщо не добре“ и 5 е „много добре“, колко добре функционираше прилагането на практика на семинара за начинаещи предприемачи от Ваша гледна точка?

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Скала: 1 = изобщо не добре, 2 = не добре, 3 = задоволително, 4 = добре, 5 = много добре

10. Кои фактори бяха благоприятни за прилагането на практика на семинара за начинаещи предприемачи?

Свободата при изразяване на различните мнения и зачитане мнението на начинаещите предприемачи.

11. Кои фактори възпрепятстваха прилагането на практика на семинара за начинаещи предприемачи?

Няма фактории които да са възпрепятствали прилагането на практика на семинара за начинаещи предприемачи.

(С) Въпроси относно качеството на работната тетрадка:

12. Доколко работната тетрадка беше от помощ и водеше към целта при работата Ви като ментор?

Работната тетрадка беше изключително полезна при работата ми като ментор – бяха фиксирани всички раздели на бизнес-плана със съответните пояснения и помощни таблици.

13. Какво липсваше в работната тетрадка, което би Ви било полезно като ментор за провеждане на семинара за начинаещи предприемачи?

Материалът в работната тетрадка беше добре структуриран и нямаше пропуски, които да затруднят работата на ментора за провеждане на семинара за начинаещи предприемачи.

14. Бяха ли обясненията и примерите в работната тетрадка подходящи с оглед на нивото на знания и потребностите на участниците (ученици, студенти)?

X Да O Не

15. Ако НЕ, какво съдържание в работната тетрадка би могло да се приспособи или кое съдържание би могло още да се включи, за да се отговори на потребностите на целевата група, с която сте работили (ученици, студенти) и по-добре да се постигнат целите, които се преследват чрез семинара за начинаещи предприемачи?

16. Даването на обратна връзка играе централна роля във връзка с Вашата задача като ментор. Какви указания за ментора би могла да съдържа работната тетрадка към семинара за начинаещи предприемачи, за да имате по-добра възможност да дадете обратна връзка на участниците?

Указанията за ментора в работната тетрадка за осъществяване на обратна връзка с участниците са достатъчни.

17. Според Вас от какви други информации или помощни указания се нуждаят участниците в семинара за начинаещи предприемачи, за да бъдат в бъдеще успешни като предприемачи?

Най-вече информация за финансовата част – изискванията на българското законодателство.

(D) Въпроси относно методическите и дидактични аспекти:

18. Моля оценете по скала от 1 до 6, доколко изброените по-долу методически и дидактични допълнения са били от полза.

Скала: 1 = съответства напълно, 2 = съответства, 3 = по-скоро съответства, 4 = по-скоро не съответства, 5 = не съответства, 6 = изобщо не съответства

Резултати

	1	2	3	4	5	6
Комплект слайдове за Вас като ментор	X	O	O	O	O	O
Работни листи	X	O	O	O	O	O
Указания за индивидуална и групова работа	X	O	O	O	O	O
Формулиране на обучителните цели	X	O	O	O	O	O

19. Какви методически и дидактични помощни средства бихте желали още?

Материали свързани с българското законодателство.

(E) Въпроси относно специфичните за страната дадености:

20. Познавате ли нагледни и успешни примери за „възможни успешни идеи на начинаещи предприемачи“, които са релевантни на специфичните за страната дадености или за обяснения на връзките в работната тетрадка, които биха били от помощ? Представете накратко централните характеристики на тези примери!

От областите:

„Производство“

Не.

Не

„Интернет“

21. За какви законови разпоредби във Вашата страна трябва да бъдат информирани учениците, които искат да се занимават с предприемачество и да учредят фирма?

Законови и подзаконови нормативни актове, свързани със създаването на фирми - Търговски закон, Закон за ДДС, Закон за доходното облагане, Закон за задълженията и договорите, Кодекс на труда, Кодекс за социалното осигуряване и др.

22. Какви литературни източници на Вашия роден език бихте дали на някой ментор и за кои области биха се отнасяли?

Горепосочените законови и подзаконови нормативни актове, структура на бизнес-план. За всички области.

23. Какви литературни източници на родния Ви език бихте дали на участниците и отнасящи се до какви области?

Същите както в т. 22.

(F) Въпроси до общата оценка на концепцията за семинара за начинаещи предприемачи:

24. Какви силни и слаби страни виждате в концепцията за семинара за начинаещи предприемачи?

Силни страни:

Всички страни в концепцията за семинара за начинаещи предприемачи са силни.

Слаби страни:

Слаби страни няма.

25. Какви други конкретни предложения имате за подобряване на концепцията за семинара за начинаещи предприемачи?

Нямам конкретни предложения за подобряване на концепцията за семинара за начинаещи предприемачи.

26. Какви са от Ваша гледна точка централните обучителни идеи, които могат да се преследват чрез семинара за начинаещи предприемачи?

Надграждане на знанията и уменията, както на теория така и на практика и работа в екип.

27. Считате ли според Вашия опит от семинара за начинаещи предприемачи, че концепциите за менторство са подходящи обучителни методи в областта на предприемачеството?

Да Н

Защо?

Концепциите за менторство са подходящи обучителни методи в областта на предприемачеството – менторите имат богат опит в определена сфера на обществения живот и могат да предадат знанията си на начинаещите предприемачи, както на теория така и на практика.

28. Ако бъдете още веднъж ментор, какво ще направите по същия начин и какво по друг начин?

Всичко ще направя по същия начин т.е. да се работи в екип и всеки член на екипа да е запознат със всички детайли на разработката, като се стремя да не налагам мнението си при обсъждане на отделните детайли, за да могат начинаещите предприемачи да достигнат сами до най-добрите решения и в изключителни моменти да се намеся, ако не се постигне консенсус в мненията и предложенията.

(G) Данни за Вас като ментор:

29. Занимавате ли се понастоящем с бизнес?

Да Не

30. Действате ли като предприемач?

Да Не

Ако ДА: В какъв бранш и с каква основна насоченост?

Ако НЕ: Каква дейност извършвате в момента?

Обучение на възрастни /безработни/

31. Имате ли опит като ментор преди семинара за начинаещи предприемачи?

Да Не

Ако ДА: под каква форма?

32. Имате ли опит при работа с младежи?

Да Не

Ако ДА: под каква форма?

Обучение на ученици и безработни младежи.

Благодарим за обратната връзка!

Съществува ли възможност отново да влезем в контакт с Вас, ако имаме въпроси относно семинара или във връзка с Вашите отговори?

Да Не

Ако ДА: по телефона: Ваш телефонен номер: 0888351438

Или по електронна поща: Ваш E-Mail- адрес: d_j_ivanova@abv.bg



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_20

Evaluationsbogen für die Jugendlichen

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Формуляр за оценка

В проекта enterprise+ става въпрос да се изпробва концепцията за менторство в рамките на семинара за начинаещи предприемачи и в следствие да се подобри. Затова Вашият опит е много важен за нас. Молим да отделите няколко минути и да отговорите на следните въпроси.

№	Качества на ментора	Колко важни за Вас са тези качества? 1 – без значение, 5-много важни					До каква степен тези качества бяха изпълнени? 1-много слаба, 5 – много голяма				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Менторът има необходимия дългогодишен професионален опит например в областта на управление на предприятие и развитие на бизнеса както и в областта на маркетинга и реализацията на пазара и/или е бил или е самостоятелен предприемач.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Менторът работи в една област/ бранш, към който може да се причисли и Вашата бизнес-идея	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Менторът се интересува наистина от Вас и Вашия проект	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	Менторът е съпричастен, дружелюбен и Ви уважава.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	Съвместната работа е изпълнена с доверие един към друг.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Винаги лесно можете да се свържете с ментора.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	Менторът отговаря бързо и надеждно.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	Менторът е готов да инвестира достатъчно време във Вас и Вашия	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	проект									
9	Менторът Ви изслушва, отговаря на въпросите и реагира на изказванията.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Менторът разказва и за своите собствени грешки	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Менторът успява да Ви мотивира, особено тогава, когато нещо не върви както трябва.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Менторът реагира на конфликти в групата и полага усилия да се справи с тях.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Менторът може да идентифицира проблеми и да подпомогне екипа за разработване на техните решения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Менторът може да модерира дискусии и да има конструктивен принос за тях	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Менторът Ви дава адекватна обратна връзка и взема под внимание правилата за обратна връзка.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Менторът разбира добре идеите на членовете в екипа и ги обсъжда съвместно с екипа.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Защо взехте участие в *Семинара за начинаещи предприемачи*?

Как обърнахте внимание на събитието?

Особено ми хареса:

Следното ме зарадва или ме ядоса:

В бъдеще възнамерявам:

Мога да си представя в бъдеще да бъда предприемач.

Да Не Не знам

Ще препоръчам и на други участие в *Семинара за начинаещи предприемачи*.

Да Не Не знам

Бих оценил *Семинара за начинаещи предприемачи* със следната оценка _____ .



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_21

Aufgabenheft „Gründungsworkshop“

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





СЕМИНАР ЗА НАЧИНАЕЩИ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Работна тетрадка

За съвместна работа с ментора

Институт по трудовоправни науки към Рурски университет Бохум

© Dr. Martin Kröll

<http://www.enterpriseplusproject.eu/>

Проектът *Enterprise+* е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Отговорност за съдържанието на тази публикация (съобщение) носи единствено нейният автор; Комисията не носи отговорност за използването на съдържанието в нея информация.

© Dr. Martin Kröll, EU-Projekt Enterprise+

Съдържание

Обяснения	1
Задача 1	3
Задача 2	6
Задача 3	10
Задача 4	13
Задача 5	14
Задача 6	16
Задача 7	18
Задача 8	18

Указания за участниците:

В рамките на този проект Вие с помощта на Вашия ментор ще преминете през дадените задачи, за да обработите Вашата бизнес идея и да изготвите Вашия бизнес план.

След обработка на всички задачи ще сте разработили пълен бизнес план със следното съдържание:

1. Бизнес идея

- 1.1. Прудукт/услуга
- 1.2. Полза за клиента, предимства пред конкуренцията
- 1.3. Уникално качество
- 1.4. График на изпълнението

2. Пазар/Конкуренция

- 2.1. Целева група клиенти
- 2.2. Анализ на пазара (потенциал и развитие)
- 2.3. Конкуренция

3. Маркетинг

- 3.1. Концепция за пласмент
- 3.2. Ценова стратегия
- 3.3. Рекламна стратегия
- 3.4. Анализ на местоположението

4. Производство/Снабдяване/Логистика

- 4.1. Снабдяване със стоки
- 4.2. Производство
- 4.3. Складиране
- 4.4. Транспорт

5. Мениджмънт/Правна форма

- 5.1. Профил на учредителя
- 5.2. Правна форма
- 5.3. Организация на предприятието
- 5.4. Планиране на персонала, квалификация на работниците и служителите

6. Шансове/Рискове

- 6.1. Шансове, използване на шансовете
- 6.2. Рискове, управление на рисковете

7. Цифрово изражение

- 7.1. План за потребностите от капитали
- 7.2. План за финансирането
- 7.3. Планиране на рентабилността / преглед на приходите
- 7.4. Планиране на ликвидността

8. Обобщение

В кратка форма на една страница със съществените точки от съдържанието

Приложения:

Биография, дипломи, сертификати за квалификации и преквалификации,
договори (например за наем, сътрудничество, дружествен договор)

Застрахователни полици

Общи търговски условия

Разрешителни (концесия, разрешение за ползване)

Патенти, закрила на полезен модел

В началото във всяка работна задача ще Ви бъде представена съответната част на бизнес плана. Въз основа на съответни ключови въпроси ще работите по задание като вземате предвид основна информация, примери и въведението на Вашия ментор, като ще работите по аспекти, които са важни за Вас и за Вашия бизнес план. Ще приключвате всяка задача като изпълнявате следващата част от бизнес плана.

Указания за прилагане на работната тетрадка за ментора:

Преди участниците да обработят отделните задачи се препоръчва да се даде кратко въведение за съответния елемент от бизнес плана. При това Вие можете да подходите така, че отначало да попитате участниците, какво си представят за съответната глава и задачите към нея (например изготвяне на анализ на риска с помощта на SWOT-анализ) и защо тази глава представлява важна част за бизнес плана. В последствие като вземате под внимание тези първи представи на участниците можете да дадете въведение към съответната глава. При това не трябва да се връщате към примера с фирмата за печене на кафе от работната тетрадка, а можете да споделите Вашия личен опит или да включите анекдоти, които да направят темата по-понятна. За обяснение на съдържанието на отделните части от задачите можете да използвате презентациите на Института за трудовоправни науки. След това кратко въведение участниците могат въз основа на ключовите въпроси от работната тетрадка да работят по бизнес идеята си и по съответния компонент от бизнес плана. За някои глави (Задача 4: Анализ на местоположението; Задача 5: Профил на учредителя, организация на фирмата, планиране на човешките ресурси, квалификация на персонала) не са дадени ключови въпроси за обработката на задачите. Тук можете индивидуално да решите дали и в каква форма бихте желали да работите по задачите заедно с участниците. В рамките на работния процес предоставете подкрепа на участниците чрез своите практически знания и ноу-хау и обърнете внимание на това участниците приблизително да спазват времето за обработка на отделните задачи. При това участниците трябва да отчитат резултатите от отделните задачи писмено под формата на плакат или презентация в Powerpoint, за да могат тези резултати да се обобщят в последния ден и да се използват за презентирание на бизнес плана.

Раздел от Бизнес плана

1. Бизнес идея

1.1. Продукт/Услуга

Подробно описание на продукта/услугата, да бъде разбираемо и за непрофесионалисти

1.2. Полза за клиента, предимства пред конкуренцията

Каква е особената полза, какво е специалното предимство?

1.3. Уникално качество

Продуктът/услугата трябва да има минимум едно качество, което да го отличава от всички подобни на пазара?

1.4. Наименование на продукта/марка и фирмено лого

Какво е името на продукта? Създайте фирма с фирмено лого и отличителна марка, която да не може да се сбърка.

Изходна точка за учредяване на успешна фирма е **намирането на добра, нова бизнес идея**. Това може да бъде бизнес идея от всички сектори: занаят, промишлен продукт, търговска идея или услуга.

При намиране на една идея трябва да имате предвид следните въпроси:

- Какви специални **интереси, умения и способности** имам?
- Какви **потребности** имат хората от моето обкръжение?
- Какви продукти или услуги **все още не са на пазара**?

В зеленото поле по-долу ще намерите пример за бизнес идея, който е многократно използван в следващите задачи за разясняване на някои съдържания.

Пример „Фирма за за печене на кафе“

Представете си, че искате да отворите фирма за печене на кафе с кафене и продажба на собствено печено кафе.

В рамките на новия Ви бизнес предлагате на пазара Вашия продукт собствено изпечено кафе в три различни варианта: предлагате както пряка консумация на кафе на място, така и продажба на смляно кафе/кафе на зърна в кафенето и чрез онлайн заявка.

С Вашата концепция ще заинтересувате една много разнородна целева група: ще има клиенти, които ще искат да пият кафе на място в кафенето, клиенти които биха искали само да купят кафе и клиенти, които ще искат да поръчат кафето си изключително онлайн. Тези различни клиенти трябва да бъдат заинтересовани по различен начин с подходяща маркетингова стратегия.

Пример „Фирма за печене на кафе“

За да създадете корпоративна идентичност, т.е. да укрепите идентифицирането на Вашата фирма, можете допълнително да пласирате мърчъндайз (спомагателни) продукти като чинийки, лъжички, опаковки и други, които носят името, логото и т.н. на Вашата фирма. За да поддържате пласирането на кафе на място освен това имате идея не да отворите обикновено кафене, а кафене с културни събития. Тази специална форма на кафене трябва да предлага платформа за изява на различни творци като актьори, музиканти и писатели. За тази цел е възможно сътрудничеството с университети, музикални училища и т.н. Така този проект Ви дава много широко поле на дейност да изживеете своята креативност.

Темите, споменати тук се упоменават по-подробно в течение на обработка на бизнес плана, но първоначално в тази задача става въпрос преди всичко за точното дефиниране на Вашата идея така че е достатъчно, ако в този момент имате само груба представа за маркетинг, законова уредба и други.

Информационно каре „Продуктова политика“

Продуктовата политика (тук става въпрос за Вашия продукт или услуга, следователно за Вашето предложение като цяло) е основа за решението относно комуникационната и ценовата политика и в крайна сметка за дистрибуцията.

Профилът- характеристиките на един продукт от функцията му до опаковката, от дизайна до обслужването на клиента – го позиционира на пазара и кара клиента да вземе решение за покупка. В идеалния случай даден продукт или услуга предлага на клиента ясно възприемащо се предимство особено в конкуренцията с други подобни продукти, така нареченото **уникално качество** (engl. “unique selling proposition” = “USP”). В обобщение може да се каже: Един продукт/услуга трябва да се отличава ясно от другите.

За да имате **конкурентно предимство** пред другите и в бъдеще, винаги трябва да се обмисля **възможността за вариация и диференциация**, т.е. усъвършенстването на продукта. Тъкмо при техническите уреди жизненият цикъл на продукта е много кратък и топакуален уред може да е отново остарял в рамките на няколко седмици. Пример за това е усъвършенстването на „уокмена“, който е един вид предшественик на днешния „iPOD“ : Ако сравняваме двата уреда в началото техническият прогрес е огромен. Освен това размерът, теглото и дизайнът са почти несравними.

Сега би трябвало да се справяте с продуктовата политика за Вашата идея. Отговорете на следните въпроси:



Как се дефинира идеята Ви за продукт или услуга? Представете информативно качествата и характеристиките на Вашия продукт.

Вашата иновация истинска пазарна новост ли е по смисъла на напълно нов продукт или последваща разработка на вече съществуващ продукт ?

Какво отличава Вашия продукт и какво то отличава от другите продукти?

Какво е името на Вашия продукт и с какво се отличава марката?

Какво е името на Вашата фирма и какво лого би подходило за Вашия бизнес?

Припомнете си при необходимост примера, за да добиете по-ясна представа.

Пример „Фирма за печене на кафе“

Уникалното качество на нашия първоначален пример би било можещото да се съпреживее от клиента печене на кафе на място, което придобива специална, прясна и висококачествена нотка. Преди покупката на кафе клиентът може да опита вкуса и да избира между различните сортове и начини на печене. Връзката с предложението за кафене със събития, където присъстват хора на изкуството, отличава специално продукта и свързва преживяването с насладата от кафето. С течение на времето предлагането на кафе може да варира, например с различни сортове кафе или необичайни идеи за напитки с кафе.

За дефиниране на Вашата бизнес идея е необходим първи поглед върху пазара и преобладаващата там конкуренция. По-точен анализ на пазара се извършва в Задача 2, но сега трябва да се занимаете с това, какви заместители има на Вашия продукт/услуга.

Информационно каре „Заместители“

Чрез съществуващите заместители потенциалът на растеж в един бранш се ограничава. Клиентите могат например да мажат на хляба си наред с маслото и маргарин, което означава че производителите на маргарин също могат да бъдат **потенциални конкуренти** при анализа на пазара. При това трябва да се обърне внимание въпросът да се разглежда от гледна точка на потребителите. Не е достатъчно, ако производител на масло аргументира, че маргаринът изобщо не е масло. Важно е, че в очите на потребителя маслото или маргаринът може да се използва със същия или много подобен ефект.

Затова не трябва да се фокусирате само върху директните конкурентни продукти, това означава същите продукти/услуги на друго предприятие, които са насочени към същата група клиенти, а и върху непреките конкурентни продукти, т.е. продукти, които всъщност предлагат обективно друг продукт/услуга, но се разглеждат и използват от клиентите като заместител на Вашия продукт.



Съществуват ли на пазара преки и/или косвени заместители на Вашия продукт/услуга?

Раздел от Бизнес плана

2. Пазар/Конкуренция

2.1. Целева група клиенти

На кого ще предлагате Вашия продукт/услуга ? Какви характеристики имат Вашите клиенти: Пол, възраст, доходи и т. н.

2.2. Потенциал на пазара

Обем на пазара в евро, информация от националния статистически институт, икономическо стимулиране, търговско-промишлени камари, банки и т.н.

2.3. Конкуренция

Кои са Вашите конкуренти? Колко време е необходимо на конкуренцията да имитира Вашата идея?

При анализа на пазара ще се разгледат по-подробно така наречените „**Пет конкурентни сили на Портьр**“ (позовавайки се на Майкъл Е. Портьр) (виж Фиг. 1). Колкото по-силно е застрашен пазарният успех от една или повече от тези конкурентни сили, толкова по-малко атрактивен е разглежданият бранш и толкова по-трудно е да се постигне устойчиво **предимство пред конкурентите**. А Вие се нуждаете от предимство, за да можете успешно да действате на пазара! Трябва да опитате да бъдете активни в един бранш с атрактивна структура. Под това се разбира бранш, в който отрицателните въздействия на всяка от 5-те конкурентни сили са възможно най-малки. По правило се оказва разумно да се търси **пазарна ниша**, т.е. пазарен сегмент, в който не съществува продукт/услуга за пълно задоволяване на човешките потребности или съществуващите продукти/услуги не допринасят за пълното задоволяване на потребностите. Тук Вашият продукт ще намери **малко конкуренция** и същевременно **благодарни потребители**. Един много успешен пример за това е онлайн разпространението на висококачествени храни за животни.

Със заместителите се запознахте в предишната задача. Затова сега трябва да се занимаете с пазара, клиентите, доставчиците и конкурентите.



Фиг. 1: Модел на Петте конкурентни сили на Портър

Информационно каре „Пазар“

Пазарът за предлагането на Вашия продукт или услуги е съвкупността от потенциални клиенти и конкуренти в съответната Ви заобикаляща среда. Съответната среда може да бъде квартал (например за един ресторант), цялата страна (например за национална търговска мрежа на дребно) или дори за целия свят (например представен в цял свят производител на производствени системи).

За предприятието може да е от жизнено важно значение да знае състоянието на съответния пазар и с какъв потенциал за развитие разполага този пазар. Има **наситени** (всички потенциални купувачи вече са закупили продукта) и **ненаситени пазари** (търсенето е по-голямо от предлагането), **нарастващи, стагниращи и свиващи се пазари**..



За да получите информация за Вашия пазар можете например да отправите запитване в търговско-промишлените камари за така наречените браншови информации.

При определени обстоятелства браншовите информации дават сведение, че „Вашият“ пазар е претърпял негативно развитие през последните години. Това може да е индикация още веднъж да преосмислите своя собствен бизнес подход или да изведете действително добре уникалността на собствената идея и да обосновете, защо успехът все пак може да се случи. Може би има и положителни прогнози в бъдеще.

Информационно каре
„Обем на пазара“

Обемът на пазара е важен за планирането на Вашите продажби и обороти. Броят на продаваемите продукти (на бройка, литър, килограм и т.н.) и постигнатият с това общ оборот (в евро) описват обема на пазара. Процентният дял от Вашите продажби или оборот в общия пазар отразява Вашия пазарен дял. Тенденцията е, че е по-лесно да постигнете печалби на пазари с увеличаващ се обем отколкото на свиващи се пазари.



Как може да се оцени обемът на пазара?

Колко голям е общият пазар в бранша? Бързо можете да направите груба калкулация с помощта на браншовите информации, които по-рано сте получили.

По отношение на раздела „Клиенти“ трябва да характеризирате по-точно Вашата целева група. За тази цел от значение е обмислянето, което вече беше направено по отношение на ползата за клиентите.

Информационно каре
„Целева група“

Тук става въпрос за хората, за които Вашето предложение е преди всичко интересно. Известни би трябвало да бъдат както **демографските признаци** (пол, възраст, големина на домакинството, доходите на домакинството, професия, националност и т.н.), така и **поведението на потребителите** и **потребностите** на целевата група. При обмислянето трябва да вземете под внимание и тенденциите.

Пример „Фирма за печене
на кафе“

Концепцията за фирма за печене на кафе е насочена към мъже и жени, като се започне от младите хора, пиещи кафе до по-възрастните. Тъй като става дума за висококачествен продукт може да се изходи от това, че по-скоро ще се заинтересоват хора с по-високи доходи. Поведението при купуване и консумацията, отнесени до купуване на печено кафе за по-късно самостоятелно приготвяне трябва да се разграничи от консумацията на кафе в кафенето със събития. Който посещава кафенето, зависи силно от предлаганите събития. Също така и съобразяването на времето влияе на целевата група. Така с четене от детска книжка преди обяд можете да привлечете и семейства като клиенти.



Коя целева група (и) можете да заинтригувате с Вашия продукт/услуга, т.е. кой печели от продукта/услугата и може ли да си го позволи?

Дефинирайте Вашата целева група с оглед на горе посочените критерии.

Информационно каре „Потенциални конкуренти“

Колкото по-труден е **достъпът до Вашия пазар** за нови конкуренти, толкова по-малък е броят на предприятията на този пазар. Новите продавачи ще имат непосредствено въздействие върху Вашето конкурентно предимство и по този начин и върху Вашия успех. Понеже по-голямото предлагане при непроменено търсене намалява **рентабилността** на всички предприятия на пазара. Тогава се говори за „**Съперничество между съществуващи конкуренти**“.

Пример „Фирма за печене на кафе“

Конкуренти на фирмата за печене на кафе с кафене с културни събития са както други кафенета, така и други доставчици на развлечения. Така като конкуренция трябва да се разглеждат както обикновените вериги от кафенета, които предлагат продуктите си евентуално по-изгодно, така и съществуващите кафенета, които също започват сътрудничества, за да могат да предлагат културна програма.



Съществуват ли конкуренти на Вашия пазар или във Вашия бранш? Ако е да, какво предлагат те?

Могат ли нови конкуренти лесно да излязат на пазара с Вашия продукт/услуга или с подобен продукт/услуга?

Наред с другите неща отговорите на тези въпроси са важни за ценообразуването. Цената на един продукт е силно зависима от съотношението между търсенето и предлагането. Ако Вашият бранш е толкова нов, че нямате пряка конкуренция, тогава все пак трябва да се информирате за подобни продукти или разработки, тъй като и те могат да се отразят на Вашия бизнес.

Раздел от Бизнес плана

3. Маркетинг

3.1. Концепция за пласмент

Канали за дистрибуция: директни продажби, търговия на дребно, дистрибуция чрез трети лица (търговци), партньори, интернет магазин

3.2. Ценова стратегия

Вашите производствени разходи, заплата на предприемача и печалба в сравнение с конкурентната (пазарна цена), как Вие позиционирате ценово Вашия продукт в сравнение с конкуренцията?

3.3. Комуникационна политика

*Как достигате до Вашата целева група: Уеб сайт, оптимизация на търсачките, флаери, мейли, рекламни обяви в местни вестници и специализирани списания, надписи на автомобили, визитни картички
Внимание: Разходи !!!*

3.4. Анализ на местоположението

Оживено място, връзка с градския транспорт, възможност за разширяване; интернет магазин.

Информационно каре

„ Комуникационна политика“

Клиентът може да си купи Вашият продукт само, ако го познава и **му се обърне внимание** за това. Вашият продукт може да служи на Вашите клиенти , но те никога няма да научат за него, ако остане скрит. В **комуникационната политика** описвате всички инструменти, с които искате **да създадете и задълбочите контакта с клиентите**. Следните инструменти принципно са на Ваше разположение:

- **реклама в медиите** (преса, радио, телевизия, кино, интернет, мобилни устройства)
- **директен маркетинг** (директни мейли до избрани клиенти, маркетинг по телефона, интернет и т.н.)
- представяне на **търговски панаири и изложения**
- **връзки с обществеността/пъблик рилейшънс** – Статии и дописки за Вас, Вашата фирма и Вашия продукт/услуга
- **посещение при клиенти**

Пример „Фирма за печене на кафе“

Комуникационната политика на нашия изходен пример би могла да съдържа например редовни рекламни съобщения в местния ежедневник както и във всички регионални вестници и списания (за стимулиране на електронната търговия), включване в уеб сайтове за информация за кафенето, спецификата и произхода на кафето и други. В допълнение на определени интервали могат да бъдат предлагани безплатни дегустации на централни места в града и да се разпространяват информационни флаери в различни магазини. В допълнение на това фирмата може да бъде представена на Международния панаир на кафето coffeena в град Кьолн.



При избора на определен комуникационен инструмент винаги вземайте под внимание степента на разпространение, но също и цената. Рекламата по телевизията със сигурност има най-голяма степен на разпространение, но може да бъде и прекалено скъпа. Преценете тук ползите и разходите за това.

Информационно каре „Канали за дистрибуция“

Политиката за пласиране определя по какви канали за дистрибуция искате да пласирате Вашия продукт/услуга, т.е. по какъв начин Вашето предложение ще достигне до клиентите Ви. Това зависи от вида на продукта, структурата на клиентите и ценовата стратегия. Затова е важно например колко голям е **броят на потенциалните клиенти**, какъв **вид на пазаруване** предпочитат, в какъв **ценови сегмент** се движите с Вашия продукт, дали Вашият продукт **се нуждае от разяснения**, дали продавате Вашия продукт на **фирми или на крайни потребители** и т.н. По принцип трябва да решите дали сами ще поемете дистрибуцията или ще се обърнете към **специализирани доставчици**. Примери за канали за дистрибуция са например собствени търговски обекти, чужди магазини на дребно, търговци на едро или онлайн магазини. Те със сигурност **могат да се комбинират** помежду си.

Пример „Фирма за печене на „кафе“

Продуктът от нашия изходен пример собствено изпечено кафе се характеризира по-специално чрез своята политика на дистрибуция. Кафето се продава по три дистрибуторски канала основно на частни крайни потребители. Кафето може да се консумира в кафенето на място, може да се получи на същото място за вкъщи, а също може да се закупи и достави от собствен онлайн магазин. За да подчертаете оособения характер на кафето Ви бихте могли да си позволите да го направите само чрез Вашата фирма и да не ползвате никакви други доставчици на услуги.



Какви дистрибуторски канали са подходящи за Вашата идея? Осведомете се точно за различните възможности и обсъдете с Вашия екип, кои дистрибуторски канали са подходящи за Вашия бизнес и по какви причини. Изяснете си възможните предимства и недостатъци.

Сега става въпрос за Вашето ценово предложение.

Цената на Вашия продукт или Вашата услуга следва да се калкулира така, че разходите на фирмата Ви да се покриват и освен това дългосрочно да постигате печалба.

Информационно каре
„Ценообразуване“

Определяне на цената за услуги на базата на реалистично постигаща се часова ставка

$$\text{Часова ставка} = \frac{\text{Разходи} + \text{Добавка за печалба}}{\text{Общ брой продуктивни часове}}$$

при което под разходи се разбират всички разходи в рамките на една година, като заплати, наеми, разходи за материали и други.

След изчисляване на часовата ставка се добавя и ДДС.

Сравнете така получената стойност с други тарифни ставки, обичайни за Вашия бранш - ако сте под тях, толкова по-добре! Ако Вашата часова ставка е по-висока се нуждаете от добри аргументи да я защитите.

Определяне цената за продукти на базата на реалните разходи

Вие също можете да се ориентирате по производствените разходи за Вашата стока и предоставянето на Вашите услуги.

$$\text{Цена за брой} = \frac{\text{Разходи}}{\text{Планирани и прогнозирани количества за продажба}} + \text{Прогнозирана печалба за брой}$$

Проверявайте винаги ценовото ниво на пазара. Който очаква утопични печалби и формира високи цени остава обикновено с празни ръце.

Ценообразуване въз основа на представата за стойността

Друга възможност за ценообразуване се състои в това да се вземе предвид представата за стойността, която имат потенциалните клиенти за Вашето предложение. При това става въпрос за: Колко ценен е моят продукт/моята услуга за клиента? Ако предложението е от голямо значение, то и цената по правило може да се повиши. При иновативни предложения и нови бланшове не съществува нито представа за стойността, нито за цената. Това може да бъде преимущество за продавача, ако може да продаде предложението си по цена, определена от него. Недостатък е, ако той не е в състояние да оправдае цената.

Ценообразуване, ориентирано по средните цени на конкурентите

Погледът върху цените на конкурентите е друг често срещан начин за ценообразуване, ако става въпрос да се намери цена за собственото предложение. Но внимавайте! Не приемайте непроверени цени на конкурентите, обърнете внимание на Вашите собствени разходи.



Обсъдете тези подходи с Вашия екип. Информирайте се за ценообразуването във Вашия бранш от консултанти, банки, професионални и браншови сдружения, данъчните служби или търговски и занаятчийски камари. След това определете своите потенциални приходи при оптимален (в най-добрия случай) и в най-лошия възможен (в на-лошия случай) ход на бизнеса Ви за първите три финансови години.

Въведете изчислените стойности в екселската таблица, озаглавена „Финсово планиране“.

Раздел от Бизнес плана

4. Производство/Снабдяване/Логистика

само при производство и дистрибуция на стоки

4.1. Снабдяване със стоки

Какви стоки и от къде се закупуват, какви полуфабрикати за последваща дообработка са необходими?

4.2. Производство

Какво произвеждате сами, с какви производствени средства?

4.3. Складиране

Как и къде се съхраняват полуфабрикатите и произведените стоки?

4.4. Транспорт

Необходим ли е транспорт за полуфабрикатите, транспорт на произведените стоки до потребителите?

Ако искате да пуснете нов продукт на пазара, трябва или сами да го произведете или да го закупите. Ако ще го произвеждате сами, се нуждаете от полуфабрикати/части, инструменти и машини както и от производствени помещения. Ако Вие искате да се занимавате с търговия, трябва да закупите стоката и при необходимост да я съхранявате и транспортирате до клиента (да възлагате транспорта). В случай на услуга производството и логистиката отпадат, трябва обаче да обмислите как ще обслужвате Вашия клиент.

Пример „Фирма за печене на кафе“

Снабдяване/Логистика: Можете да получавате суровото кафе от различни страни директно или чрез търговци на едро. Получаването директно от презокеански производители предлага ценови предимства, но изисква покупка на място, комплексна логистика (доставка с кораб, автомобилен транспорт, митнически процедури) и внимателен контрол на качеството. Получаването на суровото кафе от търговци на едро (например от пристанището) улеснява доставката и логистиката, но също така намалява Вашия марж.

Производство: За обработка на суровото кафе (печене) е необходимо оборудване, което Вие трябва да набавите (закупите/вземете под наем) и което трябва да обслужвате и поддържате.



Какви проблеми трябва да решите по отношение на производството, снабдяването и логистиката? Дискутирайте във Вашата група какво, как и къде ще закупите, произвеждате и съхранявате. Допълнително обмислете и транспорта.

Раздел от Бизнес плана

5. Мениджмънт/Правна форма

5.1. Профил на учредителя

Лични предпоставки, мотивация за постижения, професионална и социална компетентност

5.2. Правна форма

едноличен търговец, събирателно дружество, дружество с ограничена отговорност

5.3. Организация на предприятието

Организация и описание на задачите

5.4. Планиране на персонала, квалификация на работниците и служителите

брой на работниците и служителите към момента на основаването и в бъдеще; Какво трябва да могат работниците и служителите

След като вече сте дефинирали идеята си за продукт в следващата стъпка става въпрос за **вътрешната и външна структура** на Вашето предприятие. За да можете да функционирате като предприятие и да си сътрудничите ефективно е важно, традиционните задачи в едно предприятие да се разпределят между членовете на екипа. Освен това по закон е необходимо предприятието да получи законова рамка съгласно определена **правна форма**, на което Вие трябва да вземете решение. Различните правни форми са свързани с различни правни последици. Тук трябва да се обмисли например **правната и данъчна отговорност**.

Информационно каре „Позиции“

Във всеки случай трябва да се обмислят следните позиции:

- Управление на фирмата
- Маркетинг & Продажби
- Развойна дейност & Управление на качеството
- Производство, логистика & Доставки (Supply Chain)
- Персонал
- Счетоводство & контрол



Кой член от групата коя позиция трябва да заеме във фирмата? Дефинирайте какви задачи са в полето на компетенции за дадена позиция.

Информационно каре „Правна форма“

Примери за възможни правни форми:

- Събирателно дружество
- Командитно дружество
- Акционерно дружество
- Дружество с ограничена отговорност



Каква правна форма е най-подходяща за Вашето предприятие? Обосновете избора си и по възможност споменете, защо другите правни форми са по-малко подходящи. Повече информация за правните форми можете да откриете в интернет.

Раздел от Бизнес плана

6. Шансове/Рискове

6.1. Шансове, използване на шансовете

Какви специални шансове имате и как да ги използвате?

6.2. Рискове, управление на рисковете

Какви рискове (заболяване, злополука, твърде малко капитал) имате и как ще се справите с тях?

Сега е важно за Вас да подложите Вашите идеи на тест, като проведете SWOT-анализ. В него Вие ще се сблъскате със силните и слаби страни и шансовете и рисковете на Вашата бизнес идея.

**Информационно каре
SWOT-анализ“**

SWOT= S=Strength (силни страни); W=Weaknesses (слаби страни); O=Opportunities (Шансове); T=Threats (Рискове)

С лесния и гъвкав метод на SWOT-анализа се разглеждат **както вътрешнофирмените силни и слаби страни (Strength-Weaknesses)** така и **произтичащите от заобикалящата среда шансове и рискове (Opportunities-Threats)**, които се отнасят до полето за действие на предприятията. От анализа на **комбинацията** на силните /слабите страни и на шансовете/опасностите може да се изведе **бизнес стратегия**. Силните и слабите страни са относителни величини и могат да се оценят едва в сравнение с конкурентите.

SWOT-анализ		Резултат от анализа на Вашата бизнес идея (от гледна точка на вътрешните дадености на фирмата)	
		Силни страни	Слаби страни
Резултати от анализа на Вашия пазар (от гледна точка на Вашата корпоративна среда)	Шансове	Използване на силните страни на фирмата за възможностите на бизнес средата	Преодоляване на евентуалните слабости на фирмата чрез използване шансовете на бизнес средата
	Рискове	Използване на силните страни на фирмата за намаляване рисковете на бизнес средата	Минимизиране на слабите страни на фирмата, както и рисковете свързани с бизнес средата

Примери за шансове/рискове и силни/слаби страни:

Външни шансове/рискове

Структура на клиентите/брой на потенциални клиенти
Структура на конкурентите/брой на потенциалните конкуренти
Развитие на бюджета
Демографско развитие
Изисквания /желания на клиентите
Стратегии/дейности на конкурентите
Стабилност на конкурентната структура
Промяна в правните рамкови условия
Икономическо положение/пазар на труда

Вътрешни силни/слаби страни

Качество на обслужването
Връзки с обществеността
Онлайн комуникация
Корпоративна идентичност/корпоративен дизайн
Имидж
Ефективност на изпълнението на задачите
Квалификация/опит на служителите
Мотивация (работна атмосфера, всеотдайност)

Пример „Фирма за печене на кафе“

Силни страни: създаване на корпоративна идентичност чрез мърчандайзинг продукти (чашки, чинийки ..) , имидж като креативно място за срещи на хора на изкуството, кафето се пласира по три различни начина

Слаби страни: голям разход за координиране и полета на отговорност чрез трите различни канала на дистрибуция, Вашите знания за управление и финансиране на предприятие са все още ограничени

Шансове: Кафенета със събития вече имат голям успех в някои големи градове, но във Вашия такива все още няма, заинтересовани са различни целеви групи, чрез което се увеличава броят на потенциалните клиенти, онлайн търговията процъфтява

Рискове: правни изисквания (за гастрономията, митнически, данъчни ...), много доставчици на кафе на пазара, силна зависимост от вносителите на кафе и международното развитие на цените на кафето.



Какви шансове и рискове крие реализирането на Вашата идея? Как искате да боравите с тях? Обърнете внимание на Вашите силни и слаби страни.

Задача 7

Раздел от Бизнес плана

7. Цифрово изражение

- 7.1. План за потребностите от капитали
- 7.2. План на финансирането
- 7.3. Планиране на рентабилността / преглед на приходите
- 7.4. Планиране на ликвидността

Сега става въпрос за планирането на финансите. Тук трябва да проверите, дали планирането на финансите по отделните компоненти на бизнес плана е реалистично. Отделните компоненти трябва да бъдат правилно преценени. Използвайте екселските таблици и вземете предвид и следните аспекти за следващите три години:

- С какви източници за финансиране разполагате, за да покриете потребностите си от капитал?
- От какво се състои цената на Вашият продукт/услуга?
- Какви ще бъдат разходите Ви за следващите три години? Кога Вашите разходи ще се покрият от приходите (Break-even-Analyse)? Какво развитие очаквате? Вземете под внимание, че заплатите нарастват с времето и че цената на Вашия продукт/услуга, трябва да се съгласува.
- Какви инвестиции искате да направите?

Задача 8

Раздел от Бизнес плана

8. Обобщете съществените елементи на отделните части на бизнес плана на максимум една страница (“Helicopter View” за бърз преглед).
Ако Вие бяхте банкер и Ви бяха попитали дали ще дадете заем за стартиране на един начинаещ, какво бихте искали да знаете?



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_22

Excell_Tabelle „Kostenplanung“

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_23

Flyer über Enterprise+ (DE)

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_24

Argumentationslisten

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | BULGARISCH

APPENDIX

[IO-01]_25

Enterprise+: Konzept der Schülerunternehmen – Ansatzpunkte zur Qualitätsverbesserung

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

ГТПП [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.

