



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД

Проект BG05M9OP001- 4.001- 0013
ИКТ в полза на стартиращи предприемачи
*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на
оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”,
съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз.*



НАРЪЧНИК

за стартиране на бизнес в България

2018 г.

Настоящият наръчник е подготвен в рамките на проект “Знания за предприемачество”, реализиран от Сдружение „Български икономически форум” в партньорство с Фондация Джакомо Румор - Център за производителност на Венето (Италия).

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на оперативна програма “Развитие на човешките ресурси”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд (ЕСФ).

Наръчникът е актуализиран в рамките на проект BG05M9OP001- 4.001- 0013 „ИКТ в полза на стартиращи предприемачи“, реализиран от Сдружение „Български икономически форум” в партньорство с Асоциация АРокка (Италия).

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на оперативна програма “Развитие на човешките ресурси”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд (ЕСФ).

Наръчникът е подготвен от “Евроконсултантс България С.А.” АД.
Наръчникът е актуализиран от Сдружение „Български икономически форум“

Редактори: Евгений Иванов, Георги Табаков, Кристина Златанова

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Въведение

2. Предприятията в България и в Европейския съюз

3. Десет основни стъпки за стартирането на бизнес

4. Основни елементи на бизнес плана

4.1. Структура на бизнес плана

4.2. Съдържание на бизнес плана

5. Правна рамка за правене на бизнес в България

5.1. Правни форми и процедури за създаване и стартиране на нов бизнес

5.2. Ликвидация и несъстоятелност

5.3. Третиране на инвеститорите

5.4. Обществени поръчки

5.5. Правила на конкуренцията

5.6. Покупка и отдаване под наем на имот

5.7. Права на интелектуалната собственост

5.8. Публично-частно партньорство

6. Счетоводство и одити

6.1. Счетоводство на фирмата и счетоводни стандарти

6.2. Одит на фирмата

7. Данъчно облагане

7.1. Данъчна система и данъчно облагане на бизнеса

7.2. Регистрация по ДДС

8. Трудово и осигурително законодателство

8.1. Политика по заетостта и основни въпроси от трудовото законодателство

8.2. Видове осигуровки на работодателите и наетите лица

9. Инструменти за финансиране на стартиращ бизнес

9.1. Банкова система

9.2. Европейски финансови инструменти

9.3. Национални програми за стимулиране на бизнеса

9.4. Инкубатори и бизнес ангели

10. Източници на информация

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Вече ти е омръзнало да работиш за някой друг? Не харесваш шефа си? Смяташ, че имаш идеи, които можеш да реализираш и от тях да изкараш добри пари? Настоящият “Наръчник за стартиране на бизнес в България” представя юридическа, счетоводна, данъчна и осигурителна информация, както и съвети за финансиране на всеки новостартиращ бизнес. Въпреки че са положени всички усилия текстът в него да бъде верен и актуален, съветваме те да не вземаш бизнес решения само и единствено на база на настоящата публикация. По-скоро тя служи за ориентир на стъпките, които всеки, който има предприемачески дух, следва да извърви, за да постигне устойчивост на фирмата си.

Основните въпроси преди стартирането на бизнеса, които трябва да си зададеш, са следните:

1. Защо стартирам бизнес?
2. Къкъв бизнес искам?
3. Кой е моят идеален клиент?
4. Какви продукти или услуги ще предлага моят бизнес?
5. Готов ли съм да инвестирам пари и време, за да стартирам бизнеса си?
6. Кое различава бизнес идеята ми и продуктите или услугите, които ще предлагам от останалите на пазара?
7. Къде ще бъде разположен бизнесът ми?
8. От колко души персонал се нуждая?
9. От какви доставчици имам нужда?
10. Колко пари ми трябват, за да започна?
11. Трябва ли ми заем, за да започна да работя?
12. След колко време ще са на пазара продуктите или услугите ми?
13. След колко време ще започна да печеля?
14. Каква е моята конкуренция?
15. На каква цена ще продавам продуктите или услугите си в сравнение с конкуренцията?
16. Каква ще бъде правната форма на моя бизнес?
17. Какви данъци ще трябва да плащам?
18. От какъв вид застраховки се нуждая?
19. Как ще управлявам бизнеса си?
20. Как ще рекламирам бизнеса си?

Отговорите на горните въпроси ще ти дадат поне груба представа дали предприемачеството е за теб и склонен ли си да рискуваш, за да успееш. Ако установиш, че не знаеш отговора на повече от половината въпроси, но все пак си мотивиран да продължиш, значи има шанс да си успешен предприемач. В течение на времето обаче, трябва да потърсиш решения на неотговорените по-горе предизвикателства, за да знаеш какво трябва да направиш, по този начин повишавайки шансовете си за успех в дългосрочен план, като само така ще бъдеш един от успешните предприемачи и няма да попаднеш в групата на много повечето други, които са се отказали.

Редица хора стартират бизнеса си спонтанно, като решават да приложат на практика идея, която смятат, че ще бъде успешна, инвестирайки време и средства в нейната реализация. Не след дълго се убеждават, че са направили грешни стъпки още в

самото начало, които са предопределили крайния резултат – неизбежно прекратяване на дейността на фирмата, а най-често и финансови загуби.

Трудностите обаче не бива да те спират – предприемачеството е начин на живот. Не всеки е склонен да замени спокойствието си с поемането на риск. Който веднъж се е убедил, че може сам да си бъде шеф, много трудно, колкото и да му струва това, е склонен да се върне обратно сред редовите служители.

Този наръчник не е за хората, които не искат да работят – той е за теб, който ще успееш и имаш нужда от първоначална информация и подкрепа, за да поставиш солидно начало на бизнеса си.

Знаеш ли, че:

- Първата българска фабрика е създадена от Добри Желязков-Фабрикаджията (1800-1865 г.) през 1834 г. в гр. Сливен
- Населението на България според преброяването през 2011 г. е било 7 364 570 души, от които в работоспособна възраст (между 15 и 64 години) са били малко над 5 милиона души. В края на 2017 г. според НСИ, населението на страната е намаляло до 7 050 034. От тях само 4 248 503 са в трудоспособна възраст.
- Правната възможност за съществуването на съвременните фирми се въвежда с Указ №56 за стопанската дейност (обн., ДВ, бр. 4 от 1989 г.), издаден на 9 януари 1989 г., като съвременният Търговски закон влиза в сила на 1 юли 1991 г.
- Преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ) са един от основните показатели за качеството на бизнес климата във всяка страна. През 2007 г. България е привлякла рекордните над 9 милиарда евро преки чуждестранни инвестиции, а за периода 2006-2008 г. – общо над 22 милиарда евро. За периода 2010 – 2017 г., от друга страна, тази цифра е в пъти по-малка. За последните 8 години, България е привлякла общо едва 11 млрд. евро преки чуждестранни инвестиции.

2. ПРЕДПРИЯТИЯТА В БЪЛГАРИЯ И В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Преди да стартираш дейността си, е добре да знаеш колко фирми има в страната, какво е състоянието в Европейския съюз и какво се прави в подкрепа на бизнеса. Тези данни помагат за правилната ориентация по отношение на конкуренцията и потенциалните партньорства, които може да се изградят.

През 2016 г., в България е имало регистрирани около 405 000 фирми, като преобладаващата част от тях са микро-, малки и средни предприятия (МСП). Най-много, с дял от 92,6%, са микро предприятията с персонал до 9 души. Средно, едно МСП разполага с персонал от около 4 човека. Големите фирми (с персонал над 250 души) са малко над 700, като наемат средно по 743 души.

Таблица 1. Основни данни за активните предприятия в България (2016 г.)

Вид предприятие	Бр. предприятия		Заетост		Добавена стойност	
	Бр.	Дял, %	Бр.	Дял, %	Млрд. евро	Дял, %
Микро	375 123	92,6	676 993	31,4	5	20,15
Малки	24 500	6,1	485 206	22,5	5	20,15
Средни	4 586	1,1	453 068	21,0	5,7	23,0
МСП	404 209	99,8	1 615 267	74,9	15,7	63,3
Големи	728	0,2	541 244	25,1	9,1	36,7
ОБЩО	404 937	100,00	2 156 511	100,00	24,8	100,00

Източник: НСИ и Евростат

Дефиниция за малко и средно предприятие:

Малките и средните предприятия могат да получат редица преференции. Затова, е добре да знаеш твоето предприятие какво е. Категорията „малко и средно предприятие” се регламентира от Закона за малките и средните предприятия (Обн., ДВ, бр. 84 от 24.09.1999 г.). Два типа са критериите за определяне на вида предприятие: брой на персонала и финансов критерий (годишен оборот или стойност на активите). Необходимо е предприятието да отговаря едновременно и на двата критерия, за да може да се ползва със статут на МСП.

Таблица 2. Критерии за определяне на категорията малко и средно предприятие

Категория предприятие	Брой персонал	Годишен оборот, лв.	Обща стойност на активите, лв.
Микро	<10	≤ 3 900 000	≤ 3 900 000
Малко	<50	≤ 19 500 000	≤ 19 500 000
Средно	<250	≤ 97 500 000	≤ 84 000 000

От гледна точка на конкуренцията и наситеността на пазарните ниши с икономически субекти, следва да имаш предвид, че в България най-много предприятия са регистрирани в секторите “Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети” (35,3% от всички), “Професионални дейности и научни изследвания”, включващ юридически и счетоводни дейности, консултантски дейности, архитектурни и инженерни дейности,

научно-изследователска и развойна дейности, рекламна дейност и проучване на пазари, и т.н. (11,1%), “Преработваща промишленост” (7,9%), “Хотелиерство и ресторантьорство” (6,8%) и др. В тези сектори вероятно има най-много работа, но и конкуренцията е най-голяма.

Таблица 3. Брой на регистрираните нефинансови предприятия по групи според броя на заетите в тях лица и икономически дейности (2016 г.)

Икономически дейности	Общо	Дял в %	Групи предприятия според броя на заетите лица			
			до 9	10 - 49	50-249	250+
Общо	404 937	100,0	375 123	24 500	4 586	728
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	142 830	35,3	135 518	6 488	753	71
Професионални дейности и научни изследвания	44 749	11,1	43 577	1 044	112	16
Преработваща промишленост	31 962	7,9	24 541	5 451	1 696	274
Хотелиерство и ресторантьорство	27 456	6,8	24 935	2 207	293	21
Операции с недвижими имоти	23 635	5,8	23 171	431
Транспорт, складиране и пощи	23 006	5,7	21 091	1 624	244	47
Строителство	20 533	5,1	17 741	2 299	459	34
Селско, горско и рибно стопанство	19 908	4,9	18 130	1 636	132	10
Хуманно здравеопазване и социална работа	13 847	3,4	12 957	599	222	69
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	13 063	3,2	11 951	871	199	42
Административни и спомагателни дейности	11 323	2,8	10 133	905	225	60
Култура, спорт и развлечения	5 555	1,4	5 191	294	62	8
Образование	3 499	0,9	3 347	130
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	1 871	0,5	1 740	88	26	17
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	872	0,2	623	145	63	41
Добивна промишленост	407	0,1	277	82	34	14
Други дейности	20 421	5,0	20 200	206

Източник: Национален статистически институт

Бележки: “..” Конфиденциални данни

Важно е да имаш предвид, че не всички регистрирани предприятия оперират на пазара. Част от тях не функционират по различни причини или дейността им е временно замразена. От посочените в горната таблица фирми, действително работят около 80-85%.

От гледна точка на районите от ниво 2 (NUTS II¹), в България има 6 такива:

- Югозападен с области: Област София, Софийска, Кюстендил, Благоевград и Перник.

¹ Nomenclature of territorial units for statistics – номенклатура на териториалните единици за статистически цели.

- **Южен централен** с области: Пазарджик, Пловдив, Смолян, Хасково и Кърджали.
- **Югоизточен район** с области: Стара Загора, Сливен, Ямбол и Бургас.
- **Североизточен** с области: Варна, Добрич, Търговище и Шумен.
- **Северен централен** с области: Велико Търново, Габрово, Русе, Разград и Силистра.
- **Северозападен** с области: Видин, Враца, Монтана, Плевен и Ловеч

Най-много фирми са регистрирани и действат в Югозападен район – над 39% от всички, следван от Южен централен район – 17,4%, Югоизточен район – 14,2% и Североизточен район 13,2%). Най-малко фирми има в Северен централен район – 8,9% и Северозападен район – 7,1%.

Статистически райони NUTS II	Общо	Дял в %	Групи предприятия според броя на заетите лица			
			до 9	10 - 49	50-249	250+
Общо за страната	404 937	100,0	375 123	24 500	4 586	728
Югозападен	158 286	39,1	146 754	9 407	1 787	338
Южен централен	70 525	17,4	65 131	4 424	852	118
Югоизточен	57 556	14,2	53 684	3 238	553	81
Североизточен	53 634	13,2	49 849	3 145	562	78
Северен централен	36 030	8,9	33 028	2 436	493	73
Северозападен	28 906	7,1	26 677	1 850	339	40

Малките и средни предприятия са винаги във фокуса при формирането на икономическите и индустриални политики на Европейския Съюз. Европейската комисия счита МСП и предприемачеството за ключов фактор за постигане на икономически растеж, и напредък в иновациите, създаването на работни места и социалната интеграция в ЕС.

По последни данни на Евростат, в края на 2015 г. в Европейския съюз работят около 23,5 милиона фирми, от които над 99% са микро-, малки и средни. Най-много фирми са работели в Италия – над 3,6 млн., следвана от Франция (2,9 млн.), Испания (2,5млн.), Германия (2,4млн.), Обединеното кралство (1,9 млн.), Полша (1,6млн.).

Въпреки огромният дял на МСП в ЕС, те отговарят за 2/3 от заетостта (около 90 милиона работни места) и за около 57% от брутната добавена стойност (малко над 4 трилиона евро). Много важен е фактът, че през последните години над 85% от новите работни места се генерират от сектора на МСП. Европейската комисия многократно обръща внимание на значението на МСП като гръбнак на европейската икономика и предприема редица мерки за тяхното насърчаване и развитие.

„Мисли първо за малките!“ „Small Business Act“ за Европа

В подкрепа на развитието на малките и средните предприятия, Европейската комисия приема през юни 2008 г. т.нар. „Small Business Act“ (SBA) за Европа („Мисли първо за малките!“). Както се посочва в документа, “В основата на европейския SBA е залегнало убеждението, че постигането на възможно най-подходящите рамкови условия за МСП зависи преди всичко от признанието за предприемачите от обществото. Общата обстановка в обществото следва да води отделните лица до

извода, че възможността да учредят собствено предприятие е привлекателна, както и да отчита обстоятелството, че МСП допринасят съществено за повишаване на заетостта и икономическото благосъстояние. Поради това, като ключов принос за постигането на благоприятна среда за МСП следва да се промени възприятието за ролята на предприемача и за поемането на риск в ЕС: Предприемачеството и свързаната с него готовност за поемане на рискове следва да се приветства от политическите лидери и медиите и да се подпомага от административните органи. Създаването на благоприятни условия за МСП следва да се превърне в обща политика, основана на убеждението, че правилата трябва да зачитат мнозинството от тези, които ще се ползват от тях: принципът „Мисли първо за малките!“.

Поради това „Small Business Act“ има за цел да подобри цялостния политически подход към предприемачеството, да заложи необратимо принципа „Мисли първо за малките!“ в процеса на взимането на решения, от нормативната дейност до дейността на публичната служба и да насърчава растежа на МСП като им помага да разрешават оставащите проблеми, които пречат за развитието им.”

В рамките на SBA се приема система от 10 ръководни принципа за планирането и прилагането на политиките, както на равнището на ЕС, така и на равнището на държавите-членки:

1. Да се създаде среда, в която предприемачи и семейни предприятия могат да преуспяват и предприемчивостта се възнаграждава.
2. Да се гарантира, че честните предприемачи, които са били обявени в несъстоятелност, ще получат бързо втори шанс.
3. Да се изготвят разпоредби в съответствие с принципа „Мисли първо за малките“
4. Да се създаде готовност от страна на държавните администрации да откликват на нуждите на МСП.
5. Да се приспособят механизмите за провеждане на публичната политика към нуждите на МСП: да се улесни участието на МСП в процедури по възлагане на обществени поръчки и да се използват по-добре възможностите за държавна помощ по отношение на МСП.
6. Да се улесни достъпът на МСП до финансиране и да се развие правна и икономическа среда, която спомага навременните плащания по търговските сделки.
7. Да се помага на МСП да се възползват в по-голяма степен от възможностите, които предлага единният пазар.
8. Да се насърчава усъвършенстването на уменията в МСП, както и всички форми на иновация.
9. Да се създаде възможност за МСП да превърнат предизвикателствата на околната среда във възможности.
10. Да се насърчават и подпомагат МСП да се възползват от растежа на пазарите.

Ето и някои конкретни мерки предприети от Европейската комисия за подкрепа на МСП сектора:

- Насърчаване на предприемачеството:

Комисията насърчава предприемачеството чрез така наречения [Entrepreneurship Action Plan](#), който има за цел да подпомага обучението на предприемачи, и да предоставя инструменти за вдъхновяване на нови предприемачи. Още за насърчаване

на предприемачеството виж тук https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship_en

- Подобряване на достъпа до нови пазари и интернационализация на МСП:

Комисията иска МСП да могат да разчитат на „приятелска“ бизнес среда и да се възползват максимално от трансграничните дейности както в рамките на Общия пазар, така и извън ЕС. Повече информация за интернационализацията виж тук: [SME internationalisation](#).

- Улеснен достъп до финанси:

Достъпът до финансиране е сред най-належащите проблеми за много МСП. Комисията работи за подобряване на финансовата среда за МСП и предоставя информация за съществуващите възможности за намиране на средства. Също така, *Директивата за забавянето на плащания* (The Late Payment Directive) засилва правата на бизнеса за бързо изпълнение на дължимите плащания. Повече за достъпа до финансиране, виж тук: [access to finance](#).

- Подкрепа за [конкурентоспособността](#) и [иновациите](#)

- Предоставяне на мрежа за подкрепа и информация за МСП:

- [Your Europe Business Portal](#) – практичен наръчник за правене на бизнес в Европа. Освен информация има и интерактивни услуги за МСП
- [Enterprise Europe Network](#) – помага на МСП и предприемачите при достъпа до информация за пазарите, преодоляването на законодателни пречки и за намирането на потенциални бизнес-партньори в рамките на Европа.
- [SME Internationalisation support](#) – страница, която предоставя информация за чуждите пазари и подпомага МСП при интернационализацията на техните дейности.
- [portal on Access to Finance](#) – подпомага МСП при намирането на финансиране по механизми, финансирани от ЕС.

- Подкрепа за стартапите и скейл-ъпите (start-ups and scale-ups)

Инициативата на Комисията, наречена '[Start-up and scale-up initiative](#)', има за цел да даде на множеството европейски иновативни предприемачи да превърнат своите начинания във водещи световни компании. Тази инициатива събира в едно всички настоящи възможности, осигурени от ЕС, и добавя нов фокус върху венчър инвестициите, законодателството за несъстоятелност, данъчното облагане и още много.

3. ДЕСЕТ ОСНОВНИ СЪТЪПКИ ЗА СТАРТИРАНЕТО НА БИЗНЕС

След като вече си твърдо убеден, че искаш да започнеш собствен бизнес, познаваш състоянието на фирмите в страната и в Европейския съюз, по-долу са представени основните стъпки, които следва да се извървят:

1. Избор на мястото за бизнеса
2. Подготовка на Бизнес модел и на Бизнес план
3. Определяне на правната форма на фирмата
4. Откриване на банкова сметка
5. Регистриране на фирмата
6. Получаване на единен идентификационен код
7. Регистрация в данъчните служби
8. Получаване на лицензи и разрешителни за дейността
9. Финансиране на бизнеса
10. Поемане на отговорностите на работодател

Първата стъпка е да решиш къде ще развиваш дейността на фирмата, което ще определи и нейното седалище. Дали ще бъде в един град или в цялата страна, дали ще оперираш на местния пазар или ще изнасяш продукти/услуги извън граница, са някои от факторите, които следва да вземеш предвид. Най-често предприемачите създават фирмата в населеното място, в което живеят, след което започват нейното разширяване в други населени места.

Втората стъпка е свързана с разработването на твоя Бизнес модел и след това подготовката на Бизнес план (обикновено за период от 3 години).

Тази стъпка е изключително важна за бъдещето на твоя бизнес.

Представи си, че строиш къща. За да изградиш стабилна конструкция, ти трябва здрави основи. Те ще направят постройката ти устойчива на времето и външните фактори, като заедно с това ще ти дадат възможност да правиш бъдещи подобрения. **Бизнес моделът** е същото за твоя бизнес - **основите**, върху които той е изграден. Колкото по-добре структурираш **бизнес модела** си, на толкова по-устойчив и перспективен бизнес ще се радваш. Ще можеш и постоянно да го надграждаш и усъвършенстваш.

Бизнес моделът описва начина, по който дадена организация създава, доставя и генерира стойност. Приложим е както за стартиращи организации, така и за фирми с установен и дългогодишен бизнес. Бизнес моделът на всяка организация може да бъде подреден и описан в 9 секции чрез **канава (шаблон) на бизнес модел**. Тя е табличен образец, обединяващ основните елементи на бизнес модела. Помага да визуализираш, структурираш, анализираш, адаптираш и развиваш модела си.

Бизнес-планът е картата, която следваш за да се предвижиш от точка А до точка Б. Той ще ти даде първоначална идея за това от къде тръгваш, в каква ситуация се намиращ, с какво разполагаш. В бизнес-плана ще изчислиш, например, разходите, които са необходими за стартиране на дейността (за закупуване на машини и оборудване, материали, консумативи и т.н.) и за оперативната дейност (наем на офис, възнаграждения на персонала, социално и здравно-осигурителни плащания и др.). В него ще направиш и прогнозите за приходите, които се очакват от дейността на фирмата.

Естествено е в един момент приходите да започнат да надхвърлят разходите, за да се генерира печалба (каквато е основната цел на всеки предприемач) – въпросът е

колко време ще мине преди това да се случи. Бизнес планът ще ти даде представа и за първоначалните средства, с които трябва да разполагаш, за да започнеш дейността и възможните начините, по които да ги финансираш. Основните елементи на Бизнес модела и Бизнес плана са разгледани по-подробно в следващата глава.

Третата стъпка е свързана с определянето на правната форма на фирмата – дали ще бъдеш едноличен търговец, дали ще създадеш дружество с ограничена отговорност, акционерно дружество или друго, зависи от това дали разполагаш с (искаш да имаш) партньори или предпочиташ сам да носиш цялата отговорност за бизнеса, съответно да получаваш цялата печалба от дейността.

Четвъртата стъпка е откриването на банкова сметка. Тя бива два вида – преди регистрацията на дружеството се открива т.нар. “набирателна сметка”, която е задължително условие за регистрация на дружеството и в нея се внася учредителния капитал на дружеството, в зависимост от стойността му (от минимум 2 лв. за ООД до минимум 50 000 лв. за АД). След регистрацията на дружеството набирателната сметка се закрива, като се открива нова – разплащателна сметка.

През набирателната сметка не могат да се извършват плащания или да постъпват средства по търговски сделки. Титуляр по сметката е все още неучреденото юридическо дружество. За откриването и поддържането на сметката, а впоследствие, за нейното закриване, се събират такси и комисиони съгласно тарифата на съответната банка за клиенти. Някои от банките начисляват лихва върху внесената сума по капитала за периода, в който средствата са били по сметката.

Необходимите документи за откриване на набирателната сметка са следните:

- Искане за откриване на банкова сметка
- Спесимен от подписите на лицата, които имат право да се разпореждат с парите по сметката от името на фирмата
- Актът, с който са оправомощени лицата, които да се разпореждат с парите по сметката
- Копия от личните карти на лицата, оправомощени да се разпореждат с парите по сметката
- Протокол за учредяване на дружеството
- Съответният учредителен акт, както и документ, от който е видно кои лица са избрани за управители/управителен орган на дружеството, ако не са посочени в протокола/учредителния акт

След излизането на решението за регистрация на търговското дружество (*вж. стъпка шест*), трябва отново да отидеш до банката, да закриеш набирателната сметка и да сключиш договор за откриването на разплащателна сметка на дружеството (средствата от набирателната сметка може да се изтеглят на каса или да се прехвърлят в новосъздадената разплащателна сметка). Средствата за заплащане на такса за откриване на сметката са вече минимални при повечето банки – под 2 лв. Добре е да сравниш месечните такси за поддържане на сметката, както и стойността за всеки превод – ето тук може да има различия между банките. Повечето банки имат изискване и за наличие на минимална сума по сметката, която може да достигне няколко стотин лева. Разплащателна сметка може да се открие в повечето основни валути (напр. лева, щатски долари, евро, швейцарски франкове, британски лири и др.), като по нея можеш да получаваш и нареждаш плащания, свързани с ежедневния ти бизнес.

Ако решението за регистрация получи отказ, набирателната сметка може да се използва за повторно входиране на документите, ако няма промяна в основните

обстоятелства, като наименование на дружеството, съдружници и др. Ако регистрацията отново получи отказ и се престъпи към закриване на набирателната сметка, внесената сумата на капитала се тегли на каса.

Пета стъпка - регистрация на фирмата.

Това вече става сравнително бързо и лесно в Търговския регистър към Агенцията по вписванията (юридическо лице може да бъде регистрирано за не повече от 5 работни дни). На интернет страницата на Агенцията (www.brra.bg) са описани подробно всички подробности, а също така, има и образци на всички необходими документи. Там са посочени и адресите на всяко едно от териториалните звена на Агенция по вписванията в страната.

За регистрацията има два варианта – да я направиш сам или да наемеш адвокат/счетоводител. В първия случай, заплащаш само държавните такси, събирани от Агенцията по вписванията, както и някои други допълнителни разходи, напр. нотариални такси и банкови такси за издаване на документи (не повече от 20-30 лв. за ООД). Във втория случай цената е около 250-400 лева, като зависи от вида на дружеството, което искаш да регистрираш (за едноличен търговец цената е най-ниска, а за акционерно дружество – най-висока, като може да достигне до 1 000 лв. или повече). Регистрацията може да се извърши и по електронен път, като за целта е необходимо наличието на валиден електронен подпис.

Таблица 5. Държавни такси за вписване в търговския регистър (към 2018 г.)

Вид фирма	На хартиен носител	По електронен път
	Вписване в ТР, лв.	Вписване в ТР, лв.
ЕТ	30	15
ООД	110	55
ЕООД	110	55
КД	100	50
СД	100	50
АД (ЕАД)	360	180
Кооперация*	0	0
Клон на чуждестранно лице	340	170

Позаявление за

Запазване на фирма или наименование се събира такса в размер на 40лв., а когато е по електронен път таксата е 20 лв.

Източник: Агенция по вписванията (юли 2018 г.)

Шестата стъпка е получаването на единен идентификационен код. След регистрацията на фирмата, от Агенцията по вписванията ще получиш временно удостоверение за единен идентификационен код (ЕИК), което е валидно за срок от 1 месец. В края на този срок следва да посетиш отново Агенцията, за да получиш пластмасова карта за идентификация на ЕИК. С временното удостоверение следва да посетиш някоя книжарница или специализиран магазин за офис консумативи, за да поръчаш направата на печат на фирмата (добрите автоматични печати струват между 25 и 40лв.).

След получаването на печата, трябва да посетиш обслужващата те банка, да закриеш набирателната сметка и да откриеш разплащателна такава (*вж. стъпка четири*).

ИНТЕРЕСНО: По инерция министерства, ведомства, държавни и частни юридически лица изискват търговците да полагат своя фирмен печат върху

всевъзможни документи. Нормативната уредба го допуска, но не е задължително, а в някои случаи е направо незаконно. Чиновническият рефлекс и бюрокрацията често надхвърлят установените търговски практики, затруднявайки бизнеса и създавайки повече опасности, отколкото сигурност.

Удостоверяването на документи с полагане на фирмен печат е масова практика. Но е право, а не задължение за бизнеса. Задължителното ползване на печат е уредено единствено в Закона за държавния печат и националното знаме на Република България, който не засяга действията на фирмите. Възможността да ползват печат е уредена обаче още в половинвековния Указ № 612 на Президиума на Народното събрание от 26 август 1965 г. за печатите. Той е променян през годините с укази и със закон.

Право на обикновени печати и щемпели имат всички учреждения, предприятия и организации, представляващи юридическа личност, и техните поделения, а физическите лица имат право да ползват само щемпели. Формата и съдържанието на обикновените печати и щемпели се установява от субектите, които ги ползват, като е забранено да носят изображението на държавния герб.

Обикновените печати и щемпели трябва да се завеждат в регистри от изработващите ги предприятия, а документите, въз основа на които са изработени печатите, трябва да се пазят в срок от пет години.

Указът за печатите не посочва правната сила на печата на обикновения печат и не предвижда хипотези за задължителното му ползване. За вписване на обстоятелствата и обявяване на актовете в Търговския регистър също не се поставя условие за подпечатване и представяне на образец на печат на дружеството. Търговецът е длъжен да посочи в търговската си кореспонденция и в интернет страницата си (ако има такава) фирмата, седалището и адреса на управление, ЕИК и банковата сметка. Няма и специални закони, които да регламентират ползването на фирмени печати като условие за придаване на удостоверителна сила на издаваните от търговците документи. Законите за счетоводството, за митниците, данъчните закони и други не поставят това условие.

В този смисъл е и съдебната практика, която приема еднозначно, че печатът не е задължително условие за легитимация на търговските дружества, не е задължителен реквизит на издаваните от тях документи, не променя юридическата им сила и не поражда допълнителни правни последици. Договорите между юридически лица - търговци, може да бъдат със или без печат и това е въпрос на решение на страните. Обикновените печати са нещо като визитни картички, които всеки може да оформи и поръча по свой избор. Както не могат да ви откажат обслужване, защото не си носите визитка, така и не могат да го направят и поради липса на фирмен печат - както положен, така и изработен.

В реалния оборот обаче както публични, така и частни юридически лица продължават да държат на фирмения печат по аналогия с държавния. Частните банкови институции имат различна вътрешна политика в тази насока - някои не изискват фирмен печат за управление на банковите сметки, други дават избор на клиентите си, трети не само изискват печат при откриването на сметка, но и задължават търговците да полагат печата при извършване на всякакви разпоредителни действия със средствата по нея. В тези случаи подтекстът е, че фирмите без собствен печат са със съмнителна легитимност. Нещо, което споделят и много от контрагентите им, за които неподпечатаната фактура е абсолютно неприемлива като удостоверяване на плащането. **Факт е обаче, че банките имат свободата да изискват фирмен печат като част от договарянето с клиента, а той може да приеме или не това условие.**

"Заслугата" за институционализирането на фирмения печат е най-вече на данъчната и митническата администрации, които налагат ползването им със самите формуляри, които търговецът е длъжен да ползва. В тях е обозначено място с надписи "Подпис" и "Печат", като неполагането на който и да било от тези реквизити води до отказ за приемане на документа. Това важи за формулярите за регистрация по ЗДДС, при искане за издаване на удостоверение, при подаване на годишна данъчна декларация и т.н. Да отидете до данъчното без печат е като да отидете на война без оръжие, защото е безполезно да цитирате закона. Обичайна практика на НАП е да го заобикаля с вътрешни указания, които понякога тълкуват превратно или изопачават напълно съдържанието му. **Ако стигнете обаче до съд, печатът или липсата на такъв няма да ви помогне в доказването на права.**

Оскъдната регламентация и липсата на изисквания за изработка на фирмените печати създават несигурност и възможности за злоупотреби чрез имитации и технически подправки. Да се разчита на оригиналност и автентичност на печата е риск, който търговци и чиновници разпределят поравно и неутрализират със собствени усилия. Фирми и сайтове предлагат експресна изработка на всевъзможни по вид, размери, форма и цвят печати, приемайки поръчки онлайн и предлагайки куриерска доставка. Някои производители обещава ефикасна защита на фирмените документи въз основа на конкретната технология. Има и такива, които изискват от клиента актуално състояние и удостоверение от Агенцията по вписвания за дружеството в оригинал, упражнявайки своеобразен частен контрол върху неговата легитимност. Не е ясно обаче водят ли производителите свои регистри и контролира ли ги държавата съгласно Указа за печатите.

Седмата стъпка е регистрацията в Националната агенция по приходите (НАП). Тя се извършва служебно - след регистрацията на юридическото лице в търговския регистър автоматично следва данъчната му регистрация. Ти не е необходимо да правиш нищо.

Съответната компетентна териториална дирекция на Националната агенция за приходите по седалището на лицето служебно вписва необходимите данни за търговеца в своя регистър. Служебно вписване на данни в регистъра, извън подлежащите на вписване данни от търговския регистър, съответно от регистър БУЛСТАТ (приложим за неправителствени организации, дружества по Закона за задълженията и договорите и др.), се извършва с протокол въз основа на вписвания в други официални (публични) регистри или извършени констатации след проверка на орган по приходите. При промяна на обстоятелства, вписани в търговския регистър, те служебно се отразяват и в данъчния регистър.

За търговските дружества (ООД, АД и др.) компетентната дирекция, където се извършва регистрацията, е териториалната дирекция (ТД) на НАП по седалището на дружеството, докато за едноличните търговци е ТД на НАП по постоянен адрес на физическите лица.

Осмата стъпка, която в редица случаи е и най-сложната, е получаването на лицензи и разрешителни, както и постигането на съответствие спрямо приложимото законодателство за дейността. В зависимост от конкретния вид дейност, който ще извършваш, в редица случаи е необходимо получаването на специфични секторни лицензи или разрешителни. В този случай следва да се има предвид както националното законодателство, така и нормативната база на ниво община, напр. съответната Наредба за реда и условията за извършване на търговска дейност на територията на общината, която въвежда допълнителни изисквания.

В [Регистъра на административните услуги](#) може да се види, че в страната има над 2000 режима. Различни асоциации на бизнеса твърдят, с много голямо основание, че първо това е огромно количество за България второ, че наличието на толкова много лицензионни и разрешителни режими затруднява бизнеса и трето, че дори някои от тези режими са незаконни.

Някои от най-често срещаните лицензи и разрешителни (вкл. категоризация) са следните:

I. Лицензи (част от най-често срещаните лицензионни режими):

- Лиценз за обществен превоз на пътници и товари
- Лиценз за извършване на туроператорска или туристическа агентска дейност
- Лиценз за производство на оптични дискове или матрици за тяхното производство
- Лиценз за управление на данъчен склад
- Лиценз за извършване на безмитна търговия
- Лиценз за търговия на едро и дребно с ветеринарномедицински продукти
- Лиценз за употреба на ветеринарномедицински продукти
- Лиценз за предоставяне на социални услуги за деца до 18 години
- Лиценз за фондова борса; организатор на неофициален пазар на ценни книжа; инвестиционен посредник
- Лиценз за извършване на оценяване на съответствието на инвестиционните проекти
- Лиценз за упражняване на строителен надзор
- Лиценз за частна охранителна дейност
- Лиценз на лицата, които внасят, продават, разфасоват и опаковат продукти за растителна защита с търговска цел или извършват растителна защитни услуги и др.

II. Регистрации и разрешителни:

- Регистрация за извършване на таксиметров превоз на пътници и разрешение за таксиметров превоз, издадено от кмета на общината
- Разрешение за производство, внос и търговия с тютюневи изделия
- Разрешение за търговска дейност с отпадъци от черни и цветни метали, които нямат опасни свойства
- Разрешение за внасянето, изнасянето и транзитът на отпадъци през територията на Република България
- Разрешение за производство на всички видове лекарствени продукти, на активни вещества, използвани като изходни материали, и на лекарствени продукти, предназначени за клинично изпитване
- Разрешение за извършване на периодични прегледи за проверка на техническата изправност на пътни превозни средства и др.

III. Категоризация:

- Категоризация на средствата за подслон, места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, туристически хижи и заведения за хранене към тях.

В зависимост от конкретния вид бизнес, който планираш да правиш, следва да провериш внимателно дали и какъв е режимът за регистрация или за получаване на

лиценз. За повечето дейности има редица законови изисквания по отншения на дейността, които следва да се спазват.

Пример: Ето какво ще намерите като обобщение, насочено към бизнеса по отношение на храните, на страницата на създадената в началото на 2011 г. [Българска агенция по безопасност на храните](#):

КОНТРОЛ НА ХРАНИТЕ

„Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) следи за спазването на изискванията към храните, мерките и условията за осигуряване хигиена на храните и тяхната безопасност. Контролира опаковането, етиктирането, представянето, включително и рекламирането на храните.

Нейна задача е да следи за спазването на изискванията към всички етапи на производство, преработка и дистрибуция на храни. Определя условията и реда за производство и търговия с храни, посочва правата и задълженията на лицата, които произвеждат или търгуват с храни.

Внос на биологични продукти

От 19 октомври 2017 г. вносът на биологични продукти се сертифицира само по електронен път. Новата система за електронно сертифициране TRACES ще подобри контролът върху вноса на биологични продукти. Непрекъснатият достъп до тази система доказано улеснява търговията, като дава възможност на търговските партньори и компетентните органи да получават лесно информация за движението на стоките и ускорява административните процедури. Презентация на тема “Е-сертификация в TRACES” можете да намерите тук (22.11.2017г.).

Компетентен орган за територията на Република България е БАБХ. От 01.04.2017 г. Областните дирекции по безопасност на храните (ОДБХ), на чиято територия се намира пункта за въвеждане (митническото бюро) са отговорни за извършването на контрола. Определени са длъжностни лица от отделите „Контрол на храни“ при ОДБХ, които да извършват проверка на пратките (документална, идентификационна и физическа) и заверка на сертификата за инспекция. Списък на ОДБХ и адреси и телефони за контакт можете да намерите тук (22.11.2017г.).

Изисквания при опаковане и етиктиране

При опаковането на храни трябва да се използват само материали и предмети, включително активни материали и предмети, произведени в съответствие с добра производствена практика. При нормални и предвидими условия за употреба опаковките не трябва да пренасят в храната свои съставни части в количества, които представляват опасност за човешкото здраве или водят до неприемливи промени.

Етиктирането, представянето и рекламирането на материали и предмети, предназначени за контакт с храни, не трябва да заблуждават потребителите.

При етиктирането на храната е необходимо да се изписват данни за наименованието, под което храната се продава, списък на съставките на храната и количество на някои от тях, количествено съдържание на генетично модифицирани организми и уникалният им код, срокът на трайност на храната и условията, при които трябва да се съхранява, нетното количество на предварително опакованите в отсъствие на потребителя храни, име/ фирма, седалище и адрес на производителя или на лицето, което пуска храната на пазара, държавата на произход при храни от внос, маркировка за обозначаване на партидата, към която принадлежи храната, указания за употреба, ако е

необходимо, както и действителното обемно алкохолно съдържание за напитки, съдържащи повече от 1,2 % vol.

Изисквания при транспорт на храни

Превозните средства и/ или използваните съдове и контейнери за транспорт на храни трябва да бъдат поддържани чисти, в добро състояние и да предоставят условия, които не позволяват замърсяване на храните, и при необходимост да се конструират по начин, който да позволява почистването и/ или дезинфекцията им.

Забранено е съдовете, отделенията на превозни средства и/ или контейнерите да се използват за транспорт на други стоки, освен храни, когато това може да доведе до замърсяване на храните.

Храни в насипно състояние, във вид на течности, гранули или прахообразна форма се транспортират в съдове, контейнери, танкери или цистерни, специално предназначени за транспорт на храни. Те трябва да се означават с ясен, четлив и неизтриваем надпис на български език, че са предназначени за транспорт на храни или носят обозначителен надпис: „само за храни”.

Изисквания при съхранение на храни

Обектите за производство и съхранение на храни и прилежащите им терени трябва да се поддържат чисти и в добро състояние. Проектът, технологичният план, конструкцията, местоположението и размерите на помещенията в обектите трябва да се изпълняват по начин, който осигурява съответно поддържане, почистване и/ или дезинфекция на помещенията и избягване или свеждане до минимум на замърсяване от въздуха.

В обектите е необходимо да бъде подсигурано работно пространство, което позволява извършване на всички дейности при хигиенни условия. Предпазването от натрупване на отпадъци, замърсяване, контакт с токсични материали, попадане на чужди тела в храните и кондензация на пари или поява на нежелани плесени по повърхностите е задължително. Трябва да има условия за прилагане на добрите хигиенни и производствени практики, включително защита от замърсяване и борба с вредителите. При необходимост се осигуряват условия и съоръжения с достатъчен капацитет за поддържане и контрол на температурата при обработка и съхранение на храните, които позволяват мониторинг на температурите и когато е необходимо - тяхното записване.

Източник: <http://www.babh.government.bg/> 2018г.

В допълнение, за всеки търговски или друг обект следва да се спазват утвърдените правила и норми за пожарна безопасност във връзка с неговата експлоатация. Някои от изискванията са следните:

- Обектите трябва да се поддържат в техническо състояние така, че да съответстват на строителните книжа
- По време на експлоатация на обектите не бива да се нарушават нормативните актове и техническите спецификации, действащи към момента на разрешаване на ползването им
- Пожарогасителите следва да се поддържат в изправно състояние, да се осъществява контрол и техническо обслужване, презареждане и хидростатично изпитване на устойчивост на налягане

- Наличните в обектите пожароизвестителни и пожарогасителни системи, пожарни кранове и системи за управление на дим и топлина следва да се поддържане и обслужват
- Аварийното евакуационно и аварийното работно осветление следва да се поддържат в изправно състояние и т.н.

Ако стартираш търговска дейност, трябва да обърнеш внимание на изискванията по отношение на предоставянето на гаранции на стоките, които продаваш и на закупуването и свързването с Националната агенция по приходите на касовия апарат.

Гаранции

Търговецът е длъжен да предоставя на потребителя търговска гаранция в писмена форма при спазване изискванията на Закона за защита на потребителите при продажбата на стоки, подлежащи на гаранционно поддържане. Също така, следва да бъдат осигурени указания за употреба на български език при продажбата на стоки, чиято употреба изисква наличието на технически познания, стоки съдържащи опасни вещества или стоки, чиято употреба предполага наличието на специални умения или спазването на специални изисквания за безопасност. Указанията за употреба на стоките следва да съдържат информация, необходима на потребителите за правилното и безопасното използване и инсталиране, свързване, поддръжка или съхраняване на стоките. При необходимост, указанията за употреба трябва да съдържат списък на съставните части и детайли на стоката.

Касов апарат

Режимът за ползване на касови апарати се регламентира от Наредба № Н-18 на Министерство на финансите от 13 декември 2006 г. за регистриране и отчитане на продажби в търговските обекти чрез фискални устройства (в сила от 1 януари 2007 г.). Всяко лице е длъжно да регистрира и отчита извършваните от него продажби на стоки или услуги във или от търговски обект чрез издаване на фискална касова бележка от фискално устройство, освен когато плащането се извършва по банков път. В момента има четири вида фискални устройства:

1. Електронни касови апарати с фискална памет
2. Фискални принтери
3. Електронни системи с фискална памет за отчитане оборотите от продажби на течни горива
4. Фискални устройства, вградени в автомати на самообслужване

Продажбите в търговски обекти, които са свързани с някои специфични дейности, не следва да се регистрират чрез фискално устройство, напр. продажби във или от търговски обекти, специализирани само за вестници и списания; продажби на собствена и непреработена селскостопанска продукция от физически лица, които не са търговци по смисъла на Търговския закон; продажби на билети или други удостоверителни знаци за услуги (квитанция, талон и др.), които съдържат трайно вписана при отпечатването номинална стойност и най-малко два защитни елемента върху хартията и/или при печата; продажбите на самолетни билети; приходите по дейности на лица, упражняващи свободна професия и др.

Законодателството в страната изисква всеки касов апарат да бъде свързан с компютърните системи на Националната агенция за приходите, като към 31 март 2012 г. всички търговци следва вече да са направили това. От тогава, предлаганите устройства разполагат с техническите възможности за осигуряване на дистанционна

връзка на касовия апарат с НАП. Съгласно последните промени в тази наредба, огромната част от касовите апарати в страната (между 300 000 и 400 000) ще трябва да бъдат подменени до края на 2018г..

Деветата стъпка е свързана с финансирането на бизнеса. Освен ако нямаш собствени спестявания, не си спечелил от тотото или не можеш да разчиташ на безлихвени заеми от родители, приятели или познати, следва да намериш начин за финансиране на бизнеса си от други външни източници. Вариантите не са чак толкова много:

- Банков заем
- Инвеститори (партньори)
- Европейски финансови инструменти
- Бизнес ангели и др.

В глава 9 от настоящия Наръчник са описани подробно горните възможности, като са дадени и конкретни примери.

Десетата стъпка обхваща комплекса от дейности за поемане на отговорностите на работодател. При стартирането на дейността на фирмата и след наемането на първите работници или служители, вече освен предприемач, си и работодател. От това произтичат редица права и отговорности, свързани с управлението и организацията на работата.

Трудови договори

При наемането на служители в предприятието, следва да сключиш трудов договор с тях в писмена форма. Трудовият договор съдържа данни за страните и определя:

- Мястото на работа
- Наименованието на длъжността и характера на работата
- Датата на сключването му и началото на неговото изпълнение
- Времетраенето на трудовия договор
- Размера на основния и удължения платен годишен отпуск и на допълнителните платени годишни отпуски
- Еднакъв срок на предизвестие и за двете страни при прекратяване на трудовия договор
- Основното и допълнителните трудови възнаграждения, както и периодичността на тяхното изплащане
- Продължителността на работния ден или седмица

Важно!!! *В тридневен срок от сключването на трудовия договор и в седемдневен срок от неговото прекратяване си длъжен да изпратиш уведомление за това до съответната териториална дирекция на Националната агенция за приходите. В противен случай, нарушението на тези срокове подлежи на много тежки парични глоби!!!*

Счетоводно обслужване

Тъй като самият ти едва ли си експерт в счетоводната дейност и може би не познаваш в детайли данъчното и осигурителното законодателство в страната, особено предвид честите му промени, препоръчително е да сключиш договор за счетоводно обслужване със специализирана фирма в тази сфера. Таксата най-често варира в зависимост от обема счетоводни документи, които ще бъдат обслужвани на месечна база, от това дали ще бъдат подготвяни ведомостите за заплати на служителите, дали фирмата ти е регистрирана по ДДС или не, какъв е предметът ѝ на дейност (услуги, търговия или производство) и т.н.

Месечната такса за пълно счетоводно обслужване на малка фирма в сферата на търговията, която не е регистрирана по ДДС и има до 120 документа месечно, варира между 100 и 200 лв. без ДДС, което прави по около 1200-2400 лв. без ДДС на година. За същата фирма, ако е регистрирана по ДДС, цената за ежемесечната обработка и осчетоводяване на документите е двойна.

Отделно, следва да предвидиш средства и за годишно счетоводно приключване, изготвяне на годишен финансов отчет, годишна данъчна декларация и отчет за Националния статистически институт. Това може да ти струва допълнително между 500 и 1 000 лева, освен ако не се договориш със счетоводителя да влиза в цената на месечното счетоводно обслужване.

Правно обслужване

Още в самото начало на дейността на фирмата ти ще се сблъскаш с редица договорни отношения, които ще бъдат основа на бъдещата ти работа. Наемането на офис, сключването на трудови договори със служителите (вкл. подготовка на длъжностни характеристики), отношенията с доставчици, снабдители и клиенти, са само част от тях. Затова, следва да обмислиш възможността да ползваш юридически услуги от квалифициран юрист. На пръв поглед и за разлика от счетоводното обслужване, това понякога изглежда маловажна дейност, докато не дойде момента, в който при спор, например, започваш подробно да четеш договора, който си подписал и се оказва, че правата ти не са защитени, в резултат на което губиш пари.

Безопасност и здраве при работа

Според [Закона за здравословни и безопасни условия на труд](#) (Обн., ДВ, бр. 124 от 23.12.1997 г.), като работодател си длъжен да осигуриш здравословни и безопасни условия на труд на твоите служители, като постоянно прилагаш необходимите мерки, включително превенция на професионалните рискове, предоставяне на информация и обучение и осигуряване на необходимата организация и средства за защита.

Под “условия на труд” се разбира цялостната среда в рамките на предприятието, която влияе върху работната среда, както и факторите от външната среда, които оказват въздействие върху вътрешната среда в предприятието. Осигуряването на здравословни и безопасни условия за работа обхваща информираността на работещите в твоето предприятие за възможните рискове и опасности на работното място, основните типове трудови злополуки, които е възможно да се случат, както и начините за тяхното предотвратяване или минимизиране. Друг съществен аспект на условията на труд е характера на работата, както и свързаните с това режим на труд и отдых, съответно работното време. Като работодател си длъжен да осигуриш подходяща среда, в която твоите служители да могат да работят при минимални рискове за здравето си и да създадеш условия за ограничаване на факторите, които може да доведат до трудови злополуки.

Основните вредни фактори, влияещи на здравето и безопасността са следните:

- Физически, механични, акустични, електрически, оптически, лъчеви, йонизиращи и вибрационни
- Химически
- Биологически
- Психологически и други

Спазването на законовите изисквания по отношение на безопасността и здравето при работа изисква да осигуриш обслужване на работещите в твоето предприятие от **регистрирана служба по трудова медицина**.

4. БИЗНЕС МОДЕЛ

Както вече отбелязахме в началото - за да изградиш стабилна конструкция, ти трябва здрави основи. Бизнес моделът е за вашия бизнес основите, върху които той е изграден. Колкото по-добре структурираш бизнес модела си, на толкова по-устойчив и перспективен бизнес ще се радваш.

Бизнес моделът описва начина, по който дадена организация създава, доставя и генерира стойност. Приложим е както за стартиращи организации, така и за фирми с установен и дългогодишен бизнес.

Бизнес моделът на всяка организация може да бъде подреден и описан в 9 секции чрез канава (шаблон) на бизнес модел. Тя е табличен образец, обединяващ основните елементи на бизнес модела. Помага да визуализиране, структуриране, анализи, адаптиране и развитие.

Деветте секции на канавата (шаблона) обхващат четирите основни аспекта на всеки бизнес – потребители, предлагане, инфраструктура, финансова жизнеспособност.

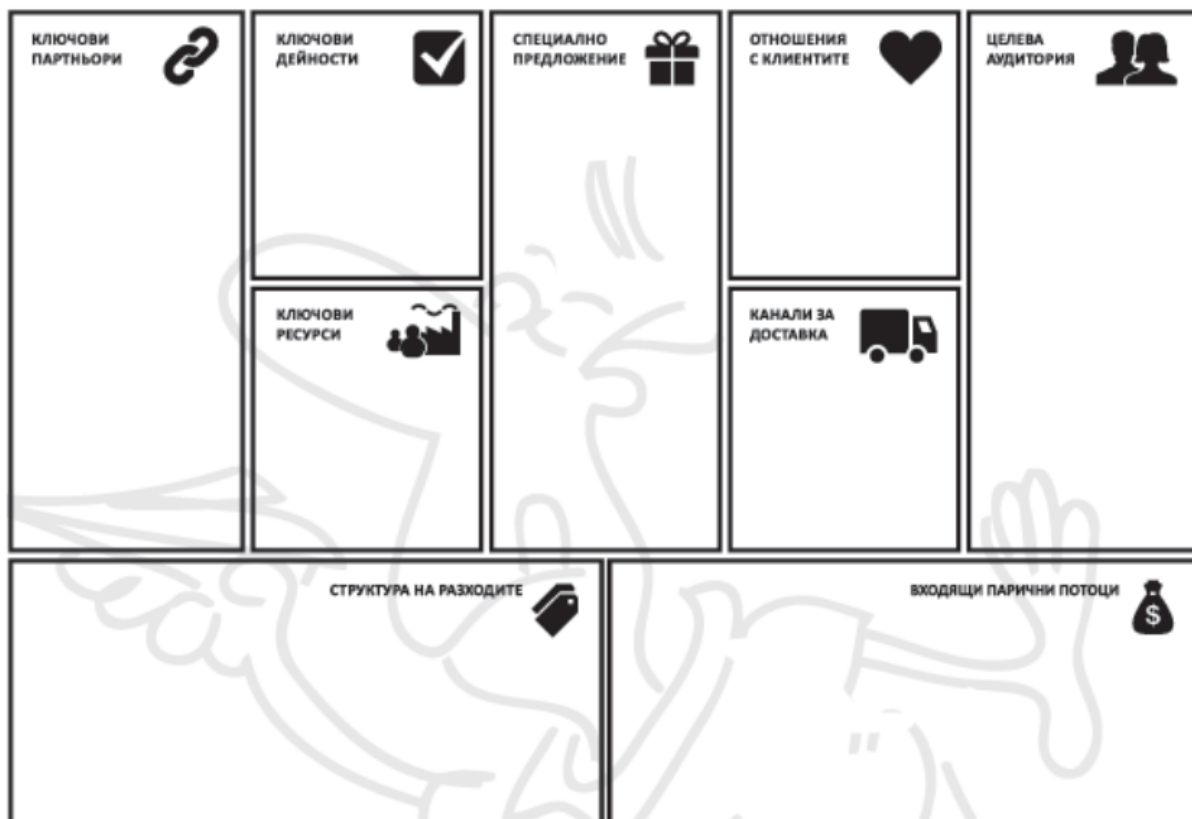
При изграждането на бизнес модела **се започва от дясната страна на канавата** (шаблона). Първо се определя какво предложение за стойност за каква целева група се създава.

В секцията „*Клиентски сегменти*“ се определят един или няколко клиентски сегмента, обособени на базата на общи характеристики. Клиентските сегменти не бива да се сливат с понятието целеви групи. Целевите групи представляват отделни сегменти, ако:

- Нуждите им предполагат различно предложение;
- Се достигат чрез различни канали;
- Изискват различни типове взаимоотношения;
- Носят различна доходност на организацията;
- Готови са да платят за различни аспекти на вашето предложение.

Когато определяте клиентските сегменти, трябва да си отговорите на два основни въпроса:

- За кого създавате стойност?
- Кои са най-важните ви клиенти?



Съществуват различни видове клиентски сегменти:

- Масов пазар – фокусът е върху широко определена целева група с общи нужди и проблеми. Клиентският сегмент е такъв при комуналните услуги например.
- Нишов пазар – в бизнес модели с фокус нишов пазар клиентският сегмент е строго специфичен. Често се среща в автомобилната индустрия. Различните автомобилпроизводители таргетират специфични клиентски групи.
- Сегментиран пазар – в този случай компаниите таргетират различни клиентски сегменти с различни нужди и проблеми. Най-характерният пример са банковите институции, които имат отделни стратегии за корпоративни, частни клиенти и др.
- Диверсифициран пазар – при него клиентските сегменти са много различни, като нуждите и проблемите им по нищо не си приличат. Обикновено такъв е случаят при компании, които имат няколко продукта или услуги, всеки от които е изцяло различен и съответно насочен да създаде стойност за различни сегменти.
- Многостранни платформи – при тях, за да функционира добре бизнес моделът, трябва да се адресират два или повече клиентски сегмента, които са напълно независими един от друг. Една компания за кредитни карти например трябва да се насочи от една страна към потенциални притежатели на кредитни карти, а от друга страна към търговски обекти, тъй като ѝ е необходима функционираща търговска мрежа, която да работи с кредитните карти, за да може бизнес моделът да функционира.

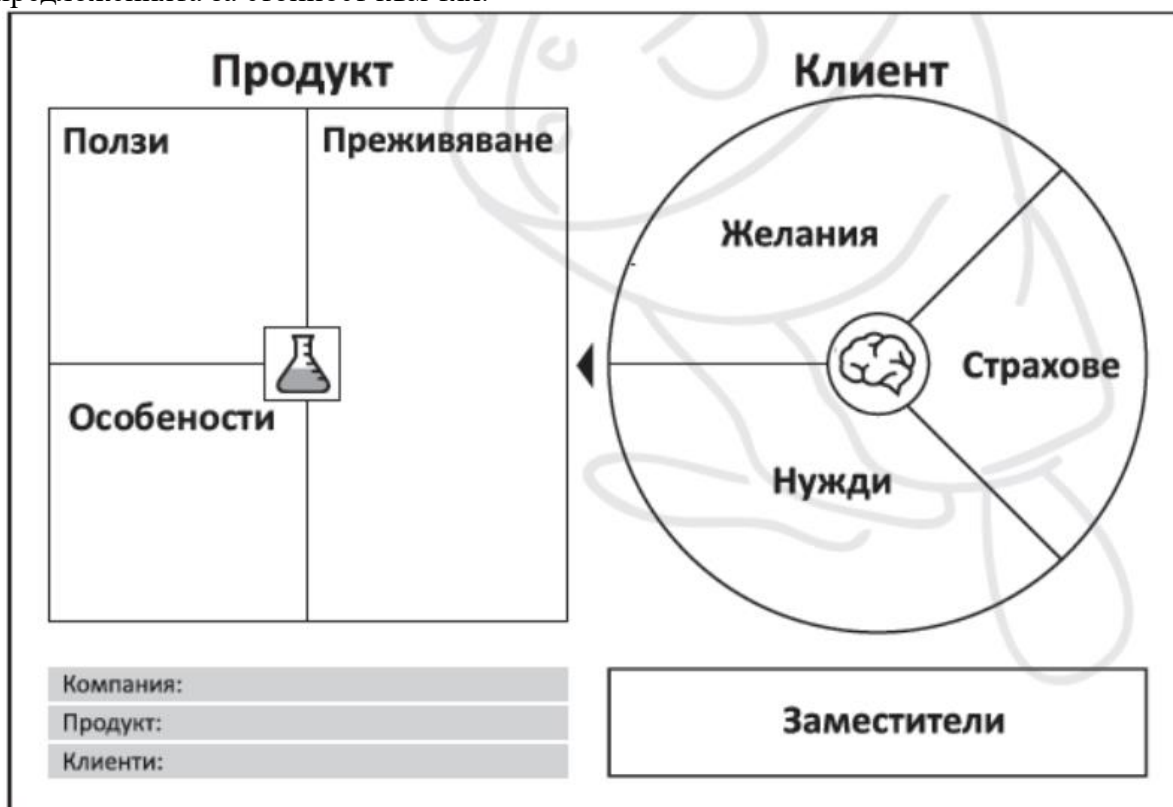
Следващата част като последователност при работа с канавата (шаблона) на бизнес модела е **секцията „Предложението/предложенията за стойност“** към клиентските сегменти. Те не са нито продуктът, нито услугата, които искате да им продадете, а причината клиентите ви да желаят, ценят и предпочитат вашите продукти

или услуги пред конкурентни такива. Те са ползите, които са важни за вашите клиенти. Когато работите с различни клиентски сегменти, трябва ясно да идентифицирате и диференцирате предложенията си за всеки от тях.

Предложенията за стойност могат да адресират различни аспекти:

- Новост – могат да предлагат нови решения на съществуващи нужди;
- Подобрения – по-добри решения от съществуващите решения за удовлетворяване на определени нужди;
- Дизайн – нов атрактивен дизайн на съществуващо решение;
- Цена – по-ниска цена за решение, сходно с други по-скъпо струващи решения на еднакви проблеми;
- Удобство – по-голяма удобство за използване спрямо сходни други решения и др.

Съществува отделен инструмент, наречен **канава (шаблон) на предложение за стойност**, който подробно разглежда спецификите на секциите „Клиентски сегменти“ и „Предложение за стойност“. Използването му помага да се постигне максимално съответствие между нуждите и проблемите на клиентските сегменти и предложенията за стойност към тях.



При работата с канавата (шаблона) на бизнес модела логически следват определянето на каналите, по които достигате до клиентите си и взаимоотношенията ви с тях. Чрез **секцията „Канали“** се определят начините, по които достигате до клиентските сегменти, за да им доставите стойност. Каналите служат, за да:

- Информирате идентифицираните клиентски сегменти за продуктите и услугите, които компанията ви предлага;
- Комуникувате на клиентските сегменти предложението за стойност, така че те да го оценят;
- Създадете възможност клиентите ви да закупят вашите продукти и услуги;

- Доставите предложението за стойност на клиентите;
- Предоставите следпродажбено обслужване за клиентите.

Подборът на правилните канали е ключов, за да можеш да реализираш предложението ти за стойност на пазара.

Секцията „Отношения с клиентите“ пък описва как общуваш с клиентите. Отношенията могат да бъдат лични, автоматизирани, онлайн, с посредници и др. Целта им може да бъде да привлечете клиенти, да ги задържиш или да увеличиш продажбите.

Последният елемент в дясната част на канавата (шаблона) е **секция „Парични потоци“**. Той разглежда начина, по който получаваш приходите от клиентите си. От един клиентски сегмент може да има няколко парични потока, а всеки поток може да има различен механизъм на ценообразуване – фиксирани цени или гъвкави цени в зависимост от количествата, локациите на продажба, по договаряне и др. В бизнес модела могат да бъдат заложили както приходите в резултат от еднократни покупки, така и тези от повтаряеми плащания, независимо дали са свързани с продължително ползване на продуктите и услугите ви или следпродажбени услуги.

За да представим канавата (шаблона) на бизнес модела, ще използваме бизнеса на Светла. След като получава алергична реакция към козметиката, която ползва, Светла започва интензивно да проучва и анализира проблема. Оказва се, че при няколко от приятелките ѝ също има подобни проявления, а в Интернет има множество групи, в които засегнати хора споделят своя опит.

Сблъсквайки се с честотата и сериозността на проблема, Светла решава да започне производството на био козметика и има идея за производството на цялостна козметична линия – грижа за коса и кожа.

Преди да стартира обаче, Светла трябва да прецени на кого иска да продава, а именно кои са нейните целеви клиенти и каква е стойността, която нейното предложение създава за тях. Безспорно здравословната грижа за лицето и кожата е отлично предложение и от него биха се възползвали не само хора, които имат алергии, а и такива, за които здравословният начин на живот е приоритет и се стремят към такъв за себе си и близките си. Всички обаче знаем, че био козметиката е скъпа. Освен това на пазара вече има такива козметични линии. В същото време на Светла ѝ се иска нейната хубава козметика да не е достъпна само за ограничен кръг от клиенти с по-високи финансови възможности, а по-широк кръг потенциални нейни ценители да могат да си я позволят. Така Светла решава да определи по-широк клиентски сегмент, а именно хора със средни доходи във възрастовия диапазон 25-60 години, които се стремят към здравословна грижа за външния си вид. Предложението ѝ за стойност към този клиентски сегмент е здравословна грижа за лице и кожа на достъпни цени.

За да може предложението за стойност на Светла да достигне до нейните клиенти, тя трябва да реши как и къде ще рекламира продуктите си; как и къде клиентският сегмент ще може да си купи нейните продукти. За целта тя трябва да избере правилните канали, по които да достигне до всички клиенти, за които иска да доставя стойност. Каналите обаче много зависят от пазарното поведение на избрания клиентски сегмент. Светла може осъзнае, че пазарното поведение на 30-годишните е различно от това на 60-годишните и това изисква използването на различни канали. Затова може да се върне крачка назад и да раздели клиентския сегмент на 2 групи по възрастов признак, след което да определи подходящите канали за всеки от тях. Може и да промени клиентския сегмент, като намали възрастовата граница в диапазона 30-50 години. На

тази база тя може да избере да предлага продуктите си в аптеките и био магазините, супермаркетите, в онлайн магазин. Може да рекламира он-лайн и/или в брошури в аптеките и магазините.

За да накара клиентите да избират точно нейните продукти обаче, тя трябва да направи така, че клиентите да познават, харесват и предпочитат нейните продукти, а именно да изгради отношения с тях. Ако избере да продава онлайн, най-голяма полза ще има да използва социалните медии за промотиране на бизнеса си. Ако избере аптеките и супермаркетите, би могла да предлага безплатни мостри и брошури в обектите на продажба. А когато изгради мрежа от верни клиенти, може да предлага специални отстъпки за лоялните клиенти.

И ето че идва най-приятната и стимулираща част за всеки бизнес – паричният поток или приходите, които Светла ще получи от своите клиенти. Може да продава продуктите си по отделно или на сетове в зависимост от типа коса или кожа, в зависимост от очаквания ефект и др.

Тя обаче не трябва да бърка приходите с печалба и преди да се радва колко много кремове, шампоани и лосиони ще продаде, трябва да обърне внимание на дясната част на канавата (шаблона) или да се префокусира от клиентите към начина, по които ще направи така, че бизнесът ѝ да проработи и генерира печалба.

В дясната част на канавата (шаблона) откриваме още 4 секции. Първата от тях, позната като **секция „Ключови ресурси“**, се отнася към ключовите материални и нематериални активи, осигуряващи възможност на твоя бизнес да работи. Тук могат да бъдат причислени както оборудване, софтуер, финансови ресурси, така и човешки ресурси и специфично знание или know-how. Ключови са ресурсите, които позволяват на дадена компания:

- да създава и предлага стойност за клиентския сегмент;
- да достига пазара;
- да поддържа отношенията с клиентските сегменти;
- да генерира приходи.

Ключовите ресурси могат да бъдат собствени, чужди, които компанията ползва срещу заплащане или бартер, както и на ключовите партньори.

Секция „Ключовите дейности“ извежда на преден план основните дейности, които трябва да правиш отлично, за да бъде бизнесът ти успешен. Те са неизменна част от процеса на създаване и доставяне на стойност за клиента. В зависимост от бизнес модела **ключовите дейности** могат да бъдат ориентирани към:

- Производство – характерно е за производствените компании;
- Решение на даден проблем – характерно е за сферата на услугите;
- Поддържане на платформа или мрежа – характерно е за on-line базирани бизнеси, в които поддържането и развитието на платформата е ключово – Amazon, Microsoft и др.

В **секцията „Партньори“** не следва да описваш всички доставчици и контрагенти по производствената и търговската ви верига, а тези от тях, които са най-значими за твоя бизнес и без чието участие не можеш да създадеш и доставиш стойността, към която се стремиш. Партньорството може да ти помага за оптимизиране на производството или доставките, за намаляване на разходите ти, да споделяне на ресурси, за използване на чужда интелектуална собственост и др. Разграничаваме следните видове партньорства:

- Стратегически партньорства с организации, които не са ви конкуренти;
- Стратегически партньорства с конкуренти;
- Съвместни инициативи (т. нар. joint ventures)
- Отношения по веригата купувач- доставчик.

Доброто познаване на последните три секции от бизнес модела ще ти даде реалистична представа за разходната структура на твоя бизнес, чието пък познаване и съотнасяне към приходите ще ти позволи да пресметнеш очакваната печалба.

В секция „Разходната структура“ се описват всички разходи, свързани с функционирането на бизнес модела. Различават се два вида разходни структури в зависимост от бизнес модела:

- Водени от разходите – при този вид фокусът е върху минимизирането на всички възможни разходи. При тази структура се набляга на предложения за стойност, които са икономични, използва се максимална автоматизация и външно възлагане.
- Водени от стойността: Тук фокусът е върху създаването на уникално предложение за стойност. Продуктите/ услугите са максимално персонализирани, обикновено много скъпи и създадени за нишови клиентски сегменти, които търсят определени ползи, независимо от цената.

А сега да се върнем към бизнеса на Светла. За да накара бизнеса си да заработи, тя трябва да определи ключовите си ресурси, т.е. какво ѝ е необходимо, за да произвежда своята био козметика. На първо място тя трябва да създаде рецептури за своите продукти, т.е. предписанията за създаването им – какви съставки, в какво съотношение, с какъв очакван ефект, за какъв тип коса/кожа са подходящи. За това ѝ е необходим екип от висококвалифицирани специалисти. След като екипът създаде рецептурите, тя трябва да се погрижи за защитата на тези рецептури като интелектуална собственост. Така тя ще предотврати опасността трети страни да произвеждат или търгуват с нейните продукти.

Идва и въпросът как ще произвежда своите продукти. За производството и изпитването им на нея ще ѝ бъде необходима сертифицирана лаборатория. Изграждането на такава обаче изисква голяма инвестиция, каквато Светла не може да осигури. Затова тя решава да произвежда на ишлеме.

Ключовите дейности в бизнес модела на Светла могат да бъдат сведени до следните – реклама, създаване на нови рецептури, производство и продажби.

Да разгледаме и ключовите партньори, които ще бъдат необходими в бизнес модела на Светла. Тъй като тя ще произвежда на ишлеме, най-важният партньор е сертифицирана лаборатория за производството. Друго ценно партньорство би било с производители на необходимите био растителни съставки. И на последно място партньорството с фирма, осигуряваща логистика от производителите на съставки до лабораторията, а в последствие до локациите за продажба, би способствало за гладкото протичане на целия процес снабдяване-производство-продажби.

Ясната представа на Светла за описаните три секции ѝ дава възможност да планира разходите си на месечна и годишна база, постоянни и променливи. Изборът на производство на ишлеме, закупуването на съставките директно от производител и използването на постоянен партньор за логистиката в комбинация с липсата на собствена локация за продажба ще позволят на Светла да оптимизира разходите си, а с това да изпълни цялостното си предложение за стойност – да произвежда здравословна козметика на изгодни цени.

Бизнес моделът на Светла звучи чудесно, нали? Даже ви се иска да последвате нейния пример. Е, има една изненада. Бизнес моделът ѝ не е съвършен. Може да бъде по-добър. Много по-добър. И не защото не работи. А защото и пазарът, и клиентите, и конкурентите ѝ ще се променят и развиват. А бизнес моделът ѝ ще трябва да се надгражда и подобрява, за да се адаптира към тези промени. За да може предложението ѝ за стойност все още да се цени от клиентите ѝ, да достига до тях по най-добрия начин и реализацията му освен удовлетворение да ѝ носи и печалби.

5. ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ НА БИЗНЕС ПЛАНА

За стартирането на всеки нов бизнес е необходимо да разработиш план за това какво е необходимо да направиш, за да бъде той успешен.

Дефиниции за бизнес план

- Писмен документ, описващ естеството на бизнеса, стратегията за продажби и маркетинг, както и финансовата основа и съдържащ прогноза за приходите и разходите.²
- Набор от документи, подготвени от ръководството на фирмата с цел да обобщи своите оперативни и финансови цели за близкото бъдеще (обикновено от една до три години) и да покаже как те ще бъдат постигнати. Бизнес планът служи като основа, върху която да бъдат разработени политиките и стратегиите на фирмата, като може непрекъснато да се развива при промяна на условията и при възникването на нови възможности и/или при появата на заплахи. Когато е подготвен за външна аудитория (напр. кредитори или потенциални инвеститори), той разглежда миналото, настоящето и очакваното бъдещото представяне на фирмата. Също така, обикновено съдържа прогнозни баланс, отчет за приходите и разходите и анализ на паричните потоци, за да илюстрира как търсеното финансиране ще се отрази на финансовото състояние на предприятието.³
- Писмен документ, който подробно обяснява как един нов бизнес ще постигне целите си. В него е представен планът за осъществяване на задачите на фирмата от маркетингова, финансова и функционална гледна точка. Идеята, която седи зад създаването на всеки бизнес план е да даде възможност на собствениците да имат по-структурирана представа за потенциалните разходи, свързани с определени бизнес решения, както и по отношение на техните недостатъци и да им помогне да ги коригират, преди да приложат идеи си на практика.⁴

Можеш ли да минеш и без бизнес план? Да, разбира се. Шансовете да успееш без него обаче, са малки. Защо? Бизнес планът ти помага да структурираш мислите си за бизнеса, да дефинираш своите цели, продукти и потенциални клиенти, както и да прогнозираш приходите и разходите, свързани с развитието на бизнеса ти в краткосрочен план (до 3 години). Романтичните времена на правенето на бизнес в България от началото на 90-те години на миналия век отдавна са отминали. Сега пазарът е структуриран, а конкуренцията във всички пазарни ниши е сериозна. За да

² Източник: www.entrepreneur.com

³ Източник: www.businessdictionary.com

⁴ Източник: www.investopedia.com

успееш, трябва да си добре подготвен, като разработването на бизнес план ти дава една сериозна основа за това.

5.1. Структура на бизнес плана

Стандартната структура на бизнес плана е следната:

1. Резюме

Кратко представяне на фирмата, нейните цели и конкурентни предимства, както и планове за растеж.

2. Описание на бизнеса

Описание на това, с което ще се занимаваш, какво ще различава бизнеса ти от другите и потенциалните ти пазари.

3. Анализ на пазара

Преди стартирането на бизнеса е от съществено значение да проучиш естеството на сектора, в който планираш да оперираш, обема и характеристиките на пазара и конкуренцията. В тази част се представя също така структурата на пазара, дава се виждането ти за неговото развитие, както и се представят възможностите за навлизане на нови пазари в бъдеще.

4. Организация и управление на фирмата

Всяко предприятие има различна организационна структура. Трябва да прецениш каква ще бъде тя при теб - дали ще делегираш управленски права на част от своите служители или всички решения ще вземаш сам и ще ги предаваш на всички работници едновременно. Тук се посочва и начинът на набиране на персонала.

5. Услуги или продукти

Описание на услугите или продуктите, които ще продаваш, както и какви ще бъдат ползите от тях за твоите клиенти. Тук трябва да опишеш и жизнения цикъл на продуктите или услугите, както и цените, на които ще ги предлагаш.

6. Маркетинг и продажби

В тази част следва да представиш по какъв начин ще рекламираш бизнеса си и ще стигнеш до твоите клиенти. Също така, каква е стратегията ти по продажбите.

7. Времеви график

Времевият график представя сроковете за изпълнение на отделните задачи в рамките на първата година от работата на фирмата – наем на офис/магазин, закупуване на машини, оборудване (вкл. офис техника) и материали за дейността, ангажиране на персонал, стартиране на продажбите и т.н.

8. Финансов план

Това е може би най-важната част от бизнес плана, като тук следва да опишеш първоначалните разходи за стартиране на бизнеса, източниците на финансиране, да пресметнеш кога приходите ще се изравнят с разходите, да направиш прогноза за печалбата/загубата, както и да разиграеш варианти (песимистичен, реалистичен и оптимистичен) за паричните потоци и баланса на фирмата.

9. План за управление на риска

Правенето на бизнес е ВИНАГИ свързано с риск.

Страно, но е факт – планът за управление на риска се прави рядко не само от стартиращите компании правят, но също така и от средните и добре работещи компании. В повечето концепции за изработване на бизнес план тази част се пренебрегва и даже липсва. Но ти предлагаме да се запознаеш добре с управлението на риска защото това знание може да ти даде много голямо предимство пред твоите конкуренти.

5.2. Съдържание на бизнес плана

1. Резюме

Идеята е резюмето да бъде 1-2 страници, за да може човек да се запознае с него в рамките на 5-10 минути, като в него се представя най-важната информация за фирмата и бизнеса. Основните въпроси, на които трябва да отговориш, са следните:

- Каква е твоята бизнес идея, уникална ли е?
- Кой са твоите целеви клиенти?
- Какъв пазарен обем и темпове на растеж предвиждаш?
- С каква конкуренция ще се сблъскаш?
- Каква е необходимата сума на инвестицията за стартиране на бизнеса?
- Какви са целите ти за бизнеса?
- Каква е оценката ти за нуждата от финансиране?
- Какви са прогнозите ти за продажбите, разходите и потенциалната печалба?
- Разговарял ли си с потенциални клиенти и какво им е мнението им за бизнеса ти?
- Какви канали за дистрибуция ще използваш?
- Какви са възможностите и потенциалните рискове, пред които си изправен?
- Каква ще бъде управленската структура на фирмата?
- Накрая, опиши накратко резултатите от бизнес плана и от какви финансови средства и други ресурси ще имаш нужда.

2. Описание на бизнеса

Целта на твоя бизнес е да предоставя продукт или услуга на клиентите, която да им носи добавена стойност. Няма смисъл да стартираш нова фирма, освен ако предлаганите от теб продукти/услуги не превъзхождат тези, които са на пазара в момента. Ако пък ще продаваш неща, които вече са налични, трябва убедително да докажеш каква полза ще имат потребителите от тях. Ако пък ще предложиш на пазара

нов/иновативен продукт/услуга, трябва да опишеш в какъв етап на реализация се намира той/тя, дали е тестван/а на пазара и какви ползи ще донесе на купувачите в сравнение с други аналогични такива. Основни въпроси в тази част, на които трябва да отговориш, са:

- Кои са крайните ти клиенти?
- Какви са техните нужди?
- Каква е добавената стойност за потребителите от продуктите/услугите, които предлагаш?
- Какви конкурентни продукти се предлагат на пазара?
- Какви услуги/поддръжка ще предложиш?
- Какви гаранции можеш да предложиш?
- За нови/иновативни продукти – в какво се състои тяхната новост/иновативност?
- Какви са предпоставките за тяхното развитие или производство/предлагане?
- Притежаваш ли патенти или лицензи?
- Сравни силните и слабите страни на сравними продукти/услуги с твоите
- Какъв дял от продажбите очакваш от различните продукти/услуги, които ще предлагаш и защо?

3. Анализ на пазара

Цялостното разбиране на твоите клиенти и на техните нужди седи в основата на всеки успешен бизнес, т.к. клиентите са тези, които оправдават съществуването на фирмата. Само онези потребители на твоите продукти/услуги, които са убедени, че получават повече, в сравнение с друг конкурентен продукт или услуга, ще са клиенти на твой бизнес.

В тази част трябва да представиш размера на пазара в цифри (вкл. потенциала му за растеж), броя на потенциалните клиенти, както и очаквания размер на продажбите. Също така, е необходимо да представиш пазарната сегментация:

- **Пазарна сегментация на пазара на потребителски стоки**
 - *Местоположение*: град/село, брой и плътност на населението
 - *Демография*: възраст, пол, доходи, професионален профил
 - *Начин на живот*: активни тийнейджъри (ученици) или пенсионери, майки с деца, фенове и т.н.
 - *Поведение*: честота на използването на даден продукт или услуга, приложения и др.
 - *Покупателни навици*: предпочитание към определени марки, чувствителност към цената
- **Пазарна сегментация на пазара на индустриални стоки:**
 - *Демография*: размер на фирмите, вид индустрия, местоположение
 - *Дейности*: ниско, средно високо технологични
 - *Покупателни навици*: централизирано или децентрализирано снабдяване с продукти/услуги, критерии за избор на доставчици, споразумения с подизпълнителите
 - *Ситуационни фактори*: спешност и размер на поръчките

След това, идва описанието на конкуренцията и дефиниране на нейните силни и слаби страни. За да направиш това, трябва да анализираш твоите основни конкуренти по отношение на търговския им оборот, цените на изделията/услугите им, растежа им,

пазарния им дял, предлаганите продуктови линии, поддръжката, целевите групи и каналите за дистрибуция. На база на горния анализ, трябва да съпоставиш своята фирма по същите критерии, като я сравниш с конкуренцията. Основният извод е защо клиентите трябва да изберат теб в сравнение с останалите, които предлагат същото или аналогични продукти/услуги. Въпросът е дали можеш да дефинираш т.нар. “уникално предимство за продажба” – онзи фактор или комплекс от фактори, които да накарат твоят бизнес да успее.

4. Организация и управление на фирмата

Най-важното за успеха на бизнеса ти е хората, които го правят, да са знаещи, можещи и мотивирани. Професионалният подход към работата може да се приложи на практика само от мениджъри и служители, които са подготвени за това. Семейният бизнес е в основата на микро- и малките предприятия, като в ЕС 60%⁵ от фирмите са такива. Една трета от петстотинте най-големи фирми в САЩ са фамилни, вкл. Mars (производител на Snickers, Dove, Mars/Milky Way и Twix, собственик на марките Pedigree, Whiskas and Royal Canin и т.н.), Bechtel Group (строителство и инженерни услуги), News Corp. (собственост на фамилията Мърдок), Cargill (селско стопанство), Ford Motor Co., Wal-Mart (верига от магазини на дребно) е т.н.

Имайки предвид горното, е много важно да прецениш дали, ако наемеш на работа във фирмата леля си, брат си и братовчед си, те разполагат с опита и знанията да развият успешно дейността на компанията. Характеристиките на можещият управленски екип са следните:

- Обща визия: Всички искат да успеят
- Допълващи се качества и силни страни
- Не по-малко от трима, но не повече от шест души
- Мотивирани да бъдат заедно в добри и лоши времена

В тази част на бизнес плана трябва да опишеш структурата и организацията на фирмата, да представиш накратко управленския персонал (образование, умения и професионален опит), кои отговорности в компанията ще бъдат делегирани, както и да опишеш партньорите, ако има такива.

5. Услуги или продукти

В рамките на тази част следва да опишеш подробно какви точно продукти или услуги ще предлагаш на бъдещите си клиенти. Също така, трябва да представиш жезненият цикъл на продуктите/услугите и единичните им цени. Не по-малко важно е тук да посочиш от къде ще се снабдяваш със суровини и материали, ако става дума за **производство** (вкл. с какви машини разполагаш и какви допълнително ще са ти необходими), какъв е технологичният цикъл на производството, гаранционно и следгаранционно обслужване и т.н.; кои ще ти бъдат доставчиците (производители в страната или чужбина, дистрибутори или магазини на едро), ако става дума за **търговия с потребителски стоки**, а по отношение на **услугите** – какво ще включва съответната услуга и какво ще е необходимо за нейното предоставяне (вкл. лицензи, разрешителни, права по интелектуална собственост и др.).

6. Маркетинг и продажби

⁵ Източник: Overview of family–business–relevant issues: research, networks, policy measures and existing studies, European Commission, 2009.

Тук трябва да представиш твоето виждане за стартирането на продажбите, както и за периодичните дейности по маркетинг и продажбени промоции. Стандартен начин за описване на тази част от бизнес плана е да се използва принципа на четирите “P” (*от англ.*): продукт (“Product”), цена (“Price”), промоция (“Promotion”) и място (“Place”).

Продукт

Продуктите/услугите, както и техните характеристики вече са описани в горните части на бизнес плана. Тук следва да представиш връзката между онова, което продаваш и пазарните сегменти, към които то е насочено, както и дали твоите продукти/услуги са добре адаптирани към нуждите на твоите бъдещи клиенти.

Цена

Основата за определянето на дадена цена е желанието на потребителите да я плащат. Тук трябва да представиш връзката между стойността на отделния продукт/услуга и цената, на която го/я продаваш.

Промоция

За да може твоите клиенти да купуват продуктите или услугите, които предлагаш, първо трябва да се запознаят с тях. За да постигнеш това, трябва първо да им привлечеш вниманието, да ги информираш, да ги убедиш, че си струват парите и да им вдъхнеш увереност в техните качества. Комуникацията трябва да обясни на потребителите на твоя продукт или услуга ползата от него/нея, както и да ги убеди, че посреща техните нужди по-добре от конкурентни или алтернативни решения. Има различни начини за привличане на вниманието на клиентите:

- Класическа реклама във вестници, списания, радио, телевизия и т.н.
- Директен маркетинг: директни писма (листовки, брошури) до избрани потребители, телефонен маркетинг, интернет и др.
- Връзки с обществеността: статии в печатните медии за твоя продукт/услуга, бизнеса ти или за теб самият
- Изложби, панаири и публични изложения
- Посещения при клиенти

Място

Твоят продукт или услуга трябва по някакъв начин физически да достигне до клиентите ти. Това изисква от теб да дефинираш по какъв начин, чрез използването на какъв канал за дистрибуция ще продаваш. Този избор се определя от много фактори, като е свързан с всички останали маркетингови решения, които вземаш. Най-общо, дистрибуцията може да се раздели на два вида: директни продажби или чрез множество агенти. Продажбите в интернет дават също една допълнителна възможност.

Възможностите за продажби са, като минимум, следните, като следва да ги опишеш: търговци на едро и дребно, магазини, търговски вериги, чрез търговски агенти, директен маркетинг (по пощата), чрез създаването на кол център, интернет и т.н.

7. Времеви график

Времето за изпълнение на отделните дейности при стартирането и развитието на бизнеса следва да бъде ясно представено. Това ще ти помогне да планираш отделните дейности и да откриеш връзките между тях. Фокусът следва да бъде поставен върху основните събития (напр. наемане на офис, стартиране на продажбите и т.н.), които

имат значение за постигането на резултатите, които си заложил в самото начало. Най-често за подготовка на времеви график се използва т.нар. диаграма на Гант (разработена от Хенри Гант през 1910-1915 г.), като времето се разбива на седмици или месеци, в зависимост от избрания период на отчетност.

Таблица 6. Примерен времеви график

Дейност	Месеци											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Регистрация на фирмата												
2. Наем на офис и производствено хале												
3. Ремонт на офиса и халето												
4. Наемане на персонал												
5. Доставка на суровини и материали												
6. Стартиране на производството												
7. Първата серия от продукти е готова за експедиция и продажба												
8. Реализация на първите продажби												

8. Финансов план

Това е един от най-важните елементи на бизнес плана, т.к. ти помага да прецениш дали твоята бизнес идея може да донесе печалба и дали може да получи външно финансиране, в случай, че не разполагаш веднага с необходимите средства. Също така, съпоставянето на времето на получаване на приходите и извършване на разходите ще ти даде информация дали в определен момент от стартовата част от дейността на бизнеса ти няма да се появят проблеми с ликвидността (няма да разполагаш със средства да покриеш оперативните си разходи – за наем, електроенергия, вода, заплати на персонала и т.н.).

В тази част следва да опишеш потенциалните приходи и разходи за бизнеса, като разработиш за тригодишен период прогнози: отчет за приходите и разходите, отчет за паричния поток и счетоводен баланс.

9. План за управление на риска

Законът на Мърфи казва: „Всяко нещо, което може да се обърка, със сигурност ще се обърка“. Стартирането на бизнес е рисково начинание. Добре е да се въоръжиш с основните знания и инструменти в тази област за да можеш да посрещнеш подготвен повечето събития, които могат да имат сериозен ефект върху твоя бизнес засягайки твоя продукт, ресурси, основни цели на стратегията ти или важни действия и задачи, които имаш.

Четири стъпки в управлението на риска са:

Идентифициране – Оценка – Реакция на риска – Контрол

Най-общо казано ето какво трябва да направиш в твоя План за управление на риска:

- Идентифицирай рисковете на различните етапи и секции от твоя бизнес план;
- Оцени рисковете и определи превантивни действия за предотвратяване;
- Опиши действията, които ще предприемеш, в случай, че настъпи рисковото събитие;
- Опиши как ще контролираш основните рискови процеси;

Преглеждай и обновявай плана на някакъв период от време (1месец или 3 месеца).

Ето ка да оцениш риска. Рискът е несигурно събитие, което би могло да се случи и да те засегне. Това означава, че тази несигурност можеш да оцениш в две посоки:

- степен на вероятност да се случи;
- степен на ефекта, който съответното събитие би имало за теб.

Мисълта за риска е свързана с мисъл за бъдещето. Най-лесно за оценката използвай конструкцията: „Ако това събитие Х се случи, ето как ще ме засегне“

Оцени всичко за което се сетиш в двуизмерна система:

- по вертикала оценяш вероятността от 1 до 10
- по хоризонтала оценяш силата на ефекта („сила на удъра“) пак от 1 до 10.

Обърни внимание и се пригответи за действия и отговори на риска на първо място за тези събития, които оценяваш с голяма вероятност да настъпят и с голяма сила на удара – те се намират в горната дясна част на координатната система.

Четири стъпки в управлението на риска са:

Идентифициране – Оценка – Реакция на риска – Контрол

6. ПРАВНА РАМКА ЗА ПРАВЕНЕ НА БИЗНЕС В БЪЛГАРИЯ

6.1. Правни форми и процедури за създаване и стартиране на нов бизнес

В момента българското законодателство дава възможност за регистриране на различни видове търговски дружества, като най-популярни сред тях са дружествата с ограничена отговорност (ООД) и едноличните търговци (ЕТ).

Таблица 7. Видови търговски дружества и техните характеристики

Вид търговско дружество	Партньори	Минимален капитал, лв.	Характеристики
Едноличен търговец (ЕТ)	-	-	Като ЕТ може да се регистрира всяко навършило 18 г. физическо лице с местожителство на територията на Р България. Фирмата на ЕТ трябва да съдържа без съкращения личното и фамилното или бащиното име. ЕТ отговаря неограничено за задълженията, които е поел.
Дружество с ограничена отговорност (ООД)	2 или повече лица	2	Партньорите отговарят за задълженията на дружеството с дяловата си вноска в капитала на дружеството.
Еднолично ООД (ЕООД)	1 лице	2	Собственикът отговаря за задълженията на дружеството с дяловата си вноска в капитала на дружеството.
Събирателно дружество (СД) - съдружие ("с-ие")	2 или повече лица	-	Цел: извършване по занятие на търговски сделки под обща фирма. Съдружниците отговарят солидарно и неограничено за задълженията на дружеството. Фирмата на СД се състои от фамилните имена или фирмите на един или повече съдружници.
Командитно дружество (КД)	2 или повече лица	-	Един или повече от съдружниците са солидарно и неограничено отговорни за задълженията на

Вид търговско дружество	Партньори	Минимален капитал, лв.	Характеристики
			дружеството, а останалите са отговорни до размера на уговорената вноска.
Командитно дружество с акции (КДА)	4 или повече лица	-	КДА се учредява от неограничено отговорните съдружници. За вноските на ограничено отговорните съдружници, чийто брой не може да бъде по-малък от 3, се издават акции.
Акционерното дружество (АД)	1 или повече физически или юридически лица	50 000*	Дружеството отговаря към кредиторите с имуществото си. Акционерите носят отговорност за поетите от АД задължения до размера на направените вноски, без да отговарят с личното си имущество. Сборът на акциите в АД формират неговия капитал. Минималната номинална стойност на една акция е 1 лев.
Кооперация	Най-малко 7 дееспособни физически лица		Всеки член на кооперацията прави задължително встъпителна и дялова вноска, чийто минимален и/или максимален размер, ред за внасяне и форма се определят в устава. Кооперацията отговаря за задълженията си със своето имущество. Членовете на кооперацията отговарят за задълженията ѝ до размера на дяловите си вноски.

Източник: Търговски закон

*Бележка: *Минималният размер на капитала, необходим за извършване на банкова, застрахователна дейност или дейност по доброволно здравно осигуряване, се определя с отделен закон.*

6.2. Ликвидация и несъстоятелност

Жизненият цикъл на една фирма минава през създаването ѝ, нейното бързо или бавно развитие, като е възможно, разбира се, да дойде момента, в който тя да бъде закрыта - по желание на собствениците (ликвидация), в резултат на икономически затруднения (несъстоятелност) или по други причини.

Ликвидация на дружеството

За да преминеш към ликвидация на дружество с ограничена отговорност, първо неговата дейност трябва да бъде **прекратена**, като причините за това може да са различни:

- С изтичане на срока, определен в дружествения договор
- По решение на съдружниците, взето с мнозинство 3/4 от капитала, ако в дружествения договор не е предвидено по-голямо мнозинство
- Чрез сливане и вливане в АД или друго ООД
- При обявяване в несъстоятелност
- По решение на окръжния съд в предвидени от този закон случаи и т.н.

ЕООД, в което капиталът се притежава от едно физическо лице, се прекратява със смъртта му, ако не е предвидено друго или наследниците не поискат да продължат дейността на фирмата.

След прекратяване на дейността на търговското дружество, се извършва **ликвидация**. Срокът, за който трябва да завърши тя, се определя от общото събрание на ООД и АД, а за останалите търговски дружества - по единодушно решение на неограничено отговорните съдружници, като обикновено продължава между 6 и 12 месеца. За този период от време се назначават ликвидатори, които отговарят за покриване на задълженията към контрагентите на фирмата, довършат текущите сделки, събират вземанията, превръщат останалото имущество в пари и удовлетворяват кредиторите. Имуществото, което остава след удовлетворяване на кредиторите, се разпределя между съдружниците, съответно между акционерите при АД.

Несъстоятелност на дружеството

Производството по несъстоятелност има за цел да осигури справедливо удовлетворяване на кредиторите и да даде възможност за оздравяване на предприятието на длъжника, ако фирмата стане неплатежоспособна или свръхзадължена, като това трябва да стане в 30-дневен срок от установяването на тези две възможности. В производството по несъстоятелност се вземат предвид интересите на кредиторите, длъжника и неговите работници. Всички парични и непарични задължения на длъжника стават изискуеми от датата на решението за обявяване в несъстоятелност.

Производство по несъстоятелност се открива по подадена до съда писмена молба от длъжника или от кредитор на длъжника по търговска сделка, както и от Националната агенция за приходите за публичноправно задължение към държавата или общините, свързано с търговската дейност на длъжника или задължение по частно държавно вземане. Производството по несъстоятелност се прекратява с решение на съда, когато са изплатени задълженията на фирмата или масата на несъстоятелността (всички имуществени права - както настоящи, така и бъдещи, като служи за удовлетворяване на кредиторите) е изчерпана.

Заличаване на дружеството

Заличаването на фирмата се осъществява след приключване на ликвидационното производство или на производството по несъстоятелност. ЕТ директно се заличава в Търговския регистър при следните случаи:

- При прекратяване на дейността му или при установяване на местожителството му в чужбина - по негово заявление
- При смъртта му - по заявление от наследниците
- При поставянето му под запрещение - по заявление от настойника или попечителя

6.3. Обществени поръчки

В процеса на осъществяване на дейността на своята фирма е напълно възможно да попаднеш на обявена обществена поръчка за строителство, доставка на стоки, машини или оборудване, както и за извършването на услуги или за разработването на проект. Възложители са всички министерства, държавни агенции, областни и общински администрации, както и други публично-правни организации.

Законодателството в сферата на обществените поръчки се регулира от Закона за обществените поръчки (сила от 15.04.2016 г., обн. ДВ, бр. 13 от 16 февруари 2016 г.,

последно изм. и доп. ДВ. бр.49 от 12.06.2018г.). На страницата на Агенцията за обществени поръчки www.aop.bg има Регистър на обществените поръчки, който е достъпен он-лайн и където се публикуват всички обявления за обществени поръчки. Ако планираш да кандидатстваш по някоя от тях, е добре да го следиш редовно, като посещаваш и раздела за “Публични покани”.

Възложителите може да не прилагат процедурите по закона и да извършват директно възлагане, ако сумите (без ДДС) за строителство са под 50 000 лв., за доставки и услуги – под 30 000 лв.

6.4. Правила на конкуренцията

Възможността в България да има свободна конкуренция е основополагащ принцип на пазарната икономика. Свободната инициатива на бизнеса му позволява да се развива, да подобрява своята работа и да предоставя продукти и услуги, които са с високо качество и на добра цена. Във връзка с работата на фирмата ти, следва да избягваш сключването на споразумения с други предприятия, както и осъществяването на съгласувани практики с предприятия, които имат за цел или резултат предотвратяване, ограничаване или нарушаване на конкуренцията на пазара, както и можеш, в случай, че установиш такива практики, да се обърнеш към Комисията за защита на конкуренцията, за да защити твоите права.

Според Закона за защита на конкуренцията (обн. ДВ. бр. 102 от 28 ноември 2008 г.; посл. Изм. ДВ бр.7 от 19 Януари 2018г.), е забранено ограничаването на конкуренцията, включващо:

- Пряко или косвено определяне на цени или други търговски условия
- Разпределяне на пазари или източници на снабдяване
- Ограничаване или контролиране на производството, търговията, техническото развитие или инвестициите
- Прилагане на различни условия за един и същ вид договори по отношение на определени партньори, при което те се поставят в неравноправно положение като конкуренти
- Поставяне сключването на договори в зависимост от поемането от другата страна на допълнителни задължения или от сключването на допълнителни договори, които по своя характер или съгласно обичайната търговска практика не са свързани с предмета на основния договор или с неговото изпълнение

Също така, е забранено поведението на предприятия с монополно или господстващо положение, което може да предотврати, ограничи или наруши конкуренцията и да засегне интересите на потребителите, като:

- Пряко или косвено налагане на цени за покупка или продажба или други нелоялни търговски условия
- Ограничаване на производството, търговията и техническото развитие във вреда на потребителите
- Прилагане на различни условия за един и същ вид договори по отношение на определени партньори, при което те се поставят в неравноправно положение като конкуренти
- Поставяне сключването на договори в зависимост от поемането от другата страна на допълнителни задължения или сключване на допълнителни договори, които по своя характер или съгласно обичайната търговска

практика не са свързани с предмета на основния договор или с неговото изпълнение

- Необоснован отказ да се достави стока или да се предостави услуга на реален или потенциален клиент, за да се възпрепятства осъществяваната от него стопанска дейност

Забраните включват още:

- Увреждане на доброто име на конкурентите
- Въвеждане в заблуждение
- Заблуждаваща и сравнителна реклама
- Имитация
- Нелоялно привличане на клиенти
- Разгласяване на производствени или търговски тайни

Въпреки забранителният си характер, по своето същество Законът насърчава подобряването на ефективността в работата на фирмите и осигуряването на равнопоставени условия за тяхната дейност в страната.

6.5. Покупка и отдаване под наем на имот

При стартирането на твоя бизнес, една от първите дейности, които трябва да направиш, е да наемеш или закупиш офис, магазин/търговска площ или производствено помещение. Това е свързано с големи и в повечето случаи неизбежни месечни разходи. **Наемането** на имот е регулирано в Закона за задълженията и договорите, като трябва да си сигурен, че площта, която наемаш за ползване, е подходяща за дейността, която ще извършваш. Например, туристическият агент може да упражнява своята дейност само в помещение на партерния или на първия етаж на жилищна сграда или до третия етаж в офис сграда. За повечето видове бизнеси също има нормативни изисквания по отношение на вида и характера на помещенията.

Трябва да знаеш, че наемодателят ти дължи обезщетение, ако бъдеш лишен от ползването на наетия имот преди изтичане на наемния срок поради прехвърляне на имота. Също така, ако договорът за наем е без определен срок, всяка от страните може да се откаже от него, като предизвести другата един месец по-рано. Ако наемът е уговорен на ден обаче, достатъчно е предупреждение от един ден.

Етапите при **закупуването** на имот са следните:

- Намиране на имот/продавач
- Сключване на предварителен договор
- Изповядване на сделката пред нотариус
- Вписване на имота
- Деклариране на имота

Най-бързият вариант за **намирането на подходящ имот** е да използваш услугите на агенция за недвижими имоти, която разполага с база-данни от офис и бизнес площи (вкл. свободни терени за строителство) и може да ти окаже пълно съдействие за извършването на сделката. Цената на услугата е заплащането на комисионна, която най-често възлиза на около 2,5-3% от стойността на имота.

Стандартна практика при покупката на недвижим имот е преди да платиш цялата сума, да сключиш **предварителен договор** за покупко-продажба, който трябва да бъде в писмена форма. Целта му е да подготви сключването на окончателния

договор. Той трябва да включва всички съществени условия на окончателния договор, вкл. клаузите, които точно описват недвижимия имот (идентификатор, функционално предназначение, начин на трайно ползване, площ и т.н.), цената, страните, сроковете за сключване на окончателен договор под формата на нотариален акт и др. Обичайно, страните се договарят част от продажната цена (най-често 10%) да бъде платена при сключване на предварителния договор. Този договор гарантира всяка една от страните по него, т.к. всяка една от страните по предварителния договор може да предяви иск за обявяването му за окончателен, в случай че е изпълнила задълженията си по него. В този случай окончателният договор се счита за сключен от постановяване на съдебното решение. Компетентен е съдът по местонахождение на имота.

Преди заплащането на пълната цена за имота трябва да се увериш, че имотът не е обременен с тежести от продавача в полза на банки, трети страни или данъчни власти.

При **изповядване на сделката** страните следва да се явят пред нотариус от района, в който се намира имотът, за подписване на нотариалния акт. Продавачът следва да представи в оригинал пред нотариуса документите за имота, от които произтича правото му на собственост. Нотариусът проверява дали недвижимият имот се намира в неговия район, след което проверява всички въпроси, свързани със самоличността, дееспособността и представителната власт на продавача, дали няма законови пречки за прехвърляне на имота имота и т.н. Нотариалният акт се подписва от страните и от нотариуса, който им предоставя препис от нотариалния акт.

При изповядването на сделката във връзка с подписването на акт за собственост се дължат следните такси:

- Нотариална такса (ако има различие между данъчната оценка на имота и продажната цена, такса се плаща върху по-високата сума): ок. 1% от цената + 20% ДДС
- Такса за вписване на нотариалния акт в Имотния регистър към Агенция по вписванията: 0,1% от цената
- Местен данък за придобиване на имущество: варира според общината, където се намира имотът и е между 0,1% и 3% (най-често е 2-2,5% от заявената стойност на имота в нотариалния акт)

За целта, преди изповядване на сделката собственикът на имота трябва да си извади удостоверение за данъчна оценка от общината по местонахождението му. Сумите общо се заплащат на нотариуса, като последният извършва вписването на нотариалния акт и заплащането на дължимите такси. Таксите могат да се разделят между продавача и купувача, но обикновено се заплащат от купувача.

В деня на изповядването на сделката, нотариусът представя нотариалния акт в службата по вписванията по местонахождението на недвижимия имот. Съдията по вписванията разпорежда **вписване** на акта в Имотния регистър към Агенция по вписванията, което гарантира купувача при евентуални претенции на трети лица. От този момент нататък, купувачът разполага с правото изцяло да се разпорежда с имота.

Съгласно Закона за местните данъци и такси всеки, който е придобил нов имот, е длъжен в 2-месечен срок от изповядването и вписването на съответната сделка да подаде данъчна декларация за облагане с годишен данък. **Декларирането** се извършва в отдел „Местни данъци и такси“ към общината по местонахождението на имота.

6.6. Права на интелектуалната собственост

Интелектуалната собственост обхваща индустриалната собственост и авторското право, включващо литературни и художествени произведения. Напълно възможно е в

рамките на бизнеса ти да възникнат въпроси, свързани с правата ти върху нематериални активи, които си създал или си получил и които ти позволяват да генерираш печалба от тях, едновременно с това изискващи осъществяването на контрол върху начина на използването им.

Обектите на **индустриална собственост**, предмет на закрила са изобретенията и полезните модели, марките и географските означения, промишленият дизайн, както и новите сортове растения, породите животни, топологиите на интегралните схеми и т.н. С регистрацията на обект на индустриалната собственост (ИС) получаваш изключително право върху него, благодарение на което можеш да упражняваш сам правото върху ИС, да го прехвърляш на други лица или да им разрешиш да използват това право срещу възнаграждение; да продължаваш сроковете на закрила на твоите права, за да запазиш тяхното действие; да попречиш на други лица да копират или използват твоята ИС, без да са получили разрешение за това; да предприемаш действия за административна и съдебна защита на правата си, в случай, че те са нарушени.

Таблица 9. Описание и срок на действие на някои обекти на индустриалната собственост

Обект на ИС	Описание	Срок на действие*
Патент	Удостоверение за изключително право на притежателя върху дадено изобретение.	До 20 год.
Полезен модел	Идея или концепция, която е резултат от творческа дейност и която посочва начините и средствата за постигане на конкретен технически резултат (напр. машини, съоразения, апарати и др.).	До 10 год.
Промислен дизайн	Външен вид на продукт или на част от продукт, определен от особеностите, които му придават линиите, контурите, формата, текстурата и/или материалите на продукта и/или неговата орнаментация	10 год. + 3 периода по 5 години след това
Марка	Знак, който може да бъде представен графично и чиято основна функция е да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица (търговска марка, марка за услуги, колективна и сертификатна марки)	10 год. + неограничени периоди от по 10 год.
Географско означение	Наименование за произход и географско указание, както и традиционни наименования	-

Източник: Патентно ведомство на Република България

*Бележка: *От датата на подаване на заявката*

Регистрацията и закрилата на обектите на ИС се извършва от Патентното ведомство (www.bpo.bg).

Обект на **авторското право** е всяко произведение на литературата, изкуството и науката, което е резултат на творческа дейност (напр. литературни, музикални и сценични произведения, филми и други аудио-визуални продукти, произведения на изобразителното изкуство, реализирани произведения на архитектурата и приложени устройствени планове, фотографски произведения, графично оформление на печатно издание, кадастрални карти и държавни топографски карти и др.). Авторското право възниква за автора със създаването на произведението и се закриля, докато авторът е жив и седемдесет години след неговата смърт.

Във връзка с авторското си право, имаш редица имуществени и неимуществени права. Също така, може да предоставиш правото си за събиране на възнаграждения за излъчването на твои произведения от предприятия, предоставящи обществени

електронни съобщителни мрежи и/или услуги (телевизии, радиа и т.н.) на регистрирани организации за колективно управление на авторски права. Такива в момента са:

- **Музикаутор** - представлява композиторите, текстописците и издателите
- **Профон** - представлява звукозаписите и музикалните видеозаписи на артистите изпълнители и музикалните продуценти
- **Театераутор** - отговаря за интересите на авторите на сценични произведения
- **Филмаутор** - представлява интересите на създателите на филми, аудиовизуални произведения, записи на филми, записи на аудио-визуални произведения
- **Копи БГ** - събира възнаграждения за всички видове произведения с изключение на компютърни програми и архитектурни произведения, а също и за звукозаписи, записи на филми и други аудиовизуални произведения
- **ЕАЗИПА** (Европейска Агенция за защита на изпълнителски, продуцентски и авторски права) - събира възнаграждения за оригинални произведения на изкуството (графично и пластично изкуство, като картини, колажи, рисунки, скици, гравюри, щампи, литографии, скулптурни фигури, гоблени, керамики, произведения от стъкло и фотографии) – при отчисление от цената на продажбата; музикални и аудиовизуални произведения, звукозаписи и изпълнения, записи на филми и аудиовизуални произведения – при отдаване под наем на носители, които ги съдържат
- **Репро БГ** - отговаря за събирането на възнаграждения, дължими за възпроизвеждане с нетърговска цел на отпечатани произведения върху хартия или друг подобен материал, чрез тяхното копиране, както и при отдаване в заем на литературни произведения или екземпляри от носители, които ги съдържат
- **Артистаутор** – защитава изпълнителските права при актьорски изпълнения (при публични изпълнения, излъчване по безжичен път, предаване и препредаване по кабел или друга електронна съобщителна мрежа, за участие в аудиовизуални произведения, в т.ч. телевизионни филми и сериали, игрални, документални и анимационни филми, радио и телевизионни реклами и т.н.)

Основният орган, който следи за защитата на авторските права в България е Министерство на културата.

6.7. Публично-частно партньорство

На 1 януари 2013 г. влезе в сила нов Закон за публично-частното партньорство (ПЧП), с някои последни изменения от декември 2017 г. Той ти дава допълнителна възможност за изпълнение на дейности в сътрудничество с различни публични институции (държавата, общини и т.н.). Публично-частното партньорство се осъществява чрез договор, чийто срок може да бъде от 5 до 35 г. За да се реализира ПЧП по закона, трябва са са налице следните условия:

- Възлагането на дейността от обществен интерес не може да бъде осъществено по реда на Закона за обществените поръчки
- Възлагането на дейността от обществен интерес не може да бъде осъществено чрез концесия

Дейност от обществен интерес е предоставянето на услуги от обществен интерес чрез финансиране, вкл. строителство, управление или поддържане на:

- Обекти на техническата инфраструктура и на зелената система:
 - В урбанизирани територии: паркинги, гаражи, обекти на градския транспорт, системи за наблюдение и сигурност, системи за улично осветление, зелени площи, паркове и градини
 - Извън урбанизирани територии: паркинги, гаражи, паркове и градини в отделни поземлени имоти
- Обекти на социалната инфраструктура, предназначени за здравеопазване, образование, култура, спорт, отдых и туризъм, социално подпомагане, социални жилища и общежития, изтърпяване на наказанието лишаване от свобода, осъществяване на административни дейности на публичните партньори.

Процедурата за осъществяване на ПЧП може да стартира и по инициатива на своята фирма, която може да предложи пред даден публичен партньор осъществяването на ПЧП. Предложението трябва да бъде придружено от обосновка и финансово-икономически анализ, а когато включва строителство - и от прединвестиционно проучване или инвестиционен проект. Етапите на изпълнението на ПЧП са следните:

- **Подготвителни действия** - осигуряването на обосновка за доказване на социално-икономическата целесъобразност от изпълнението на проекта чрез ПЧП
- **Процедура за определяне на частен партньор** - откриване на процедура (публикува се в Регистъра на обществените поръчки), провеждане на процедура и приемане на решение за определяне на частен партньор (или прекратяване на процедурата); за кандидатите и участниците в процедурата се прилагат изискванията на Закона за обществените поръчки
- **Сключване и изпълнение на договор за ПЧП**

При сключването на договор за ПЧП се определя икономически баланс на ПЧП, който представлява равновесието между ползите за страните и разпределението на рисковете между тях. Определеният в договора икономически баланс на ПЧП се поддържа през целия срок на договора. При сключването му, в съответствие с обявлението, се определят обстоятелствата, свързани с обекта, с дейността или с услугата от обществен интерес, при настъпването или изменението на които икономическият баланс би бил нарушен.

Изпълнението на договорите за ПЧП се наблюдава от Министерство на финансите, което следва да разработи Национална програма за ПЧП (2014-2020 г.) и да поддържа електронен Регистър на ПЧП. Предложения за включване на ПЧП проекти като приложение към държавния, съответно към общинския бюджет, се представят в рамките на бюджетната процедура за съответната година.

Все още липсва достатъчно опит по отношение на приложимостта на процедурите по Закона за ПЧП. Необходимо е обаче да имаш предвид тази възможност, т.к. в много от другите държави-членки на Европейския съюз публично-частното партньорство е широко използван начин за съвместна работа с държавата и общините, като в България също ще намери своето приложение през близките 2-3 години.

7. СЧЕТОВОДСТВО И ОДИТ

7.1. Счетоводство на фирмата и счетоводни стандарти

Правилното водене на счетоводството ще ти позволи да управляваш по-добре своя бизнес, да представяш реалното състояние на фирмата пред твоите партньори или пред кредиторите ти и да избегнеш проблеми, свързани с държавата по отношение на извършваните от теб сделки и плащания. Въпреки че едва ли сам ще се занимаваш с това, по-долу ще намериш полезна информация.

Всички фирми, с изключение на малките и средните предприятия (МСП), каквото вероятно ще бъде и твоето в началото, са длъжни да изготвят и представят годишните си финансови отчети на базата на Международните счетоводни стандарти. За МСП е допустимо те да се изготвят и представят на базата на Националните стандарти за финансови отчети за МСП. Предприятията са длъжни да съставят годишен финансов отчет към 31 декември на съответната година в хиляди левове, като съставните му части са: счетоводен баланс, отчет за приходите и разходите, отчет за паричните потоци, отчет за собствения капитал и приложение.

Таблица 10. Основни понятия при счетоводната отчетност

Понятие	Описание
Актив	Ресурс, контролиран от предприятието в резултат на минали събития, от който се очаква бъдеща икономическа изгода
Пасив	Съществуващо задължение на предприятието, което произтича от минали събития и чието уреждане се очаква да доведе до изтичане на ресурси - носители на икономическа изгода
Собствен капитал	Остатъчната стойност на активите на предприятието след приспадането на всичките му пасиви
Приход	Нарастването на икономическата изгода през отчетния период под формата на придобиване на активи или намаляване на пасивите, което води до нарастване на собствения капитал, освен онова, което подлежи на разпределяне между собствениците на капитала, и преоценката, отразена в собствения капитал
Разход	Намаляването на икономическата изгода през отчетния период под формата на извеждане извън предприятието или намаляване на активите, или увеличаване на пасивите, което води до намаляване на собствения капитал, отделно от това, което подлежи на разпределяне между собствениците на капитала, и преоценката, отразена в собствения капитал
Финансов резултат (печалба или загуба)	Стойностен израз на крайния икономически резултат от осъществяването на определена сделка или от дейността на предприятието за определен отчетен период
Печалба/загуба от обичайната дейност	Крайният икономически резултат от съпоставянето на приходите и разходите от обичайната дейност
Счетоводна печалба/загуба	Печалбата/загубата преди начисляване на разходите за данъци
Балансова печалба/загуба	Печалбата/загубата след начисляване на разходите за данъци

Източник: Национални стандарти за финансови отчети за МСП

Следва да имаш предвид, че в Закона за счетоводството са посочени конкретни изисквания за съставителите на финансовите отчети – те следва да имат задължителна минимална степен на завършено образование и съответстващ към него професионален стаж, например:

- висше счетоводно-икономическо образование и стаж в областта на счетоводството, външния и вътрешния одит и финансовата инспекция, данъчните ревизии или като преподавател по счетоводство и контрол, съответно:
 - при магистърска степен – две години;
 - при бакалавърска степен – три години;
 - при степен „професионален бакалавър“ – 4 години;
- друго висше икономическо образование и 5 години стаж в областта на счетоводството, външния и вътрешния одит и финансовата инспекция, данъчните ревизии или като преподавател по счетоводство и контрол;
- средно икономическо образование и 8 години стаж като счетоводител;

В допълнение трябва да знаеш, че всички търговци по смисъла на Търговския закон публикуват годишния финансов отчет, консолидирания финансов отчет и годишните си доклади (приети от общото събрание на съдружниците или акционерите или от съответния орган) чрез заявяване за вписване и представяне за обявяване в търговския регистър, в срок до 30 юни на следващата година;

Не бива да забравяш и че счетоводната информация следва да се съхранява в предприятието по реда, предвиден в Закона за Националния архивен фонд, в следните срокове:

- ведомости за заплати – 50 години, считано от 1 януари на отчетния период, следващ отчетния период, за който се отнасят;
- счетоводни регистри и финансови отчети, включително документи за данъчен контрол, одит и последващи финансови инспекции – 10 години, считано от 1 януари на отчетния период, следващ отчетния период, за който се отнасят;
- всички останали носители на счетоводна информация – три години, считано от 1 януари на отчетния период, следващ отчетния период, за който се отнасят.

Накрая, следва да имаш предвид, че според Закона за ограничаване на плащанията в брой, плащанията на територията на България се извършват само чрез превод или внасяне по платежна сметка, когато са на стойност, равна на или надвишаваща 10 000 лв. или на стойност под 10 000 лв., но представляват част от плащане по договор, чиято обща стойност е равна на или надвишава 10 000 лв.

7.2. Одит на фирмата

Според дефиницията, дадена в Закона за независимия финансов одит, това е съвкупност от необходими и взаимосвързани процедури, определени от Международните одиторски стандарти, въз основа на които се изразява независимо мнение относно достоверността във всички аспекти на същественост на финансовите отчети, изготвени в съответствие с българското счетоводно законодателство.

На независим финансов одит от регистрирани одитори подлежат годишните финансови отчети на:

- Акционерни дружества и командитни дружества с акции
- Предприятия, които са емитенти по смисъла на Закона за публичното предлагане на ценни книжа
- Кредитни институции, застрахователни и инвестиционни предприятия, дружества за допълнително социално осигуряване и управляваните от тях фондове
- Предприятия, за които това изискване е установено със закон
- Всички предприятия, непосочени в горните точки, с изключение на бюджетните предприятия и предприятията, прилагащи облекчена форма на финансова отчетност (вероятно като твоето), а именно фирми, които в текущата или в предходната година не надвишават показателите на два от следните критерии:
 - Балансова стойност на активите към 31 декември - 2 млн. лв.
 - Нетни приходи от продажби за годината – 4 млн. лв.
 - Средна численост на персонала за годината - 50 души

При определяне статута на едно новообразувано предприятие като прилагащо облекчена форма на финансова отчетност, се вземат стойностите на тези критерии само за годината на възникване.

Целта на независимия финансов одит е изразяване на независимо одиторско мнение относно:

- Финансовото състояние на предприятието
- Отчетения финансов резултат от дейността на предприятието
- Паричните потоци на предприятието и промените в тях
- Собствения капитал на предприятието и промените в него

Предприятията, чиито годишни финансови отчети подлежат на задължителен независим финансов одит, съставят и годишен доклад за дейността, който съдържа като минимум следната информация:

- Преглед, който представя вярно и честно развитието и резултатите от дейността на предприятието, както и неговото състояние, заедно с описание на основните рискове, пред които е изправено
- Всички важни събития, които са настъпили след датата, към която е съставен годишният финансов отчет
- Вероятното бъдещо развитие на предприятието
- Действията в областта на научноизследователската и развойната дейност
- Наличието на клонове на предприятието и т.н.
- Използваните от предприятието финансови инструменти, а когато е съществено за оценяване на активите, пасивите, финансовото състояние и финансовия резултат, се оповестява и допълнителна информация

Независимият финансов одит се осъществява въз основа на договор между предприятието и регистриран одитор като физическо лице или чрез негово предприятие или специализирано одиторско предприятие с посочване на регистрирания одитор, отговорен за извършване на независимия финансов одит. Възнаграждението се определя като конкретна сума само за одиторската услуга, не може да се влияе от предоставянето на допълнителни услуги и не може да бъде поставено под условие

8. ДАНЪЧНО ОБЛАГАНЕ

8.1. Данъчна система и данъчно облагане на бизнеса

Данъчната система в България се състои от местни и републикански данъци. Местните данъци включват данъка върху недвижимите имоти, данъка върху превозните средства, данъка върху наследствата, данъка върху даренията, данъка при възмездно придобиване на имущество, патентния данък, туристическия данък и други, определени със закон. Републиканските данъци биват два вида – преки и косвени. Преки данъци са:

- Корпоративен данък (върху печалбата от дейността на фирмата): 10%
- Данък, удържан при източника (върху дивидентите и ликвидационните дялове от фирми): 5%
- Данък върху разходите (вж. по-долу какво включва той): 10%
- Данъци върху доходите на физическите лица: 10%

Косвените данъци са: данък върху добавената стойност (20%⁶), акцизите и данъка върху застрахователните премии (2%).

До 31 март на всяка година следва да подадеш в териториалната дирекция на Националната агенция за приходите по регистрация на фирмата ти годишна данъчна декларация и да внасеш дължимия си годишен корпоративен данък за предходната година. С годишната данъчна декларация следва да подадеш и годишен отчет за дейността.

Авансови вноски за корпоративен данък

Следва да имаш предвид, че ако си регистрирал печалба в края на първата финансова година от дейността на фирмата ти, през следващата година си длъжен да правиш авансови месечни или тримесечни вноски за корпоративния данък на базата на прогнозна данъчна печалба за текущата година. Няма да правиш авансови вноски само, ако нетните ти приходи от продажби за предходната година не превишават 300 000 лв.

Данък върху разходите

Това е данък, с който се облагат следните документално обосновани разходи:

- Представителните разходи, свързани с дейността
- Социалните разходи, предоставени в натура на работници и служители и лица, наети по договор за управление и контрол (наети лица); социалните разходи, предоставени в натура включват и:
 - Разходите за вноски (премии) за допълнително доброволно осигуряване, за доброволно здравно осигуряване и за застраховки "Живот" (над 60 лв. месечно на всяко наето лице)
 - Разходите за ваучери за храна (над 60 лв. месечно на всяко наето лице)
- Разходите, свързани с експлоатация на превозни средства, когато с тях се осъществява управленска дейност

Освобождават се от облагане социалните разходи за транспорт на работници и служители и лицата, наети по договор за управление и контрол от местоживеенето до

⁶ Данъчната ставка за настаняване, предоставяно в хотели и подобни заведения, вкл. предоставянето на ваканционно настаняване и отдаване под наем на места за площадки за къмпинг или каравани е 9%.

местоработата и обратно. Освобождаването не се отнася за разходи за транспорт, осъществен с лек автомобил или по допълнителни автобусни линии, с изключение на случаите, когато същият се извършва с лек автомобил до трудно достъпни и отдалечени райони, и без този разход фирмата не може да осигури осъществяването на дейността си.

Амортизация

Амортизацията за данъчни цели представлява намаляване на цената на определен дълготраен материален или нематериален актив поради износване или изхабяване

Таблица 11. Годишни данъчни амортизационни норми

Категория активи	Вид	Амортизационна норма, %
Категория I	Масивни сгради, включително инвестиционни имоти, съоръжения, предавателни устройства, преносители на електрическа енергия, съобщителни линии	4
Категория II	Машины, производствено оборудване, апаратура	30
Категория III	Транспортни средства, без автомобили; покритие на пътища и на самолетни писти	10
Категория IV	Компютри, периферни устройства за тях, софтуер и право на ползване на софтуер мобилни телефони	50
Категория V	Автомобили	25
Категория VI	Данъчни дълготрайни материални и нематериални активи, за които има ограничен срок на ползване съгласно договорни отношения или законово задължение	100 (години на правното ограничение); годишната норма не може да превишава 33 1/3
Категория VII	Всички останали амортизируеми активи	15

Източник: Закон за корпоративното подоходно облагане, 2018

Патентен данък

Режимът на облагане с патентен данък е регламентиран в Закона за местните данъци и такси. С годишен патентен данък се облагат следните дейности:

- Средства за подслон и места за настаняване с не повече от 20 стаи
- Заведения за хранене и развлечения (ресторанти, кафе-сладкарници, барове и други)
- Търговия на дребно до 100 кв. м. нетна търговска площ на обекта
- Услуги (дърводелски, шивашки, общарски, фризьорски, машинописни, козметични, часовникарски, тапицерски, авторемонтни, стъкларски и др.)
- Продажба на вестници, списания и др.
- Игри с развлекателен характер (минифутбол, тенис на маса и др.)
- Заложни къщи
- Услуги с атрактивен характер (корабчета, влачета, въртележки)
- Обучение на водачи на моторни превозни средства и др.

8.2. Регистрация по ДДС

На регистрация по Закона за данъка върху добавената стойност (ЗДДС; обн., ДВ, бр. 63 от 4.08.2006 г., изм. и доп. ДВ. бр.97 от 5 Декември 2017г.) подлежи всяко данъчно задължено лице, което е установено на територията на страната и извършва облагаеми доставки на стоки или услуги. Регистрацията по ЗДДС бива задължителна и по избор. Трябва да извършиш задължителна регистрация, ако натрупаш оборот (приходи от продажби на стоки или услуги) от 50 000 лв. или повече за период не по-дълъг от последните 12 последователни месеца преди текущия месец. При това условие, си длъжен в 14-дневен срок от изтичането на данъчния период, през който си достигнал този оборот, да подадеш заявление за регистрация по закона. Регистрацията се извършва, като лично или чрез упълномощен твой представител подадеш в съответната териториална дирекция на НАП заявление за регистрация по образец. Заявлението трябва да съдържа основанията за регистрация, като към него се прилагат и други документи, определени в правилника за прилагане на ЗДДС.

В срок от 7 дни след постъпване на заявлението, териториалната дирекция на НАП извършва проверка на основанията ти за регистрация. В срок от 7 дни от приключване на проверката тя издава акт, с който извършва или мотивирано отказва да извърши регистрацията ти. Оттук нататък, ако бъдеш регистриран по ДДС, във фактурите, които издаваш, следва да начисляваш ДДС в размер на 20% върху стойността на стоките или услугите, които продаваш. Също така, след регистрацията ти по ЗДДС, трябва да следиш счетоводителят ти редовно да подава в НАП справка-декларация и отчетни регистри до 14-о число включително на месеца, следващ данъчния период, за който се отнася.

Доброволна регистрация по ЗДДС можеш да направиш, ако смяташ, че за период, по-кратък от следващите 12 месеца ще натрупаш оборот, който надхвърля 50 000 лв. Например, ако имаш сключен договор на стойност, по-висока от минималния праг за регистрация по ДДС и срок на изпълнение, по-кратък от 12 месеца. По този начин ще се възползваш по-рано от правото си на данъчен кредит. Данъчен кредит е сумата на данъка, която твоята фирма, като регистрирано лице по ЗДДС има право да приспадне от данъчните си задължения за получени стоки или услуги по облагаема доставка, за извършено плащане, преди да е възникнало данъчното събитие за облагаема доставка, на базата на осъществен внос или за изискуемия от фирмата ти данък като платец.

Националната агенция за приходите поддържа специален регистър за регистрираните лица по ЗДДС, като с вписването ти в него ще получиш идентификационен номер за целите на ДДС (твоят ЕИК), пред който е поставен знакът "BG", напр. ако ЕИК на фирмата ти е 123456789, след регистрацията ти в регистъра, ще стане BG 123456789.

Ако не извършиш регистрация по ЗДДС при положение, че са налице задължителните условия за това и териториална дирекция на НАП установи този факт, ще бъдеш регистриран с издаване на акт за регистрация. В този акт ще бъдат посочени основанията и датата, на която е възникнало задължението ти за регистрация и ще дължиш данък за извършените от фирмата ти облагаеми доставки и облагаеми вътреобщностни придобивания, както и за получените облагаеми доставки на услуги, за които данъкът е изискуем от получателя за периода от изтичането на срока, в който е следвало да бъде издаден актът за регистрация, ако си подал заявлението за регистрация в срок, до датата, на която си регистриран по ЗДДС. Задълженията ти в

този случай ще се определят с ревизионен акт по реда на Данъчно-осигурителния процесуален кодекс.

9. ТРУДОВО И ОСИГУРИТЕЛНО ЗАКОНОДАТЕЛСТВО

9.1. Политика по заетостта

Националният план за действие по заетостта за 2018 г. е оперативен документ за прилагане на политиката на пазара на труда. Целта е да се подобрява човешкият капитал, за да подкрепи ръста на икономиката, да се балансира пазара на труда, като се подготвят кадри за работни места и по професионални направления с необезпечено търсене. Наред с това ще се осигурява активиране на неактивните и изпреварващо обучение на работната сила за удовлетворяване на повишаващото се търсене от страна на бизнеса и по-успешното адаптиране на икономиката към външните и вътрешните предизвикателства на стопанското развитие. Планът ще продължи да допринася за реализиране на целите и поетите ангажменти на страната в изпълнение на Стратегията на ЕС Европа 2020 и мерките, включени в Националната програма за реформи 2017 г. – 2020 г., препоръката на Съвета от 1.07.2017 г., Конвергентната програма, Програмата на правителството до 2021 г. Изпълнението на Националния план за действие по заетостта (НПДЗ) 2018 г. през първата половина на годината съвпада с Председателството на България на Съвета на Европейския съюз и работата за постигането на ориентирани към бъдещето реални резултати, следвайки принципите на прозрачност и отчетност и реализирайки „отворено към гражданите“ Председателство.

Визията на Националния план за действие по заетостта през 2018 г. е определена като: „Подкрепа за растежа на икономиката чрез увеличаване предлагането на качествена работна сила според потребностите на икономиката и увеличаване на заетостта на неравнопоставените групи на пазара на труда, приоритетно от най-слабо развитите райони“. В тази връзка през 2018 г. в активната политика на пазара на труда водещи са услугите за търсещите работа лица и обучението на работната сила.

Основните цели и приоритети на националната политика по заетостта през 2018 г. при очаквания икономически ръст за 2018 г., стабилна вътрешна икономическа среда и ръст на вътрешното търсене включват: подкрепа за растежа на икономиката чрез увеличаване предлагането на качествена и по-производителна работна сила според потребностите на икономиката; намаляване на неравновесията между предлагането и търсенето на работна сила и подкрепа за създаване на работни места в реалната икономика за постигане на растеж, благоприятен за заетостта; подобряване на бизнес средата и увеличаване на заетостта в основните сектори на икономиката; увеличаване на участието на пазара на труда и намаляване на броя на неактивните лица в трудоспособна възраст; по-успешно включване и усвояване на умения от безработните от най-неравнопоставените групи, по-бързо устройване на работа и постигане на устойчива заетост; постигане на по-голяма ефикасност и качество на услугите по заетостта; бързи преходи от заетост в заетост за търсещите работа лица с висока квалификация и възможности за кариерно развитие; постигане на дълготраен ефект при приобщаването към пазара на труда на най-уязвимите групи; развитие на междунституционалното взаимодействие и социалното партньорство.

През 2018 г. приоритетни целеви групи на активната политика на пазара на труда са продължително безработните лица и безработните без професионална квалификация. Работи се и с безработните младежи до 29 г. с подгрупа до 25 г.; младежите, които нито се обучават, нито са заети (NEETs); безработните над 50-годишна възраст; безработните лица с трайни увреждания; неактивните лица, желаещи

да работят, в т.ч. обезкуражените лица. Финансирането на плана се осъществява със средства за активна политика на пазара на труда от държавния бюджет за 2018 г., както и със средства от Европейските структурни и инвестиционни фондове.

В НПДЗ за 2018 г. е включена информация за:

програмите, проектите, мерките по Закона за насърчаване на заетостта и схемите по ОП „Развитие на човешките ресурси“ (ОПРЧР) 2014-2020 г. за заетост и обучение и действията по Националния план за изпълнение на Европейската гаранция за младежта; дейности на други институции, които влияят върху икономиката и пазара на труда;

финансовите средства, източниците за финансиране, видовете стимули и техните размери – както за работодателите, обучаващите институции, така и за участниците в субсидирана заетост, обучение или насърчаване на мобилността;

отговорните институции за изпълнение на плана и техните партньори.

Планът за 2018 г. е разработен в три части. Първата част представя състоянието на пазара на труда през 2017 г. и очакванията за 2018 г. Във втората част е изложена националната политика по заетостта през 2018 г. В тази част са изложени и целите, приоритетите, целевите групи на политиката и програмите, проектите, мерките и действията в следните основни направления:

Подкрепа за икономически растеж благоприятен за заетостта.

Подобряване на социалния диалог чрез включване на социалните партньори във формирането и изпълнението на политиките по заетостта.

Намаляване на безработицата в икономически по-слабо развитите региони включително чрез активната политика на пазара на труда.

Подобряване на функционирането на пазара на труда.

В третата част са включени действията за укрепване на управлението на политиките по заетостта. Планът съдържа и подробни приложения, които подпомагат неговото изпълнение от отговорните институции и организации. Първото приложение включва кратки фишове на всички, съдържащи се в НПДЗ 2018 г. програми, проекти, мерки и схеми по оперативните програми с посочени цели, основни дейности, целеви групи и отговорни за тяхната реализация институции, организации и партньори, както и продължителност и размер на финансирането. Във второто приложение са регламентирани максималните размери на средствата по чл. 30а от Закона за насърчаване на заетостта (ЗНЗ) за програмите, проектите и мерките за 2018 г. В отделно приложение (3), което изпълнява ролята на указател, са определени видовете плащания за всяка програма или мярка, включена в плана. Финансовата таблица за разпределение на средствата от бюджета на Министерството на труда и социалната политика (МТСП) за активна политика за 2018 г. от държавния бюджет, показва средствата по програми, проекти, мерки и обучение на възрастни и резултатите, които трябва да се постигнат като брой включени в заетост и обучение лица (приложение 4). В приложение 4.1 се посочва за всяка програма/проект или мярка за заетост и обучение дали е приложимо отпускането на средствата да се реализира под формата на схема за минимална помощ или под формата на схема за държавна помощ. В приложение 5 е включен отчет за изпълнението на НПДЗ 2017 г. за десетте месеца с финансова таблица. Приложение 6 съдържа обобщена таблица с данни относно заетостта и безработицата в 28-те области на страната.

9.2. Основни въпроси от трудовото законодателство

В текста по-долу са посочени някои важни въпроси, определени от Кодекса на труда, свързани с вида и срока на трудовия договор, продължителността на работното време, нощния и извънредния труд, работата от разстояние, платения годишен отпуск и

категориите труд, които следва да имаш предвид при управлението на бизнеса си, за да изпълняваш законосъобразно задълженията си като работодател.

Срок на трудовия договор

Трудовият договор може да бъде сключен за неопределено време или като като срочен трудов договор (например за 3 месеца). Трудовият договор се смята за сключен за неопределено време, ако изрично не е уговорено друго. Този вид договор не може да се превърща в договор за определен срок, освен при изричното желание на работника или служителя, изразено писмено. Срочен трудов договор се сключва за определен срок, който не може да бъде по-дълъг от 3 години, като целта му може да бъде за извършване на определена работа, за заместване на работник или служител, който отсъства от работа и т.н. Когато работата изисква да се провери годността на работника или служителя да я изпълнява, окончателното назначаване на работа може да се предшества от договор със срок за изпитване до 6 месеца. Такъв договор може да се сключи и когато работникът или служителят желае да провери дали работата е подходяща за него.

Нормална продължителност на работното време

Работната седмица е 5-дневна с нормална продължителност на седмичното работно време до 40 часа. Нормалната продължителност на работното време през деня е до 8 часа.

Нощен труд

Нощен е трудът, който се полага от 22,00 ч. до 06,00 ч. Нормалната продължителност на седмичното работно време през нощта при 5-дневна работна седмица е до 35 часа. Нормалната продължителност на работното време през нощта при 5-дневна работна седмица е до 7 часа.

Работа на смени

Когато характерът на производствения процес налага, работата в предприятието може да се организира на 2 или повече смени. Работната смяна е смесена, когато включва дневен и нощен труд. Смесена работна смяна с 4 и повече часа нощен труд се смята за нощна и има продължителност на нощна смяна, а с по-малко от 4 часа нощен труд се смята за дневна и има продължителност на дневна смяна.

Извънреден труд

Извънреден е трудът, който се полага от работника или служителя по разпореждане или със знанието и без противопоставянето на работодателя извън установеното за него работно време. Като цяло, той е забранен, с някои изключения, като например, за довършване на започната работа, която не може да бъде извършена през редовното работно време или за извършване на усилена сезонна работа. Продължителността на извънредния труд през една календарна година за един работник или служител не може да надвишава 150 часа.

Заплащане на извънредния труд

Положеният извънреден труд се заплаща с увеличение, уговорено между работника или служителя и работодателя, но не по-малко от:

- 50% за работа през работните дни
- 75% за работа през почивните дни
- 100% за работа през дните на официалните празници

Когато не е уговорено друго, увеличението се изчислява върху трудовото възнаграждение, определено с трудовия договор.

Работа от разстояние

Работата от разстояние е форма на работа, изнесена извън помещенията на работодателя, извършвана по трудово правоотношение чрез използването на информационни технологии, която преди изнасянето ѝ е била или би могла да бъде извършвана в помещенията на работодателя. Разпределението на работното време се установява в правилника за вътрешния трудов ред на предприятието.

Гъвкаво работно време

В предприятия, в които организацията на труда позволява това, може да се установява работно време с променливи граници (напр. начало на работния ден в периода от 8 до 11 ч. и край на работния ден в периода между 17 и 20 ч., но не по-малко от 8 часа). Времето, през което работникът или служителят трябва задължително да бъде на работа в предприятието, както и начинът за неговото отчитане се определят от работодателя. Извън времето на задължителното присъствие работникът или служителят сам определя началото на работното си време.

Кодексът на труда ти позволява и за някои длъжности да установиш и ***ненормиран работен ден***.

Основен и удължен платен годишен отпуск

Всеки работник или служител има право на платен годишен отпуск. При постъпване на работа за първи път, работникът или служителят може да ползва платения си годишен отпуск, когато придобие най-малко 8 месеца трудов стаж. Размерът на основния платен годишен отпуск е не по-малко от 20 работни дни.

Допълнителен платен годишен отпуск

При определени условия работникът или служителят има право на допълнителен платен годишен отпуск, напр. за работа при специфични условия и рискове за живота и здравето, които не могат да бъдат отстранени, ограничени или намалени, независимо от предприетите мерки - не по-малко от 5 работни дни, за работа при ненормиран работен ден - не по-малко от 5 работни дни.

Следва да знаеш, че според Кодекса на труда, като работодател си длъжен да освобождаваш от работа твоите работници или служители при определени случаи:

- При встъпване в брак - 2 работни дни
- При кръводаряване - за деня на прегледа и кръводаряването, както и 1 ден след него
- При смърт на родител, дете, съпруг, брат, сестра и родител на другия съпруг или други роднини по права линия - 2 работни дни

Категории труд

Според Наредбата за категоризиране на труда при пенсиониране категориите труд се разделят на три категории: първа, втора и трета. От ***първа категория*** при пенсиониране е трудът на работници, инженерно-технически специалисти и ръководни служители, заети на работа под земята в подземните рудници, минни спасители, водолази и работещи в кесони, пилот, шурман, радист, борден инженер (механик), парашутист, стюардеса (стюард) и борден съпроводител, работещи във въздухоплаването, работници в металургията и др. От ***втора категория*** при

пенсиониране е трудът на ръководители на подземни обекти: геологопроучвателен, хидротехнически, тунелен и минностроителен, работници, инженерно-технически специалисти и ръководни служители от рудници и кариери за открит добив на полезни изкопаеми, работници, инженерно-технически специалисти и ръководни служители, заети непосредствено в химически производства, локомотивни машинисти и помощник локомотивни машинисти, шофьори на товарни автомобили с товароподемност 12 и повече тона, циркови артисти и т.н. От **трета категория** при пенсиониране е трудът на работници, специалисти и служители, които не влизат в горните две категории.

Лицата, работили при тежки и вредни условия на труд могат да се пенсионира по-рано от останалите.

9.3. Видове осигуровки на работодателите и наетите лица

Във връзка с формирането на работните заплати на наетите лица в своята фирма – брутни и нетни, следва да имаш предвид минималните прагове, които се определят с бюджета на държавното обществено осигуряване (ДОО). Тъй като всяка година има промени, тяхното следене е основно работа на твоя счетоводител, но е добре и ти да ги познаваш, за да можеш да прецениш какъв би бил брутният разход на своята фирма във връзка с наемането на даден работник или служител. Например, ако се договориш да заплащаш чисто месечно възнаграждение на даден твой служител в размер на 600 лева, реалният разход за фирмата ти ще бъде около 900 лева, като това ще включва разходите за осигуровки (както тези, които се заплащат от работодателя, така и личните) и личния данък в размер на 10%.

Социални рискове, за които се осигуряват наетите лица

Всички работници и служители, които са наети на работа за пет или повече работни дни или 40 часа седмично през един календарен месец, подлежат на държавно обществено осигуряване във връзка с:

- Фонд "Пенсии" за инвалидност поради общо заболяване, старост и смърт
- Фонд "Общо заболяване и майчинство" (Фонд "ОЗМ") за общо заболяване и майчинство, което включва осигуряването за временна неработоспособност, временно намалена работоспособност и майчинство
- Фонд "Безработица" за безработица
- Фонд "Трудова злополука и професионална болест" (Фонд "ТЗПБ") за трудова злополука и професионална болест, което включва инвалидност, смърт, временна неработоспособност и временно намалена работоспособност, поради трудова злополука и професионална болест

Таблица 12. Осигуровки и данъци за наетите лица през 2018 г., %

Вид осигурен	Фонд	Родени преди 1960 г.		Родени след 1959 г.	
		Работодател	Лична	Работодател	Лична
• Трета категория труд • Договор за управление и контрол	Фонд "Пенсии"	11.02	8.78	8.22	6.58
	Фонд "ОЗМ"	2,10	1,40	2,10	1,40
	Фонд "Безработица"	0,60	0,40	0,60	0,40
Общо (1)		13.72	10.58	10.92	8.38
		24.30		19.30	
• Първа категория • Втора категория	Горните 3 фонда + 3% за работодател	16.72	10.58	13.92	8.38
Всички осигурени	Фонд "ТЗПБ"	0,40-1,10	-	0,40-1,10	-

Вид осигурен	Фонд	Родени преди 1960 г.		Родени след 1959 г.	
		Работодател	Лична	Работодател	Лична
Общо (2)		0,40-1,10	-	0,40-1,10	-
		0,40-1,10		0,40-1,10	
Всички осигурени с някои малки изключения	Универсален пенсионен фонд	-	-	2,80	2,20
Общо (3)		-	-	2,80	2,20
		5,00		-	
ОБЩО = (1) + (2) + (3)		13,72-16,72	9,70	13,00-13,70	9,70
		24.30-27.30		19,30-22,30	
Данък върху доходите на физическите лица		10			

Източник: Национален осигурителен институт

При формирането на чистото месечно трудово възнаграждение, от брутната сума на заплатата, която е записана в трудовия договор заедно с допълнителното трудово възнаграждение (ако има такова), се изваждат разходите за ДОО и “Универсален пенсионен фонд”, като върху разликата се начислява 10% личен данък, който се внася от работодателя. Така се формира нетното (чистото) възнаграждение на работника или служителя.

Минимална работна заплата и максимален месечен осигурителен доход

Минималната работна заплата за 2018 г. е 510 лв. Размерът на максималния месечен осигурителен доход се определя ежегодно в Закона за бюджета на ДОО. За 2018 г. той е в размер 2600 лв.

Минимален осигурителен доход по основни икономически дейности и квалификационни групи професии

В зависимост от икономическата дейност на предприятието (според Класификацията на икономическите дейности или КИД-2008), за всяка категория работници (общо 9) има определен минимален доход, върху който се начисляват осигуровки. Категориите са следните:

1. Ръководители
2. Специалисти
3. Техници и приложни специалисти
4. Помощен административен персонал
5. Персонал, зает с услуга за населението, търговията и охраната
6. Квалифицирани работници в селското, горското, ловното и рибното стопанство
7. Квалифицирани работници и сродни на тях занаятчии
8. Машинни оператори и монтажници
9. Професии, неизискващи специална квалификация

Социални осигуровки и минимален осигурителен доход за самоосигуряващи се лица

Освен ако не си нает на трудов договор (договор за управление и контрол) във фирмата ти, в която си собственик или партньор (ако е ООД, например), следва да се грижиш и за заплащането на твоите лични социално-осигурителни вноски като самоосигуряващо се лице. Минималният месечен размер на осигурителния доход

за самоосигуряващите се лица се променя на 510 лв. Отпада диференцираният минимален месечен размер на осигурителен доход за самоосигуряващите се лица, съобразно облагаемия им доход.

10. ИНСТРУМЕНТИ ЗА ФИНАНСИРАНЕ НА СТАРТИРАЩ БИЗНЕС

Един от най-важните елементи при стартирането на твоя нов бизнес е осигуряването на достатъчен финансов ресурс за неговото начало и успешно развитие. При това, следва да имаш предвид, че ще са ти необходими авансови средства за период от поне 3 до 6 месеца след началото на дейността, като през това време основно ще инвестираш в бизнеса (наем, персонал, материали, консумативи, режимни разходи и т.н.), а печалбите от него може да се очакват едва към края на първата година, стига всичко да се развива нормално според твоя бизнес план.

Таблица 13. Източници на капитал в различните етапи от развитието на бизнеса

	Начална фаза	Стартиране на бизнеса	Растеж на фирмата	Разрастване на фирмата
Лични спестявания	■	■		
Заеми от семейство и приятели	■	■		
Инвеститори (т.нар. “бизнес ангели”)		■	■	■
Рисков капитал		■	■	■
Грантове		■	■	■
Лизинг на активи		■	■	■
Банков заем			■	■
Ипотека на недвижим имот			■	■
Фондова борса				■

Умението да балансираш между наличните и достъпните финансови ресурси във връзка с всеки един от етапите на развитието на бизнеса ще ти позволи да имаш относително добра финансова прогнозируемост и да избегнеш много от рисковете, които съпътстват всеки новостартиращ бизнес от гледна точка на неговата ликвидност.

9.1. Банкова система

През 2018г., на пазара в България оперират 21 банки и 5 клона на чуждестранни банки.

Тук може да намериш актуална информация за банките в България:

Таблица 14. Активите на банките в България към 31.12.2017г.

Банка	Активи'17	Активи'16	Изменение
Уникредит Булбанк	19,096,088	18,625,832	470,256
Банка ДСК	12,150,118	11,642,952	507,166
Първа инвестиционна банка	8,642,557	8,852,470	-209,913
Пощенска банка	7,421,473	6,818,262	603,211
ОББ	7,349,661	6,831,653	518,008
Райфайзенбанк	6,997,363	6,323,552	673,811
Сосиете Женерал Експресбанк	6,430,308	5,934,834	495,474
ЦКБ	5,411,304	4,969,944	441,360
СИБАНК	3,619,806	3,102,278	517,528
Банка Пиреос	3,036,835	2,907,715	129,120
Алианц Банк	2,559,752	2,463,788	95,964
ББР	2,471,136	1,911,381	559,755
Инвестбанк	1,981,981	1,916,510	65,471
Прокредит Банк	1,964,114	1,850,876	113,238
Общинска банка	1,510,465	1,320,370	190,095
Интернешънъл Асет Банк	1,372,046	1,302,348	69,698
БАКБ	1,240,136	1,071,267	168,869
Ситибанк	855,577	829,059	26,518
Търговска банка Д	758,856	725,885	32,971
БНП Париба	735,981	750,495	-14,514
Ти Би Ай	686,740	593,881	92,859
ИНГ Банк	671,071	540,539	130,532
Токуда банк	388,039	387,267	772
Тексимбанк	220,005	199,769	20,236
Виктория	122,918	128,506	-5,588
Те Дже Зираат Банкась	113,401	88,817	24,584
Ишбанк	113	4,729	-4,616
Общо за банковата система	97,807,844	92,094,979	5,712,865

Източник: Българската народна банка

Въпреки че много малко банки финансират новостартиращ бизнес поради многото рискове, които съществуват за обратното изплащането на средствата, те са един от възможните и достъпните източници на финансиране. При липсата на кредитна история на фирмата, за да може да получиш заем от банка, следва да обмислиш възможността да го вземеш като физическо лице, след което да инвестираш средствата в бизнеса ти или да ипотекираш имот, който може да служи като залог за получения кредит. Във втория случай трябва да имаш предвид, че банките най-често отпускат заеми на стойност до 50-70% от пазарната цена на имота, който предлагаш като обезпечение.

За да постигнеш максимална ефективност на привлечените средства и да не рискуваш прекалено, можеш да балансираш между различни видове кредити, напр. да вземеш заем за оборотни средства (за закупуване на материали и консумативи, за наем на офис, заплати и др.), който да е със срок на изплащане до 12 месеца и да може да револвира, т.е. след покриването му да можеш да всемеш нов на същата или по-висока стойност. На второ място, в зависимост от естеството на бизнеса ти, може да потърсиш дългосрочен кредит за закупуване на машини или оборудване, напр. за период от 3 до 5 години, който да се изплаща на равни или намаляващи вноски. Друг вид кредит, който

може да потърсиш от банката, ако се занимаваш с търговия на едро или на дребно (внос/износ), е кредит за покриване на ДДС, т.к. понякога това може да изисква сериозен финансов ресурс. Накрая, в случай, че участваш по обществени поръчки или така се изисква от твоите клиенти/възложители, можеш да потърсиш издаването на банкова гаранция за определена сума, която се иска като обезпечение за договор, който предстои да сключиш.

При стартирането на разговори с различни банки за откриването на най-добри условия, които те предлагат за финансирането на твоя бизнес, е добре да разбереш и дали част от обезпечението по заема, който търсиш, не може да бъде покрито от Националния гаранционен фонд към Българската банка за развитие или от други подобни гаранционни схеми.

Не на последно място, част от българските банки разполагат с финансов ресурс, предоставен или гарантиран по инициативата на Европейския съюз JEREMIE (“Съвместни европейски ресурси за микро- и средни предприятия”), благодарение на който предоставените заеми са с облекчени условия за обезпечение и с по-ниски лихви и такси.

Накрая, част от активите, които са ти необходими за осъществяването на дейността ти (напр. автомобили, машини, оборудване и т.н.), може да ползваш чрез лизинг. Лизингът бива 2 вида – оперативен и финансов:

- **Оперативният лизинг** е форма на договор за финансиране, при който срещу заплащане на месечни наемни вноски се използва даден актив за определен срок. След изтичане на срока на договора за ползване, активът (напр. автомобил) може да бъде върнат, да бъде заменен с нов или да бъде закупен по калкулирана остатъчна стойност
- При **финансовия лизинг** собственик на съответните активи (напр. леки или товарни автомобили, селскостопанска техника, оборудване и т.н.) е лизингодателят, а като обезпечение по сделката служи съответният актив. За срока на лизинга лизингополучателят ползва изделието, а финансовият риск се поема от лизингодателя. В края на договора след плащането на всички лизингови вноски клиентът става автоматично собственик на вещта.

10.2. Европейски финансови инструменти

След приемането на България в Европейския съюз на 1 януари 2007 г. страната ни има достъп до финансиране по голям брой програми с европейски ресурс. През настоящия програмен период, който започна на 1 януари 2014 г. и ще продължи до 31 декември 2020 г., основно три програми дават възможности за предоставяне на директна безвъзмездна финансова помощ на бизнеса ти, както следва:

- Оперативна програма “Иновации и конкурентноспособност” – за закупуване на машини и оборудване, за инвестиции в дълготрайни нематериални активи (вкл. софтуер, патенти, лицензи и т.н.), за подобряване на енергийната ефективност на производството, за въвеждане на иновации в предприятията и т.н.
- Оперативна програма “Развитие на човешките ресурси” – за обучение и професионално развитие на персонала на предприятието, обучения по предприемчество, за подобряване на условията на труд, за осигуряване на субсидирана заетост и т.н.
- Програма за развитие на селските райони – за обновлението на земеделските и животновъдни стопанства (Мярка 4.1), инвестиции в преработка/маркетинг на селскостопански продукти (Мярка 4.2), стартова

помощ за развитие на малки стопанства (Мярка 6.3), инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности (Мярка 6.4)

Освен това, фирмата ти има достъп до обществени поръчки с европейско финансиране, които се обявяват от различни публични бенефициенти по програмите (напр. министерства, агенции, областни администрации, общини, училища и т.н.), напр. за доставка на оборудване, стоки, обзавеждане, строителство, ремонтни дейности, услуги и т.н.

10.3. Национални програми за стимулиране на бизнеса

Макар и не много, някои национални закони дават преференции за развитието на бизнеса, както следва:

- Субсидирани програми и мерки за насърчаване на заетостта се финансират от държавния бюджет на база на Закона за насърчаване на заетостта
- Законът за насърчаване на инвестициите дава преференции при извършването на инвестиции в определени сектори и региони на страната
- Законът за корпоративното подоходно облагане предоставя данъчни облекчения при наемане на безработни лица, във връзка с извършването на производствена дейност в общини, в които има безработица по-висока от средната за страната, преотстъпване на корпоративен данък на предприятия, наемащи хора с увреждания и т.н.

10.4. Инкубатори и бизнес ангели

Бизнес инкубатор

Бизнес инкубаторът (БИ) представлява организирано бизнес пространство (сграда), в което се предоставят субсидирани услуги на фирмите от управленския му екип с цел подпомагане на дейността на предприемачите през първоначалните етапи от дейността им. Основната цел на БИ е да генерира успешни фирми, които при напускане на сградата на инкубатора (най-често след престой от 3 години) да бъдат финансово независими и стабилни. Съществуването му се базира на партньорството между публичния и частния сектор, като по този начин се постига организационна и финансова устойчивост. Фирмите, които излизат от инкубаторите имат много по-голям шанс да оцелеят и да постигнат растеж на свободния пазар, отколкото останалите новостартиращи фирми, които не са били подпомогнати.

Обикновено инкубаторите предоставят на клиентите си достъп до подходящи помещения под наем на цени, които са по-ниски от пазарните и гъвкави схеми за наемане, основни офис услуги и оборудване, технологична поддръжка, както и помощ за получаване на финансиране за развитието на фирмата.

Ползите от бизнес инкубатора са многобройни. В частност, бизнес инкубаторът:

- Насърчава бързото развитие и предоставя по-добри шансове за оцеляване на новосъздадените фирми
- Помага да се идентифицират инвестиционни възможности
- Улеснява комерсиализацията на университетски или фирмени изследователски разработки и нови идеи
- Помага за създаването на работни места и решава конкретни проблеми на икономическото развитие в градска или селска среда

Предвид горното, при стартирането на бизнеса ти или преди това, провери дали в твоя град има работещ бизнес инкубатор, дали в него има свободно пространство за разполагане на дейността ти и какви услуги се предоставят от управляващия екип на БИ.

Бизнес ангели

Бизнес ангелите са физически лица, които предоставят капитал за стартирането на даден бизнес, обикновено срещу получаването на дял във фирмата. Този вид инвеститори най-често са пенсионирани предприемачи или бивши шефове на големи фирми, които освен финансовото очакване, което имат за съответния бизнес, предоставят съвети за неговото управление, използват контактите, които имат, както и мрежите, в които участват, за неговото развитие, без обаче изцяло да са ангажирани с дейността на компанията. Бизнес ангелите обикновено инвестират техни лични средства, за разлика от фондовете за рисков капитал, които влагат в различните бизнеси финансов ресурс, събран от външни на мениджърите им източници – како публични, така и частни. Изследвания показват, че новостартиращите фирми, които са финасирани от бизнес ангели, имат по-голям шанс да оцелеят в сравнение с фирми, които разчитат на други форми на първоначално финансиране.

В световен мащаб, най-големият дал от инвестициите на бизнес ангелите отива в здравеопазването/медицината, след което - в разработката на софтуер, биотехнологиите, индустриалния сектор/енергетиката, търговията на дребно и услугите в областта на информационните технологии.

Бизнес ангелите обикновено са склонни да поемат изключително висок риск, поради което те очакват много голяма възвръщаемост на вложените средства. Тъй като голяма част от инвестициите им се губят, когато компаниите фалират още в началната фаза на дейността им, професионалните бизнес ангели търсят възможности за инвестиции, които имат потенциал да им донесат възвръщаемост на капитала над 10 пъти в сравнение с първоначалното вложение в рамките на следващите 5 години, на база на ясна стратегия за излизане от фирмата, напр. чрез нейната продажба.

Макар все още концепцията за бизнес ангелите да е сравнително нова за България, съществува Българска мрежа на бизнес ангелите (<http://bban.eu>), която свързва търсещите финансиране предприемачи с неформални, частни инвеститори. Тази мрежа има за задача да осъществява връзката между тези, които имат реалистични бизнес идеи, разполагат с предприемачески усет, но нямат необходимия капитал и потенциални инвеститори, които проявяват интерес към бизнеса в България.

11. ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ

- Банките в България, Българска народна банка
- Закон за авторското право и сходните му права
- Закон за бюджета на държавното обществено осигуряване
- Закон за данъка върху добавената стойност
- Закон за данъците върху доходите на физическите лица
- Закон за защита на конкуренцията
- Закон за защита на потребителите
- Закон за здравословни и безопасни условия на труд
- Закон за корпоративното подоходно облагане
- Закон за малките и средните предприятия
- Закон за марките и географските означения

- Закон за местните данъци и такси
- Закон за насърчаване на заетостта
- Закон за независимия финансов одит
- Закон за обществените поръчки
- Закон за ограничаване на плащанията в брой
- Закон за патентите и регистрацията на полезните модели
- Закон за счетоводството
- Закона за публично-частното партньорство
- Кодекс за социално осигуряване
- Кодекс на труда
- Наредба № Н-18 на Министерство на финансите от 13 декември 2006 г. за регистриране и отчитане на продажби в търговските обекти чрез фискални устройства
- Наредба за изискванията към персонала на туроператори или туристически агенти, към лицето, осъществяващо функции по управление на туроператорска или туристическа агентска дейност, и към помещенията за извършване на туроператорска или туристическа агентска дейност
- Наредба за реда и условията за извършване на търговска дейност на територията на общината
- Наредбата за категоризиране на труда при пенсиониране
- Националният план за действие по заетостта за 2018 г
- Правилник за прилагане на Закона за публично-частното партньорство
- Търговски закон
- „Small Business Act“ за Европа („Мисли първо за малките!“)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД

Проект BG05M9OP001- 4.001- 0013
ИКТ в полза на стартиращи предприемачи
*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на
оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”,
съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз.*



Контактна информация:

Български икономически форум

бул. “Витоша” 86, ет. 4
гр. София 1463

Тел: (02) 951 52 59, 951 57 59
Факс: (02) 953 29 24

Е-mail: info@biforum.org
Интернет: www.biforum.org



**BULGARIA
ECONOMIC
FORUM**