

Марина Стефанова, Николай Георгиев,
Илияна Вълчева, Сребрина Ефремова

Наръчник на младия предприемач

Step Forward



София, 2011

"Предприемачеството е способността на личността да претворява идеите в дела. То включва изобретателност, новаторство и поемане на риск, както и способността да се планират и управляват проекти за постигането на цели. Това подпомага всеки в ежедневието му живот у дома и в обществото; позволява на служителите да осъзнаят контекста на работата си и да се възползват от представените им възможности и е основа за по-специфични умения и знания, необходими на предприемачите за изграждане на социалната или търговската им дейност."

Определение на Европейската комисия

Наръчник на младия предприемач Step forward

©Издател: Фондация „Каузи“

Авторски колектив:

Марина Стефанова, Николай Георгиев,

Илияна Вълчева, Сребрина Ефремова

София, 2011 г.

ISBN 978-954-92792-1-4



Представяне на проекта

Изданието „Наръчник на младия предприемач – Step Forward“ е част от проект „Младежка предприемаческа борса '2011“, финансиран от Програма Европа, 2011 на Столична община и изпълняван от фондация „Каузи“.

Основната цел на проекта е насърчаване на мотивацията и инициативността на младежи и младежи с увреждания на възраст между 18-35 години в сферата на предприемачеството чрез повишаване на практическите им знания и умения за представяне на свои бизнес и социални идеи, награждаване на опита им за себепредставяне и утвърждаване на тяхното самочувствие като равностойни участници на свободния пазар.

В серия индивидуални консултации участниците разработват своя предприемаческа идея и я представят пред потенциални инвеститори, финансови институции и широката общественост на ежегодно организирана „Младежка предприемаческа борса“.

Този наръчник е плод на непрестанното взаимодействие между експертите на фондация „Каузи“ и младежите. Съдържанието и структурата му отразява основните въпроси, които поставят начинаещите предприемачи и затрудненията, които срещат по време на изготвяне на индивидуалните си бизнес планове.

С него авторите целят да подпомогнат дейността и на младежи, които не са имали възможността да се включат в проекта, но имат идеи и смелостта да опитат да ги реализират самостоятелно.

Нашето желание е да ви бъдем полезни да достигнете своята икономическа и лична независимост, докато правите онова, което харесвате.

От авторите



Марина Стефанова

Ръководител на проекта, с водещи функции при индивидуалните консултации на младежите. Магистър по право от СУ „Св. Климент Охридски“; специализирала в „Cambridge University“ (Великобритания). Притежава допълнителни специализации по „Фирмен мениджмънт“, „Административно управление“ и „Финансиране на проекти за периода 2007-2013“ към СУ „Св. Климент Охридски“; и „Социално предприятие – създаване, развитие, бизнес планиране и управление“ към фондация „Здраве за всички“.

Започва своя път на предприемач през 1998 година като регистрира ЕТ.

Има специализирани публикации в областта на извънсъдебното разрешаване на спорове, социалните дейности, разработване и управление на проекти и корпоративна социална отговорност.



Николай Георгиев

Експерт „Бизнес развитие“ по проект „Младежка предприемаческа борса '2011“, консултиращ младежите в областта на финансовото планиране и управление.

Магистър по счетоводство и контрол от Стопанската академия „Д.А. Ценов“ – Свищов. Притежава допълнителна специализация „Международни финанси“ към Международния банков институт – София.

От септември 2007 година е сертифициран консултант по корпоративна социална отговорност към Организацията за индустриално развитие на Обединените нации (UNIDO).

Оценител по програми на ЕС. Основни длъжности, които е заемал до момента: главен счетоводител в Банка „ДСК“ АД и директор на клон в Банка „Хеброс“ АД.

Към настоящия момент е управляващ съдружник на Консултантска къща „Стратегии“. Ръководи дейността на фондация „Благодеятел“ и фондация „Каузи“.

Илияна Вълчева

Илияна Вълчева е координатор на проекта „Младежка предприемаческа борса '2011“. Експерт „Социална интеграция“ с основна роля в консултациите на младежи с увреждания. Завършва специалност „Библиография“ в Държавния библиотечарски институт. Има допълнителни квалификации в областта на фирменото счетоводство, управлението на малък и среден бизнес, обучение на хора с увреждания и хора в неравностойно положение. Жестомимичен преводач е.

Била е координатор на Съюз на глухите в България в областта на културните и спортни дейности и технически организатор в Национален център за социална рехабилитация. Понастоящем е технически сътрудник в Консултантска къща „Стратегии“. Координира проектите и работата с доброволци на фондация „Каузи“.



Сребрина Ефремова

Експерт „Връзки с обществеността“ и организатор на събития по проект „Младежка предприемаческа борса '2011“. Подпомага дейността на останалите експерти при провеждането на индивидуалните консултации с младежите.

Бакалавър по „Журналистика“ и магистър по „Европейска публична администрация“ в СУ „Св. Климент Охридски“. Притежава допълнителна квалификация в областта на управлението на проекти по Структурните фондове.

Работила като експерт „Връзки с обществеността“ на Асоциация на индустриалния капитал в България и фондация „Благодеятел“. Отговорен редактор на списание „Фондове Програми Проекти“. Координатор на проекти в областта на ученето през целия живот и социални дейности, учител по презентационни умения на държавната и общинска администрация. Управляващ директор на „КСО Огит“ ООД.



Времето ви е ограничено, затова не го прекарвайте, живеейки живота на някой друг.

Не попадайте в капана на догмите, които са живот с резултати от мисленето на други хора.

Не позволявайте на шумовете от мненията на другите да заглушат собствения ви вътрешен глас.

И най-важното – имайте куража да следвате сърцето и интуицията си. Те някак си вече знаят какъв наистина искате да станете.

Всичко друго е второстепенно.

Стив Джобс,
съосновател на Apple и Pixar

I. Въведение в предприемачеството

Кой е предприемач?

Смята се, че началото на предприемачеството е поставено от френския икономист и предприемач от ирландски произход Ричард Кантилон (1697-1734 г.), който едва на 20-годишна възраст е бил известен банкер в Париж. В „Очерк за природата на търговията“ той провъзгласява формулата „продай скъпо, купи евтино“ и нарича хората, които се ръководят от такава формула, „предприемачи“.

Има няколко известни концепции за същността на предприемачеството:

- предприемачът е човек, действащ в условията на риск (**рискова същност**);
- предприемачът е човек, който разкрива възможности и използване на нови комбинации на факторите за производство (**иновативна, творческа, откривателска същност**); и
- предприемачът е човек, който прехвърля икономическите ресурси от област с по-ниска производителност в област с по-висока производителност и по-висок доход и организира производствения процес, като съчетава факторите на производството с информация и натрупан опит (**динамизиращата и провокативна роля на предприемачеството в развитието на икономиката и по-ефективното използване на ограничените ресурси**).

„Да си предприемач означава да правиш не това, което правят другите и не така, както го правят другите.“

Йозеф Шумпетер,
австрийски
икономист и политолог

„Предприемачът се опитва да отхапе малко повече, отколкото може да сдъвче, с надеждата, че бързо ще се научи как да дъвче повече.“

*Рой Аш,
създател на
Литън Индъстрис*

Известният съвременен американски учен от австрийски произход Питър Дракър (1909-2005) говори за „**предприемачески мениджмънт**“. Той счита за предприемач личността, която постоянно търси промяната и намира адекватен отговор, максимално оползотворявайки възможностите посредством нововъведенията.

Собственият бизнес е много атрактивен, защото ти дава пълна свобода, възможност да вземаш самостоятелни решения, да правиш това, което искаш, да работиш и печелиш за себе си и за своето семейство.

Нито една сфера на човешката дейност не предлага по-неограничени възможности за инициатива и разкриване на творческия потенциал, както частното предприемачество.

Но не всеки човек има силите, куража, знанията и уменията да стане такъв.

Мениджър	Предприемач
Цели – дефинирани	Ресурси – дефинирани
Избор според ресурсите ■ Очаквани приходи ■ Очакван ефект	Избор според целите ■ Приемлив риск ■ Поносими загуби
Резултат – пазарен дял чрез конкурентни стратегии	Резултат – нови пазари чрез партньорски стратегии
Логика – доколкото можем да предвидим бъдещето, дотолкова можем да го управляваме	Логика – доколкото можем да се приспособим към бъдещето, не е необходимо да го предвиждаме

Източник:

Презентация „Що е то предприемачество?“, Николай Ярмов, SEED
Младежка предприемаческа борса '2011

„Решението да започна бизнес не е моментно. Това е нещо, към което съм вървял, което е узряло.“

Сашо Дончев,
основател и
изпълнителен директор
на „Овергаз Холдинг“
и „Овергаз Инк“

Решение за стартиране на собствен бизнес

Пред всеки работоспособен човек стоят **два житейски избора**: да бъде наемен работник или да осъществява собствен бизнес.

Наемният работник (служител, мениджър) продава своята „работна сила“, т.е. способността си да извършва определена работа за някой работодател, срещу което получава работна заплата, бонуси, социални и здравни осигуровки. Срещу това наемникът се поставя на разположение на своя работодател, изпълнява поставените му задачи и носи отговорност за тяхното своевременно и качествено изпълнение.

Предприемачът, от друга страна, на свой собствен риск решава да извършва някаква търговска дейност, срещу което се надява да реализира печалба.

Щом разгръщаш този наръчник, значи си взел своето решение.

Браво! Вече си част от онзи малък процент от кандидат-предприемачи, които се осмеляват да потърсят онова, с което искат да се занимават.

Какво умея да правя?

Помисли какво умееш да правиш най-добре. Владееш занаят, имаш изявиени способности и умения – шофираш добре, умееш да шиеш, готвиш, поправяш уреди, добър търговец си и т.н.

Не пренебрегвай знанията и квалификацията, които вече имаш. Те са естествена основа на бъдещия ти бизнес. Важно е обективно да прецениш възможностите си, за да откриеш кое е това нещо, което ще ти носи печалба.

Защо собствен бизнес?

Решението да започнеш **собствен бизнес** обикновено е следствие от **три житейски ситуации**.

На първо място – неудовлетвореност от възнаграждението и възможностите за кариерно развитие на работно място: близо 52% от настоящите предприемачи, преди да започнат, са били наемани.

Второ – липса на работа: 13% са били краткосрочно или дългосрочно безработни.

И трето – като естествена крачка след завършване на училище или университет (за 15%).

И докато при първата и втората бизнесът е алтернатива и начин да подобриш своето материално състояние, то третата може да бъде определена като целенасочен избор.

Ето и малко окуражителна статистика!

- 52% от предприемачите споделят, че състоянието им се е подобрило значително, а 29% – че се е подобрило, но слабо.
- Идеята за създаване на собствена фирма е привлекателна за 37% от българите. За това се замислят 42% от мъжете и всяка трета жена.
- „Най-запалени“ са младите (до 29 години). При тях желанието за развитие на собствен бизнес е най-силно.



True Story

Качествата и познанията не са достатъчно, а само необходимо условие, за да бъдеш предприемач. Организирана и дисциплинирана съм, работя ефективно под напрежение и имам познания в областта на предприемачеството. Но зная, че всичко това не е достатъчно, за да осъществя идеите си. Голямото препятствие за мен е липсата на готовност да поема риск.

Веселина Александрова, 20 г.

„Много хора имат идеи, но малко са тези, които решават да ги реализират.

Не утре.

Не следващата седмица.

Днес.

Истинският предприемач не е мечтател, а реалист.“

Нолан Бушнел,
създател на Атари

Ето и основните аргументи **За** или **Против** собствения бизнес:

За	Против
независимост	бизнес провал
удовлетворение	пречки
финансов стимул	самота
самоуважение	финансова нестабилност
	упорита работа



Тест пред огледалото

Необходимите качества, за да успееш като предприемач:

Имаш ли?	да	не
организираност и дисциплина		
готовност за пътуване		
24 часов работен ден		
поемане на риск		
вземане на бързи решения		
специални познания в конкретна област		
умения за работа с хора		
готовност да губите		
способност да работите под напрежение		

Източник:

Презентация „Що е то предприемачество?“, Николай Ярмов, CEED
Младежка предприемаческа борса '2011

Какви са формите да започнеш собствен бизнес?

Собствен бизнес можеш да се започнеш по **три основни начина**:

- Като регистрираш нова фирма;
- Като закупиш действаща фирма;
- Като се включиш във франчайзингова верига.

Всяка една от тези възможности предпоставя различни степени на риск и доходност.

Създаването на нова фирма е най-широко прилаганият начин на стартиране на собствен бизнес. Той се предпочита и предполага успех, когато предприемачът:

- притежава **собствена бизнес идея**, която иска и може да осъществи самостоятелно;
- има делови подход и лидерски качества, които иска да реализира.

Закупуване на действаща фирма става чрез придобиване на чуждо предприятие, на готов бизнес. Преди да се решиш на тази крачка, проучи икономическата конюнктура в сектора, където работи фирмата, за да си изясниш причините за продажбата на дружеството, тенденциите на пазара в съответната ниша, конкурентната среда и други.

Франчайзинг

Когато нямаш конкретна бизнес идея или солиден капитал, но искаш да започнеш успешен бизнес, потърси възможност за включване във франчайзингова верига. При франчайзингът рискът е минимален, а успехът е гарантиран, защото ще получиш:

- Разработена марка, бизнес модел, установени правила за работа и ефективност, помощ в маркетинга и обучението;
- Бърз старт, прилагане на общата търговска и маркетингова политика;
- Осигурени пазари и клиенти, общи рекламни и PR кампании.

„Предприемачеството е да живееш няколко години от живота си, както не биха го живяли другите, за да живееш живота си по-късно, както повечето хора не могат.“

Студент-предприемач

II. Планиране на бизнеса

Кратко описание на идеята за бизнес

Все отнякъде трябва да започнеш. Ето го вашето начало: да избереш с какво искаш и можеш да се занимаваш. Изправен си пред следния избор:

Производство

Т.е. от суровини и материали да произведеш материални продукти, като в процеса използваш работници, машини, инструменти и енергия. Това е най-рисковата сфера на бизнес, която изисква и най-голяма първоначална инвестиция.

Услуги

Твоята дейност няма да има материална форма, а ще е свързана със задоволяване на определени нужди на хората или фирмите. Обикновено услугите не са свързани с големи инвестиции в началото. Най-важният ти ресурс са хората и техният потенциал.

Основният проблем, който можеш да срещнеш, е дългият период от време, в който ще трябва да работиш за името си с надеждата, че все някога то ще започне да работи за теб.

Търговия

Процес на покупко-продажба на стоки по формулата: „Купи по-евтино – продай по-скъпо и реализирай печалба!“. Търговията се осъществява в две основни форми – на едро и на дребно.



True Story

Въпрос: Бих ли могъл да споделя идеята си с някой друг, освен със своето куче?

Отговор: Единственото по-лошо нещо от параноичен предприемач е параноичен предприемач, който говори с кучето си. Споделяйки идеята си, ти можеш да спечелиш много повече, отколкото би изгубил – получаваеш външно мнение, връзки, отворени врати. Ако само споменаването на дадена идея я прави незащитима, то вероятно твоята идея не е толкова грандиозна.

Гай Кавасаки, из *The Art of the Start*

„Ако можеш да мечтаеш за това, можеш да го направиш.“

Уолт Дисни,
създател на
Walt Disney Company

Продукти/ услуги, пазари и конкуренция

Същност на продукта/ услугата

Продуктът или услугата е предложение на фирмата, което задоволява дадена потребност. В зависимост от тяхната трайност продуктите се разделят на:

- стоки за краткотрайна употреба;
- стоки за дълготрайна употреба.

Много е трудно да създадеш изцяло нов продукт и трябва да знаеш, че той не е плод на магическо съвпадение или неповторимо вдъхновение, а продължителен процес, който включва няколко логични взаимосвързани етапа:

1. генериране на идеи;
2. подбор на идеи;
3. разработване и тестване на замисъла;
4. разработване на маркетингова стратегия;
5. бизнес анализ;
6. разработване на продукта като прототип.

Новите продукти могат да се разделят на няколко вида:

- продукт, нов за света, който е ново-сздаден и въведен в нов пазар;
- нови продуктови линии – продукти, които за пръв път позволяват на фирмата да влезе на установен пазар;
- допълнения към съществуващи продуктови линии;
- подобрения или преоценка на съществуващи продукти;
- съществуващи продукти, които се насочват към нови пазарни сегменти.

„Не искам да изобретявам нещо, което не се продава. Ако се продава, то значи е полезно, а полезността е успех.“

Томас Едисън
изобретател и учен

„Най-добрата причина за създаване на фирма или организация е, за да се създаде продукт или услуга, с които светът да стане по-добро място за живеене.“

Гай Кавасаки,
предприемач,
инвеститор, автор

Номенклатура

Твоят продукт/ услуга е в сърцето на твоя бизнес. За да добиеш ясна представа какво точно ще предлагаш на пазара, можеш да използваш приложената по-долу таблица, в която да опишеш всички свои продукти:

№	Продукт/ услуга	Наимено- вание	Характе- ристика	Дял в % от оборота

Общо: 100 %

Описанието и оценката на продуктите се прави главно от гледна точка на твоите клиенти – тяхната полза, изгода и предимство.

Тази таблица може да бъде наречена „номенклатура“ или „асортимент“ на продуктите и услугите по видове и модификации, състав, форма, естетически вид и други.

Не забравяй да опишеш подробно:

- предназначението и областта на използване на продукта (услугата);
- неговите функционални характеристики.
- основни особености и експлоатационните свойства;
- пазарните му предимства.

Ако решиш, че е удачно, можеш да приложиш скица, снимка или рисунка.



Тест пред огледалото

Още тук би било добре **да имаш отговор на въпросите:**

- Абсолютно нов ли е твоят продукт или е подобрена версия на нещо, което вече съществува?
- Защо хората ще потърсят твоя продукт/ услуга? Защото:
 - ще бъде по-евтин от другите;
 - предлагаш по-добра доставка и сервизно обслужване;
 - е по-достъпен за местните клиенти;
 - има по-добри потребителски качества.
- Кои продукти или услуги липсват или не достигат на твоя пазар, но хората биха ги ползвали?
- Какво можеш да направиш, за да подобриш качеството на продукт или услуга, които вече присъстват на пазара?
- Какви по-добри условия за обслужване на клиентите ще предложиш?

Конкурентоспособност на продукта/ услугата

След като вече си описал подробно своите продукти и услуги, е добре да направиш една сравнителна оценка, за да определиш кои са техните предимства спрямо вече предлагащите се на пазара.

Защо клиентите ще предпочетат твоя продукт/ услуга? Защото:

- това е нов продукт/ услуга;
- продуктът/ услугата е подобрен, усъвършенствен, модернизирал;
- има по-добри потребителски свойства и полезност;
- е по-евтин;
- предоставя по-голяма бързина на доставката и сервизното обслужване;
- е по-достъпен за местните купувачи.

Въз основа на тези характеристики на продукта/ услугата се опитай да формулираш своята **продуктова стратегия**.

„Не е да знаеш какво да правиш, а да правиш каквото знаеш.“

Тони Робинс,
световноизвестен
консултант по
лидерство

Пазар на продукта/ услугата

Няма по-голям коректив от пазара. За да повериш дали идеята ти за бизнес има пазарен шанс, е необходимо да определиш кои са основните му характеристики:

- **Какъв тип е пазарът**, на който ще продаваш – със свободна или с ограничена конкуренция?
- **Какъв вид е пазарът** – стоков, индустриален или потребителски, пазар на недвижими имоти, пазар на труда, пазар на услуги?
- **Какви са териториалните граници на твоя пазар** – локален, регионален, национален, международен?
- **Коя е твоята потребителска група** – възраст, пол, платежоспособност, образование, професия, религия, социално положение, хоби?
- **Какъв пазарен дял прогнозираш**, т.е. какъв е относителният дял на продажбите на твоите продукти от общия обем на продажбите на тези продукти на територията на твоя пазар?

Проучванията на пазара са доста сложни, продължителни и скъпи. Но ти можеш да:

- се свържеш с потенциални клиенти за събиране на мнения за продукта/ услугата;
- анализираш информация за продажбите на аналогичен продукт или услуга;
- проучиш мненията на търговците, приятели, колеги, познати;
- направиш пазарни тестове;
- се вслушаш в личния си опит и интуиция;
- потърсиш експертна оценка на експертите.

Не забравяй! Ако НЕ си убеден, че пазарът ще прояви интерес към твоите продукти, по-добре потърси други варианти за собствен бизнес.

„Успехът в бизнеса е 5% талант, 45% шанс и 50% трюг.“

*Иван Попчев,
преподавател*

Стратегия за маркетинг и продажби

След като си определил своите продукти и си изследвал техния пазар, е време да им поставиш и цени.

Цени

Да умееш да ценообразуваш правилно е важно за ефективните продажби на продукта или услугата ти. В никакъв случай цената ти не трябва да е по-ниска от разходите, които си направил за производство.

Ако има нещо ново, различно и по-добро в твоя продукт в сравнение с конкурентни продукти, задължително това трябва да се отрази в цената.

Ако пък продуктът е със същите качества като тези, които вече съществуват на пазара, съобрази се с цените на конкурентите ти.

Можеш да използваш два начина за формиране на цената:

1. Направи груба сметка на производствената цена като включиш и твоята печалба и отстъпката за търговците. Така ще получиш ориентировъчна цена.

2. След това сравни цената на подобни продукти или услуги и определи конкурентна цена, която е по-ниска или равна на другата.

Накрая трябва да сравниш двете цени, за да видиш дали изобщо е изгодно за теб да произвеждаш този продукт или да предлагаш тази услуга.

Важно е да помниш, че в България **ганькът добавена стойност** (ДДС), с който се облага потреблението на стоки и услуги, е 20%. Той винаги се включва еднократно в крайната цена на всеки продукт и се плаща от крайния му потребител.

„Големите възможности идват при всички, но мнозина дори не знаят, че са ги срещнали.“

*Уилям Чанинг,
американски философ*

*„Няма факти, само
интерпретации.“*

*Фридрих Ницше,
немски психолог и
писател*

Клиенти

Вече описа своите продукти/ услуги. Сложи им атрактивни цени. Време да се срещнеш лице в лице със своите клиенти.

За Негово величество „клиентът“ може да се говори дълго и многосочно. За начинаещия предприемач, обаче, е най-важно да си обясни защо купувачът решава да купи. Това е процес и включва следните етапи:

- **Осъзнаване на проблема** – поради лични потребности или реклама купувачът осъзнава несъответствие между реалното и желаното си състояние.
- **Търсене на информация** – обикновено чрез предишен личен опит или разпитване на семейство, приятели, познати купувачът определя възможностите за задоволяване на своята нужда.
- **Оценка на алтернативите** – потребителят сравнява различните продукти или услуги и избира най-подходящата за него. Знай, че няма прост и еднозначен модел, който използват купувачите при оценяване на наличните конкурентни продукти
- **Решение за покупка** – неговото намерение се влияе от две неща – мнението на другите и неочаквани ситуационни фактори (отворен магазин в близост, наличие на стоката в магазина, евентуална промоция, грузи).
- **Поведение след покупка** – това е последният и най-важен за теб етап – останал ли е удовлетворен купувачът от своята покупка или не.

Ако отговорът е положителен, знай, че следващият му избор ще бъде много по-бърз и осъзнат. А лоялните клиенти са най-сигурният гарант, че твоят бизнес ще бъде успешен.

Бизнес стратегия и ценности

Накъде ще развиваш твоя бизнес?

Това е въпросът, който трябва да си задаваш през цялото време. Бизнес стратегията, която ще разпишеш подробно, ще дава отговор на този въпрос.

Основни елементи на стратегията

- **Визия** – към какво се стремиш, представата ти за бъдещето
- **Мисията** – защо съществува твоята фирма
- **Целите** – как постигнеш визията и мисията
- **Задачите** – какво да предприемеш, за да постигнеш целите си.

Определянето на стратегията е първата стъпка към създаване на бизнес план. Въз основа на нея ще се определят нуждите, възможностите и перспективите на твоята фирма.

Бизнес ценности

Като предприемач ти имаш определени отговорности към служителите си, околната среда, местната общност, клиенти обществото като цяло. Затова при стартирането на бизнеса си, трябва да знаеш кои ще са твоите бизнес ценности.

• Към служителите

Те са най-важният ти ресурс, затова трябва да се чувстват добре, да имат безопасни условия на труд и конкурентни условия за работа. Важно е да насърчаваш развитието на човешкия талант на служителите си.

• Към клиентите

Печеленето на клиенти е трудна задача, но още по-трудно е задържането им. Никога не обещавай нещо, което не можеш да изпълниш.

• Към обществото

Извършвай стопанската си дейност като отговорен член на обществото. Спазвай действащите закони, подкрепяй основните човешки права и се ангажирай да опазваш здравето и безопасността на хората, сигурността и околната среда.

„Приятелство, основано на бизнес, е по-добро от бизнес, основан на приятелство.“

*Джон Рокфелер,
американски
предприемач*



True Story

Минно-обогатителен комплекс „Асарел-Медет“ АД е първата, най-голяма и водеща българска минна компания за открит добив и обогатяване на медни и други руди, осигуряваща над 50 % от националното и около 0,5 % от световното производство на жизненоважния за човешкото съществуване и развитие метал мед.

Мисия

Компанията традиционно е пионер в бранша по внедряването на нови върхови техника и технологии. Тя е еталон за висока фирмена култура и основен фактор за социално-икономическото развитие и облика на община Панагюрище и Пазарджишка област, има структуроопределящо значение в българската икономика.

Стратегическата цел на „Асарел-Медет“ АД е ефективно производство чрез постигане на ниска себестойност и високо качество на единица произвеждан метал мед, при ефективно и максимално оползотворяване на минералните суровини и при здравословно-безопасно и екологично минно производство.

Визия

Стреми се да реализира динамично, успешно и устойчиво корпоративно развитие с фокус върху добрите традиции, инициативата, иновациите и екологията.

Ценности

Компанията ще утвърждава и занаят високата си авторитет и лидерските си позиции в минния бранш в страната и чужбина, внедрявайки и сама създавайки най-добрите производствени и управленски практики.

Девиз

От природата – за хората, от хората – за природата!

„Да тръгнем първи, означава да тръгнем навреме!“

инж. Лъчезар
Цоцорков,
собственик на
„Асарел-Медет“ АД

Производство

Да решиш да започнеш собствен бизнес в сферата на производството е много смело решение за българския пазар. Планирането на производството е от изключително значение. Трябва да помислиш за мястото, технологията на работа и суровините.

Мястото

Без значение какво произвеждаш, със сигурност трябва да предвидиш място, на което това ще се случва, както и необходимия ремонт, разрешителни и други.

Ето някои основни неща, за които е добре да се погрижиш:

- Търговски, сервизни, производствени и складови помещения;
- Обзавеждане на офиса – компютър, факс, телефон, интернет, мебели и др.;
- Електроснабдяване, водоснабдяване, отопление, осветление, вентилация.

Да си собственик на имота е чудесно, защото от него произлиза голяма част от разходите. Внимателно трябва да обмислиш дали е необходимо и оправдано да купуваш имота, дали се намира на най-подходящото място предвид спецификата на бизнеса ти и дали наемането за определен период няма да е по-изгодно и ниско рисково.

Основни фактори при покупката са:

- Цената, съотнесена с това, което можеш да си позволиш сега, както и с плановете ти за приходи от бизнеса за следващите години.
- Месторазположението на имота от гледна точка на особеностите на съответната бизнес дейност.
- Съответствие на характеристиките на имота с технологичните особености на твоя бизнес или организационните нужди на производството ти.

„Две мишки паднали в кофа със сметана. Едната бързо се предава и се удавила. Другата обаче, не се предавала, тя се опитвала да се спаси и толкова усърдно махала с крачетата, че разбила сметаната и я направила масло. Така тя успяла да стъпи по-нагоре и да излезе от кофата.“

Крис Гарднър,
Pursuit Of Happiness
(2006)

Технология

Ако си решил да произвеждаш, много ясно и точно трябва да опишеш технологията, която ще ползваш, машините, съоръженията, инструментите и транспортните средства, които са ти необходими.



True Story

В зъботехниката има множество технологични манипулации – повече от 590, като основни са:

- Изработване на стоматологични елементи като протези или метални скоби;
- Слагане на смес като порцеланова паста или восък в рамките на протезите;
- Оформяне и спояване на телта и металните рамки;
- Тестване на стоматологичния продукт за съответствие със спецификациите и захватката на челюстта.
- Запълване на пукнатини и хлътнали места по повърхността с колофон;
- Отстраняване на излишната смес, изливка и полиране на повърхността на протезите и рамките.

Суровини и материали

За да организираш добре своето производство, трябва внимателно да избереш доставчици на суровините и да започнеш правилно да планираш гладкото протичане на дейността си.

Първоначално ще имаш нужда от определено количество суровини, което в бъдеще ще се променя. Затова е важно да направиш собствена система за планирането им и да я спазваш точно.

План-графикът за покупка на необходимите суровини и материали трябва да е съобразен с плана за производство, който също трябва да направиш.

За да си максимално обективен, можеш да се опиташ да изходиш от разходите на суровини и материали за единица продукция/ услуга.

„Две неща са нужни за нашата работа: неморна издръжливост и готовността да изхвърлиш нещо, в което си вложил много време и труд.“

Алберт Айнщайн,
учен и изобретател

Ключови рискове

Не бива да се заблуждаваш, че щом идеята ти е добра и финансово обоснована, то задължително ще започнеш да печелиш.

Всеки бизнес крие своите рискове и трябва да прецениш своите.

Има няколко вида риск. Помисли трезво и не подценявай нито един от тях.

• **Производственият риск** е свързан с възможните негативни фактори в практическото изработване на продукта (услугата). Твоят бизнес зависи от твърде много и разнообразни неща – дали ще закупиш най-евтините суровини, ще сформираш най-добрия екип и т.н.

• **Търговският риск** е свързан с несигурността при осъществяване на продажба на продукта (услугата). Това означава, че можеш да имаш чудесни качества или да произвеждаш прекрасен продукт, но ако не знаеш как да го продаваш, той ще си остане в твоя цех.

• **Финансовият риск** възниква при отношенията между предприемача и финансовите институции и е свързан с опасности от отхвърляне на искания кредит или прекратяване на открито финансиране.

• **Рискове от извънредни ситуации** – природни бедствия, кражби, пожари и др.

Не забравяй, че всеки риск може да се управлява, ако имаш предварителна подготовка и ясна стратегия.

Когато според експертната предварителна оценка степента на риска граничи с опасност от фалит или пълна загуба на вложенияте в бизнеса пари, тези бизнес идеи се отхвърлят.

Преминалите през предварителна оценка бизнес идеи се сравняват помежду си по критериите „доходност“ и „риск“ и се избира онази от тях, която осигурява сравнително по-висока норма на печалба и по-нисък риск.

„Не съм се провалил. Просто открих 10 000 варианта, които не дават резултат.“

Томас Едисън,
изобретател и учен

Екип и управление на бизнеса

Здравей отново. От вчера ти си предприемач с перспективна идея.

Това, което ти предстои, преди да започнеш самата дейност, е не по-малко трудно и отговорно – трябва да подбереш подходящите специалисти и от тях да направиш екип.

Как да търсиш служители?

1. Започни да работиш с познати хора, на които имаш доверие – приятели, роднини, бивши колеги.
2. Пусни обява в сайт за работа и опиши от какво имаш нужда. Направи подбор по документи и покани хората на интервю.
3. Използвай услугите на специалисти по подбор на персонала.

Слаби страни на екипа

Това е схематичен модел на основните слабости при работа в екип.



Как да мотивираш служителите си?

Всеки предприемач иска неговите служители да се чувстват добре и да дават всичко от себе си за фирмата. Ето и някои от основните мотиви, които ще помогнат в тази насока:

- **работна среда** – създаването на приятно работно място ще кара всеки да отива на работа с удоволствие.
- **отношение** – няма нищо, което стимулира хората по-ефективно от искреното положително отношение. Не пести комплиментите си.
- **допълнителни стимули** – парични премии, нематериални поощрения. Прекрасно е, че хората ти обичат работата си, но в крайна сметка всички работим за пари.

Програмите, които се финансират със средства от ЕС дават възможности за професионално обучение и квалификация, за социални придобивки и стимули. За повече информация виж Приложение 3.

III. Юридическа регистрация на предприятието

Когато започваш бизнес, можеш да създадеш фирмата си сам или в съдружие с други лица – членове на семейството, близки, приятели. Ако си решил да привлечеш други хора в управлението на бизнеса си, възниква въпросът, как ще споделяте отговорностите и съответно печалбите.

Българското законодателство ти дава възможност да извършваш търговска дейност, като регистрираш ЕТ, но подходяща ли е точно тази форма на търговска дейност точно за твоя бизнес или е по-разумно да пристъпиш към регистрация на ЕООД или регистрация на ООД?

Регистрация на ЕТ	Регистрация на ЕООД или ООД
+ За откриване на ЕТ не е необходим капитал. + Държавните такси и таксите за услугата са по-ниски за откриване на ЕТ, отколкото за регистрация на ООД/ЕООД. + Цената на счетоводните услуги за обслужване на ЕТ са по-ниски. + Фирмата на ЕТ се заличава по-лесно, ако в един момент вече не ти е необходима. – Собственикът на фирмата на ЕТ отговаря с цялото си имущество за задълженията на фирмата. – На края на всяка календарна година собственикът на ЕТ изравнява и довършва осигуровки. – При много от търговските дейности /фризьорски услуги, козметични услуги, гърводелски услуги, търговия на дребно, автомобили и др./, когато се извършват от ЕТ, а не от ЕООД или ООД се плаща патентен данък, който в повечето случаи е доста по-висок, в сравнение с плоския данък, който се плаща върху печалбата на ЕООД или ООД.	+ ООД и ЕООД са капиталови дружества и за откриването им се изисква капитал, но в крайна сметка, той вече не е 5 000 лв., а 2 лв. + Капиталовите дружества отговарят за задълженията си го размера на капитала, а не с лично имущество на съдружниците. + Каквото и вид търговска дейност да извършвате, когато е с фирма под формата на ЕООД/ООД, плащаш плосък данък върху печалбата, дори и да е патентна дейност. + Собствениците на ООД или ЕООД не довършват осигуровки. – Държавните такси и таксите за услугата са в пъти по-ниски за регистрация на ЕТ, отколкото за регистрация на ООД или ЕООД. – ЕООД или ООД се заличават с ликвидация, процедурата трае поне 1 година.

Какви са стъпките на регистрацията на една фирма?

За да започнеш процедурата по регистрацията на фирма, е необходимо да подготвиш следната информация:

- Името на съответната фирма, седалището и адреса на управление с пощенски код;
- Данните на собственика/ съдружниците по лична карта;
- Предмет на дейност.

Предмет на дейност

Без значение каква ще бъде твоята юридическа форма трябва внимателно да избереш име на фирмата и да заложиш предмет на търговска дейност.

Определянето на предмета на дейност на фирмата има важно значение, защото той се вписва в търговската регистрацията на фирмата и става нейна „визитна картичка“ пред партньори, клиенти, държавни и общински органи.

Когато предметът на дейност е точно и ясно определен, това означава че знаеш точно какво ще извършваш и какво ще предлагаш на пазара. Когато във формулировката на предмета на дейност са записани извънредно широк набор от дейности, това говори че не ти е ясно точно какво ще правиш и че възприемаш бизнеса като своеобразен хазарт.

С предмета на дейност следва да се съобрази наименованието на фирмата, нейното ЛОГО, а след това и мотото, под което тя ще извършва своята дейност и ще печели доверие сред обществото, партньорите и клиентите си.

„Някои хора смятат предприемача за красив вълк, който трябва да бъде убит. Други виждат в негово лице крава, която непрекъснато може да се дои.

Малцина виждат в него коня, който тегли каруцата.“

Сър Уинстън Чърчил,
британски политик,
историк и писател

Регистрация на ЕТ

Регистрацията на ЕТ в Агенцията по вписванията може да извърши всяко дееспособно (навършило 18 г.) физическо лице с местожителство на територията на Република България.

Всеки човек може да извърши само една регистрацията на фирма като ЕТ.

Регистрацията на ЕТ се извършва въз основа на ЗАЯВЛЕНИЕ ПО ОБРАЗЕЦ А1. Регистрацията на ЕТ в Търговски регистър се заявява лично от търговеца или от пълномощник с изрично писмено пълномощно. При регистрацията на ЕТ и свързаните с нея обстоятелства, търговецът е задължен да посочи в заявлението своето име, местожителство, адрес и ЕГН.

Регистрация на ООД/ЕООД

Регистрацията на ООД/ ЕООД започва след провеждане на учредително събрание, в което участват хората, които ще основат фирмата (съдружниците). На това учредително събрание те взимат решение за размера на дяловете вноски, за управлението на фирмата, за подялбата на отговорностите. Тези решения се описват в дружествен договор /учредителен акт/, който се сключва в писмена форма.

Името на ООД/ ЕООД трябва да съдържа значението „(Еднолично) Дружество с ограничена отговорност“, или съкратено „ООД/ ЕООД“.

Капиталът на ООД/ ЕООД не може да бъде по-малък от 2 лева.

Регистрацията на ООД/ ЕООД се извършва въз основа на ЗАЯВЛЕНИЕ ПО ОБРАЗЕЦ А4. Тя се заявява от управителя/ите на ООД/ ЕООД, както и от лице с изрично, писмено пълномощно. Заявлението за регистрацията на ООД/ ЕООД може да бъде подадено на хартиен или на електронен носител задължително на български език.

„Ако мислите, че можете или мислите, че не можете – и в двата случая сте прав.

Препятствията са онези плашещи неща, които виждаш, когато отклониш поглед от целта.

Не мисли, че има грешка; мисли, как да я поправиш.“

Хенри Форд,
изобретател и
основател на Ford

Регистрация на ЮЛНЦ

Юридическите лица с нестопанска цел са сдружения и фондации. Те се регистрират в окръжен съд по тяхното местоседалище.

Според определените цели и извършваната дейност ЮЛНЦ се разделят на:

- ЮЛНЦ за осъществяване на обществено-полезна дейност;
- ЮЛНЦ за осъществяване на дейност в частна полза.

Процедура по регистрация на ЮЛНЦ

За да започнеш процедурата по вписване, е необходимо да знаеш следната информация:

- Наименование, седалище и адрес на управление;
- Указания за предмета на дейност;
- Данни на учредителите по лична карта;
- Цели и средства за постигане на целите на ЮЛНЦ;
- Размер на дарението за учредяване на фондация;

Запазване на име

Извършва се в някой от клоновете на „Информационно обслужване“.

Изготвяне на устав или учредителен акт

За фондациите се изготвя учредителен акт, а за сдруженията устав. Този документ трябва да урежда отношенията по повод лицето и съдържанието му трябва да е съобразено с предписанията на закона.

Съдебна регистрация

След като си изготвил устава е необходимо да внесеш документите в окръжния съд.

Вписване в Агенцията по вписванията

След като вземеш препис от съдебното решение, трябва да впишеш лицето в Агенцията по вписванията, Регистър БУАСТАТ.

Вписване в Регистъра на ЮЛНЦ в обществена полза

Това е допълнителна стъпка и е нужна само, ако ЮЛНЦ е в обществена полза. Необходимо е да изготвиш „Правила и ред за извършване на общественополезна дейност“.

„Пречките са онези плашещи неща, които виждаш, когато измест-ваш очи от целта.“

Хенри Форд,
изобретател и
основател на Ford

IV. Финансиране на бизнеса

„Силата на гумите е в цифрите“. Трябва добре да запомниш този израз. И най-добрите бизнеси са фалирали поради лошо управление на парите. Особено трудно е в началото. Стартовият капитал дава възможност за успешен старт и развитие.

Можеш ли да осигуриш стартов капитал?

Той включва еднократни разходи, необходими за регистрация на дружество, осигуряване на помещения за работа, строително-ремонтни работи и оборудването им, за набавяне на суровини за производство или за първоначално зареждане при търговска дейност, лицензионни и други административни такси и т.н.

Задължително е да предвидиш налични средства за първите 6 месеца от дейността, когато приходите не са сигурни.

В допълнение, не забравяй и т.нар. „непредвидени“ разходи, които са обикновено между 5-7 % от стойността на учредителния бюджет (Вж. следващата страница).

Първоначалните източници на финансиране обикновено са:

- **Твоите лични и семейни спестявания**, включително имуществото, което ще се включи в бизнеса;
- **Банков кредит**, който се отпуска от банката срещу бизнес план и гаранция (обезпечение);
- **Кредит по програма** за подпомагане на малкия бизнес, в т.ч. оперативни и други програми на Европейския съюз, национални програми;
- **Лизинг** – форма на наемане на материални активи чрез разсрочено във времето изплащане чрез лизингови вноски.

„Целеустременият човек намира средства, а когато не може да ги намери, ги създава.“

Уилям Чанинг,
американски философ

За твое улеснение ти можеш да използваш тази примерна таблица за краткосрочно планиране на разходите и за дългосрочно планиране на паричния поток.

Учредителен бюджет

Вид разход	Песимистичен вариант	Оптимистичен вариант
Закупуване (наем) на място или парцел		
Закупуване (наем) на сгради		
Закупуване (наем) на машини и оборудване • брой машини • резервни части и материали • ръчни инструменти • други		
Регистрация на фирмата		
Закупуване на офис мебели и обзавеждане		
Такси за инсталиране, монтаж, ремонт (например строителни работи, електроинсталация, ВиК и др.)		
Офис разходи (телефон, факс, интернет, отопление, осветление, почистване и др.)		
Наемане на персонал • аванси • обучение		
Застраховки (на имущество, земя, животни, персонал)		
Непредвидими разходи (резерв)		
ВСИЧКО		

Банков кредит

Това е заем, който се отпуска от банката на предприемач, за извършване на дейност. Кредитополучателят трябва да предостави на банката гаранция за това, че ще изплати заема си. Тази гаранция най-често представлява залог на някаква собственост – имот, земя, съоръжения, стоки и др.

Освен това кредитополучателят трябва да изплати заема си към банката с лихва и в определени срокове.

Най-подходящият за теб кредит е този, който изцяло отговаря на твоите потребности (като размер, процент на финансиране и структура на кредитната сделка) и за който би платил най-ниска цена.

В резултат от конкуренцията между банките се предлагат множество кредитни продукти: с плаваща лихва, с фиксирана лихва, както и комбинация от фиксирана лихва за първите години и плаваща за остатъчния срок на кредита; с разнообразни схеми на погасяване – с равни вноски, с намаляващи вноски, индивидуални схеми на погасяване, възможност за ползване на гратисен период.

Различните банки ще те финансират в различна степен спрямо определено обезпечение и лихва. Обезпечение на кредита може да бъде законна или договорна ипотека върху приемливи за банките недвижими имоти, които да бъдат задължително застраховани. Допускат се и допълнителни възможности за обезпечаване на кредита – залог на депозит, ДЦК.

Силата на думите е в цифрите.

„Първо те игнорират, после ти се присмиват, после се бият с теб, и накрая – печелиш.“

*Махатма Ганди,
индийски адвокат,
пацифист и духовен водач*

Финансиране чрез получаване на грант

Макар и да звучи примамливо, в бизнеса няма безплатен обяд. Нито безплатни пари.

„Грантовата помощ“ представлява сума пари, която се отпуска на твоя бизнес от централните и местни изпълнителни органи, от ЕС или други организации.

По правило, всички проекти, подавани от фирми, изискват съфинансиране от страна на кандигата.

Процесът по кандигатстване отнема значително време и усилия. Въпреки това конкуренцията при кандигатстване е голяма. Размерът на наличните средства винаги е ограничен, а броят на кандигатите е значителен.

За да получи финансиране, кандигатстваният проект трябва да бъде добре планиран, добре написан и да бъде представен пред един или повече подходящи финансиращи организации. Като цяло, той трябва да бъде по-добър от тези, с които се конкурира.

Какви са основните елементи на проектите за безвъзмездна помощ?

- Предварително определени допустими дейности – за разработка на нов продукт, закупуване на машини, внедряване на стандарти, изследване на нов пазар за износ или други;
- Строго дефиниран бюджет – с минимална и максимална допустима сума, конкретно процентно съотношение на разходите;
- Времеви график с точно разпределение на дейностите по месеци.

Къде ще намериш повече информация?

Трябва да си готов да инвестираш доста време и усилия, за да подготвиш своите документи за кандигатстване. Ако кандигатстваш за първи път, е по-добре да използваш помощта на външни консултанти.

„Мисленето е най-трудната работа.

Затова и толкова малко хора се захващат с него.”

Хенри Форд,
изобретател и
основател на Ford

Финансиране от бизнес ангел

Мечта на всеки стартираш предприемач е да срещне инвеститор, който да повярва в неговия бизнес. Бизнес ангелът е такъв инвеститор, но трябва старателно да се подготвиш за него.

Най-лесният и сигурен начин да се свържеш с рисков инвеститори е чрез организация, която обединява предприемачи и желаещите да инвестират в тях бизнес ангели. Едно от най-известните такива обединения в България е Българската мрежа на бизнес ангелите.

Приемане на заявки

Извършва се първоначално одобрение, както на заявките за членство от страна на потенциалните бизнес ангели, така и на дадените инвестиционни предложения от страна на предприемачите. Процесът е еднократен за всеки ангел и за всеки проект и отнема до 48 часа.

Представяне

Представянето на проекта стартира в момента на получаването на подписан Договор от страна на предприемача, с което се дава правото на Мрежата да „рекламира“ проекта сред своите членове.

Договаряне

В този процес стремежът на страните е да постигнат принципно съгласие за параметрите на сделката – размер на инвестицията, фази, дял от компанията, форма на участие и др. Когато такава уговорка бъде постигната, се подписва тристранно **Споразумение за инвестиционно намерение**, което описва общите параметри на постигнатото съгласие.

Финализиране

Тук се осъществява проверка или одит на проекта с цел потвърждаване на фактите, станали известни в процеса на представяне и договаряне на условията.

„Ако искаш да бъдеш успешен, намери някой който е постигнал резултатите, които ти искаш и копирай как-вото прави – така ще постигнеш същите резултати.”

Тони Робинс,
световноизвестен
консултант по
лидерство

ventures.bban.eu



angels.bban.eu



РЕГИСТРАЦИЯ

ПРЕДСТАВЯНЕ
НА ПРОЕКТСРЕЩИ
ПРЕДСТАВЯНЕ

СДЕЛКА

ПРЕГЛЕД
НА ПРОЕКТИ

РЕГИСТРАЦИЯ



Източник: Презентация на Ирена Петрова,
Изпълнителен директор на Българска мрежа на бизнес ангелите
Младежка предприемаческа борса '2011

Съхранение и управление на парите

Един от най-важните ти постоянни партньори е твоята обслужваща банка.

Като предприемач трябва да избереш банка, която ще обслужва твоята фирма. Там ще имаш банкови сметки на името на фирмата и ще получаващ различни банкови услуги, необходими за функционирането на дейността ти – разплащане с клиенти и гоставчици, банкови преводи, кредити и гаранции и др.

Как да избереш подходяща банка?

Когато избираш обслужваща банка, трябва да проучиш предлаганите от нея услуги, лихвените проценти, размера на таксите и комисионните за извършване на банкови услуги.

Заложи на популярна банка със средно ниво на лихвените проценти (нито много високо, нито много ниско) и приемливи такси и комисионни.

Взаимоотношенията ти с банката започват с откриване на банкова сметка. Това става с попълване на стандартна молба и документ, удостоверяващ подписите на лицата, които ще имат право да се разпореждат със сметката.

Как да управляваш банковата си сметка?

При откриване на сметка банката изисква да внесеш задължителна минимална сума, пог която сметката не може да съществува.

Управлението на банковите сметки се извършва от собственика (управителя) на фирмата или от негов помощник (счетоводител), който трябва да е упълномощен за това.

Управителят ежедневно следи наличните средства по сметката на фирмата; може да прехвърля средства от една в друга сметка на фирмата, да извършва покупка или продажба на валута по фирмената сметка или в брой, както и всякакви законни финансови процедури.

„Това, което препоръчвам на всички предприемачи, е да привлечат колкото се може повече инвеститори.“

Любомир Леков,
основател и
председател на
Борда на директорите
на „Инвестор.БГ“ АД

Бизнес у дома

Да започнеш собствен бизнес у дома е доста рисково начинание.

От една страна е трудно да разграничиш времето, в което ще работиш, от личното си време. От друга страна, няма да можеш да избягаш от своите клиенти.

Въпреки това бизнесът у дома има и редица предимства:

- По-ниски разходи за започване на дейността;
- По-гъвкав начин на живот и работа;
- Икономия на време и средства за пътуване от и до работното място.

За да развиваш домашен бизнес, е необходимо да избереш дейност, която е подходяща за извършване при домашни условия:

- **Семейно хотелиерство** и/или ресторантьорство;
- **Турагентска дейност**;
- **Хранителни продукти** – пицарии, сладкарници, производство на хлебни изделия;
- **Лични услуги**: почистване на домове; гледане на деца, частни възпитателни и образователни услуги; доставка на продукти; пощенски и транспортни услуги;
- **Занаяти**: бродерия, керамика, бижутерство, тапицерство;
- **Поправки**: битова техника, мебели, компютърна техника, радио и телевизия, автомобилни ремонти;
- **Обучение**: езици, музика, танци, математика, „направи си сам“ и гр.;
- **Организиране** на конгреси, семинари, екскурзии, тържества и гр.

Не забравяй да проучиш евентуалните законови ограничения за извършване на бизнес дейности в домашни условия, като например съгласие на съкооператорите.

„Направи всичко възможно най-просто, но не и глуповато.“

Алберт Айнщайн,
учен и изобретател

V. Как да представя своята идея?

Elevator Pitch

ELEVATOR PITCH (реч в асансьора) е кратко представяне на идея за продукт, услуга или проект. Представянето е наречено така заради мястото, в което се случва: един асансьор време (да речем, 30 секунди или 100-150 думи).

Рисковите инвеститори често преценяват за качеството на една идея и екип на базата на качеството на краткото представяне, и така бързо да отхвърлят лошите идеи.

Шест въпроса, на които "ELEVATOR PITCH" трябва да отговори:

1. Какъв е вашият продукт или услуга?

Опишете накратко какво продавате. Не навлизайте в подробности.

2. Кои е вашият пазар?

Опиши на кого продаваш, какъв тип индустрия например би се заинтересувал от твоя продукт.

3. Какъв е вашият модел на приходи?

По-просто казано – как очакваш да печелиш пари.

4. Кои стои зад фирмата?

Инвеститорите често казват „Залагай на жокея, а не на коня“. Разкажи им за екипа, който седи зад идеята.

5. Коя е вашата конкуренция?

Мислиш, че нямаш. Замисли се пак. Успешната конкуренция само доказва, че твоят бизнес модел е успешен.

6. Какви са вашите конкурентни предимства?

Да развиваш бизнес в условията на успешна конкуренция не е достатъчно. Трябва да умееш успешно да разказваш защо твоята идея е по-добра от конкуренцията – по-добър канал за дистрибуция, иновативна технология, ключови партньори...

„Песимистът вижда трудност във всяка възможност, а оптимистът – възможност във всяка трудност.“

Сър Уинстън Чърчил,
британски политик,
историк и писател

Какво трябва да съдържа един „ELEVATOR PITCH“

Дори и да не правиш своята презентация в асансьора, а в заседателната зала, отдели време да оформиш краткото представяне, с което ще привлечеш вниманието на аудиторията.

Обикновено то трябва да съдържа:

1. **„Примамка“:** Твърдение или въпрос, който събужда интереса на слушателя.
2. **Представяне** в 150-225 думи: Толкова е продължителността на возенето с асансьор (60 секунди).
3. **Страст:** Инвеститорите очакват енергия и всеотдайност от предприемачите.
4. **Заявка:** В края на твоеето представяне трябва да поискаш нещо. Искаш ли визитна картичка, за да планираш пълно представяне, или за представяне на допълнителни препоръки?

„Разликата между измислица и реалност? Измислицата винаги има смисъл.“

Том Кланси,
писател



True Story

В ранните години на работа на фирмата ми за обучения, работех с три точки в краткото представяне. Така изградената ми реч работеше добре и аз се чувствах удобно с нея. Може би твърде удобно. Веднъж се наложи да правя представяне пред клиент от индустрия, която не познавах добре. След моята стандартна реч, човекът се усмихна и ми каза, че най-ниската цена не е нещото, което интересува тяхната организация. Изчезна преди да мога да му отговоря по какъвто и да е начин и нямах възможността да се срещна с него отново в продължение на почти цяла година. Но оттогава зная, че трябва да преразглеждам моя Elevator Pitch преди всяка среща.

Aileen Pincus, Businessweek

Перфектният Elevator Pitch

Това е умение за представяне, което всеки човек, занимаващ се с бизнес, трябва да владее.

Едно от най-важните неща, които бизнесмените – особено собствениците, трябва да умеят, е да говорят на останалите за бизнеса си. Да можеш да синтезираш уникалните аспекти на своя продукт или услуга в няколко изречения е начин да предизвикаш внимание у събеседника си. Elevator Pitch е сред най-ефективните методи за привличане на нови клиенти и партньори.

Бъди в крак с времето

Всеки бизнес се променя и се развива. И твоеето представяне трябва да се променя заедно с него. Дори и да имаш най-креативното лого, най-силния слоган, най-лъскавите брошури и модерен сайт, ако краткото ти представяне не е в крак с времето, пропускаш един от най-важните елементи за да изградиш своята марка.

Ти познаваш идеята си по-добре от всеки друг. Какво те отличава от конкуренцията? Какви са предимствата на стоките и услугите ти и как ще се развиват в бъдеще?

Обърни внимание на публиката си. Всяка аудитория има различни очаквания към това какво ще чуят от теб. Езикът и подходът ти на представяне на информацията, акцентите, които ще поставиш, са различни за бизнес ангелите, банките и инвеститорите, за потенциалните партньори и клиенти.

Например това, което е било ефективно в миналото с аудиторията, свикнала да консумира печатна реклама, ще отегчи до смърт модерната публика, живееща с динамиката на интернет. В такъв случай – ако планираш да променяш печатните си материали, защо да не направиш същото и с краткото си представяне.

„Или правиш нещо, или не го правиш. Няма такова нещо като да се опитваш да направиш.“

Йога,
Междузвездни Войни,
епизод V (1980)



Тест пред огледалото

Как да направим добро първо впечатление за 90 секунди

Първото впечатление е решаващо при всяка среща без значение дали става въпрос за бизнес или в личните отношения. Ще имаш възможност да го направиш само веднъж, затова дай всичко от себе си, без да се напращаш или да прекаляваш.

1. Облечи се според ситуацията, без да се напращаш.
2. Говори ясно: Представи себе си кратко. Бъди конкретен, когато описваш съдържанието на проекта си, услугите или продуктите, които смяташ да предлагаш.
3. Организирай встъпителните думи.
4. Използвай често името на лицето, с което разговаряш.
5. Информирай другия, не продавай.
6. Бъди себе си.
7. Бъди приветлив, енергичен, ентузиазан, любопитен и изобретателен.
8. Изпращай правилни сигнали – с лице, тяло и глас.
9. Запознай се с езика на тялото. Той действа и на подсъзнателно ниво и правилните знаци може да ти отворят много врати.
10. Използвай контакт с очите. Експертите съветват да поддържате непрекъснат контакт с очите за 3-5 секунди.
11. Бъди добър слушател като в същия момент не се притеснявай да изразяваш и своето мнение.
12. Нека другото лице бъде център на вниманието: Слушай, като че ли наистина го мислиш. Кимай често. Задавай отворени въпроси.
13. Последващи: Вземи си визитка и изпрати лична бележка за последващи действия.

И най-важното – усмихвай се!

„Човек без усмивка не трябва да отваря магазин.“

Китайска пословица

Няколко похвата

- Напиши на хартия кратко си представяне по няколко различни начина. Опитай да стигнеш до 10-20. Не редактирай, първата стъпка е да започнеш да генерираш идеи странни, невъзможни, нелепи или дори глупави. На този етап това няма значение.

- Напиши кратък текст, описващ какво правиш за хората. Ако е необходимо, историята може да бъде и по-дълга. Важното е да имаш усещането, че рисуваш картина с думи.

- Опиши точно целта си – дали искаш да продаваш, да получиш подкрепа за идеята си или нещо друго.

- Напиши 10 неща, които трябва да направиш, за да постигнеш целта си.

- Запиши гласа си. Добре е да се чуеш сам, преди да те чуят другите.

- Върни се към това, което си написал на хартия по-късно през деня или на следващия ден.

- Отдели добрите идеи и думите, които най-точно описват идеята ти. След това се опитай от тях да съставиш цели изречения. След последната редакция подставянето ти трябва да е влязло в рамките на 30-60 секунди.

- Вече имаш готово кратко представяне, което задължително трябва да развиваш и усъвършенстваш.

„Ако в теб има ентузиазъм, ти можеш да постигнеш всичко, което искаш.“

Хенри Форд,
изобретател и
основател на Ford

Приложение 1

Речник на термините

банка	голямо учреждение (финансова институция) за парични и кредитни операции
бизнес идея	идея, която предлага модел за събиране на приходи
бизнес ангел	човек, предприемач и инвеститор, който влага свои пари за подкрепата на начинаещ предприемач и неговата идея в началото на бизнеса
браншова организация	организация, в която членуват много фирми от една и съща индустрия (отрасъл)
валутен курс	променяща се цена на различните национални валути
високи технологии	най-нови и прогресивни технологични решения за постигане на желан резултат
дистрибутор	фирма или лице, които се занимават с разпределяне и продажба на стоки
гоноор	човек или организация, който дарява нещо, обикновено пари; дарител
гоставчик	лице, което осигурява необходими за вашата дейност стоки и/или услуги, снабдител
дружество с ограничена отговорност	капиталово дружество, в което съдружниците отговарят ограничено по размера на направените от тях вноски
едноличен търговец	дееспособно физическо лице, регистрирано по Търговски закон и вписано в Търговския регистър
еднолично дружество с ограничена отговорност	разновидност на дружество с ограничена отговорност, чиито капитал се притежава от едно лице

екип	група от хора, която са съпричастни към постигането на обща цел и работят заедно в постоянна взаимна зависимост помежду си
електронна търговия	дейност, свързана с покупка и продажба на стоки по интернет
загуба	състояние, в което разходите за осъществяване на твоята дейност са по-големи от приходите ти
идея	основна концепция, замисъл, намерение
инвеститор	юридическо лице или отделен човек, което инвестира пари в съществуващ бизнес
иновация	изобретение, нововъведение
конкурентно предимство	качество или свойство, които отличават теб от конкуренцията ти
конкуренция	напревара между сходни по стопанска дейност търговци за спечелване на най-много клиенти
консултация	обяснения по дадена тема от експерт в конкретната област
кредит	предоставяне на парични средства за временно ползване със срок за връщане, срещу лихва
кредитополучател	този, който получава кредит
лиценз	разрешение от компетентен орган (обикновено „държавен“) за извършване на определена търговска дейност
маркетинг	проучване на пазара с оглед търсенето и предлагането на стоки
мениджър	лице, което организира и контролира дейността на предприятието
обезпечение	гаранция, която се дава на банката при изтегляне на кредит

образуване на цена	сформиране на стойност на стока и/ или услуга, изразена в пари
организационна структура	схема на служителите или работниците в предприятието
оценка на риска	процес на определяне на стойността на възможна опасност
пазарен дял	определена част от потенциалните клиенти на твоите продукти и/или услуги
печалба	състояние, в което приходите за осъществяване на твоята дейност са по-големи от разходите ти
предприемач	човек, който поема нова инициатива с цел печалба
предприятие	организация, изпълняваща производствени или други стопански задачи
приход	паричен доход
програма за безвъзмездно финансиране	програма, която се финансира от донорска организация, за постигане на предварително определени цели
производство	процес на създаване на материални блага в цех, работилница
промоция	представяне на даден продукт, продуктова линия, услуга с цел запознаване на аудиторията и привличане на вниманието на потенциални клиенти към нея
прототип	първоначален образ, първообраз
разрешително/лиценз	документ, с който се позволява, разрешава извършването на дадена търговска дейност
разход	материални средства, пари, които се дават за поддържане на нещо, разноски
реклама	действие, което цели популяризиране на дадена стока или услуга

ресурс	наличие на достъпни средства (природни богатства, подходящи хора, свободни пари, други)
реч в асансьора (elevator pitch)	кратко атрактивно представяне (2 минути) на дадена идея с цел привличане вниманието
риск	възможна опасност, която застрашава устойчивата търговска дейност на вашето предприятие
сдружение с нестопанска цел	членска организация, регистрирана по ЗЮЛНЦ
себестойност	пълната сума на разходите на предприятието за производство на единица стока или услуга
сезонен бизнес	стопанска или търговска дейност, извършвана през определен сезон на годината
социална идея	идея, която предлага да осигури по-добро качество на живота на хората в обществото, обикновено не генерира приходи
срок на погасяване	срок, за който отпуснатият кредит трябва да бъде върнат
суровина	първичен, необработен материал, който се използва в производството
търговия на дребно	дейност, свързана с покупка и продажба на стоки за крайни клиенти
търговия на едро	дейност, свързана с покупка и продажба на стоки за други търговци (магазини)
фирма	име на дружеството
фондация	организация, учредена да изпълнява идеални цели и социални проекти
юридическо лице с нестопанска цел	сдружения и фондации, регистрирани по ЗЮЛНЦ и вписани в окръжния съд

Приложение 2

Полезни контакти на институции

Фондация „Каузи“

София 1324, ж.к. Люлин, ул. Филиповско шосе № 38
 тел.: 02 925 14 60, факс: 02 927 73 28
 e-mail: fondacia_kauzi@abv.bg
<http://www.kauzi.org>

Агенция по вписванията

1111 София, кв. „Гео Милев“, ул. „Елисавета Багряна“ №20
 тел.: 02 9486 181, факс: 02 9486 194, 02 9486 166
 e-mail: office@registryagency.bg
<http://www.registryagency.bg/>

Агенция за хората с увреждания

1233 София, ул. „Софроний Врачански“ № 104-106
 тел. 02 931 80 95; 02 832 90 73, факс 02 832 4162
 e-mail: ahu@mlsp.government.bg
<http://www.ahu.mlsp.government.bg>

Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия

1000 София, ул. „6-ти септември“ № 21
 тел: 02 932 9211
 e-mail: office@sme.government.bg
<http://www.sme.government.bg/>

Агенция по заетостта

1000 София, бул. „Княз Дондуков“ №3
 тел: 02 980 8719, факс: 02 986 7802
 e-mail: az@az.government.bg
<http://www.az.government.bg>

Агенция по обществените поръчки

1000 София, ул. „Леге“ 4
 тел.: 02 940 7050, факс: 02 940 7052
 e-mail: aop@aop.bg
<http://www.aop.bg>

Национален осигурителен институт

1303 София, бул. „Александър Стамболийски“ № 62-64
 тел. 02 926 1010
 e-mail: NOI@nssi.bg
<http://www.nssi.bg>

Главна инспекция по труда

Изпълнителна агенция „Главна инспекция по труда“

1000 София, бул. „Княз Дондуков“ 3
 тел.: 02 810 1700, 02 810 1756
 факс: 02 987 47 17; 02 8101 797
 горещ телефон за сигнали: 0700 17 670
 e-mail: secr-idirector@gli.government.bg; secr-glsecretar@gli.government.bg
<http://www.gli.government.bg>

Национална агенция по приходите

Информационен телефон на НАП - 0700 18 700
 Официални електронни адреси на НАП: nar@nra.bg u infocenter@nra.bg
<http://www.nar.bg>

Национален статистически институт

1038 София, ул. „П. Волов“ № 2
 тел.: 02 985 7577
 e-mail: Info@nsi.bg
<http://www.nsi.bg>

Българска Мрежа на Бизнес Ангелите

1113 София, ул. „Шипченски проход“ №18
 тел.: 02 490 4225, 02 490 4226
 e-mail: office@bban.eu
<http://bban.eu/>

CEED България

1407 София, ул. „Бизла“ № 6, ап. 3
 тел: 02 819 4343
 факс: 02 819 4344
 e-mail: office@seaf.bg
<http://www.ceed.bg>

Консултантска къща „Стратегии“

1324 София, ул. Филиповско шосе" 38
 тел./факс: 02 927 73 28
 e-mail: office@strategies-bg.com
<http://www.strategies-bg.com>

Сдружение „Българска мрежа на Глобалния Договор на ООН“

София 1504, ул. Оборище № 8, ет.1
 тел: 02 4282 015
 e-mail: secretariat@unglobalcompact.bg
<http://www.unglobalcompact.bg>, <http://www.unglobalcompact.org>

Работодателски организации

Българска стопанска камара – съюз на българския бизнес
1000 София
ул. „Алабин“ 16-20
тел.: 02/ 932 09 11, факс: 02/ 987 26 04
e-mail: office@bia-bg.com
http://www.bia-bg.com

Българска търговско-промишлена палата
1058 София, ул. „Искър“ 9
тел.: 02 811 7400, 02 987 2631
факс: 02 987 3209
e-mail: bcci@bcc.bg
http://www.bcci.bg

Асоциация на индустриалния капитал в България
1527 София, ул. „Тракия“ №15
тел./факс: 02 963 3752, 02 963 3756
e-mail: bica@bica-bg.org
http://www.bica-bg.org

Съюз за стопанска инициатива
1407 София, кв. „Лозенец“, ул. „Кап. Тодор Ночев“ № 30
тел.: 02 962 4836, 02 962 4784
http://www.ssi-bg.net

БСЧП „Възраждане“
1142 София, ул. „Хан Крум“ 31
тел: 02 980 1182
факс: 02 810 0412
e-mail: vuzrazdane@union-vuzrazdane.eu
http://www.union-vuzrazdane.eu

КРИБ
София 1463, ул. "Хан Аспарух" №8
тел.: 02 981 9169
факс: 02 988 6776
office@ceibg.bg
http://www.ceibg.bg

Национално сдружение на малкия и среден бизнес
1124 София, ул. „Николай В. Гогол“, No.14-A, ет.1, ап.2
тел./факс: 02 491 4212
e-mail: nasmb@abv.bg
http://www.nasmb-bg.org

Приложение 3

Грантови схеми

Име	Започване и разширяване на самостоятелна стопанска дейност от лица с трайни увреждания
Финансираща организация	Агенция за хората с увреждания
Цел	Да финансира проекти на лица с трайни увреждания за стартиране или разширяване на собствен самостоятелен бизнес за осигуряване на трудови доходи.
Допустими кандидати	Български граждани над 18 години с трайни увреждания и с решение от ТЕЛК.
Финансиране	Не повече от 15 000 лв., съфинансиране 100%
Допустими разходи	- Разходи за учредяване на ново предприятие; - Разходи за строително-ремонтни работи; - Покупка на сграда (постройка) или на част от сграда; - Оборудване и обзавеждане за разкривани работни места, едното от които задължително е за кандидатстващото лице с трайни увреждания; - Осигуряване на стартов оборотен капитал за недействащо предприятие за придобиване на материални запаси (материали и/ или стоки); - Краткосрочен квалификационен курс на управителя
Контакти	1233 София, ул. „Софроний Врачански“ № 104-106 Тел. (+359 2) 931 80 95; 832 90 73 Факс. (+359 2) 832 4162 http://ahu.mlsp.government.bg

Име	Подкрепа за създаване и развитие на стартиращи иновативни предприятия
Финансираща организация	Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия, Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 г.
Цел	Да се увеличи броят на успешно стартиралите иновативни предприятия, като се предостави подкрепа в най-рисковата фаза на тяхното развитие, а именно в етапа на разработване на базисния иновативен продукт или процес на фирмата в неговата предпазарна подготовка – до разработването на опитен образец.
Допустими кандидати	Новосъздадени и стартиращи предприятия
Финансиране	До 200 000 евро, съфинансиране 90%
Допустими разходи	• Индустрални проучвания в етапа на експериментално развитие; • Оценки на иновативните идеи, • Изработване на пазарни проучвания, планове и стратегии, на изследователски организации, университети и стартиращи иновативни предприятия; • Провеждане на приложни изследвания; • Внедряване на иновативни продукти на пазара (изготвяне на бизнес план, услуги, свързани с управлението на проекти, маркетинг, специализирани юридически услуги, инвестиции в материални и нематериални активи и др.)
Контакти	1000 София, ул. „Славянска“ № 8 Тел.: (+359 2) 940 75 00 Факс: (+359 2) 981 17 19 http://www.opcompetitiveness.bg

Име	Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия
Финансираща организация	Държавен фонд „Земеделие“, Програма за развитие на селските райони, Мярка 312
Цел	• Насърчаване на растежа и създаване на нови работни места в микропредприятията за неземеделски дейности в селските райони; • Насърчаване на предприемачеството в селските райони; • Насърчаване развитието на интегриран туризъм в селските райони.
Допустими кандидати	Физически лица, ЕТ и юридически лица, които: • са микропредприятия по смисъла на Закона за малките и средните предприятия; • имат седалище или клон със седалище, или постоянен адрес за физическите лица на територията на селска община; • не са регистрирани като земеделски производители по реда на Наредба № 3 от 1999 г. за създаване и поддържане на регистър на земеделските производители; • са регистрирани по Търговския закон, Закона за кооперациите или Закона за занаятите.
Финансиране	Не повече от 200 000 евро, съфинансиране 70%
Допустими разходи	• Изграждане и/или реконструкция или ремонт на сгради, и/или помещения и друга недвижима собственост; • Закупуване на транспортни средства за неземеделски дейности, пряко свързани с дейността, включително чрез финансов лизинг; • Закупуване на машини, съоръжения и оборудване, включително и компютърен софтуер и специализирана техника; • Закупуване на коне за неземеделска дейност; • хонорари за правни услуги, архитекти, инженери; • Разработване на продукти, разработване и въвеждане на системи за управление, разработване и разпространение на рекламни и информационни материали, придобиване на патентни права и лицензи • Разработване на бизнес план, включващ предпроектни изследвания и маркетингови стратегии, окомплектоване на пакета от документи и консултантски услуги.
Контакти	1618 София, бул. „Цар Борис III“ № 136 Тел.: 02 8187100, E-mail: dfz@dfz.bg http://www.dfz.bg

Име	Насърчаване на стартирането на проекти за развиване на самостоятелен бизнес
Финансираща организация	Агенция по заетостта, Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“
Цел	Насърчаване стартирането на проекти за развиване на самостоятелна стопанска дейност и подпомагане на безработни лица с ясна идея за започване на стопанска дейност, чрез ползването на специализирани обучения и услуги.
Допустими кандидати	Предприятия, регистрирани от безработни лица успешно завършили обучението
Финансиране	До 20 000 лв
Допустими разходи	Безработните лица, регистрирали предприятие и стартирали дейност, ще получат средства за осигуряване на първоначален стартов капитал за: • Обучение на персонал; • Първоначално закупуване на материали; • Осигуряване на разходите за трудови възнаграждения на самонаетото лице и на наетия персонал за не повече от 3 месеца.
Контакти	София 1000, бул. „Дондуков“ №3 Тел.: (+359 2) 980 87 19, Факс: (+359 2) 986 78 02 E-mail: az@az.government.bg http://www.az.government.bg

Име	Награда EMPOWER за изключителни млади предприемачи
Финансираща организация	Фондация „EMPOWER“
Цел	Да съдейства на талантливите български младежи да разгърнат своя пълен потенциал чрез подпомагане стартирането на реален бизнес, базиран на иновативни идеи.
Допустими кандидати	Български граждани между 18 и 36 години
Финансиране	Първата награда е на стойност 50 000 лв., съфинансиране 100%
Допустими разходи	Няма изискване бизнес идеите да са в определен сектор. Важното е да не повтарят реалните дейности на търговското дружество на кандидата
Контакти	1504 София, ул. „Проф. Асен Златаров“ № 5 Тел.: (+359 2) 806 3800 Факс: (+359 2) 843 5123 http://www.empower.bg

Приложение 4

Актуални условия за кредитиране

Алианц Банк	Национален телефон: 0800 1 2265 www.allianz.bg
Заглавие	Кредит „Инвестиции“
Кредито-получатели	Юридически лица и еднолични търговци, регистрирани в страната, отговарящи на критериите, дефинирани в Закона за МСП.
Описание	Предназначен за инвестиционни проекти, свързани с производствената, складовата и търговската дейност. Средствата могат да бъдат използвани за закупуване на офисни площи, оборудване, технологични съоръжения, машини, транспортни средства и др.
Условия	По-дълъг gratuitен период; Без ограничение за самоучастие; Опростени прогнозни годишни парични потоци за целия период и прогнозни баланси и ОПР само за първите 3 години от срока на кредита.
Размер на кредита	До 500 000 лева. Финансиране до 100 % от инвестицията без ДДС, без ограничение за самоучастие.
Срок на погасяване	За недвижими активи: до 10 год.
Гратисен период	Съобразно сроковете на реализация на инвестицията, но не повече от 18 месеца.
Обезпечение	Материални активи /сгради, земи, машини, съоръжения, транспортни средства, стоки, продукция на склад и др./; Нематериални активи /вземания, търговски марки и др./

Алфа Банк	Национален телефон: 0700 16 222 www.alphabank.bg
Заглавие	Alpha кредит за специалисти на свободна практика и малки фирми
Кредито-получатели	Хора на свободна практика или малки фирми
Описание	Кредит за финансиране на оборотен капитал, инвестиции, оборудване и др.
Условия	Атрактивни лихвени проценти, базиращи се на Базисен лихвен процент на Банката (БЛПБ) + надбавка, в зависимост от валутата на кредита Таксата за разглеждане на искане за кредит е 30 лв.
Размер на кредита	До 140 000 лева, при инвестиционен кредит се изисква 25% самоучастие
Срок на погасяване	При инвестиция в недвижим имот - до 180 месеца /15 години/ При инвестиция в оборудване - до 60 месеца /5 години/ При оборотен капитал - до 12 месеца
Гратисен период	При инвестиция в недвижим имот - от 3 до 12 месеца При инвестиция в оборудване - до 6 месеца
Обезпечение	В случай на малка фирма - всички собственици трябва да бъдат поръчителски; Първа по ред ипотeka в полза на Банката върху апартамент или друг високоликвиден актив, напълно застрахован в полза на Банката; При необходимост може да бъде изискано допълнително обезпечение или поръчителски; При парично обезпечение или при обезпечение с банкова гаранция процента на обезпечение следва да е не по-малко от 110% (от сумата на кредита)

Райфайзен Банк	Национален телефон: 0700 10 000 www.rbb.bg
Заглавие	Кредит обезпечен с ипотeka или с комбинация от активи
Кредито-получатели	
Описание	Кредитите за инвестиции се отпускат за закупуване на недвижими имоти, строително-ремонтни работи, машини, съоръжения и гр. Оборотните кредити са предназначени за покупки на суровини, материали, стоки или друга текуща дейност на фирмите
Условия	Лихва - формира се на база 3-месечен Euribor (за кредити в евро), респ. 3-месечен Sofibor (за кредити в лева) плюс надбавка, определена индивидуално в зависимост от размера, валутата, срока и обезпечението по искания кредит
Размер на кредита	Без ограничение в максималния размер, минимум 4 000 лева
Срок на погасяване	До 15 години
Гратисен период	Гратисен период - до 6 месеца
Обезпечение	Недвижимо имущество, транспортни средства, оборудване и гр., приемливо за банката

Уникредит Булбанк	Национален телефон: 0700 1 84 84 www.unicreditbulbank.bg
Заглавие	Стандартен инвестиционен кредит
Кредито-получатели	Юридически лица и еднолични търговци
Описание	За ново строителство, разширяване, реконструкция и придобиване на недвижима собственост за нуждите на бизнеса, със срок на усвояване до 12 месеца от датата на подписване на договора за Стандартен инвестиционен кредит и срок на издължаване до 10 години За покупка на машини и оборудване, със срок на усвояване до 6 месеца и срок на издължаване до 5 години за нови машини, оборудване и моторни превозни средства и до 3 години за употребявани За покупка на компютри, софтуер, лицензи и гр., със срок на усвояване до 3 месеца и срок на издължаване до 3 години
Условия	Минимум 20% от размера на кредитираната сделка При покупка на нови моторни превозни средства - минимум 10% от цената на придобиване
Размер на кредита	До 80% от стойността на одобрения за финансиране инвестиционен проект, без ДДС. Максималният размер на кредита се определя в зависимост от потенциала на клиента да обслужва задълженията си.
Срок на погасяване	Съобразно договорен погасителен план с честота на погасителните вноски от 1 до 3 месеца.
Гратисен период	До 12 месеца от датата на договора за кредит за ново строителство, разширяване, реконструкция и придобиване на недвижима собственост за нуждите на бизнеса и до 6 месеца за покупка на машини и оборудване, моторни превозни средства, компютри, софтуер, лицензи и гр.
Обезпечение	Кредитът може да бъде обезпечен с активи на кредитополучателя или трети лица, включително недвижими имоти, движими вещи, парични средства, ценности, ценни книжа, взаимни фондове, вземания от трети лица и гр., оформени съгласно законоустановената форма и рег Изисква се имуществена застраховка на обезпечението

	Обединена българска банка Национален телефон: 0700 117 17 www.ubb.bg	Първа инвестиционна банка www.fibank.bg
Заглавие	Кредити Бизнес енергия	Супер кредит за МСП
Кредитополучатели	фирми, свободни професии, занаятчии и земеделски производители	
Описание	За оборотни средства – оборотен срочен кредит, кредитна линия, овърдрафт За инвестиции – инвестиционен кредит	
Условия	Базисен Лихвен Процент на ОББ (в лева, евро или щатски долари) + надбавка от 1.8% до 4.8%	
Размер на кредита	до 100 000 лева	
Срок на погасяване	за инвестиционни кредити - до 10 години за оборотни средства - до 5 години	за оборотни средства - до 36 месеца, в това число в режим на овърдрафт до 12 месеца; за инвестиции - при обезпечение ипотека - до 7 години, в това число в режим на овърдрафт до 12 месеца.
Гратисен период		до 1 година
Обезпечение	недвижим имот, машини, транспортни средства, стоки – 150% от размера на кредита	ипотека върху жилищни сгради и търговски площи; материално обезпечение.

Използвана литература

Агенция за малки и средни предприятия, Как да започна и развия собствен малък бизнес?, 2003

Авторски колектив под ръководството на проф. д-р Димитър Каменов, Наръчник на начинаещия предприемач, „Издателство ИМН“ – Пловдив, 2007

Патрик Ленсони, Петте основни слабости при работа в екип, Изд. „Изток-Запад“, 2006, с. 207.

Зайлер, Ар., Маркетинг. Успешно реализиране в практиката – 2 том, ИЦТТ „Информа“, С., 1993

Изследване на Агенция ЕСАТ, 2006

Эванс, Дж. и Б.Берман, Маркетинг, М., 1989

Списание „Форбс“

Списание „Мениджър“

Hahn, Gerald J. (1989), "Statistics-Aided Manufacturing: A Look Into the Future", The American Statistician

Gibson, Krysta (2007). The Entrepreneur's Toolbox. Lulu.com

Kotler, P., Marketing Management, 6th ed., Prentice-Hall Inc., 1988

Nicholas Boothman, How to make people like you in 90 seconds or less

Peters, Tom (1999), "The Wow Project", Fast Company

Pincus, Aileen. "The Perfect (Elevator) Pitch". Businessweek

The Art of the Start. G. Kawasaki

Източници на допълнителна информация

Фондация „Каузи“ – www.kauzi.org

Единен информационен портал за Структурните фондове на ЕС – www.eufunds.bg

Вестник „Капитал“ – www.capital.bg

Вестник „Дневник“ – www.dnevnik.bg

Списание „Мениджър“ – www.manager.bg

Електронен сайт за учебни материали – www.pomagalo.com

Университет за национално и световно стопанство – www.unwe.acad.bg

Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски“ – www.uni-sofia.bg

Консултантска къща „Стратегии“ – www.strategies-bg.com

Българска мрежа на бизнес развитие – www.nbdn-bg.org/bg/business-incubator.html

CEED – www.ceed-bulgaria.org

Entrepreneur Magazine – www.entrepreneur.com

MIT Entrepreneurship Center – entrepreneurship.mit.edu

Quick MBA – www.quickmba.com

Wikipedia – <http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship>

„Едно е да искаш, друго е да можеш, а трето – да го направиш!“ – това послание ми подари дядо ми, когато отворих първия си офис. Може би е странно, но в очите му се четеше гордост. Тогава така и не можах да разбера какво точно иска да ми каже. Звучеше тривиално, но пък беше подарък от сърце. И аз го запазах.

Година след година поглеждам този надпис и все повече се убеждавам, че в него в синтезиран вид се съдържа истината за предприемачеството.

Самостоятелният бизнес изисква да си поставяш реалистични цели, правилно да оценяваш възможностите си, да взимаш бързи решения, обикновено под стрес, да носиш цялата отговорност и да не спираш да се развиваш. Да оцеляваш, да се доказваш всеки ден, да си нужен на клиентите и да запазваш своята пазарна ниша.

Звучи страшно. Начинание само за смелите.

Но пък няма нищо по-сладко от това да си СВОБОДЕН. Да разполагаш с времето си. Да получаващ обективна оценка за идеите и труда си. Да успееш.

ДА ПЕЧЕЛИШ.

Марина Стефанова,
основател на Консултантска къща „Стратегии“

Представяне на проекта	3
Екипът	4
Увог	6
I. Въведение в предприемачеството	7
Кой е предприемач?	7
Решение за стартиране на собствен бизнес	10
Какви са формите да започнеш собствен бизнес?	13
II. Планиране на бизнеса	14
Кратко описание на идеята за бизнес	14
Продукти/ услуги, пазари и конкуренция	15
Стратегия за маркетинг и продажби	19
Бизнес стратегия и ценности	21
Производство	23
Ключови рискове	25
Екип и управление на бизнеса	26
III. Юридическа регистрация на предприятието	27
Какви са стъпките на регистрация на една фирма?	28
Предмет на дейност	28
Регистрация на ЕТ	29
Регистрация на ООД/ЕООД	29
Регистрация на ЮЛНЦ	30
IV. Финансиране на бизнеса	31
Банков кредит	33
Финансиране чрез получаване на грант	34
Финансиране от бизнес ангел	35
Съхранение и управление на парите	37
Бизнес у дома	38
V. Как да представя своята идея?	39
Elevator Pitch	39
Приложение 1 Речник на термините	44
Приложение 2 Полезни контакти	48
Приложение 3 Грантови схеми	51
Приложение 4 Актуални условия за кредитиране	56
Използвана литература	61
Източници на допълнителна информация	61
Заклучение	62

Наръчник на младия предприемач
Step forward

©Издател: Фондация „Каузи“

Авторски колектив:

Марина Стефанова, Николай Георгиев,

Илияна Вълчева, Сребрина Ефремова

Дизайн и предпечат: „Рекламна къща Мека М“ ООД

Първо издание

Печатни коли 8

София, 2011 г.

ISBN 978-954-92792-1-4