

Interreg

Greece-Bulgaria

SeeG

European Regional Development Fund



Deliverable:

D.4.4.2: Implementation of enhancing skills adaptation training, for enterprises in crisis situation

Topic: **“STARTING YOUR OWN BUSINESS”**

Responsible Beneficiary:

PB4- Local Economic Development Agency- Razlog

The contents of this document are sole responsibility of LEDA-Razlog and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority, and the Joint Secretariat.

The logo of Greece, consisting of nine horizontal blue and white stripes.	The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme	The flag of Bulgaria, consisting of three horizontal stripes of green, white, and red.
---	--	--

Contract No. B6.3a.28/26.04.2021 for the project "Empowering businesses Seeking Growth"/SeeG under Priority axis 1: Competitive and innovative cross-border region, investment priority for - Encouraging entrepreneurship, in particular by facilitating the economic exploitation of new ideas and promoting the creation of new businesses, including through business incubators, of the Cross-Border Cooperation Program

INTERREG V-A "Greece-Bulgaria" 2014-2020

STARTING YOUR OWN BUSINESS

A quick guide for start-ups or future entrepreneurs

SUMMARY

The guide aims to familiarize start-up and future entrepreneurs with basic concepts and moments of the process of planning and starting a business, orienting them to the numerous opportunities that self-employment offers and motivating them with important guidelines and useful practical advice.

Starting and developing your own business is a difficult task, which is undertaken mostly by brave and intelligent people, ready to realize their dream, but also to take risks and possible losses.

The brief presentation of questions and guidelines that are important for starting one's own business is also a starting point for searching for detailed information on the topics that are important for the respective person who has decided to take the path of entrepreneurship, indicating possible sources of information and expert support. The guide presents in a structured form information about what entrepreneurship is, what preparation and what actions are necessary to start a business, what is the legislative, economic and market environment in which the venture will be realized. The following topics and questions are addressed to provide knowledge and outline the steps from the initial business idea to building and establishing a successful business in the ever-changing environment:

- ✚ What is entrepreneurship
- ✚ What qualities, knowledge and skills should an entrepreneur have
- ✚ How to refine the initial business idea for a product or service
- ✚ Business goals and business planning

- + Analysis of profitability and possible business development scenarios
- + Initial capital required
- + Forecast of future income and expenses
- + Investment payback period
- + What are the steps from the idea to its realization
- + What legal form is suitable for the start-up
- + What registrations and legal regulations is the economic activity subject to
- + Business model
- + Traditional and innovative business models
- + Determining cost and market price of a product or service
- + What resources are needed when starting a business
- + What are the possible sources for financing business ventures, investment and non-investment projects
- + Lending and grants to small and medium enterprises
- + European funds and national operational programs - business support measures - where and how to look for information and how to apply
- + What is market environment and competitiveness
- + Relations with institutions, partners, suppliers
- + Positioning and market segmentation by potential customers
- + What obligations and responsibilities arise - tax, insurance, etc.
- + Use of external accounting, legal, and other Services
- + Selection and management of human resources
- + Corporate image and business presentation
- + Why advertising and marketing are important
- + What is a brand and branding?
- + Business communications
- + What are the advantages and risks of entrepreneurship
- + What are the most common mistakes startup entrepreneurs make
- + Guidelines and practical advice for the entrepreneur to be successful

Entrepreneurship is not a profession, but a special economic condition of a certain entity, which has legal responsibility before the state for the activity it develops.

First of all, entrepreneurship means the birth of an idea. It can be unique or universal, but in the second case, additional ideas should be developed on how to break through the already established market network.

Without underestimating the importance of the idea, the human factor is of greatest importance. Do you possess the necessary character qualities that would allow your desire to develop over time? It requires a lot of firmness, persistence, flexibility and resourcefulness. Enthusiasm with which the world or a part of it can be changed is also extremely necessary for an entrepreneur.

It is a good idea for the entrepreneur to have an understanding of all business processes – accounting, reporting and finance to production, supply and customer service, personnel. That is why it is necessary to acquire knowledge and skills in all areas related to the launch and sustainable development of a successful own business.

This short guide titled "Starting Your Own Business" aims to guide start-up or would-be entrepreneurs in the sea of information and documents.

Combined with the references and other guides, it will contribute new knowledge and useful information to be valuable assistants to the new entrepreneur.

ЗАПОЧВАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС


Кратко ръководство за стартиращи или бъдещи предприемачи

SUMMARY

Ръководството има за цел да запознае стартиращи и бъдещи предприемачи с основни понятия и моменти от процеса на планиране и започване на бизнес, като ги ориентира за многобройните възможности, които предлага самостоятелната заетост и ги мотивира с важни насоки и полезни практически съвети.

Започването и развиването на собствен бизнес е трудна задача, с която се захващат предимно смели и интелигентни хора, готови да реализират мечтата си, но и да поемат рискове и евентуалните загуби.

Краткото представяне на въпроси и насоки, които са важни за стартирането на собствен бизнес, е и отправна точка за търсене на подробна информация по темите, които са важни за съответния човек, решил да тръгне по пътя на предприемачеството, с посочване на възможни източници за информация и на експертна подкрепа. Ръководството представя в структуриран вид информация за това какво е предприемачество, каква подготовка и какви действия са необходими за стартиране на бизнес, каква е законодателната, икономическата и пазарната среда, в която ще се реализира начинанието. Разгледани са следните теми и въпроси, които да предоставят знания и да очертаят стъпките от първоначалната бизнес идея до изграждането и установяването на успешен бизнес в непрекъснатата променящата се среда:

 Какво представлява предприемачеството

- ✚ Какви качества, знания и умения трябва да има предприемачът
- ✚ Как да се прецизира първоначалната бизнес идея за продукт или услуга
- ✚ Бизнес цели и бизнес планиране
- ✚ Анализ на рентабилността и на възможните сценарии за развитие на бизнеса
- ✚ Необходим начален капитал
- ✚ Прогноза за бъдещи приходи и разходи
- ✚ Период за възвращаемост на инвестицията
- ✚ Какви са първите стъпки от идеята към нейното реализиране
- ✚ Каква правна форма е подходяща за стартиращото предприятие
- ✚ На какви регистрации и законови регулации подлежи икономическата дейност
- ✚ Бизнес модел
- ✚ Традиционни и иновативни бизнес модели
- ✚ Определяне на себестойност и на пазарна цена на продукт или услуга
- ✚ Какви ресурси са необходими при стартиране на бизнес
- ✚ Кои са възможните източници за финансиране на бизнес начинания, инвестиционни и неинвестиционни проекти
- ✚ Кредитиране и безвъзмездна финансова помощ на малки и средни предприятия
- ✚ Европейски фондове и национални оперативни програми - мерки за подкрепа на бизнеса – къде и как да се търси информация и начините за кандидатстване
- ✚ Какво е пазарна среда и конкурентоспособност
- ✚ Взаимоотношения с институции, партньори, доставчици
- ✚ Позициониране и сегментиране на пазара от потенциални клиенти
- ✚ Какви задължения и отговорности възникват – данъчни, осигурителни и др.
- ✚ Ползване на външни счетоводни, правни и др. услуги
- ✚ Подбор и управление на човешки ресурси
- ✚ Фирмен имидж и представяне на бизнеса
- ✚ Защо са важни рекламата и маркетинга
- ✚ Какво е бранд и брандинг
- ✚ Бизнес комуникации
- ✚ Какви са предимствата и рисковете на предприемачеството
- ✚ Кои са най-често срещаните грешки, които стартиращите предприемачи допускат
- ✚ Насоки и практически съвети към предприемача, за да бъде успешен

Предприемачеството не е професия, а специално икономическо състояние на определен субект, който има юридическа отговорност пред държавата за дейността, която развива. На първо място предприемачеството означава зараждането на една идея. Тя може да бъде уникална или универсална, но във втория случай би трябвало да бъдат развити допълнителни идеи как тя да пробие вече изградената пазарна мрежа.

Без да се подценява важноста на идеята, най-голямо значение има човешкият фактор. Дали притежавате необходимите качества на характера, които биха позволили желанието ви да се развие във времето? Изисква се много твърдост, постоянство, гъвкавост и находчивост. Ентузиазмът, с който може да бъде променен светът или част от него, също е изключително необходим за един предприемач.

Добра идея е предприемачът да има понятие от всички бизнес процеси – счетоводство, отчетност и финанси до производство, доставки и обслужване на клиенти, персонал.

Именно затова е необходимо да се придобиват знания и умения във всички сфери, свързани със стартирането и устойчивото развитие на успешен собствен бизнес.

Това кратко ръководство, озаглавено „Започване на собствен бизнес“ има за цел да насочи стартиращи или бъдещи предприемачи в морето от информация и документи. В комбинация с препратките и другите ръководства, то ще допринесе за нови знания и полезна информация, които да бъдат ценни помощници на новия предприемач.

ЗАПОЧВАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС

Кратко ръководство за стартиращи или бъдещи предприемачи

ПРЕДВАРИТЕЛНИ ЗНАНИЯ И ОРИЕНТАЦИЯ

1. Какво означава предприемачество и кой е предприемач?

Предприемачеството е процес на стартиране на ново предприятие или обновяване на вече създадено. Логиката на значението е свързана с това, че човек решава да предприеме нови действия по бъдещ проект за създаване на бизнес или по настоящ, вече създаден. Отнасяме го към икономическите дейности, свързани със създаването на нова фирма или обновявания на вече съществуваща. Предприемачът е работодател, който регистрира индивидуално или в съдружие собствена фирма.

Свързваме предприемаческите функции най-вече с микро и малките фирми, познати като „дребен бизнес“, понеже големите фирми не са в етап на създаването.

Предприемачеството е описано като **„способността и готовността за развитие, организиране и управление на бизнес начинание, заедно с всички рискове, за да се постигне печалба“**. Понякога се използва по-широко определение на термина, особено в областта на икономиката. В тази употреба **предприемачът е предприятие, което има способността да намира и да действа въз основа на възможности за превръщане на изобретения или технологии в нови продукти:** „Предприемачът може да разпознае търговския потенциал на изобретението и да организира капитала, таланта и други ресурси, които превръщат изобретението в търговско осъществимо нововъведение. В този смисъл терминът „Предприемачество“ обхваща иновативни дейности от страна на вече установени фирми.

Предприемачът е човек, който извършва предприемачество – поемане на нова инициатива с цел печалба и развитие. Думата произлиза от *предприемам нещо*, т.е. започвам да се занимавам с нещо.

Малцина предприемачи успяват на пазара, ако не притежават лични качества като гъвкавост, любопитство, умение да боравят с пари, издръжливост, целенасоченост, бизнес интелигентност и ефективна комуникация.

Предприемачите обикновено имат много ясна визия за това къде отиват и тя е подкрепена от решителност да стигнат дотам. Те откриват възможности там, където другите биха намерили предизвикателства, и са щастливи и отдадени на решаването на проблеми. Това ги прави вдъхновяващи лидери, които движат процесите напред, както за търговски успех, така и за обществена промяна.

2. Предприятие

Думата предприятие произлиза от „предприемам“, но в зависимост от контекста и влагания смисъл, може да означава три неща: 1) процесът - на „предприемане“; 2) резултатът от „предприемана дейност, начинание“; 3) организационната форма за осъществяване на начинанието (най-често влаган смисъл и разбиране).

В законодателството определенията за предприятие варират според нуждите на конкретната сфера на използване. Преобладават тези, които са свързани с данъчното облагане и произтичащите правила за водене на счетоводство, както и с финансовото подпомагане на бизнеса. Легалните дефиниции в българското право са представени по-долу. В икономиката значението на термина също е променливо.

- В общото търговско право, регулиращо икономическите отношения (като Търговския закон в България), терминът може да бъде синоним на търговски субект, обхващайки негови организационни форми – юридически и физически лица, включително някои категории занаятчии и селскостопански производители.
- В икономическата наука терминът може да се употребява предимно за ново, прохождащо бизнес начинание на предприемач.
- Най-често обаче в практиката и разговорно думата се разбира в значение на организационна форма (обикновено юридически обособена) на стопанска дейност, без значение дали и в каква форма е регистрирана.

Стопанско предприятие – цел, видове и структури

Основната цел на стопанските предприятия е производството на стоки и/или извършването на услуги и предлагането им на потребителите.

Различават се според вида на крайния резултат за пазара:

- производствени предприятия – промишлени (цехове, фабрики, заводи) или селскостопански (земяделски стопанства, животновъдни ферми), и
- предприятия за услуги – ремонтни (работилници, заводи), транспортни (железници, параходства), строителни услуги; счетоводни, посреднически и консултантски и др. подобни.

Вътрешната структура на по-големите производствени предприятия (фабрики, заводи) включва по-малки единици като цехове, работилници и др. Предприятията за услуги могат да имат отдели или сектори. Териториално обособени подразделения (например в отдалечен квартал или друго селище), може да се считат за подчинени предприятия. Нерядко предприятия се обединяват или пък разделят, или се преструктурират, или имат дялово участие в други предприятия.

Класификацията според дяловото участие и свързаността разграничава:

- независими предприятия;
- предприятия-партньори;
- свързани предприятия.

3. Правна форма и структура на предприятията

Повечето съвременни предприятия в пазарната икономика се организират като търговски дружества – акционерни, събирателни, с ограничена отговорност (за краткост наричани също компании), но могат да бъдат и във формата на други видове търговски субекти – кооперации, еднолични търговци и др.

Структурата може да бъде от изключително проста – един собственик-управител и работници, до много сложна – борд на директорите, генерален мениджър, изпълнителни директори, отдели, сектори, звена, клонове в страната и чужбина.

Според Българското законодателство търговските дружества са:

- ЕООД – Еднолично дружество с ограничена отговорност – подходящо е, ако само ти си собственик на бизнеса.
- ООД – Дружество с ограничена отговорност – звама или няколко собственици.
- ЕАД – Еднолично акционерно дружество.
- АД – Акционерно дружество.
- СД – Събирателно дружество.
- КД – Командитно дружество – персонално търговско дружество, което обединява две или повече лица под обща фирма.
- КДА – Командитно дружество с акции.

Собствен бизнес като свободна професия (фрилансър)

4. Регистрация и законодателство

Търговски регистър

Всеки предприемач трябва да избере правната форма, с която да регистрира своето предприятие в Търговския регистър към Агенцията по вписванията.

Регистър БУЛСТАТ

БУЛСТАТ е единен национален административен регистър. За да упражнява фирмата търговска дейност, трябва да е регистрирана в него, при което се получава идентификационен код (ЕИК) или „код по БУЛСТАТ“. Този номер присъства във всички документи, които фирмата издава. Регистрацията БУЛСТАТ се извършва в службите по вписванията на Агенцията по вписванията към окръжните съдилища.

Данъчна регистрация

Регистрираната и действаща вече фирма подлежи на регистрация по Закона за данък добавена стойност, която е задължителна за дружества с повече от 50 000 лв. годишен оборот, но е приложима и преди достигане на такъв оборот с цел да се работи по-лесно с повечето фирми и клиенти. Регистрацията по ДДС става в Националната агенция по приходите (НАП) като подаването на заявление става и по електронен път. В резултат се получава идентификационен номер за целите на ДДС, който започва със символите „BG“, към които се добавя ЕИК номера или кодът по Булстат.

Други регистрации и законодателни изисквания

В зависимост от вида и спецификите на дейността, може да се наложи регистриране на дейността или обекта, в който се осъществява дейността на предприятието, и/или получаване на разрешения, удостоверения, лицензи, категоризация от различни институции – общинска администрация, министерство, регионални инспекции към министерства, агенции. Тези въпроси не са за подценяване и трябва да се проучат. Вече почти всички институции предоставят електронно административни услуги, а видът на услугата, правното основание, сроковете, таксите, образец на заявление и документи за прилагане и връзки или препратки към съответна интернет страница на орган или институция, са налични в Интегрираната информационна система на държавната администрация на интернет адрес: https://iisda.government.bg/adm_services/services

Правна уредба

Най-важните закони за предприятията са Търговския закон и Законът за малките и средните предприятия. Трябва да се познават и други нормативни и поднормативни актове, някои от които са посочени по-долу по повод на определения за предприятие в нормативната уредба.

В законите, които са свързани с предприемачеството и стопанската дейност на предприятията, са дадени различни дефиниции според относимата правна материя:

Кодекс на труда: Предприятие е всяко място – предприятие, учреждение, организация, кооперация, заведение, обект и други подобни, където се полага наемен труда.

Закон за защита на конкуренцията: Предприятие е всяко физическо, юридическо лице или непersonифицирано образувание, което извършва стопанска дейност, независимо от правната и организационната си форма.

Закон за малките и средните предприятия: Предприятие е всяко физическо лице, юридическо лице или гражданско дружество, което извършва стопанска дейност, независимо от собствеността, правната и организационната си форма.

Наредба за служебните командировки и специализации в чужбина: „Предприятия“ са търговци по смисъла на Търговския закон, юридически лица с нестопанска цел и други юридически лица, създадени или регистрирани по особени закони.

Категории предприятия

Законът за счетоводството определя 4 категории предприятия според балансовата стойност на активите, нетните приходи от продажби и броя на заетите: микропредприятия; малки предприятия; средни предприятия; големи предприятия.

Обичайно стартиращите фирми са микропредприятия съгласно Закона за малките и средните предприятия, в който са дадени характеристики за определянето им.

Микропредприятия са тези, които имат: средносписъчен брой на персонала, по-малък от 10 души, и годишен оборот, който не превишава 3 900 000 лв., *и/или* стойност на активите, която не превишава 3 900 000 лв.

Класификация на икономическите дейности

Кодът за икономическа дейност се издава от НСИ, съгласно Правилника за разпространение на статистически продукти и услуги на Националния статистически институт (чл.3, ал.3, т.7). Кодът съгласно Класификацията на икономическите дейности (КИД-2008) се определя веднъж годишно въз основа на подадените годишни отчети за дейността (ГОД). НСИ използва показателя „Нетни приходи от продажби“. Въз основа на посочените дейности и съответствието им с останалите отчети и справки в ГОД се изчислява основната дейност и допълнителната дейност.

Защо е необходим този код?

Информация за код на икономическата дейност по КИД 2008 обикновено е необходима при кандидатстване по различни оперативни програми.

Кодът за икономическа дейност също така се вписва в трудовите договори, допълнителните споразумения към тях, както и в Декларация-образец 1, която се подава в НОИ. Минималният осигурителен доход също се определя на основание КИД, съгласно Приложение 1 към Закона за бюджета на ДОО за 2021 г.

5. Бизнес модели

Бизнес моделът описва как една търговска компания генерира приходи и печалби и генерира стойност за даден бизнес. Бизнес моделът е процес, при който продуктът се продава или услугата се предоставя срещу заплащане.

Докато самите бизнес модели са част от минали бизнес практики, концепцията за бизнес модела излиза на преден план с развитието на интернет в средата на 90-те години на 20-ти век, особено използвано за описване на бизнес практиките на интернет компании и фирми за електронен бизнес (e-business). Новите бизнес модели, особено тези, които са възможни чрез технологични промени, позволяват създаването на нови и конкурентоспособни предприятия в съществуваща бизнес среда.

Като **традиционни бизнес модели** могат да се посочат:

- „Моделът на производителя“ – производител произвежда продукт и го продава на клиенти на цена, по-висока от производствените му разходи.
- „Моделът на магазина“ – закупуване на продукт на ниска цена на едро и предлагане на клиентите на висока цена на дребно.
- „Моделът на брокерите“ – функциониращ като междинен фактор, използва се като посредник между производителя и търговеца на едро и/или на продавача на дребно и получава брокерска комисиона или разликата между покупките и продажбите.

6. Подкрепа и финансово подпомагане на предприемачеството

В стратегията „Европа 2020“ предприемачеството и самостоятелната заетост се признават за ключов фактор за постигането на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Европейският социален фонд (ЕСФ) насърчава предприемачеството чрез финансови услуги и услуги в подкрепа на бизнеса. Целенасочена подкрепа се предоставя на слабо представените групи и групите в неравностойно положение, включително жени предприемачи и хора с увреждания.

Всяка държава се интересува от развитието на предприемачеството. Увеличаването на броя на активните малки предприятия води до подобряване на качеството на живот на гражданите и повишаване на икономическите показатели като цяло. Освен това огромните корпорации не могат бързо да реагират на промените в пазарната ситуация и не са в състояние навреме да отговорят на променящите се нужди на населението.

По отношение на микрофинансирането Европейският механизъм за микрофинансиране „Прогрес“ и третата ос на Програмата на Европейския съюз за заетост и социални иновации (EaSI) подпомагат стимулирането на самостоятелната заетост и създаването на микропредприятия. Социалните предприятия също могат да се възползват от финансова помощ в рамките на третата ос на EaSI.

Актуална информация за възможната подкрепа под формата на безвъзмездни средства, преференциално безлихвено или нисколихвено кредитиране, гаранции или пък обучения и субсидирана заетост, се публикува в интернет. Единен и всеобхватен източник, който може да препрати към съответната програма или мярка за бизнеса е Единен информационен портал на европейските структурни и инвестиционни фондове на интернет адрес <https://www.eufunds.bg/bg>

ПЪТЕВОДИТЕЛ ЗА СТАРТИРАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС

От теорията към практиката – твоят личен път „стъпка по стъпка“

- **Как да станеш предприемач?**

Има много различни начини да станеш предприемач и няма написано правило как да го направиш. Въпреки това, се появяват някои общи теми, свързани с началото на процеса на предприемачество. Препоръките са взети от практиката и са персонално насочени, за да не се чувства стартирацията или бъдещ предприемач сам по пътя. А, както гласи една китайска мъдрост *„Път от хиляда крачки, винаги започва с първа крачка“*.

Една от тях е да се започне с **осигуряване на финансова стабилност**. Това не означава да се търсят бързи пари, а да се гарантира, че на крайните клиенти се предоставя стойност, като същевременно се развива стабилен поток от приходи, който да помогне за по-нататъшното разширяване и мащабиране на бизнеса.

Друга тема, е свързана с изграждането на разнообразен **набор от умения**. В началото, предприемачът ще бъде шеф, секретар, лице за поддръжка на клиенти, лице за доставка и други, като ще поеме всички възможни роли в своя бизнес, докато започне да наема повече хора. Това означава, че са необходими задълбочени познания за всички задачи, свързани с **управлението на бизнеса**. Това се постига чрез развиване на умения.

Добра идея е предприемачът да има понятие от всички процеси – от счетоводство, отчетност и финанси до производство, доставки и обслужване на клиенти, персонал.

Независимо дали сте стартиращ или бъдещ предприемач, или вече собственик на малък бизнес, ще се сблъскате с много въпроси и теми в непрекъснатата променящата се среда.

Ето и едно вдъхновяващо послание от книгата „Пилешка супа за душата - 101 истории, които стоплят“ с автори Джак Канфийлд и Марк Хансен:

„И най – дългият път започва с първата крачка. Не питайте колко дълъг е пътят, а просто тръгнете по него! Не питайте колко висока е планината, просто я изкачете! И, когато изкачите планинския връх, не си мислете, че сте победили планината, защото, всъщност, вие сте победили себе си. За да разберете колко е висок връхът, който сте изкачили, трябва да изкачите и други върхове. Не забравяйте, че знание без мисъл е загубен труд, а мисъл без знание, е опасност! Помнете, че Пътят е един, а улиците са много. Успех по пътя!“

- **Първи стъпки към собствен бизнес**

В основата на всеки бизнес е **идеята**.

Вашето хрумване може да е нов продукт, услуга или нещо, с което да подобрите живота на хората. Уникална ли е тази идея, иновативна ли е, или нещо традиционно, което ще правите по различен начин, или за което има пазарно търсене?

Ако вече имате креативна идея, идва ред на **проучването**.

Отделете време и разберете дали се предлага нещо подобно на пазара; какво е търсенето; кои са силните и слабите страни на конкурентите, какви са цените?

След това идентифицирайте **целевите клиенти**.

Не може да се продава на всички. Определете пола, възрастта социалното положение, местоживеенето, интересите, навиците на потенциалните си клиенти. Колкото по-добре ги познавате, толкова по-ангажиращо ще представяте своя продукт или своята услуга.

- **Проучване на бизнес сферата**

Изключително важно е преди да започнете бизнеса си да направите проучване на средата. Именно то ще ви даде възможността да опознаете средата, към която сте се насочили. По този начин ще разберете повече за конкуренцията, нейните особености, дори негативи и ще можете да ги оправдаете в собствения си бизнес.

Ако не сте уверени в себе си, че ще успеете сами да направите това проучване може да наемете специалист, който вече е правил такива или подобни проучвания. Той ще разгледа всички преки конкуренти, както и финансовите изгоди през годините. От него ще разберете, до каква степен е възможно и удачно да започнете новото начинание и колко ще бъде доходна и рентабилна дейността.

Проучването може да ви помогне да разберете, кога ще получите приходите, които очаквате и в какъв размер могат да бъдат. Също така ще може да направите прогноза за успехите и евентуалните спадове според сезони, активност и очакванията на клиенти и доставчици; влияния от външната среда – политически, финансови и други фактори.

Ще можете да си изясните какви финансови, материални и човешки ресурси ще Ви бъдат необходими, какви са началните и текущите разходи.

От проучването ще можете да разберете и какво оборудване ще ви е необходимо, ако вашият бизнес е в сферата на производството. Индустриалното оборудване е изключително важно, за да можете да правите това, което винаги сте искали.

Заемете се с намирането на подходящите машини, които са необходими в производството и могат да осигурят качество и количества на продукцията.

Ще можете да установите и финансовите параметри – първоначална инвестиция и парични потоци, които да поддържат положителен баланс и да водят до печалба.

- **Човешките ресурси – служители и работници**

Преди да започнете да обмисляте стартирането на начинанието трябва да помислите за хората, които могат да ви помогнат. Всички наети ще успяват да ви помагат с развиването на бизнеса ви, затова е важно да направите подробен списък с хората, които са ви необходими. Нека в този списък има всички подробности, които са важни за вас. Нека има уменията, които искате да притежават, образованието, опита, работа с машини и всичко, което отговаря на нуждите на новата фирма.

Трябва да прецените, до колко е важно да направите различни обучения, които да са свързани с машини, знания и други, които отговарят на вашето ново начинание. Опитайте се да разгледате сайтовете на конкурентни бизнеси, за да разгледате техните специалисти и да знаете, към какво точно да се насочите. Това ще ви помогне да сте много по-подготвени, затова какво да очаквате от хората, които искате да наемете.

Стартирането на собствен бизнес винаги е стресиращо и понякога не си давате сметка, колко е важно да направите добро проучване. Именно проучването, с данните и изводите от него, ще ви донесе спокойствие и увереност за цели, планирани действия и очаквани резултати. Важни са и хората, към които ще се обръщате за ежедневната работа. Те трябва да бъдат подготвени специалисти, опитни и коректни, за да можете да разчитате на тях, или да имат мотивация и потенциал да бъдат обучени.

Това е и времето, в което да се помисли за **финансиране**. Дали бизнесът ще разчита на лични спестявания, заем от приятел, банков кредит или ще се търси инвеститор, който да подкрепи бизнес идеята? Необходимо ли е съдружие или партньорство?

Бизнесът се прави с хора, затова се уверете, че взаимодействията и се доверявате на правилните. Важно е да имате сходни ценности и разбирания, да гледате в една посока.

- **Регистриране на търговско дружество**

След теоретичната подготовка е време за действие. За да стартираш собствен бизнес в България от нулата, трябва да започнеш с **регистрация на търговско дружество**. С него можеш да извършваш търговски сделки.

- **Бизнес планиране**

Вече имате цялата събрана и проучена информация, но какво да правите с нея?

Създайте бизнес план, който в детайли описва всичко необходимо за стартирането и функционирането на Вашия бизнес.

За бизнес плана и процеса на бизнес планиране, както и защо той е важен за стартиращия предприемач, ще научите от **Ръководството „Бизнес план и бизнес планиране“**.

ПО ПЪТЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Време е за действия! Учим се непрестанно, а най-добрият учител е личният опит ...

И така, вече на стартовата линия, НО:

Преди да започнеш свой собствен бизнес, трябва да осъзнаеш, че е почти сигурно, че нещо винаги може да се обърка. За да управляваш успешен бизнес, трябва да се адаптираш към **динамичните ситуации**, които изникват.

Както вече знаеш, **важна част от разработването на бизнес план е провеждането на задълбочено пазарно проучване** в бранша, в който ще се насочиш, както и на демографските характеристики на потенциалните ти клиенти. Това включва провеждане на анкети, фокус групи и проучване на публични данни, и данни за **конкретния пазар**, в който ще навлизаш.

Преди да започнеш да продаваш продукта или услугата си, трябва да изградиш своя **марка** и да си спечелиш последователи, които да са готови да се включат, когато стартираш бизнеса си.

Задачи като **избор на име на фирмата и създаване на лого** са очевидни, но не забравяй по-малко известните, но също толкова важни стъпки! Независимо дали става въпрос за определяне на структурата на бизнеса или за изготвяне на подробна маркетингова стратегия, работното натоварване може бързо да се увеличи.

Вместо да се въртиш в кръг и да гадаеш откъде да започнеш, този **списък с конкретни и последователни стъпки** ще ти помогне да превърнеш бизнеса си от идея в реална концепция.

1. Прецизирай своята бизнес идея

Ако смяташ да започнеш бизнес, вероятно вече имаш представа за това какво искаш да продаваш или поне за пазара, на който искаш да навлезеш. Направи детайлно търсене на съществуващи компании в избраната от теб индустрия, а ако възнамеряваш да създадеш стартъп, подготви много добра концепция на иновативния шаблон, който ще реализираш. Разбери какво правят настоящите лидери на пазара в тази ниша и виж как можеш да предложиш нещо по-добро. Ако смяташ, че твоят бизнес може да предложи нещо, което другите компании не предлагат, или да достави същото, само че по-бързо и по-евтино, значи си в правилната насока.

Нужно е да имаш солидна идея, за да можеш да създадеш практичен бизнес план.

Определи защо стартираш бизнес

Добре е да знаеш защо ще стартираш бизнеса си. В този процес ще е разумно да се направи разграничение между това дали бизнесът служи за лична или на пазарна цел. Когато мотивът ти е насочен към задоволяване на пазарна потребност, обхватът на бизнеса ти винаги ще бъде по-голям, отколкото при бизнес, предназначен за задоволяване на лична потребност.

Помисли за франчайз

Друга възможност е да се използва франчайз моделът като се франчайзира утвърден бизнес. Концепцията, брандингът и бизнес моделът вече са налице и всичко, от което се нуждаеш, е добро местоположение и средства за финансиране на дейността.

Помисли за името на бизнеса си

Независимо от това кой вариант ще избереш, от съществено значение, е избора на оригинално име на бизнес, при изготвяне на план, преди да се определи добавената стойност на идеята.

Намери целевите си клиенти

Твърде често хората стартират бизнеса си, без да отделят време, за да помислят кои ще са техните клиенти и какво би накарало да използват даден продукт или услуга.

Трябва да си изясниш защо искаш да работиш с тези клиенти – страстта ти е да улесняваш живота на хората или ти харесва да създаваш изкуство, което да оцветява техния свят?

Отговорите на тези въпроси помагат да изясниш мисията си. Още, трябва да определиш как ще предоставиш тази стойност на клиентите си и как да я предадеш по начин, за който те са готови да платят.

По време на обмислянето на плана, трябва да уточниш основните детайли. Ако идеята не е нещо, което буди вълнение или ако няма пазар за твоето творение, може би е време да помислиш за други идеи.

2. Подготви бизнес план

Задай си важните въпроси

След като имаш ясна идея, трябва да си зададеш няколко важни въпроса, а те са:

- Каква е целта на бизнеса ти?
- На кого ще продаваш?
- Какви са крайните ти цели?
- Как ще финансираш началната инвестиция?

На тези въпроси можеш да получиш отговор в добре написан **бизнес план**.

Много нови предприятия правят основни грешки, като бързат да започнат дейност, без да обмислят гореспоменатите аспекти. Трябва да откриеш клиентската база, до която искаш да достигнеш, тоест, кой ще купи твоят продукт или услуга?

Ако не можеш да намериш доказателства, че има търсене за твоята идея, то в такъв случай какъв е смисълът да я инициираш?

Провеждане на пазарни проучвания

Извършването на задълбочено проучване на пазара, в областта в която ще стартираш, както и на демографските характеристики на потенциалните ти клиенти, е важна част от разработването на добър бизнес план. Това включва провеждане на анкети, организиране на фокус групи и проучване на пазарните ниши и обществени данни.

Проучването на пазара ще ти помогне да разбереш целевия си клиент – неговите нужди, предпочитания и поведение, както индустрията и конкурентите си.

Много специалисти в областта на малкия бизнес, препоръчват да се събере демографска информация и да се направи анализ на конкурентите и техните дейности и стратегии, за да се разберат възможностите и ограниченията в конкретната ниша.

Най-добрите малки предприятия имат продукти или услуги, които се отличават от тези на конкуренцията. Това оказва значително влияние върху конкурентната среда и ти позволява да предадеш уникална добавена стойност на потенциалните си клиенти.

Обмисли стратегия за излизане

Добре е също така да обмислиш стратегия за излизане от бизнеса, когато съставяш бизнес плана си. Създаването на представа за това как ще напуснеш бизнеса си предоставя вариант към друг аспект от евентуалното развитие на събитията.

Твърде често новите предприемачи са толкова уверени, че всеки е готов бъде клиент, че отделят малко или никакво време за изготвяне на план за излизане от бизнеса с три или четири предварително определени изхода или сценария.

Бизнес планът ти помага да разбереш накъде отива компанията ти, как ще преодолееш евентуални трудности и какво ти е необходимо, за да бъде устойчиво начинанието.

3. Направи оценка на финансите си

Стартирането на всеки бизнес има своята цена, така че трябва да определиш как ще покриеш тези разходи.

Имаш ли средства да финансираш стартирането на бизнеса или ще трябва да вземеш пари назаем? Ако възнамеряваш да напуснеш настоящата си работа, за да се съсредоточиш върху бизнеса си, имаш ли заделени средства, които да ти стигнат, докато започнеш да печелиш?

Най-добре е да определиш предварително колко ще бъдат **началните разходи**.

Много от стартиращите предприятия се провалят, защото парите им свършват, преди да реализират печалба. Никога не е лоша идея да надценяваш размера на началния капитал, от който се нуждаеш, тъй като може да мине известно време, преди фирмата ти да започне да генерира устойчиви приходи.

Финансови аспекти, които да анализираш на база на поясненията под въпросите:

Какъв бюджет ще ми бъде необходим?

Важно е да знаем, че разходите биват три вида:

- първоначални за стартиране на бизнеса;
- постоянни месечни разходи, които не зависят от обема на продажбите, но са дължими всеки месец и трябва да осигурим плащането им (наем, заплати, др.);
- преки разходи, чийто обем зависи от обема на продажбите – това са разходите за производство или доставка на стоката/продукта или предоставяне на услугата.

Правейки разчети, трябва да включим първоначалните разходи и разходи за първоначалното зареждане със стоки, материали и консумативи, да предвидим средства за няколко месеца за покриване на постоянните разходи, а последващите зареждания на стока могат да бъдат за сметка на бъдещите приходи от продажби.

Направи анализ на рентабилността

Един от начините да определиш какви средства са ти необходими е да извършиш анализ на рентабилността. Това е съществен елемент от финансовото планиране, който помага на предприемачите да определят кога техният продукт или услуга ще бъдат печеливши. Добре е всеки предприемач да извършва този анализ, защото той показва минималната възвръщаемост, която трябва да постигне твоят бизнес, за да не загуби пари. Освен това ти помага да разбереш откъде точно идват печалбите ти, за да можеш да определиш съответните производствени цели.

Трите основни причини за извършване на анализ на рентабилността са:

- **Определяне на рентабилността** – Обикновено това е основната грижа на всеки собственик на бизнес. Запитай се: Колко приходи трябва да генерираш, за да покриеш всичките си разходи? Кои продукти или услуги носят печалба и кои се продават на загуба?
- **Определяне на цена на продукт или услуга** – Когато повечето хора мислят за цената, те вземат предвид разходите за създаване на техния продукт и цените на конкурентите. Запитай се: Какви са фиксираните такси, какви са променливите разходи и каква е общата стойност на разходите? Какви са разходите за физически стоки? Какви са разходите за труд?
- **Анализирай данните от гледна точка на приходите и разходите** – Какви количества стоки или услуги трябва да продаваш, за да печелиш? Запитай се: Как можеш да намалиш общите си постоянни разходи? Как можеш да намалиш променливите разходи на единица? Как можеш да подобриш продажбите си?

Разгледай възможните сценарии за приходи и разходи

Добре е да разработим три сценария – **песимистичен, реалистичен и оптимистичен**. Песимистичният е този, при който приходите няма да са достатъчни за генериране на печалба. Тук е ключово да изчислим критичния оборот, който покрива всички необходими разходи, преди да е налице печалба. Това е много важно – трябва да сме наясно кои са минимално необходимите приходи, за да преценим дали са постижими.

Вторият вариант е реалистичният – при него реално постижимите приходи трябва да се съпоставят с критичния оборот. Ако са по-големи от него, това означава, че ще бъде генерирана печалба и за собственика. Ако са по-ниски – не си струва да започваме този бизнес, щом сметките предварително показват, че той ще бъде губещ.

Оптимистичният вариант е този, при който приходите надвишават чувствително критичния оборот. При него всеки лев допълнителна брутна печалба е равносилен на чиста печалба, защото вече сме осигурили покриването на разходите.

Следи разходите

Препоръчително е да не правиш прекомерни разходи при стартиране на бизнес. Разбери кои видове покупки са целесъобразни за твоят бизнес и избягвай излишни разходи за оборудване, което няма да помогне да постигнеш целите си.

Наблюдавай бизнес разходите си, за да следиш за несъответствия.

Много стартиращи компании са склонни да харчат пари за ненужни неща. В началото харчи възможно най-малко и само за неща, които са от съществено значение за развитието и успеха на бизнеса ти. Луксът е приемлив, когато се установиш изцяло.

Потърси възможности за финансиране

Началният капитал за твоят бизнес може да бъде осигурен от различни средства. Най-добрият начин за получаване на финансиране зависи от няколко фактора, като кредитоспособност, необходима сума и налични възможности.

- **Бизнес заеми**

Ако се нуждаеш от финансова помощ, бизнес заем от банка е добро начало, въпреки че често е трудно да се получи. Ако не можеш да получиш банков заем, то тогава можеш да кандидатстваш за заем за малък бизнес.

- **Безвъзмездни средства за бизнеса**

Безвъзмездните средства за бизнес са подобни на заемите, но не е необходимо да ги връщате. Безвъзмездните средства са свързани с условия, на които бизнесът трябва да отговаря, за да бъде спонсориран.

Когато се опитваш да получиш безвъзмездни средства за малък бизнес, търси такива, които са специфични за твоята ниша. Възможностите включват безвъзмездни средства за предприятия, същите такива, за предприятия, притежавани от млади предприемачи, и държавни безвъзмездни помощи.

- **Инвеститори**

Стартиращите предприятия, които се нуждаят от значително първоначално финансиране, могат да се обърнат към инвеститор. Инвеститорите биха могли да внесат огромна сума средства в новосъздадена компания, като очакват, че чрез спонсориране, те ще играят активна роля в управлението на бизнеса.

- **Публично финансиране**

Можеш също така да стартираш кампания за групово финансиране (Rise Fund), за да събереш малки суми от различни поддръжници. През последните години груповото финансиране помогна на много малки и средни предприятия. Съществуват десетки надеждни платформи за групово финансиране, предназначени за различни видове бизнеси.

- **Избери правилната банка**

Когато избираш банка за твоят бизнес, помисли дали тя е в крак с условията на местния пазар и дали ще работи с теб въз основа на профила и цялостния характер на бизнес идеята. При избор на банка, си задай следните въпроси:

- Какво е важно за теб?
- Искаш ли да установиш близки отношения с банка, която е готова да ти помогне по всякакъв начин?
- Какви са целите ти за близките 5 или 10 години?

В крайна сметка подходящата банка за бизнеса ти зависи от твоите специфични нужди. Уточнявате на тези нужди може да ти помогне да се съсредоточиш върху това какво да търсиш. Насрочи си срещи с няколко банки и попитай как работят с малки предприятия, за да отсееш по-добрите избори.

4. Регистрация на фирма

За да регистрираш успешно бизнеса си, е нужно да обмислиш какъв тип търговско дружество ще създадеш. Примери за това са ЕООД и ООД, като това по което се различават двете дружества, е броят на фирмените партньори.

- **Едноличното дружество с ограничена отговорност (ЕООД)**

Състои се от само един съдружник – собственик на капитала на бизнеса. Лицето отговаря за задълженията на компанията чрез пълния размер на капитала.

- **Дружеството с ограничена отговорност (ООД)**

Този тип дружество трябва да има най-малко двама основатели. Всеки съдружник внася личен дял в общия капитал и съобразно него, има право на определен процент от печалбата.

Избора на едно от тези две дружества е препоръчителен, тъй като в този случай компанията ще разполага със собствени активи.

Други видове търговци и дружества, които са актуални в България са ЕТ, АД, и ЕАД.

- **Едноличен търговец (ЕТ)**

Всяко трудоспособно физическо, но не и юридическо лице, живеещо в България, може да бъде регистрирано като Едноличен търговец (ЕТ). Рискът в този случай е, че такъв тип търговци отговарят за всички свои задължения със собствено имущество.

- **Акционерно дружество (АД)**

Учредява се от минимум две физически или юридически лица, като капиталът се дели на акции, в зависимост от които се предопределят правата на всеки един член. При рискове от финансови загуби, акционерите носят отговорност чрез своите дялове.

- **Еднолично акционерно дружество (ЕАД)**

Дружеството може да бъде създадено както от физическо, така и от юридическо лице. Капиталът включва акциите на едноличния собственик, като той носи отговорност за загуби, в рамките на стойността на акциите си.

Огромната част от фирмите, които се регистрират в България са ЕООД или ООД. Накратко отварянето на ЕООД или ООД е много по-сигурно от регистрацията на ЕТ и доста по-лесно и евтино от регистрацията на АД или ЕАД.

Как се регистрира фирма?

Трябва да преминеш през процедура по вписване в Търговския регистър. Регистърът е мястото, в което се съхраняват данните за всички фирми в България. Той се управлява от Агенция по вписванията. При вписване в регистъра всяка фирма получава единен идентификационен код (ЕИК). Това е 9-цифрен уникален номер.

Търговският регистър има портал за електронни услуги и справки, достъпен на интернет адрес <https://portal.registryagency.bg/CR/services>

Вероятно можеш да извършиш пълната регистрация самостоятелно, но по-добре се свържи със специалисти, за да се изчистят всякакви грешки с документацията.

Регистрация по ЗДДС

Трябва да се регистрирате по ДДС ако вашият доход достигне 50 000 лв или повече за период не по-дълъг от последните 12 последователни месеца преди текущия месец.

ДДС в България - <https://nra.bg/wps/portal/nra/taxes/dds-v-bulgariya>

Може да се направи и доброволна ДДС регистрация. Може да проучите предварително нормативната база или указанията в сайта на НАП [Регистрация по ЗДДС](#) или да се консултирате с опитен счетоводител.

Наемане на служители

Работници и служители се наемат със сключване на трудов договор на пълно или непълно време, безсрочен или с изпитателен срок. Това е описано в **Кодекса на труда**.

За подбор на служители и/или работници можете да се обърнете към местното Бюро по труда или към фирма за подбор на човешки ресурси. Към трудовите договори се изготвят длъжностни характеристики, правят се задължителните регистрации, спазва се осигурителното и данъчното законодателство.

Ако предприятието е микро или малко и няма ежедневно движение на много документи, по-ефективно е ползването на външна услуга от счетоводна фирма.

Касови бележки или банково плащане по фактури

Касовият апарат и издаването касови бележки не са задължителни, освен ако не извършвате продажби на дребно за крайни клиенти в стационарен или мобилен обект. За придобитите доходи е задължително да издавате документ за отчитане на приходи.

5. Помисли за застрахователна полица

Може да не изглежда важно, но сключването на правилната застраховка за твоя бизнес е важна стъпка, която трябва да предприемеш, преди да стартираш официално.

Справянето с инциденти като повреда на имущество, кражба или дори съдебен иск от клиент, може да струва скъпо и трябва бизнесът ти да е добре защитен.

Въпреки че трябва да обмислиш различни видове бизнес застраховки, има някои основни застрахователни планове, от които могат да се възползват повечето малки предприятия. Например, ако бизнесът ти ще има служители, ще се нуждаеш най-малко от обезщетение на работниците и застраховка за безработица. Възможно е да се нуждаеш и от други видове покритие в зависимост от местоположението и отрасъла, но за повечето малки предприятия се препоръчва да имат застраховка “Обща гражданска

отговорност” за бизнес клиенти. Този тип застраховка покрива имуществени щети и телесни повреди, нанесени на вас или на други лица. Ако бизнесът ти предоставя услуги, може да помислиш и за “Застраховка за професионална отговорност”.

6. Създай добър екип

Ако бизнесът ти го изисква, ще трябва да помислиш за създаването на добър екип. Нужно е предприемачите да отделят особено внимание на човешкия елемент.

Хората създават твоя продукт или услуга. Ето защо изграждането на екип, разбирането на съществуващите пропуски и определянето на начина и времето за тяхното отстраняване трябва да бъде основен приоритет.

Важно е също така да определиш как ще работи екипът. Разпределянето на ролите и отговорностите, както и на работата, начините за даване на обратна връзка и съвместните операции, ще ти спести много проблеми по пътя. И не забравяй да обърнеш внимание на това как да мотивираш служителите си.

Друг важен аспект е трудовото и социално-осигурителното законодателство. Документацията трябва да е изрядна, да се оформят и регистрират трудовите договори с дължностни характеристики към тях, да се плащат данъци и осигуровки, да се изпълняват задълженията за безопасни и здравословни условия за труд.

7. Избери своите бизнес партньори - B2B - bussines to bussines

Управлението на бизнес може да бъде непосилно и има вероятност ти и твоят екип да не успеете да се справите сами. Тук се намесват другите дистрибуторски канали. Във всеки отрасъл – от човешките ресурси до обслужване на клиенти – има компании, които биха ти партнирали и ще ти помогнат да управляваш бизнеса си по-ефективно.

Когато търсиш B2B партньори, трябва да избираш внимателно, като отделяш време на детайлно проучване на всеки потенциален партньор. Тези компании ще имат достъп до жизненоважни и потенциално чувствителни бизнес данни, така че е изключително важно да намериш партньор, на когото можеш да се довериш. На по-късен етап, можеш да обмислиш възможността за аутсорсинг. *Аутсорсинг е концепция за заместване на вътрешни функции на дадена компания чрез ползване на външна компания, а частен случай е работата на ишлеме, с материали на клиента.*

Например, попитай потенциалните доставчици за техния опит в бранша, за постиженията им със съществуващи клиенти и за това какъв растеж са постигнали техни други клиенти. Не всички предприятия се нуждаят от един и същи вид доставчици, но има общи продукти и услуги, които почти всички бизнеси използват.

Получаване на плащания от клиенти

Предлагането на множество възможности за плащане ще ти гарантира, че можеш да продаваш във формата, който е най-достъпен за целевия клиент.

Ще трябва да сравниш възможностите и да намериш подходящия **доставчик на услуги за обработка на плащания** с кредитни карти или мобилни портфейли, за да получиш най-добрата оферта за вида бизнес, който ръководиш.

Управление на финансите

Много собственици на бизнес могат сами да изпълняват счетоводните си функции, когато започват бизнеса си, но с разрастването на компанията, ще спестиш време, като наемеш счетоводител и закупиш счетоводен софтуер или склучиш договор със специализирана счетоводна фирма.

8. Създай марка и я рекламирай

Преди да започнеш да продаваш продукта или услугата си, трябва да изградиш своя марка и да си осигуриш последователи, които да са готови да се включат, когато „отвориш вратите на бизнеса си“. Едно от ключовите неща, необходими за развитието на успешен бизнес, е пряко свързано с изграждането на популярна марка с добър имидж. **Брандингът** е един от най-важните аспекти на всеки бизнес, голям или малък. Една ефективна стратегия за развитието на марката дава голямо предимство във все по-конкурентните пазари.

- **Какво представлява брендирането и защо е нужно?**

Като чуют за брендиране, мнозина мислят за облепване на витрини и автомобили. Да, това е безспорно част от брендирането на продукти, услуги и обекти, но само част. По мнението на много потребители можем да приемем, че брендирането е популяризиране на дадена марка в различни видове канали. Какво означава „бренд“ и „брендиране“? Брендиране е процесът на създаване на бранда. И понеже за бренд има много и понякога трудно разбираеми определения, ще започнем от малко по-далече.

Думата brand идва от старите европейски езици и означавала „изгаряне, огън“ като първоначално е свързвано с дамгосване с нагорещено желязо на добитъка, за да се отличава. Днес **бренд означава създаване на разпознаваема индивидуалност, на различимост на продукти, услуги, обекти, компании** и т. н.

Създаването на тази индивидуалност зависи не само от този, който има нужда от нея и се опитва да я постигне. Тя зависи и от потребителите. Те трябва да припознаят компанията или продукта за различен, да му повярват и да изградят с него емоционална връзка. Накратко – брендът е съвкупността от продукта и характеристиките му и това, което мислят, преживяват, споделят потребителите във връзка с него.

- **Защо да изграждате бренд**

Наложено е мнението, че рекламата, брендирането и всякакви маркетингови измислици са за големите фирми с големи финансови възможности. Може и да е било така в годините на дефицит. Но времето главоломно се променя. Вече не е проблем да се произведе нещо, проблем е да се продаде. На един преситен пазар продуктът има шанс, само ако по някакви причини потребителите го отличават от множеството подобни като функции, качество, цена. А те ще го отличават, само ако той им дава нещо повече от обичайната потребителска стойност, ако им се струва близък, ако се свързва с емоционалните им преживявания.

Затова брендирането вече е задължително за всяка фирма, дори най-малката. Чрез него тя заявява, че е на пазара, че съществува, за да задоволи определени потребности на клиентите си, че може да го направи по начин, по който никой друг не може. Умората от вещите, произведени в милионни серии, все повече дава шанс на дребния производител и търговец. Така нареченото бутиково производство на дрехи, храни,

напитки, предмети за бита, на услуги е все по-търсено. Но потребителите трябва отнякъде да научат за него, да знаят, че съществува. Брандирането им дава тази възможност. А на вас дава шанс за по-добри продажби и за разрастване.

Казано по-просто, „**брандингът**“ или **твоята марка** е обещанието към клиентите. Тя им подсказва какво могат да очакват от продуктите и услугите, които предлагаш, и ги отличава от предлаганото от конкурентите ти.

Теоретично, брандът е търговската марка (лого, слоган, дизайн и т.н.), степента и на разпознаваемост и асоциациите, които клиентите имат за тази марка.

„Брандинг“ е процеса на отличаване на компанията, на нейния продукт или услуга, на нейната дейност. Брандингът или изграждането на разпознаваем бранд с добър имидж е резултат от всяко едно действие на компанията. Той отговаря на въпроса „*Как ме възприемат хората?*“, а маркетингът отговаря на въпроса „*Какво правя, за да ме възприемат така?*“. Имиджът на фирмата може да бъде подобрен целенасочено чрез прилагането на подходяща брандинг стратегия, свързана с маркетингова стратегия.

Онлайн присъствието е почти задължително, а някои важни аспекти от него са:

- **Уебсайт на компанията**

Пренеси репутацията на бизнеса си в интернет и създай фирмен уебсайт. Много клиенти използват интернет, за да научат повече за дадена компания, а уебсайтът е цифрово доказателство, че вашата малка фирма съществува. Плюс това, използването на уеб сайт е задължително, ако решиш да създадеш дропшипинг бизнес, чрез който можеш да предлагаш продукти и да получаваш печалба от надценката.

Това е и чудесен начин за взаимодействие с настоящи и потенциални клиенти.

- **Социални медии**

Използвай социалните медии, за да разгласиш за новия си бизнес, а може би и като промоционален инструмент, за да предложиш отстъпки на последователите си, след като стартираш официално.

Правилните платформи за социални медии, които да използваш, зависят от целевата ти аудитория. Съществуват и безплатни бизнес инструменти, които да ти помогнат да следиш кампаниите си в социалните медии.

- **CRM – Управление на отношенията с клиенти**

Най-добрите софтуерни решения за CRM ти позволяват да съхраняваш информация за клиентите си, за да подобриш взаимоотношенията си с тях.

Една добре обмислена имейл маркетингова кампания, може да направи чудеса, като достигне до клиентите и общува ефикасно с твоята аудитория. За да постигнеш успех, трябва стратегически да изградиш списък с контакти за имейл маркетинг.

- **Логотип**

Създай лого, което да помага на хората лесно да разпознават марката ти, и го използвай във всички платформи и канали. Освен това, актуализирай цифровите активи с подходящо и интересно съдържание за твоят бизнес и индустрия. Твърде много стартиращи компании имат неясна стратегия за своето онлайн присъствие.

Проблемът е, че те разглеждат своя уебсайт като разход, а не като инвестиция. В днешната дигитална епоха, собствениците на малък бизнес, които разбират колко е важно да имат отлично онлайн присъствие, ще имат предимство при стартирането на

дейността си. Създаването на дигитален маркетингов план, е от съществено значение за изграждането на последователи, чрез непрекъснато рекламиране. Този процес е също толкова необходим, колкото и предлагането на качествен продукт или услуга.

- **Маркетингови имейли**

Докато изграждаш бранда си, поискай от настоящите и потенциалните си клиенти разрешение да общуваш с тях чрез имейл. Най-лесният начин да направиш това, е да използваш формуляри за записване за имейл съобщения на уебсайта си. Това са “формуляри за съгласие”, предоставени от уеб потребителите, които ти дават разрешение да се свържеш с тях, за да предоставяш повече информация за бизнеса си. Формулярите за регистрация са добра отправна точка за изграждане на доверие и уважение сред потенциалните ти клиенти. По-важното е, че тези формуляри се изискват по закон. Този закон се отнася не само за масовите електронни съобщения, но и за всички търговски съобщения, които законът определя като всяко съобщение по електронна поща, чиято основна цел е реклама или популяризиране на търговски продукт или услуга. Всеки имейл, който нарушава този закон, подлежи на глоби.

9. Развивай устойчиво бизнеса си и повишавай конкурентоспособността му

Стартирането и първите продажби са само началото на работата ти като предприемач. За да реализираш печалба и да се задържиш на върха, винаги трябва да развиваш и модернизираш бизнеса си. Това ще отнеме време и усилия, но ще получиш от бизнеса си възвръщаемостта, за която работиш толкова усилено.

Сътрудничеството с по-утвърдени марки в твоят бранш, е чудесен начин да постигнеш растеж. Обърни се към други компании и ги помоли за промоция в замяна на безплатна мостра на продукт или услуга. Свържи се с благотворителни организации и предложи част от времето си или продуктите си, за да популяризираш името на фирмата си.

Няма идеален план. Добрата подготовка за започване на бизнес, е винаги необходима, но е почти сигурно, че нещата може да се объркат. За да управляваш успешен бизнес, трябва да се адаптираш към променящите се ситуации на пазара.

Можеш да разполагаш с най-добрия план, но веднага щом започнеш работа, нещата се променят динамично и трябва да умееш да решаваеш проблемите бързо.

Финансово подпомагане на предприемачеството

Конкурентно предимство може да се осигури с ползване на безвъзмездно европейско или национално финансиране за вашето развитие. Използвай оперативните програми като “Иновации и Конкурентоспособност” с финансиране от Европейските структурни и инвестиционни фондове, или Програмата за развитие на селските райони през съответния програмен период. Бизнесът може да стане по-конкурентен с помощта на най-различните възможности, които съществуват. Алтернативи са програми като „Хоризонт 2020”, различни програми за малки и средни предприятия (МСП), програми за “Микрофинансиране”, насърчителни мерки за субсидирана заетост и други.

С безвъзмездно финансиране, съчетано със собствено участие, може да се обнови технологично и да се модернизира съществуващото производство или да се намалят разходите с програми за енергийна ефективност, но може да се започне и нова дейност. Европейските програми са и най-добрата алтернатива за всеки стартиращ бизнес.

Най-честите грешки, които се допускат при стартиране на бизнес, и основните рискове от провал в предприемаческото начинание

Много често младите предприемачи действат на принципа „*Пари ми дай, акъл не ща*” и пренебрегват важни дейности, които могат да се окажат фатални за бизнеса им.

Кои са възможните грешки, които предприемачът трябва да знае, за да избегне?

На първо място, това са „**спестените**“ **разходи** за добър счетоводител или юрист. Изборът на най-евтината услуга е голяма грешка, която може да допусне при стартиране на собствен бизнес. България е една от страните в ЕС с най-голям брой бюрократични спънки пред бизнеса и множество документи и справки, които трябва да се подават почти ежедневно. Ако се пропусне само една крайна дата или липсва само едно разрешително, това може да убие бизнеса, защото ще доведе до глоби, лихви, а е възможно и принудително прекратяване на дейността!

На второ място, това са **излишните разходи**. За да изглежда малкият бизнес професионално изграден и стабилен, собствениците понякога харчат парите твърде лекомислено. Най-често първият голям разход е свързан с наемането на луксозен офис в центъра на града. Следва обзавеждането, което да му подхожда като класа; стига се до техниката, която задължително трябва да е последно поколение. Само че всички разходи, които не са абсолютно необходими и директно свързани с продуктите или услугите, които носят приходи, могат много бързо да стопят финансовите ресурси! Това може да се случи, преди да има и една продадена стока или услуга. Вместо в излишни разходи, правилно е да се вложат всички усилия, за да стане продуктът наистина добър и да се представи подходящо на потенциалните клиенти. Защото, ако продуктът не е толкова добър, всички тези разходи ще се окажат напълно излишни.

Третата основна грешка, която се допуска, е **лошо ценообразуване**.

Много предприемачи имат голям проблем с определянето на цената на своите стоки и услуги. Те или се позиционират в най-високия ценови клас, или в най-ниския.

Нито едно от двете решения не е удачно, освен в много малко (специфични) случаи. Предлагането на т.нар. „премиум“ стоки или услуги на високи цени може и да звучи добре, но ако предприемачът е нов на пазара, никой няма да плати цената, на която продават най-добрите компании в бранша с отлична репутация и дълга история.

Предлагането на най-ниската цена, за да се „убие“ конкуренцията, също не е добро решение. Ако нова фирма на пазара предлага съмнително ниска цена, клиентът обикновено смята, че има уловка или качеството е толкова ниско, колкото и цената.

Дори предприемачът да има известен успех в началото, ниските цени ще го завлекат направо към дъното, защото не може покрива на разходите и да развива фирмата.

Ако пък цените са високи и не се предлага друго конкурентно предимство на клиентите, те ще откажат да купуват тези стоки и услуги и бизнесът ще фалира.

Правилната стратегия е да се позиционират цените около средните цени за пазара и да се наблегне на предимствата на предлаганите продукти или услуги.

ДЕСЕТ СЪВЕТА КЪМ НАЧИНАЕЩИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ

*Съветите не са изчерпателни и могат да се допълват,
но са извлечени от практиката и дават посока ...*

#1 Отнасяй се сериозно към образованието си

Качественото образование е инвестиция в теб самия. То остава завинаги и никой не може да ти го отнеме. Затова - отнасяй се сериозно към образованието си и се старай да извличаш максимума. Работи по поставените проекти и задачи с мисъл за бъдещето, така че един ден да можеш да използваш това знание, което си натрупал. Бъди проактивен, развивай се и трупей опит по специалността си. И по бизнес управление!

#2 Фокусирай се

Възможностите са навсякъде около нас. И почти всеки млад предприемач има желание да пробва всяка, която забележи. Но не трябва да допускаме да "носим много дини под една мишница". Това дава отражение на продуктивността и ефективността ни. Прави поне 1 нещо перфектно или максимално добре, а не 10. Ако се раздвояваш и все ти се иска да започнеш нещо ново, значи имаш проблем с първоначалната концепция. Задай си следните въпроси - "В какво съм най-силен?", "Какво ме прави по-различен от всички останали?" и "Какво искам да правя след 10 години?".

Постоянно виждаме начинаещи предприемачи, които „могат всичко“, „знаят всичко“ и са се нагърбили с няколко идеи и видове бизнес. В крайна сметка пропускат важни детайли - и за тях самите, и за клиентите, които обслужват. Никой не може, а и не трябва да е експерт в няколко насоки. Но трябва да се старее да е пред всички други в една област. Коя е твоята?

#3 Не приемай всичко на доверие

В България много често се случва младите предприемачи да се отказват още преди да са започнали, понеже са получили прекалено много съвети и коментари защо е по-добре да не се заемат с това, което са решили. Но това не трябва да те спира. Следвай собствената си посока. Приемай всякакви съвети, но винаги ги преценявай и обмисляй внимателно, не е задължително да следваш всеки един от тях.

Избягвай да бъдеш заобиколен от хора, които ти влияят негативно или за които винаги всичко е лошо и зле. Те ти влияят дори и подсъзнателно. Обграждай се с такива хора, от които можеш да почерпиш добър пример и опит, които могат да те вдъхновят, които са нещо повече от теб и които са се доказали като професионалисти. Не забравяй поговорката - "С каквито се събереш, такъв ставаш".

#4 Работи упорито

Целеустремената работа и постоянството - в това се крие разковничето на всеки един успешен бизнес. Аз не познавам човек, който да е работил здраво и да не е постигнал желаното. Но това не става от днес за утре, а методично, постепенно и уверено.

Голяма част от младите предприемачи желаят бърз успех, лесна печалба, охоложен живот и скъпи автомобили. Това е показност. Вместо това бъди смирен и остани верен на себе си. Така ще спечелиш много повече.

Като предприемач бъди готов и да жертваш някои неща, като например свободно време, време за приятели, семейство, хобита, нощен живот и др. Не е лесно, но не е и отказващо трудно. Въпрос на добра организация и дисциплина.

#5 Научи се да се представяш за 30 секунди

Началото за всеки стартиращ бизнес е трудно. Конкуренцията е жестока, а ти тепърва проходаш. И колкото и добър професионалист да си, трябва да успееш да се "покажеш" и да се отличиш, за да си намериш клиенти. Затова и едно от важните неща е да бъдеш контактен и проактивен. Запознавай се с нови хора. Бъди готов да представиш себе си и бизнеса си за по-малко от 30 секунди, по начин, който впечатлява и остава в съзнанието. Бъди точен, ясен и кратък, използвай думи и термини, които събеседникът ти разбира. И носи визитките си.

#6 Живей здравословно

Предприемачеството не е професия, която практикуваш от 9 до 5 следобед, по 5 дни в седмицата. Затова и често можеш да се чувстваш претоварен. Не забравяй, че изтощението може да те съсипе. Със сигурност ще бъдеш много по-продуктивен, ако цениш здравето си и правиш нужното за самия себе си. Храни се правилно, спортувай, намирай време за себе си и хобитата си. Помисли и се организирай още по-добре, за да можеш да съвместиш работата с времето за себе си и здравето си. А когато работата е удоволствие, всичко останало се нарежда по-лесно.

#7 Планирай

Определи целите си и ги следвай. Англичаните много добре са го казали: "Ако се провалиш в планирането, планираш да се провалиш". Да, често няма перфектно планиране, но с годините трупаш опит и някои неща стават въпрос на усет. Учи се от грешките си и не ги повтаряй. И не забравяй, че дори и усъвършенстването е план.

#8 Знай слабите си страни

Себепознаването и познаването на всички аспекти на бизнеса ти помагат да вземаш правилните решения. Ако знаеш своите слаби страни, ще знаеш с кого да се събереш в екип. Не допускай да се подценяваш или надценяваш. Опитвай се да бъдеш обективен в преценката си - за себе си, за бизнеса си, за хората, с които работиш и т.н.

#9 Мисли локално, поне в началото

Началото е най-трудно. Тук може, както да се изстреляш право нагоре, така и да се откажеш. Стартирай локално с цел да понижиш първоначалните разходи и да поставиш концепцията си в реално време. За стартиращите предприемачи е много по-добре да започнат от родните си населени места и да открият нишата, в която да се развиват. Големият град не означава задължително повече възможности.

Поне в началото не е проблем да бъдеш сам. Но докато следиш как работи машината, прецени от какъв екип имаш нужда. Това ще бъдат хора, които да те допълват и които да могат да поемат ефективно част от задачите ти, за да можеш ти да се фокусираш върху стратегическия план за бизнеса и да продължиш да го развиваш.

#10 Мотивирай се

За предприемачите е много важно да са винаги в кондиция и с настроение, това им помага да творят. Всеки трябва да изгради своя собствен начин, как да го постигне.

Например:

- сутрин спортувай активно поне 20 минути - помага да се активизираш;
- следвай сутрешна програма – рано ставане, 20 минути за спорт, 20 минути за четене и 20 минути подреждане на програмата за деня;
- прави добро и се включвай в благотворителни акции - това активизира и те кара да се чувстваш като обществено-полезен човек;
- споделяй добрите новини около теб по всички канали, с които разполагаш - това ти помага да се гордееш с постигнатото и да имаш стремежи. Обаче не прекалявай, не преувеличавай и бъди твърдо стъпил на земята;
- срещай се с предприемчиви хора като теб - подобни срещи надхват да продължаваш в поетата посока;
- клиентът е най-важен и „винаги има право“ - предоставяй допълнителни услуги, които да те отличат от всички останали. Винаги се обаждай и търси обратна връзка;
- посещавай изложения, различни събития, бъди разпознаваем с това, което правиш - много скоро различни организации ще се свързват с теб за публикации и лекции, или с персонални покани за събития, които косвено ще рекламират теб и твоя бизнес;
- чети съвети и книги за самоусъвършенстване, гледай уебинари - това ти помага да учиш и помага за изграждането на позитивната ти нагласа.

И накрая - не спирай да бъдеш позитивен, борбен и да опитваш! Само така можеш да отключиш успехите, което животът крие за теб.

Всеки нов ден е нова възможност. Извлечи най-доброто от всички минимум 365 възможности, които имаш всяка година.

Съветите, публикувани на сайта Кариири.бг <https://www.karieri.bg/>, са споделени от Христо Янев - собственик и управител на туроператор "ВИП-Сливен" с брандове VisitSliven.com, VisitBulgariaOn.com и BestBulgariaDeals.com, собственик и на компания за уеб дизайн DesignMyWeb.biz

