

Interreg

Greece-Bulgaria

SeeG

European Regional Development Fund



Deliverable:



D.4.4.1: STARTING YOUR OWN BUSINESS

A quick guide for start-ups or future entrepreneurs

Responsible Beneficiary:

PB4- Local Economic Development Agency- Razlog

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

	The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Cooperation Programme Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”	
---	--	---

STARTING YOUR OWN BUSINESS





A quick guide for start-ups or future entrepreneurs

SUMMARY

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

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

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

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

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

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

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



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

It is a good idea for the entrepreneur to have an understanding of all business processes – accounting, reporting and finance to production, supply and customer service, personnel.

That is why it is necessary to acquire knowledge and skills in all areas related to the launch and sustainable development of a successful own business.

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

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

	<p>The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Cooperation Programme Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”</p>	
---	--	---

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

ЗАПОЧВАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС


Кратко ръководство за стартиращи или бъдещи предприемачи

SUMMARY

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

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

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

 Какво представлява предприемачеството

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

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

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

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

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

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

ЗАПОЧВАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС

Кратко ръководство за стартиращи или бъдещи предприемачи

ПРЕДВАРИТЕЛНИ ЗНАНИЯ И ОРИЕНТАЦИЯ

1. Какво означава предприемачество и кой е предприемач?

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

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

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

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

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

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

2. Предприятие

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

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

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

Стопанско предприятие – цел, видове и структури

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

Различават се според вида на крайния резултат за пазара:

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

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

Класификацията според дяловото участие и свързаността разграничава:

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

3. Правна форма и структура на предприятията

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

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

Според Българското законодателство търговските дружества са:

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

Собствен бизнес като свободна професия (фрилансър)

4. Регистрация и законодателство

Търговски регистър

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

Регистър БУЛСТАТ

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

Данъчна регистрация

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

Други регистрации и законодателни изисквания

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

Правна уредба

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

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

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

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

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

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

Категории предприятия

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

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

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

Класификация на икономическите дейности

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

Защо е необходим този код?

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

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

5. Бизнес модели

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

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

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

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

6. Подкрепа и финансово подпомагане на предприемачеството

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

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

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

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

ПЪТЕВОДИТЕЛ ЗА СТАРТИРАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС

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

- **Как да станеш предприемач?**

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

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

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

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

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

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

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

- **Първи стъпки към собствен бизнес**

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

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

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

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

След това идентифицирайте **целевите клиенти**.

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

- **Проучване на бизнес сферата**

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

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

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

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

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

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

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

- **Човешките ресурси – служители и работници**

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

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

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

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

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

- **Регистриране на търговско дружество**

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

- **Бизнес планиране**

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

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

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

ПО ПЪТЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

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

И така, вече на стартовата линия, НО:

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

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

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

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

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

1. Прецизирай своята бизнес идея

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

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

Определи защо стартираш бизнес

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

Помисли за франчайз

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

Помисли за името на бизнеса си

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

Намери целевите си клиенти

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

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

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

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

2. Подготви бизнес план

Задай си важните въпроси

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

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

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

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

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

Провеждане на пазарни проучвания

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

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

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

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

Обмисли стратегия за излизане

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

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

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

3. Направи оценка на финансите си

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

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

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

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

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

Какъв бюджет ще ми бъде необходим?

Важно е да знаем, че разходите биват три вида:

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

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

Направи анализ на рентабилността

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

Трите основни причини за извършване на анализ на рентабилността са:

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

Разгледай възможните сценарии за приходи и разходи

Добре е да разработим три сценария – **песимистичен, реалистичен и оптимистичен**. Песимистичният е този, при който приходите няма да са достатъчни за генериране на печалба. Тук е ключово да изчислим критичния оборот, който покрива всички необходими разходи, преди да е налице печалба. Това е много важно – трябва да сме наясно кои са минимално необходимите приходи, за да преценим дали са постижими. Вторият вариант е реалистичният – при него реално постижимите приходи трябва да се съпоставят с критичния оборот. Ако са по-големи от него, това означава, че ще бъде

генерирана печалба и за собственика. Ако са по-ниски – не си струва да започваме този бизнес, щом сметките предварително показват, че той ще бъде губещ.

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

Следи разходите

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

Наблюдавай бизнес разходите си, за да следиш за несъответствия.

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

Потърси възможности за финансиране

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

- **Бизнес заеми**

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

- **Безвъзмездни средства за бизнеса**

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

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

- **Инвеститори**

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

- **Публично финансиране**

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

- **Избери правилната банка**

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

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

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

4. Регистрация на фирма

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

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

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

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

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

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

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

- **Едноличен търговец (ЕТ)**

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

- **Акционерно дружество (АД)**

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

- **Еднолично акционерно дружество (ЕАД)**

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

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

Как се регистрира фирма?

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

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

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

Регистрация по ЗДДС

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

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

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

Наемане на служители

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

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

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

Касови бележки или банково плащане по фактури

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

5. Помисли за застрахователна полица

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

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

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

телесни повреди, нанесени на вас или на други лица. Ако бизнесът ти предоставя услуги, може да помислиш и за “Застраховка за професионална отговорност”.

6. Създай добър екип

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

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

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

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

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

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

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

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

Получаване на плащания от клиенти

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

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

Управление на финансите

Много собственици на бизнес могат сами да изпълняват счетоводните си функции, когато започват бизнеса си, но с разрастването на компанията, ще спестиш време, като

наемеш счетоводител и закупиш счетоводен софтуер или сключиш договор със специализирана счетоводна фирма.

8. Създай марка и я рекламирай

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

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

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

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

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

- **Защо да изграждате бранд**

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

Затова брандирането вече е задължително за всяка фирма, дори най-малката. Чрез него тя заявява, че е на пазара, че съществува, за да задоволи определени потребности на клиентите си, че може да го направи по начин, по който никой друг не може. Умората от вещите, произведени в милионни серии, все повече дава шанс на дребния производител и търговец. Така нареченото бутиково производство на дрехи, храни, напитки, предмети за бита, на услуги е все по-търсено. Но потребителите трябва отнякъде да научат за него, да знаят, че съществува. Брандирането им дава тази възможност. А на вас дава шанс за по-добри продажби и за разрастване.

Казано по-просто, „брандингът“ **или твоята марка** е обещанието към клиентите. Тя

им подсказва какво могат да очакват от продуктите и услугите, които предлагаш, и ги отличава от предлаганото от конкурентите ти.

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

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

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

- **Уебсайт на компанията**

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

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

- **Социални медии**

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

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

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

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

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

- **Логотип**

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

Проблемът е, че те разглеждат своя уебсайт като разход, а не като инвестиция. В днешната дигитална епоха, собствениците на малък бизнес, които разбират колко е важно да имат отлично онлайн присъствие, ще имат предимство при стартирането на дейността си. Създаването на дигитален маркетингов план, е от съществено значение за изграждането на последователи, чрез непрекъснато рекламиране. Този процес е също толкова необходим, колкото и предлагането на качествен продукт или услуга.

- **Маркетингови имейли**

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

9. Развивай устойчиво бизнеса си и повишавай конкурентоспособността му

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

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

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

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

Финансово подпомагане на предприемачеството

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ДЕСЕТ СЪВЕТА КЪМ НАЧИНАЕЩИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Съветите не са изчерпателни и могат да се допълват,

но са извлечени от практиката и дават посока ...

#1 Отнасяй се сериозно към образованието си

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

#2 Фокусирай се

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

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

#3 Не приемай всичко на доверие

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

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

#4 Работи упорито

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

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

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

#5 Научи се да се представяш за 30 секунди

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

#6 Живей здравословно

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

#7 Планирай

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

#8 Знай слабите си страни

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

#9 Мисли локално, поне в началото

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

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

#10 Мотивирай се

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



Например:

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

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

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

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

	Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за Регионално Развитие /ЕФРР/ и от националните фондове на участващите страни в Програмата за сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A “Гърция – България 2014 - 2020”	
---	--	---

Този документ е създаден с финансовата помощ на Европейския съюз. Съдържанието на този документ е изцяло отговорност на СОПД „МАИР-Разлог“ и по никакъв начин не може да се приема, че отразява гледните точки на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат

ΞΕΚΙΝΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ένας γρήγορος οδηγός για νεοσύστατες επιχειρήσεις ή επίδοξους επιχειρηματίες

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο οδηγός στοχεύει να εξοικειώσει τους νεοφυείς και μελλοντικούς επιχειρηματίες με βασικές έννοιες και στιγμές της διαδικασίας σχεδιασμού και έναρξης μιας επιχείρησης, προσανατολίζοντάς τους στις πολυάριθμες ευκαιρίες που προσφέρει η αυτοαπασχόληση και παρακινώντας τους με σημαντικές οδηγίες και χρήσιμες πρακτικές συμβουλές.

Το να ξεκινήσετε και να αναπτύξετε τη δική σας επιχείρηση είναι ένα δύσκολο έργο, το οποίο αναλαμβάνουν κυρίως γενναίοι και έξυπνοι άνθρωποι, έτοιμοι να πραγματοποιήσουν το όνειρό τους, αλλά και να αναλάβουν ρίσκα και πιθανές απώλειες.

Η σύντομη παρουσίαση ερωτήσεων και κατευθυντήριων γραμμών που είναι σημαντικές για την έναρξη της δικής του επιχείρησης είναι επίσης ένα σημείο εκκίνησης για την αναζήτηση λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με θέματα που είναι σημαντικά για το εκάστοτε άτομο που αποφάσισε να ακολουθήσει το δρόμο της επιχειρηματικότητας, υποδεικνύοντας πιθανές πηγές πληροφοριών και υποστήριξη από ειδικούς. Ο οδηγός παρουσιάζει σε δομημένη μορφή πληροφορίες για το τι είναι η επιχειρηματικότητα, ποια προετοιμασία και ποιες ενέργειες απαιτούνται για την έναρξη μιας επιχείρησης, ποιο είναι το νομοθετικό, οικονομικό και περιβάλλον αγοράς στο οποίο θα υλοποιηθεί το εγχείρημα. Τα ακόλουθα θέματα και ερωτήσεις εξετάζονται για την παροχή γνώσης και την περιγραφή των βημάτων από την αρχική επιχειρηματική ιδέα έως την οικοδόμηση και τη δημιουργία μιας επιτυχημένης επιχείρησης στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον:

- ✚ Τι είναι η επιχειρηματικότητα
- ✚ Ποιες ιδιότητες, γνώσεις και δεξιότητες πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας

- ✚ Πώς να βελτιώσετε την αρχική επιχειρηματική ιδέα για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία
- ✚ Επιχειρηματικοί στόχοι και επιχειρηματικός σχεδιασμός
- ✚ Ανάλυση κερδοφορίας και πιθανών σεναρίων επιχειρηματικής ανάπτυξης
- ✚ Απαιτείται αρχικό κεφάλαιο
- ✚ Πρόβλεψη μελλοντικών εσόδων και εξόδων
- ✚ Περίοδος απόσβεσης της επένδυσης
- ✚ Ποια είναι τα πρώτα βήματα από την ιδέα μέχρι την υλοποίησή της
- ✚ Ποια νομική μορφή είναι κατάλληλη για την εκκίνηση
- ✚ Σε ποιες εγγραφές και νομικές ρυθμίσεις υπόκειται η οικονομική δραστηριότητα
- ✚ Επιχειρηματικό μοντέλο
- ✚ Παραδοσιακά και καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα
- ✚ Προσδιορισμός κόστους και τιμής αγοράς ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας
- ✚ Ποιοι πόροι χρειάζονται για την έναρξη μιας επιχείρησης
- ✚ Ποιες είναι οι πιθανές πηγές χρηματοδότησης επιχειρηματικών εγχειρημάτων, επενδυτικών και μη επενδυτικών έργων
- ✚ Δανεισμός και επιχορηγήσεις σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις
- ✚ Ευρωπαϊκά κονδύλια και εθνικά επιχειρησιακά προγράμματα - μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων - πού και πώς να αναζητήσετε πληροφορίες και πώς να υποβάλετε αίτηση
- ✚ Τι είναι το περιβάλλον της αγοράς και η ανταγωνιστικότητα
- ✚ Σχέσεις με φορείς, συνεργάτες, προμηθευτές
- ✚ Τοποθέτηση και τμηματοποίηση της αγοράς από πιθανούς πελάτες
- ✚ Ποιες υποχρεώσεις και ευθύνες προκύπτουν - φορολογικές, ασφαλιστικές κ.λπ.
- ✚ Χρήση εξωτερικού λογιστικού, νομικού κ.λπ. Υπηρεσίες
- ✚ Επιλογή και διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού
- ✚ Εταιρική εικόνα και επιχειρηματική παρουσίαση
- ✚ Γιατί η διαφήμιση και το μάρκετινγκ είναι σημαντικά
- ✚ Τι είναι η επωνυμία και η επωνυμία;
- ✚ Επιχειρηματικές επικοινωνίες
- ✚ Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και οι κίνδυνοι της επιχειρηματικότητας
- ✚ Ποια είναι τα πιο συνηθισμένα λάθη που κάνουν οι startup επιχειρηματίες
- ✚ Οδηγίες και πρακτικές συμβουλές για την επιτυχία του επιχειρηματία

Η επιχειρηματικότητα δεν είναι επάγγελμα, αλλά ειδική οικονομική συνθήκη ενός συγκεκριμένου φορέα, ο οποίος έχει νομική ευθύνη ενώπιον του κράτους για τη δραστηριότητα που αναπτύσσει.

Καταρχήν, επιχειρηματικότητα σημαίνει γέννηση μιας ιδέας. Μπορεί να είναι μοναδικό ή καθολικό, αλλά στη δεύτερη περίπτωση, θα πρέπει να αναπτυχθούν πρόσθετες ιδέες σχετικά με τον τρόπο διάρρηξης του ήδη εγκατεστημένου δικτύου αγοράς.

Χωρίς να υποτιμάται η σημασία της ιδέας, ο ανθρώπινος παράγοντας έχει τη μεγαλύτερη σημασία. Διαθέτετε τις απαραίτητες ιδιότητες χαρακτήρα που θα επέτρεπαν στην επιθυμία σας να αναπτυχθεί με την πάροδο του χρόνου; Απαιτεί πολλή σταθερότητα, επιμονή, ευελιξία και επινοητικότητα. Ο ενθουσιασμός με τον οποίο μπορεί να αλλάξει ο κόσμος ή ένα μέρος του είναι επίσης εξαιρετικά απαραίτητος για έναν επιχειρηματία.

Είναι καλή ιδέα για τον επιχειρηματία να έχει κατανόηση όλων των επιχειρηματικών διαδικασιών – λογιστική, αναφορά και χρηματοδότηση στην παραγωγή, την προμήθεια και την εξυπηρέτηση πελατών, το προσωπικό.

Γι' αυτό είναι απαραίτητη η απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων σε όλους τους τομείς που σχετίζονται με την έναρξη και τη βιώσιμη ανάπτυξη μιας επιτυχημένης δικής της επιχείρησης.

Αυτός ο σύντομος οδηγός με τίτλο "Starting Your Own Business" στοχεύει να καθοδηγήσει τους νεοφυείς ή επίδοξους επιχειρηματίες στη θάλασσα των πληροφοριών και των εγγράφων.

Σε συνδυασμό με τις αναφορές και άλλους οδηγούς, θα συνεισφέρει νέες γνώσεις και χρήσιμες πληροφορίες για να είναι πολύτιμοι βοηθοί του νέου επιχειρηματία.

ΞΕΚΙΝΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ένας γρήγορος οδηγός για νεοσύστατες επιχειρήσεις ή επίδοξους επιχειρηματίες

ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ

1. Τι σημαίνει επιχειρηματικότητα και ποιος είναι επιχειρηματίας;

Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία έναρξης μιας νέας επιχείρησης ή ανανέωσης μιας ήδη εδραιωμένης. Η λογική του νοήματος σχετίζεται με το γεγονός ότι ένα άτομο αποφασίζει να προβεί σε νέες ενέργειες σε ένα μελλοντικό έργο για τη δημιουργία μιας επιχείρησης ή σε ένα τρέχον που έχει ήδη δημιουργηθεί. Αναφερόμαστε ως οικονομικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τη δημιουργία νέας εταιρείας ή την ανακαίνιση υφιστάμενης. Επιχειρηματίας είναι ο εργοδότης που εγγράφει τη δική του εταιρεία μεμονωμένα ή συνεταιρικά.

Συνδέουμε τις επιχειρηματικές λειτουργίες κυρίως με πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, γνωστές ως «μικρές επιχειρήσεις», επειδή οι μεγάλες επιχειρήσεις δεν βρίσκονται στο στάδιο της εκκίνησης.

Η επιχειρηματικότητα έχει περιγραφεί ως «η ικανότητα και η προθυμία ανάπτυξης, οργάνωσης και διαχείρισης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος, μαζί με όλους τους κινδύνους, προκειμένου να επιτευχθεί κέρδος». Μερικές φορές χρησιμοποιείται ένας ευρύτερος ορισμός του όρου, ειδικά στον τομέα της οικονομίας. Σε αυτή τη χρήση, ο επιχειρηματίας είναι μια επιχείρηση που έχει την ικανότητα να βρίσκει και να ενεργεί πάνω σε ευκαιρίες για να μετατρέψει τις εφευρέσεις ή τις τεχνολογίες σε νέα προϊόντα: «Ένας επιχειρηματίας μπορεί να αναγνωρίσει τις εμπορικές δυνατότητες μιας εφεύρεσης και να οργανώσει το κεφάλαιο, το ταλέντο και άλλους πόρους που καθιστούν την εφεύρεση εμπορικά εφικτή. Με αυτή την έννοια, ο όρος «Επιχειρηματικότητα» περιλαμβάνει καινοτόμες δραστηριότητες από καθιερωμένες επιχειρήσεις.

Επιχειρηματίας είναι το άτομο που ασκεί επιχειρηματικότητα - αναλαμβάνοντας μια νέα πρωτοβουλία με σκοπό το κέρδος και την ανάπτυξη. Η λέξη προέρχεται από το αναλαμβάνω κάτι, δηλ. Αρχίζω να κάνω κάτι.

Λίγοι επιχειρηματίες πετυχαίνουν στην αγορά εάν δεν διαθέτουν προσωπικές ιδιότητες όπως ευελιξία, περιέργεια, δεξιότητες διαχείρισης χρημάτων, ανθεκτικότητα, εστίαση, επιχειρηματική ευφυΐα και αποτελεσματική επικοινωνία.

Οι επιχειρηματίες έχουν συνήθως ένα πολύ σαφές όραμα για το πού πηγαίνουν και υποστηρίζεται από μια αποφασιστικότητα να φτάσουν εκεί. Βρίσκουν ευκαιρίες όπου οι άλλοι θα έβρισκαν προκλήσεις και είναι χαρούμενοι και αφοσιωμένοι στην επίλυση προβλημάτων. Αυτό τους καθιστά εμπνευσμένους ηγέτες που οδηγούν τις διαδικασίες προς τα εμπρός, τόσο για εμπορική επιτυχία όσο και για κοινωνική αλλαγή.

Επιχείρηση

Η λέξη επιχείρηση προέρχεται από το «αναλαμβάνω», αλλά ανάλογα με το πλαίσιο και τη σημασία μπορεί να σημαίνει τρία πράγματα: 1) η διαδικασία - της "επιχείρησης"? 2) το αποτέλεσμα της "αναληφθείσας δραστηριότητας, επιχείρησης". 3) την οργανωτική μορφή για την εκτέλεση της επιχείρησης (τις περισσότερες φορές εφαρμόζεται νόημα και κατανόηση).

Στη νομοθεσία, οι ορισμοί μιας επιχείρησης ποικίλλουν ανάλογα με τις ανάγκες του συγκεκριμένου τομέα χρήσης. Κυριαρχούν αυτά που σχετίζονται με τη φορολογία και τους

λογιστικούς κανόνες που προκύπτουν, καθώς και με την οικονομική στήριξη των επιχειρήσεων. Οι νομικοί ορισμοί στο βουλγαρικό δίκαιο παρουσιάζονται παρακάτω. Στα οικονομικά, η έννοια του όρου είναι επίσης μεταβλητή.

- Στο γενικό εμπορικό δίκαιο που ρυθμίζει τις οικονομικές σχέσεις (όπως το εμπορικό δίκαιο στη Βουλγαρία), ο όρος μπορεί να είναι συνώνυμος με μια εμπορική οντότητα, καλύπτοντας τις οργανωτικές της μορφές – νομικά και φυσικά πρόσωπα, συμπεριλαμβανομένων ορισμένων κατηγοριών βιοτεχνών και παραγωγών γεωργικών προϊόντων.
- Στα οικονομικά, ο όρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί κυρίως για ένα νέο, νεοσύστατο επιχειρηματικό εγχείρημα ενός επιχειρηματία.
- Τις περισσότερες φορές, όμως, στην πράξη και στην καθομιλουμένη, η λέξη εννοείται ότι σημαίνει μια οργανωτική μορφή (συνήθως νομικά χωριστή) οικονομικής δραστηριότητας, ανεξάρτητα από το αν και με ποια μορφή είναι εγγεγραμμένη.

Επιχειρηματική επιχείρηση - σκοπός, τύποι και δομές

Κύριος σκοπός των επιχειρηματικών επιχειρήσεων είναι η παραγωγή αγαθών ή/και η παροχή υπηρεσιών και η προσφορά τους στους καταναλωτές. Διαφέρουν ανάλογα με τον τύπο του τελικού αποτελέσματος για την αγορά:

- παραγωγικές επιχειρήσεις - βιομηχανικές (εργαστήρια, εργοστάσια, φυτά) ή γεωργικές (εκμεταλλεύσεις, κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις)
- επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών - επισκευές (συνεργεία, εργοστάσια), μεταφορές (σιδηρόδρομοι, ατμόπλοια), κατασκευαστικές υπηρεσίες, λογιστική, διαμεσολάβηση και συμβουλευτική κ.λπ. παρόμοιος.

Η εσωτερική δομή των μεγαλύτερων παραγωγικών επιχειρήσεων (εργοστάσια, εργοστάσια) περιλαμβάνει μικρότερες μονάδες όπως εργαστήρια, εργαστήρια κ.λπ. Οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών μπορούν να έχουν τμήματα ή τομείς. Οι εδαφικά διαχωρισμένες υποδιαιρέσεις (για παράδειγμα, σε μια απομακρυσμένη περιοχή ή άλλο οικισμό) μπορούν να θεωρηθούν δευτερεύουσες επιχειρήσεις. Πολύ συχνά, οι εταιρείες συγχωνεύονται ή χωρίζονται ή αναδιαρθρώνονται ή έχουν μετοχές σε άλλες εταιρείες.

Η ταξινόμηση σύμφωνα με τη συμμετοχή και τη συγγένεια διακρίνει:

- ανεξάρτητες επιχειρήσεις;
- συνεργαζόμενες επιχειρήσεις;
- συναφείς επιχειρήσεις.

Νομική μορφή και δομή των επιχειρήσεων

Οι περισσότερες σύγχρονες επιχειρήσεις στην οικονομία της αγοράς είναι οργανωμένες ως εμπορικές εταιρείες - μετοχικές, συλλογικές, με περιορισμένη ευθύνη (για συντομία ονομάζονται επίσης εταιρείες), αλλά μπορούν επίσης να έχουν τη μορφή άλλων τύπων εμπορικών οντοτήτων - συνεταιρισμοί, ατομικοί έμποροι, και τα λοιπά.

Η δομή μπορεί να είναι από εξαιρετικά απλή - ένας ιδιοκτήτης-διευθυντής και εργαζόμενοι, έως πολύ περίπλοκη - διοικητικό συμβούλιο, γενικός διευθυντής, εκτελεστικοί διευθυντές, τμήματα, τομείς, μονάδες, υποκαταστήματα στη χώρα και στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με τη βουλγαρική νομοθεσία, οι εμπορικές εταιρείες είναι:

- EOOD - Ατομική επιχείρηση περιορισμένης ευθύνης - κατάλληλη εάν είστε ο μοναδικός ιδιοκτήτης της επιχείρησης.
- Ε.Π.Ε. - Εταιρία περιορισμένης ευθύνης - κλήση ή αρκετοί ιδιοκτήτες.
- EAD – Ατομική επιχείρηση.
- AD – Ανώνυμη εταιρεία.
- SD – Εισπρακτική εταιρεία.
- KD - Ετερόρρυθμη εταιρεία - προσωπική εμπορική εταιρεία που ενώνει δύο ή περισσότερα πρόσωπα σε μια κοινή εταιρεία.
- KDA – Ετερόρρυθμη εταιρεία με μετοχές.

Ίδια επιχείρηση ως ελεύθερο επάγγελμα (ελεύθερος επαγγελματίας)

Εγγραφή και νομοθεσία

Εμπορικό μητρώο

Κάθε επιχειρηματίας πρέπει να επιλέξει τη νομική μορφή με την οποία θα εγγράψει την επιχείρησή του στο Εμπορικό Μητρώο του Οργανισμού Εγγραφής.

Εγγραφή BULSTAT

Το BULSTAT είναι ένα ενιαίο εθνικό διοικητικό μητρώο. Για να ασκήσει η εταιρεία εμπορική δραστηριότητα θα πρέπει να είναι εγγεγραμμένη σε αυτήν, οπότε λαμβάνεται κωδικός αναγνώρισης (EIK) ή «κωδικός BULSTAT». Ο αριθμός αυτός υπάρχει σε όλα τα έγγραφα που εκδίδονται από την εταιρεία. Η εγγραφή BULSTAT πραγματοποιείται στα γραφεία μητρώου του Οργανισμού Μητρώου στα περιφερειακά δικαστήρια.

Φορολογική εγγραφή

Η εγγεγραμμένη και ήδη λειτουργούσα εταιρεία υπόκειται σε εγγραφή βάσει του νόμου περί Φόρου Προστιθέμενης Αξίας, ο οποίος είναι υποχρεωτικός για εταιρείες με ετήσιο κύκλο εργασιών άνω των 50.000 BGN, αλλά ισχύει επίσης πριν από την επίτευξη αυτού του κύκλου εργασιών, προκειμένου να συνεργαστεί πιο εύκολα με τις περισσότερες εταιρείες και πελάτες. Η εγγραφή ΦΠΑ γίνεται στην Εθνική Υπηρεσία Εσόδων (ΕΑΑ), ενώ η αίτηση μπορεί να υποβληθεί και ηλεκτρονικά. Ως αποτέλεσμα, λαμβάνεται ένας αριθμός αναγνώρισης για σκοπούς ΦΠΑ, ο οποίος αρχίζει με τους χαρακτήρες "BG", στον οποίο προστίθεται ο αριθμός EIK ή ο κωδικός Bulstat.

Άλλες εγγραφές και νομοθετικές απαιτήσεις

Ανάλογα με το είδος και τις ιδιαιτερότητες της δραστηριότητας, μπορεί να χρειαστεί να καταχωρηθεί η δραστηριότητα ή το αντικείμενο στο οποίο ασκείται η δραστηριότητα της επιχείρησης ή/και να ληφθούν άδειες, πιστοποιητικά, άδειες, κατηγοριοποίηση από διάφορους φορείς - δημοτική διοίκηση, υπουργείο, περιφερειακές επιθεωρήσεις σε

υπουργεία, φορείς. Αυτά τα ερωτήματα δεν πρέπει να υποτιμηθούν και πρέπει να διερευνηθούν. Σχεδόν όλα τα ιδρύματα παρέχουν πλέον ηλεκτρονικές διοικητικές υπηρεσίες και το είδος της υπηρεσίας, η νομική βάση, οι προθεσμίες, τα τέλη, δείγματα εγγράφων αίτησης και αίτησης και σύνδεσμοι ή παραπομπές στον σχετικό ιστότοπο ενός φορέα ή ιδρύματος είναι διαθέσιμα στο Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα του Κράτους Διαχείριση στη διεύθυνση Διαδικτύου: https://iisda.government.bg/adm_services/services

Νομικό πλαίσιο

Οι σημαντικότεροι νόμοι για τις επιχειρήσεις είναι ο Εμπορικός Νόμος και ο Νόμος για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Πρέπει να είναι γνωστές άλλες κανονιστικές και υποκανονιστικές πράξεις, μερικές από τις οποίες παρατίθενται παρακάτω σε σχέση με τον ορισμό της επιχείρησης στο κανονιστικό πλαίσιο.

Στους νόμους που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και την οικονομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων, δίνονται διαφορετικοί ορισμοί ανάλογα με το σχετικό νομικό θέμα:

Κώδικας Εργασίας: Επιχείρηση είναι κάθε χώρος - επιχείρηση, εγκατάσταση, οργάνωση, συνεταιρισμός, εγκατάσταση, αντικείμενο και παρόμοια, όπου εκτελείται μισθωτή εργασία.

Νόμος για την προστασία του ανταγωνισμού: Επιχείρηση είναι κάθε φυσικό, νομικό πρόσωπο ή απρόσωπη οντότητα που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από τη νομική και οργανωτική της μορφή.

Νόμος για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις: Επιχείρηση είναι κάθε φυσικό πρόσωπο, νομική οντότητα ή κοινωνία των πολιτών που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ανεξαρτήτως ιδιοκτησίας, νομικής και οργανωτικής μορφής.

Διάταγμα για επαγγελματικά ταξίδια και ειδικότητες στο εξωτερικό: «Επιχειρήσεις» είναι έμποροι κατά την έννοια του Εμπορικού Νόμου, νομικά πρόσωπα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και άλλα νομικά πρόσωπα που έχουν συσταθεί ή είναι εγγεγραμμένα βάσει ειδικών νόμων.

Κατηγορίες επιχειρήσεων

Ο Λογιστικός Νόμος ορίζει 4 κατηγορίες επιχειρήσεων ανάλογα με τη λογιστική αξία των περιουσιακών στοιχείων, τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις και τον αριθμό των εργαζομένων: πολύ μικρές επιχειρήσεις, μικρές επιχειρήσεις, μεσαίες επιχειρήσεις, μεγάλες επιχειρήσεις. Συνήθως οι νεοσύστατες επιχειρήσεις είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις βάσει του νόμου για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, ο οποίος παρέχει χαρακτηριστικά για τον ορισμό τους.

Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι εκείνες που έχουν: μέσο αριθμό εργαζομένων κάτω των 10 ατόμων και ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 3.900.000 BGN ή/και αξία ενεργητικού που δεν υπερβαίνει τα 3.900.000 BGN.

Ταξινόμηση οικονομικών δραστηριοτήτων

Ο κωδικός οικονομικής δραστηριότητας εκδίδεται από την ΕΣΥ, σύμφωνα με τους Κανονισμούς διανομής στατιστικών προϊόντων και υπηρεσιών της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (Άρθρο 3, Παράγραφος 3, Θέμα 7). Ο κωδικός σύμφωνα με την Ταξινόμηση

Οικονομικών Δραστηριοτήτων (KID-2008) καθορίζεται μία φορά το χρόνο με βάση τις υποβαλλόμενες ετήσιες εκθέσεις δραστηριότητας (AAR). Η NSI χρησιμοποιεί τον δείκτη "Καθαρά έσοδα από πωλήσεις". Με βάση τις καθορισμένες δραστηριότητες και τη συμμόρφωσή τους με τις λοιπές αναφορές και αναφορές της χρήσης, υπολογίζεται η κύρια δραστηριότητα και η πρόσθετη δραστηριότητα.

Γιατί χρειάζεται αυτός ο κωδικός?

Πληροφορίες σχετικά με τον κωδικό οικονομικής δραστηριότητας σύμφωνα με το CID 2008 απαιτούνται συνήθως κατά την υποβολή αίτησης για διάφορα επιχειρησιακά προγράμματα.

Ο κωδικός οικονομικής δραστηριότητας αναγράφεται επίσης στις συμβάσεις εργασίας, στις πρόσθετες συμφωνίες σε αυτές, καθώς και στην Υπόδειγμα Δήλωση 1, η οποία υποβάλλεται στο Εθνικό Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων. Το κατώτατο ασφαλιστικό εισόδημα καθορίζεται επίσης με βάση το CID, σύμφωνα με το Παράρτημα 1 του Νόμου για τον Προϋπολογισμό της Ιδιωτικής Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης για το 2021.

Επιχειρηματικά μοντέλα

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει πώς μια εμπορική εταιρεία παράγει έσοδα και κέρδη και παράγει αξία για μια επιχείρηση. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο είναι μια διαδικασία κατά την οποία ένα προϊόν πωλείται ή μια υπηρεσία παρέχεται έναντι αμοιβής. Ενώ τα ίδια τα επιχειρηματικά μοντέλα αποτελούν μέρος των προηγούμενων επιχειρηματικών πρακτικών, η έννοια του επιχειρηματικού μοντέλου ήρθε στο προσκήνιο με την ανάπτυξη του Διαδικτύου στα μέσα της δεκαετίας του 1990, που χρησιμοποιήθηκε ιδιαίτερα για να περιγράψει τις επιχειρηματικές πρακτικές των εταιρειών του Διαδικτύου και των εταιρειών ηλεκτρονικού εμπορίου. (e-business. Τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα, ειδικά εκείνα που κατέστησαν δυνατά από τις τεχνολογικές αλλαγές, επιτρέπουν τη δημιουργία νέων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων σε ένα υπάρχον επιχειρηματικό περιβάλλον. Τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα περιλαμβάνουν:

- Το „Μοντέλο Κατασκευαστή“ - ένας κατασκευαστής παράγει ένα προϊόν και το πουλά στους πελάτες σε τιμή υψηλότερη από το κόστος παραγωγής του.
- Το „μοντέλο καταστήματος“ - αγορά ενός προϊόντος σε χαμηλή τιμή χονδρικής και προσφορά του στους πελάτες σε υψηλή λιανική τιμή.
- Το "Μοντέλο Μεσιτών" - λειτουργεί ως μεσάζων, χρησιμοποιείται ως ενδιάμεσος μεταξύ του κατασκευαστή και του χονδρέμπορου ή/και του λιανοπωλητή και λαμβάνει προμήθεια μεσιτείας ή τη διαφορά μεταξύ αγορών και πωλήσεων.

Υποστήριξη και οικονομική στήριξη της επιχειρηματικότητας

Η στρατηγική Ευρώπη 2020 αναγνωρίζει την επιχειρηματικότητα και την αυτοαπασχόληση ως βασικό παράγοντα για την επίτευξη έξυπνης, βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης. Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) προωθεί την επιχειρηματικότητα μέσω υπηρεσιών χρηματοοικονομικής και επιχειρηματικής υποστήριξης. Παρέχεται στοχευμένη υποστήριξη σε υποεκπροσωπούμενες και μειονεκτούσες ομάδες, συμπεριλαμβανομένων των γυναικών επιχειρηματιών και των ατόμων με αναπηρίες.

Κάθε χώρα ενδιαφέρεται για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Η αύξηση του αριθμού των ενεργών μικρών επιχειρήσεων οδηγεί σε βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών και σε αύξηση των οικονομικών δεικτών γενικότερα. Επιπλέον, οι τεράστιες εταιρείες δεν

μπορούν να ανταποκριθούν γρήγορα στις αλλαγές στην κατάσταση της αγοράς και δεν είναι σε θέση να ανταποκριθούν έγκαιρα στις μεταβαλλόμενες ανάγκες του πληθυσμού.

Όσον αφορά τη μικροχρηματοδότηση, ο Ευρωπαϊκός Μηχανισμός Μικροχρηματοδοτήσεων Progress και ο τρίτος άξονας του Προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία (EaSI) υποστηρίζουν την τόνωση της αυτοαπασχόλησης και τη δημιουργία μικροεπιχειρήσεων. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν επίσης να επωφεληθούν από οικονομική βοήθεια στο πλαίσιο του τρίτου άξονα του EaSI.

Οι τρέχουσες πληροφορίες σχετικά με πιθανή υποστήριξη με τη μορφή επιχορηγήσεων, προνομιακούς άτοκους ή χαμηλού τόκους δανεισμού, εγγυήσεων ή κατάρτισης και επιδοτούμενης απασχόλησης δημοσιεύονται στο Διαδίκτυο. Μια ενιαία και ολοκληρωμένη πηγή που μπορεί να αναφέρεται στο σχετικό πρόγραμμα ή μέτρο για την επιχείρηση είναι Ενιαία πύλη πληροφόρησης των ευρωπαϊκών διαρθρωτικών και επενδυτικών ταμείων στη διεύθυνση Διαδικτύου <https://www.eufunds.bg/bg>

ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕΤΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Από τη θεωρία στην πράξη - η προσωπική σας πορεία "βήμα προς βήμα"

Πώς να γίνετε επιχειρηματίας?

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι για να γίνεις επιχειρηματίας και δεν υπάρχει γραπτός κανόνας για το πώς να το κάνεις. Ωστόσο, προκύπτουν ορισμένα κοινά θέματα που σχετίζονται με την έναρξη της επιχειρηματικής διαδικασίας. Οι συστάσεις προέρχονται από την πρακτική και είναι προσωπικά στοχευμένες έτσι ώστε ο αρχάριος ή μελλοντικός επιχειρηματίας να μην αισθάνεται μόνος στο δρόμο. Και, όπως λέει μια κινεζική σοφία, «Ένα ταξίδι χιλίων βημάτων ξεκινά πάντα με το πρώτο βήμα».

Ένα από αυτά είναι να ξεκινήσετε με τη διασφάλιση της χρηματοπιστωτικής σταθερότητας. Αυτό δεν σημαίνει ότι αναζητάτε γρήγορα χρήματα, αλλά διασφαλίζετε ότι οι τελικοί πελάτες έχουν αξία, ενώ αναπτύσσετε μια σταθερή ροή εσόδων για να βοηθήσετε στην περαιτέρω επέκταση και κλιμάκωση της επιχείρησης.

Ένα άλλο θέμα σχετίζεται με τη δημιουργία ενός διαφορετικού συνόλου δεξιοτήτων. Στην αρχή, ο επιχειρηματίας θα είναι αφεντικό, γραμματέας, άτομο υποστήριξης πελατών, υπεύθυνος παράδοσης και πολλά άλλα, αναλαμβάνοντας όλους τους πιθανούς ρόλους στην επιχείρησή του μέχρι να αρχίσει να προσλαμβάνει περισσότερα άτομα. Αυτό σημαίνει ότι απαιτείται εις βάθος γνώση για όλες τις εργασίες που σχετίζονται με τη διαχείριση επιχειρήσεων. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της ανάπτυξης δεξιοτήτων.

Είναι καλή ιδέα ο επιχειρηματίας να έχει κατανόηση όλων των διαδικασιών – από τη λογιστική, την υποβολή εκθέσεων και τη χρηματοδότηση μέχρι την παραγωγή, την προμήθεια και την εξυπηρέτηση πελατών, το προσωπικό. Είτε είστε startup είτε επίδοξος επιχειρηματίας, είτε υφιστάμενος ιδιοκτήτης μικρής επιχείρησης, θα βρεθείτε αντιμέτωποι με πολλές ερωτήσεις και θέματα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

Ακολουθεί ένα εμπνευσμένο μήνυμα από το βιβλίο "Chicken Soup for the Soul - 101 Heartwarming Stories" των συγγραφέων Jack Canfield και Mark Hansen:

«Και το μεγαλύτερο ταξίδι ξεκινά με το πρώτο βήμα. Μη ρωτάς πόσο μακρύς είναι ο δρόμος, απλά περπάτα! Μη ρωτάτε πόσο ψηλά είναι το βουνό, απλώς ανεβείτε! Και, όταν ανεβαίνεις στην κορυφή του βουνού, μην νομίζεις ότι έχεις κατακτήσει το βουνό, γιατί, στην πραγματικότητα, έχεις κατακτήσει τον εαυτό σου. Για να μάθετε πόσο ψηλή είναι η κορυφή που έχετε ανεβεί, πρέπει να ανεβείτε σε άλλες κορυφές. Να θυμάστε ότι η γνώση χωρίς σκέψη είναι χαμένη δουλειά, και η σκέψη χωρίς γνώση είναι κίνδυνος! Να θυμάστε ότι ο Δρόμος είναι ένας και οι δρόμοι πολλοί. Καλή επιτυχία στο ταξίδι σου!»

- **Πρώτα βήματα προς τη δική σας επιχείρηση**

Στην καρδιά κάθε επιχείρησης βρίσκεται μια ιδέα. Η ιδέα σας θα μπορούσε να είναι ένα νέο προϊόν, υπηρεσία ή κάτι που θα βελτιώσει τη ζωή των ανθρώπων. Είναι αυτή η ιδέα μοναδική, καινοτόμα ή κάτι παραδοσιακό που θα κάνετε διαφορετικά ή για το οποίο υπάρχει ζήτηση στην αγορά; Εάν έχετε ήδη μια δημιουργική ιδέα, ήρθε η ώρα για έρευνα. Πάρτε το χρόνο σας και μάθετε αν υπάρχει κάτι παρόμοιο στην αγορά. ποια είναι η ζήτηση? ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών, ποιες είναι οι τιμές; Στη συνέχεια, προσδιορίστε τους πελάτες-στόχους. Δεν μπορεί να πουληθεί σε όλους. Προσδιορίστε το φύλο, την ηλικία, την κοινωνική θέση, τον τόπο διαμονής, τα ενδιαφέροντα, τις συνήθειες των πιθανών πελατών σας. Όσο καλύτερα τους γνωρίζετε, τόσο πιο ελκυστικό θα παρουσιάζετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας.

- **Μελέτη του επιχειρηματικού χώρου**

Είναι εξαιρετικά σημαντικό πριν ξεκινήσετε την επιχείρησή σας να κάνετε κάποια έρευνα ιστορικού. Είναι αυτό που θα σας δώσει την ευκαιρία να γνωρίσετε το περιβάλλον στο οποίο στοχεύετε. Έτσι θα καταλάβετε περισσότερα για τον ανταγωνισμό, τα χαρακτηριστικά του, ακόμα και τα αρνητικά, και θα μπορέσετε να τα δικαιολογήσετε στη δική σας επιχείρηση. Εάν δεν είστε σίγουροι για τον εαυτό σας ότι θα μπορέσετε να κάνετε αυτή τη μελέτη μόνοι σας, μπορείτε να προσλάβετε έναν ειδικό που έχει ήδη κάνει τέτοιες ή παρόμοιες μελέτες. Θα εξετάσει όλους τους άμεσους ανταγωνιστές καθώς και τα οικονομικά οφέλη με την πάροδο των ετών. Από αυτό θα μάθετε σε ποιο βαθμό είναι δυνατό και κατάλληλο να ξεκινήσετε το νέο εγχείρημα και πόσο κερδοφόρα και κερδοφόρα θα είναι η δραστηριότητα. Η έρευνα μπορεί να σας βοηθήσει να καταλάβετε πότε θα λάβετε το εισόδημα που περιμένετε και πόσο μπορεί να είναι. Θα μπορείτε επίσης να κάνετε μια πρόβλεψη επιτυχιών και πιθανών μειώσεων ανάλογα με τις εποχές, τη δραστηριότητα και τις προσδοκίες των πελατών και των προμηθευτών. επιρροές από το εξωτερικό περιβάλλον – πολιτικοί, οικονομικοί και άλλοι παράγοντες. Θα μπορείτε να ξεκαθαρίσετε τι οικονομικούς, υλικούς και ανθρώπινους πόρους θα χρειαστείτε, ποιο είναι το αρχικό και το τρέχον κόστος. Από την έρευνα, θα μπορείτε επίσης να μάθετε τι εξοπλισμό θα χρειαστείτε εάν η επιχείρησή σας είναι στον κατασκευαστικό τομέα. Ο βιομηχανικός εξοπλισμός είναι ζωτικής σημασίας για να μπορείς να κάνεις αυτό που πάντα ήθελες να κάνεις. Ξεκινήστε να βρείτε τα σωστά μηχανήματα που χρειάζονται στην παραγωγή και μπορούν να εξασφαλίσουν την ποιότητα και τις ποσότητες της παραγωγής. Θα μπορείτε επίσης να καθορίσετε τις οικονομικές παραμέτρους - αρχική επένδυση και ταμειακές ροές για να διατηρήσετε ένα θετικό υπόλοιπο και να οδηγήσετε σε κέρδος.

- **Ανθρώπινο δυναμικό – εργαζόμενοι και εργαζόμενοι**

Πριν αρχίσετε να σκέφτεστε να ξεκινήσετε μια επιχείρηση, πρέπει να σκεφτείτε τους ανθρώπους που μπορούν να σας βοηθήσουν. Όλοι όσοι προσλαμβάνονται θα μπορούν να σας βοηθήσουν να αναπτύξετε την επιχείρησή σας, επομένως είναι σημαντικό να κάνετε μια λεπτομερή λίστα με τα άτομα που χρειάζεστε. Αφήστε αυτή τη λίστα να έχει όλες τις λεπτομέρειες που είναι σημαντικές για εσάς. Αφήστε τους να έχουν τις δεξιότητες που θέλετε να έχουν, την εκπαίδευση, την εμπειρία, την εργασία με μηχανές και ό,τι ταιριάζει στις ανάγκες της νέας εταιρείας. Θα πρέπει να σκεφτείτε πόσο σημαντικό είναι να κάνετε διαφορετικές εκπαιδεύσεις που σχετίζονται με μηχανές, γνώσεις και άλλα που ταιριάζουν στο νέο σας εγχείρημα. Προσπαθήστε να δείτε τους ιστότοπους των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων για να ελέγξετε τους ειδικούς τους και να ξέρετε ακριβώς τι να στοχεύσετε. Αυτό θα σας βοηθήσει να είστε πολύ πιο προετοιμασμένοι για το τι να περιμένετε από τα άτομα που θέλετε να προσλάβετε.

Το να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση είναι πάντα αγχωτικό και μερικές φορές δεν συνειδητοποιείτε πόσο σημαντικό είναι να κάνετε καλή έρευνα. Είναι η μελέτη, με τα δεδομένα και τα συμπεράσματά της, που θα σας φέρει ηρεμία και σιγουριά για τους στόχους, τις προγραμματισμένες ενέργειες και τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Τα άτομα στα οποία θα απευθυνθείτε για καθημερινή εργασία είναι επίσης σημαντικά. Πρέπει να είναι εκπαιδευμένοι επαγγελματίες, έμπειροι και σωστοί ώστε να μπορείτε να βασιστείτε σε αυτούς ή να έχετε το κίνητρο και τις δυνατότητες να εκπαιδευτείτε.

Αυτή είναι επίσης η στιγμή να σκεφτείτε τη χρηματοδότηση. Θα βασιστεί η επιχείρηση σε προσωπικές αποταμιεύσεις, σε δάνειο από έναν φίλο, σε τραπεζικό δάνειο ή θα αναζητηθεί επενδυτής για να υποστηρίξει την επιχειρηματική ιδέα; Είναι απαραίτητη η συνεργασία ή η εταιρική σχέση; Η επιχείρηση έχει να κάνει με τους ανθρώπους, επομένως φροντίστε να αλληλεπιδράτε και να εμπιστευέστε τους κατάλληλους ανθρώπους. Είναι σημαντικό να έχουμε παρόμοιες αξίες και κατανοήσεις, να κοιτάμε προς την ίδια κατεύθυνση.

- **Εγγραφή εμπορικής εταιρείας**

Μετά τη θεωρητική προετοιμασία, είναι ώρα για δράση. Για να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση στη Βουλγαρία από το μηδέν, πρέπει να ξεκινήσετε με την εγγραφή μιας εμπορικής εταιρείας. Μπορείτε να κάνετε επιχειρήσεις με αυτό

- **Επιχειρηματικός σχεδιασμός**

Τώρα έχετε συλλέξει και ερευνήσει όλες τις πληροφορίες, αλλά τι να τις κάνετε;

Δημιουργήστε ένα επιχειρηματικό σχέδιο που θα περιγράφει όλα όσα χρειάζεστε για να θέσετε σε λειτουργία την επιχείρησή σας.

Θα μάθετε για το επιχειρηματικό σχέδιο και τη διαδικασία επιχειρηματικού σχεδιασμού και γιατί είναι σημαντικό για τον αρχάριο επιχειρηματία στον Οδηγό Επιχειρηματικού Σχεδίου και Επιχειρηματικού Σχεδιασμού.

ΣΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Είναι ώρα για δράση! Μαθαίνουμε συνεχώς και ο καλύτερος δάσκαλος είναι η προσωπική εμπειρία...

Λοιπόν, ήδη στην αφετηρία, ΑΛΛΑ:

Πριν ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση, θα πρέπει να συνειδητοποιήσετε ότι είναι σχεδόν βέβαιο ότι κάτι μπορεί πάντα να πάει στραβά. Για να διευθύνεις μια επιτυχημένη επιχείρηση, πρέπει να προσαρμοστείς στις δυναμικές καταστάσεις που προκύπτουν.

Όπως ήδη γνωρίζετε, ένα σημαντικό μέρος της ανάπτυξης ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι η διεξαγωγή ενδεδειγμένης έρευνας αγοράς στον κλάδο που στοχεύετε, καθώς και στα δημογραφικά στοιχεία των πιθανών πελατών σας. Αυτό περιλαμβάνει τη διεξαγωγή ερευνών, τις ομάδες εστίασης και την έρευνα δημοσίων δεδομένων και δεδομένων σχετικά με τη συγκεκριμένη αγορά που εισέρχεστε.

Προτού ξεκινήσετε να πουλάτε το προϊόν ή την υπηρεσία σας, πρέπει να δημιουργήσετε την επωνυμία σας και να κερδίσετε οπαδούς που είναι έτοιμοι να εισέλθουν όταν ξεκινήσετε την επιχείρησή σας.

Καθήκοντα όπως η επιλογή ονόματος εταιρείας και η δημιουργία λογότυπου είναι προφανείς, αλλά μην ξεχνάτε τα λιγότερο γνωστά αλλά εξίσου σημαντικά βήματα! Είτε πρόκειται για τον καθορισμό μιας επιχειρηματικής δομής είτε για μια λεπτομερή στρατηγική μάρκετινγκ, ο φόρτος εργασίας μπορεί γρήγορα να αυξηθεί.

Αντί να κάνετε κύκλους και να μαντεύετε από πού να ξεκινήσετε, αυτή η λίστα με συγκεκριμένα και βήμα προς βήμα βήματα θα σας βοηθήσει να μεταφέρετε την επιχείρησή σας από μια ιδέα σε μια πραγματική ιδέα.

1. Βελτιώστε την επιχειρηματική σας ιδέα

Εάν σκέφτεστε να ξεκινήσετε μια επιχείρηση, πιθανότατα έχετε ήδη μια ιδέα για το τι θέλετε να πουλήσετε ή τουλάχιστον την αγορά στην οποία θέλετε να εισέλθετε. Κάντε μια λεπτομερή αναζήτηση για υπάρχουσες εταιρείες στον κλάδο της επιλογής σας και εάν σκοπεύετε να δημιουργήσετε μια startup, ετοιμάστε μια πολύ καλή ιδέα για το καινοτόμο πρότυπο που θα εφαρμόσετε. Μάθετε τι κάνουν οι σημερινοί ηγέτες της αγοράς σε αυτήν τη θέση και δείτε πώς μπορείτε να προσφέρετε κάτι καλύτερο. Εάν πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας μπορεί να προσφέρει κάτι που δεν προσφέρουν άλλες εταιρείες ή να προσφέρει το ίδιο πράγμα, μόνο πιο γρήγορα και φθηνότερα, τότε είστε στο σωστό δρόμο.

Πρέπει να έχετε μια σταθερή ιδέα για να μπορέσετε να δημιουργήσετε ένα πρακτικό επιχειρηματικό σχέδιο.

Προσδιορίστε γιατί ξεκινάτε μια επιχείρηση. Είναι καλό να γνωρίζετε γιατί ξεκινάτε την επιχείρησή σας. Σε αυτή τη διαδικασία, θα ήταν συνετό να γίνει διάκριση μεταξύ του αν η

επιχείρηση εξυπηρετεί έναν προσωπικό ή έναν σκοπό της αγοράς. Όταν το κίνητρό σας είναι να ικανοποιήσετε μια ανάγκη της αγοράς, το εύρος της επιχείρησής σας θα είναι πάντα μεγαλύτερο από μια επιχείρηση που έχει σχεδιαστεί για να ικανοποιήσει μια προσωπική ανάγκη.

Σκεφτείτε ένα franchise

Μια άλλη επιλογή είναι να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο franchise με το franchise μιας καθιερωμένης επιχείρησης. Η ιδέα, το branding και το επιχειρηματικό μοντέλο είναι ήδη εκεί και το μόνο που χρειάζεστε είναι μια καλή τοποθεσία και κεφάλαια για να χρηματοδοτήσετε τη δραστηριότητα.

Σκεφτείτε ένα όνομα για την επιχείρησή σας

Ανεξάρτητα από την επιλογή που θα επιλέξετε, είναι απαραίτητο να επιλέξετε μια πρωτότυπη επωνυμία επιχείρησης κατά την κατάρτιση ενός σχεδίου πριν προσδιορίσετε την προστιθέμενη αξία της ιδέας.

Βρείτε τους πελάτες-στόχους σας

Πολύ συχνά οι άνθρωποι ξεκινούν τις επιχειρήσεις τους χωρίς να αφιερώνουν χρόνο για να σκεφτούν ποιοι θα είναι οι πελάτες τους και τι θα τους έκανε να χρησιμοποιήσουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Πρέπει να είστε ξεκάθαροι γιατί θέλετε να συνεργαστείτε με αυτούς τους πελάτες – είναι το πάθος σας να κάνετε τη ζωή των ανθρώπων ευκολότερη ή σας αρέσει να δημιουργείτε τέχνη που χρωματίζει τον κόσμο τους; Οι απαντήσεις σε αυτές τις ερωτήσεις βοηθούν να διευκρινιστεί η αποστολή σας. Επίσης, πρέπει να καθορίσετε πώς θα προσφέρετε αυτή την αξία στους πελάτες σας και πώς να τη μεταφέρετε με τρόπο που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.

Ενώ σκέφτεστε το σχέδιο, πρέπει να προσδιορίσετε τις κύριες λεπτομέρειες. Εάν η ιδέα δεν είναι κάτι που σας ενθουσιάζει ή αν δεν υπάρχει αγορά για τη δημιουργία σας, ίσως είναι καιρός να σκεφτείτε άλλες ιδέες.

2. Ετοιμάστε ένα επιχειρηματικό σχέδιο

Ρωτήστε τον εαυτό σας τις σημαντικές ερωτήσεις

Μόλις έχετε μια ξεκάθαρη ιδέα, πρέπει να κάνετε στον εαυτό σας μερικές σημαντικές ερωτήσεις και αυτές είναι:

- Ποιος είναι ο σκοπός της επιχείρησής σας?
- Σε ποιον θα πουλήσετε?
- Ποιοι είναι οι απώτεροι στόχοι σας?
- Πώς θα χρηματοδοτήσετε την αρχική επένδυση?

Αυτές οι ερωτήσεις μπορούν να απαντηθούν σε ένα καλογραμμμένο επιχειρηματικό σχέδιο. Πολλές νέες επιχειρήσεις κάνουν το βασικό λάθος να επιταχύνουν τις επιχειρήσεις χωρίς να λάβουν υπόψη τις προαναφερθείσες πτυχές. Πρέπει να βρείτε τη βάση πελατών που θέλετε να προσεγγίσετε, δηλαδή ποιος θα αγοράσει το προϊόν ή την υπηρεσία σας; Εάν δεν μπορείτε να βρείτε στοιχεία ότι υπάρχει ζήτηση για την ιδέα σας, τότε ποιο είναι το νόημα να την ξεκινήσετε?

Διεξαγωγή έρευνας αγοράς

Το να κάνετε μια ενδελεχή έρευνα αγοράς σχετικά με την περιοχή στην οποία πρόκειται να ξεκινήσετε, καθώς και τα δημογραφικά στοιχεία των πιθανών πελατών σας, είναι ένα σημαντικό μέρος της ανάπτυξης ενός καλού επιχειρηματικού σχεδίου. Αυτό περιλαμβάνει τη διεξαγωγή ερευνών, την οργάνωση ομάδων εστίασης και την έρευνα εξειδικευμένων αγορών και δημόσιων δεδομένων. Η έρευνα αγοράς θα σας βοηθήσει να κατανοήσετε τον πελάτη-στόχο σας - τις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά του, καθώς και τον κλάδο και τους ανταγωνιστές σας. Πολλοί επαγγελματίες μικρών επιχειρήσεων συνιστούν τη συλλογή δημογραφικών πληροφοριών και την ανάλυση των ανταγωνιστών και των δραστηριοτήτων και στρατηγικών τους για την κατανόηση των ευκαιριών και των περιορισμών σε μια συγκεκριμένη θέση.

Οι καλύτερες μικρές επιχειρήσεις διαθέτουν προϊόντα ή υπηρεσίες που ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό. Αυτό έχει σημαντικό αντίκτυπο στο ανταγωνιστικό περιβάλλον και σας επιτρέπει να μεταφέρετε μια μοναδική προστιθέμενη αξία στους πιθανούς πελάτες σας.

Σκεφτείτε μια στρατηγική εξόδου

Είναι επίσης καλή ιδέα να εξετάσετε μια στρατηγική εξόδου κατά τη δημιουργία του επιχειρηματικού σας σχεδίου. Η δημιουργία μιας ιδέας για το πώς θα βγείτε από την επιχείρησή σας παρέχει μια επιλογή για μια άλλη πτυχή της τελικής εξέλιξης των εκδηλώσεων. Πολύ συχνά, οι νέοι επιχειρηματίες είναι τόσο σίγουροι ότι όλοι είναι έτοιμοι να γίνουν πελάτες που ξεοδεύουν ελάχιστο ή καθόλου χρόνο για να προετοιμάσουν ένα σχέδιο εξόδου με τρεις ή τέσσερις προκαθορισμένες εξόδους ή σενάρια.

Το επιχειρηματικό σχέδιο σας βοηθά να κατανοήσετε πού πηγαίνει η εταιρεία σας, πώς θα ξεπεράσετε πιθανές δυσκολίες και τι χρειάζεστε για να κάνετε το εγχείρημα βιώσιμο.

3. Αξιολογήστε τα οικονομικά σας

Η έναρξη οποιασδήποτε επιχείρησης έχει το κόστος της, επομένως πρέπει να καθορίσετε πώς θα καλύψετε αυτές τις δαπάνες.

Έχετε τα κεφάλαια για να χρηματοδοτήσετε την έναρξη της επιχείρησης ή θα χρειαστεί να δανειστείτε χρήματα; Εάν σκοπεύετε να εγκαταλείψετε την τρέχουσα εργασία σας για να εστιάσετε στην επιχείρησή σας, έχετε τα χρήματα που διατίθενται για να σας κρατήσουν μέχρι να αρχίσετε να κερδίζετε; Είναι καλύτερο να καθορίσετε εκ των προτέρων ποιο θα είναι το αρχικό κόστος. Πολλές νεοφυείς επιχειρήσεις αποτυγχάνουν επειδή ξεμείνουν από χρήματα πριν βγάλουν κέρδος. Δεν είναι ποτέ κακή ιδέα να υπερεκτιμήσετε το ποσό του

αρχικού κεφαλαίου που θα χρειαστείτε, καθώς μπορεί να χρειαστεί λίγος χρόνος μέχρι να αρχίσει η επιχείρησή σας να παράγει βιώσιμα έσοδα.

Χρηματοοικονομικές πτυχές που πρέπει να αναλυθούν με βάση τις επεξηγήσεις παρακάτω στις ερωτήσεις:

Τι προϋπολογισμό θα χρειαστώ?

Είναι σημαντικό να γνωρίζετε ότι το κόστος είναι τριών ειδών:

- αρχικό για την έναρξη της επιχείρησης;
- μόνιμες μηνιαίες δαπάνες που δεν εξαρτώνται από τον όγκο των πωλήσεων, αλλά οφείλονται κάθε μήνα και πρέπει να διασφαλίζουμε την πληρωμή τους (ενοίκιο, μισθοί κ.λπ.);
- άμεσο κόστος, ο όγκος των οποίων εξαρτάται από τον όγκο των πωλήσεων - πρόκειται για το κόστος παραγωγής ή παράδοσης του αγαθού/προϊόντος ή της παροχής της υπηρεσίας.

Όταν κάνουμε υπολογισμούς, πρέπει να συμπεριλάβουμε το αρχικό κόστος και το κόστος της αρχικής φόρτωσης αγαθών, υλικών και προμηθειών, να παρέχουμε κεφάλαια για αρκετούς μήνες για την κάλυψη σταθερών δαπανών και οι επακόλουθες φορτώσεις αγαθών μπορεί να είναι εις βάρος των μελλοντικών εσόδων από τις πωλήσεις.

Κάντε μια ανάλυση κερδοφορίας

Ένας τρόπος για να προσδιορίσετε ποια κεφάλαια χρειάζεστε είναι να πραγματοποιήσετε μια ανάλυση κερδοφορίας. Είναι ένα ουσιαστικό στοιχείο του οικονομικού σχεδιασμού που βοηθά τους επιχειρηματίες να καθορίσουν πότε το προϊόν ή η υπηρεσία τους θα είναι κερδοφόρα. Καλό είναι κάθε επιχειρηματίας να κάνει αυτή την ανάλυση γιατί δείχνει την ελάχιστη απόδοση που πρέπει να πετύχει η επιχείρησή σας για να μην χάσει χρήματα. Σας βοηθά επίσης να κατανοήσετε ακριβώς από πού προέρχονται τα κέρδη σας, ώστε να μπορείτε να θέσετε σχετικούς στόχους παραγωγής.

Οι τρεις κύριοι λόγοι για τη διεξαγωγή μιας ανάλυσης κερδοφορίας είναι:

- **Προσδιορισμός κερδοφορίας** – Αυτό είναι συνήθως το πρωταρχικό μέλημα κάθε ιδιοκτήτη επιχείρησης. Αναρωτηθείτε: Πόσα έσοδα πρέπει να δημιουργήσετε για να καλύψετε όλα τα έξοδά σας; Ποια προϊόντα ή υπηρεσίες έχουν κέρδος και ποια πωλούν με ζημία?
- **Τιμολόγηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας** – Όταν οι περισσότεροι άνθρωποι σκέφτονται την τιμή, λαμβάνουν υπόψη το κόστος δημιουργίας του προϊόντος τους και τις τιμές των ανταγωνιστών. Αναρωτηθείτε: Ποιες είναι οι πάγιες χρεώσεις, ποιο είναι το μεταβλητό κόστος και ποιο είναι το συνολικό κόστος; Ποιο είναι το κόστος των φυσικών αγαθών; Ποιο είναι το κόστος εργασίας?
- **Αναλύστε δεδομένα από άποψη εσόδων και κόστους** – Ποιες ποσότητες αγαθών ή υπηρεσιών πρέπει να πουλήσετε για να έχετε κέρδος; Αναρωτηθείτε: Πώς μπορείτε να μειώσετε το συνολικό πάγιο κόστος σας; Πώς μπορείτε να μειώσετε το μεταβλητό κόστος ανά μονάδα; Πώς μπορείτε να βελτιώσετε τις πωλήσεις σας?

Εξερευνήστε πιθανά σενάρια εσόδων και εξόδων

Είναι καλό να αναπτύσσουμε τρία σενάρια - απαισιόδοξο, ρεαλιστικό και αισιόδοξο. Το απαισιόδοξο είναι αυτό όπου τα έσοδα δεν θα είναι αρκετά για να αποφέρουν κέρδη. Το κλειδί εδώ είναι ο υπολογισμός του κρίσιμου τζίρου που καλύπτει όλα τα απαραίτητα κόστη πριν υπάρξει κέρδος. Αυτό είναι πολύ σημαντικό - πρέπει να γνωρίζουμε ποιο είναι το ελάχιστο απαιτούμενο εισόδημα για να αξιολογήσουμε εάν είναι εφικτό. Η δεύτερη επιλογή είναι η ρεαλιστική - με αυτήν, τα πραγματικά επιτεύξιμα έσοδα πρέπει να συγκριθούν με τον κρίσιμο κύκλο εργασιών. Εάν είναι μεγαλύτερα από αυτό, σημαίνει ότι θα δημιουργηθεί κέρδος και για τον ιδιοκτήτη. Εάν είναι χαμηλότερα - δεν αξίζει να ξεκινήσετε αυτήν την επιχείρηση, μόλις οι λογαριασμοί δείξουν εκ των προτέρων ότι θα είναι ζημιά.

Η αισιόδοξη επιλογή είναι αυτή όπου τα έσοδα υπερβαίνουν σημαντικά τον κρίσιμο τζίρο. Με αυτό, κάθε λεβ πρόσθετου μικτού κέρδους ισοδυναμεί με καθαρό κέρδος, γιατί έχουμε ήδη εξασφαλίσει την κάλυψη του κόστους.

Παρακολουθήστε τα έξοδα

Συνιστάται να μην ξοδεύετε υπερβολικά όταν ξεκινάτε μια επιχείρηση. Μάθετε ποιοι τύποι αγορών είναι κατάλληλοι για την επιχείρησή σας και αποφύγετε το περιττό κόστος για εξοπλισμό που δεν θα σας βοηθήσει να πετύχετε τους στόχους σας. Παρακολουθήστε τα έξοδα της επιχείρησής σας για να παρακολουθείτε τυχόν αποκλίσεις. Πολλές νεοφυείς επιχειρήσεις τείνουν να ξοδεύουν χρήματα σε περιττά πράγματα. Στην αρχή, ξοδέψτε όσο το δυνατόν λιγότερα και μόνο σε πράγματα που είναι απαραίτητα για την ανάπτυξη και την επιτυχία της επιχείρησής σας. Η πολυτέλεια είναι αποδεκτή όταν εγκατασταθείς πλήρως.

Αναζητήστε ευκαιρίες χρηματοδότησης

Το κεφάλαιο εκκίνησης για την επιχείρησή σας μπορεί να παρασχεθεί με διάφορους τρόπους. Ο καλύτερος τρόπος για να λάβετε χρηματοδότηση εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως η πιστοληπτική ικανότητα, το απαιτούμενο ποσό και οι διαθέσιμες επιλογές.

- **Επιχειρηματικά δάνεια**

Εάν χρειάζεστε οικονομική βοήθεια, ένα επιχειρηματικό δάνειο από μια τράπεζα είναι ένα καλό μέρος για να ξεκινήσετε, αν και συχνά είναι δύσκολο να το αποκτήσετε. Εάν δεν μπορείτε να πάρετε τραπεζικό δάνειο, τότε μπορείτε να υποβάλετε αίτηση για δάνειο για μικρές επιχειρήσεις.

- **Επιχορηγήσεις για επιχειρήσεις**

Οι επιχορηγήσεις επιχειρήσεων είναι παρόμοιες με τα δάνεια, αλλά δεν χρειάζεται να τα επιστρέψετε. Οι επιχορηγήσεις συνοδεύονται από προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί μια επιχείρηση για να χρηματοδοτηθεί. Όταν προσπαθείτε να λάβετε επιχορηγήσεις για μικρές επιχειρήσεις, αναζητήστε αυτές που είναι ειδικά για τη θέση σας. Οι ευκαιρίες περιλαμβάνουν επιχειρηματικές επιχορηγήσεις, επιχορηγήσεις για επιχειρήσεις που ανήκουν σε νέους επιχειρηματίες και κρατικές επιχορηγήσεις.

- **Επενδυτές**

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις που χρειάζονται σημαντική χρηματοδότηση εκκίνησης μπορούν να απευθυνθούν σε επενδυτές. Οι επενδυτές θα μπορούσαν να διαθέσουν ένα τεράστιο χρηματικό ποσό σε μια νεοσύστατη εταιρεία, προσδοκώντας ότι με τη χορηγία της, θα έπαιζαν ενεργό ρόλο στη λειτουργία της επιχείρησης.

- **Δημόσια χρηματοδότηση**

Μπορείτε επίσης να ξεκινήσετε μια καμπάνια crowdfunding (Rise Fund) για να συλλέξετε μικρά ποσά από διαφορετικούς υποστηρικτές. Το crowdfunding έχει βοηθήσει πολλές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια. Υπάρχουν δεκάδες αξιόπιστες πλατφόρμες crowdfunding που έχουν σχεδιαστεί για διαφορετικούς τύπους επιχειρήσεων.

- **Επιλέξτε τη σωστή όχθη**

Όταν επιλέγετε μια τράπεζα για την επιχείρησή σας, σκεφτείτε εάν είναι ενημερωμένη με τις συνθήκες της τοπικής αγοράς και εάν θα συνεργαστεί μαζί σας με βάση το προφίλ και τη συνολική φύση της επιχειρηματικής ιδέας. Όταν επιλέγετε τράπεζα, αναρωτηθείτε τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Τι είναι σημαντικό για εσάς?
- Θέλετε να δημιουργήσετε στενή σχέση με μια τράπεζα που είναι έτοιμη να σας βοηθήσει με κάθε τρόπο?
- Ποιοι είναι οι στόχοι σας για τα επόμενα 5 ή 10 χρόνια?

Τελικά, η σωστή τράπεζα για την επιχείρησή σας εξαρτάται από τις συγκεκριμένες ανάγκες σας. Η αποσαφήνιση αυτών των αναγκών μπορεί να σας βοηθήσει να εστιάσετε στο τι πρέπει να αναζητήσετε. Προγραμματίστε συναντήσεις με πολλές τράπεζες και ρωτήστε πώς συνεργάζονται με μικρές επιχειρήσεις για να περιορίσουν τις καλύτερες επιλογές.

4. Εγγραφή εταιρείας

Για να εγγράψετε με επιτυχία την επιχείρησή σας, πρέπει να εξετάσετε το είδος της εταιρείας που θα δημιουργήσετε. Παραδείγματα αυτού είναι η EOOD και η OOD, όπου η διαφορά μεταξύ των δύο εταιρειών είναι ο αριθμός των εταιρικών εταίρων.

- **Ατομική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.)**

Αποτελείται από έναν μόνο εταίρο - τον ιδιοκτήτη του κεφαλαίου της επιχείρησης. Το πρόσωπο είναι υπεύθυνο για τις υποχρεώσεις της εταιρείας μέσω ολόκληρου του κεφαλαίου.

- **Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.)**

Αυτός ο τύπος εταιρείας πρέπει να έχει τουλάχιστον δύο ιδρυτές. Κάθε εταίρος συνεισφέρει προσωπική μερίδα στο κοινό κεφάλαιο και, κατά συνέπεια, δικαιούται ένα ορισμένο ποσοστό του κέρδους.

Συνιστάται η επιλογή μιας από αυτές τις δύο εταιρείες, καθώς σε αυτή την περίπτωση η εταιρεία θα έχει τα δικά της περιουσιακά στοιχεία.

Άλλοι τύποι εμπόρων και εταιρειών που δραστηριοποιούνται στη Βουλγαρία είναι οι ET, AD και EAD.

- **Ατομικός έμπορος (ET)**

Κάθε αρτιμελής φυσικό πρόσωπο, αλλά όχι νομικό πρόσωπο, που ζει στη Βουλγαρία μπορεί να εγγραφεί ως Ατομικός Έμπορος (ΕΤ). Ο κίνδυνος σε αυτή την περίπτωση είναι ότι τέτοιου είδους έμποροι είναι υπεύθυνοι για όλες τις υποχρεώσεις τους με τη δική τους περιουσία.

- **Ανώνυμη Εταιρεία (JSC)**

Ιδρύεται από δύο τουλάχιστον φυσικά ή νομικά πρόσωπα και το κεφάλαιο διαιρείται σε μετοχές, ανάλογα με τις οποίες προκαθορίζονται τα δικαιώματα κάθε μέλους. Σε περίπτωση κινδύνου οικονομικών ζημιών, οι μέτοχοι φέρουν ευθύνη μέσω των μετοχών τους.

- **Μονομελής ανώνυμη εταιρεία (ΕΑΔ)**

Η εταιρεία μπορεί να δημιουργηθεί τόσο από φυσικό όσο και από νομικό πρόσωπο. Το κεφάλαιο περιλαμβάνει τις μετοχές του ατομικού επιχειρηματία και αυτός ευθύνεται για ζημίες, εντός της αξίας των μετοχών του.

Η συντριπτική πλειοψηφία των εταιρειών που εγγράφονται στη Βουλγαρία είναι ΕOOD ή ΟOD. Εν ολίγοις, το άνοιγμα ενός ΕOOD ή ΟOD είναι πολύ πιο ασφαλές από την εγγραφή ενός ΕΤ και πολύ πιο εύκολο και φθηνότερο από την εγγραφή ενός ΑD ή ΕΑD.

Πώς να εγγράψετε μια εταιρεία?

Πρέπει να περάσετε από μια διαδικασία εγγραφής στο Εμπορικό Μητρώο. Το μητρώο είναι το μέρος όπου αποθηκεύονται τα δεδομένα για όλες τις εταιρείες στη Βουλγαρία.

Διαχειρίζεται η Υπηρεσία Εγγραφής. Με την εγγραφή στο μητρώο, κάθε εταιρεία λαμβάνει έναν μοναδικό κωδικό αναγνώρισης (ΕΙΚ). Αυτός είναι ένας 9ψήφιος μοναδικός αριθμός. Το εμπορικό μητρώο διαθέτει πύλη για ηλεκτρονικές υπηρεσίες και ερωτήσεις, προσβάσιμη στη διεύθυνση Διαδικτύου <https://portal.registryagency.bg/CR/services>

Μπορείτε πιθανώς να κάνετε την πλήρη εγγραφή μόνοι σας, αλλά είναι καλύτερα να επικοινωνήσετε με ειδικούς για να διορθώσετε τυχόν σφάλματα με την τεκμηρίωση.

Εγγραφή ΦΠΑ

Πρέπει να εγγραφείτε για ΦΠΑ εάν το εισόδημά σας φθάσει τα 50.000 BGN ή περισσότερο για περίοδο όχι μεγαλύτερη από τους τελευταίους 12 συνεχόμενους μήνες πριν από τον τρέχοντα μήνα. ΦΠΑ στη Βουλγαρία - <https://nra.bg/wps/portal/nra/taxes/dds-v-bulgaria>

Μπορεί να γίνει και εθελοντική εγγραφή ΦΠΑ. Μπορείτε να μελετήσετε εκ των προτέρων το ρυθμιστικό πλαίσιο ή τις οδηγίες στον ιστότοπο της Εγγραφής ΦΠΑ της ΕΡΑ ή να συμβουλευτείτε έναν έμπειρο λογιστή.

Πρόσληψη υπαλλήλων

Οι εργαζόμενοι και οι εργαζόμενοι προσλαμβάνονται με τη σύναψη σύμβασης εργασίας πλήρους ή μερικής απασχόλησης, μόνιμης ή δοκιμαστικής περιόδου. Αυτό περιγράφεται στον Εργατικό Κώδικα. Για την επιλογή εργαζομένων ή/και εργαζομένων, μπορείτε να επικοινωνήσετε με το τοπικό Γραφείο Εργασίας ή μια εταιρεία επιλογής ανθρώπινου δυναμικού. Συντάσσονται περιγραφές θέσεων εργασίας για συμβάσεις εργασίας, γίνονται υποχρεωτικές εγγραφές, τηρείται η ασφαλιστική και φορολογική νομοθεσία.

Εάν η επιχείρησή σας είναι πολύ μικρή ή μικρή και δεν υπάρχει καθημερινή μετακίνηση πολλών εγγράφων, είναι πιο αποτελεσματικό να χρησιμοποιείτε εξωτερική υπηρεσία από λογιστικό γραφείο.

Αποδείξεις ή τραπεζική πληρωμή στα τιμολόγια

Η ταμειακή μηχανή και η έκδοση αποδείξεων δεν απαιτούνται εκτός εάν πραγματοποιείτε λιανικές πωλήσεις σε τελικούς πελάτες σε σταθερή ή κινητή τοποθεσία. Για τα αποκτηθέντα εισοδήματα είναι υποχρεωτική η έκδοση παραστατικού δήλωσης εσόδων.

5. Σκεφτείτε ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο

Μπορεί να μην φαίνεται σημαντικό, αλλά η απόκτηση της σωστής ασφάλισης για την επιχείρησή σας είναι ένα σημαντικό βήμα που πρέπει να κάνετε πριν ξεκινήσετε επίσημα.

Η αντιμετώπιση περιστατικών όπως υλικές ζημιές, κλοπή ή ακόμα και αγωγή με πελάτη μπορεί να είναι δαπανηρή και η επιχείρησή σας πρέπει να προστατεύεται καλά.

Ενώ υπάρχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικής ασφάλισης που πρέπει να λάβετε υπόψη, υπάρχουν ορισμένα βασικά ασφαλιστικά προγράμματα από τα οποία μπορούν να επωφεληθούν οι περισσότερες μικρές επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, εάν η επιχείρησή σας θα έχει υπαλλήλους, θα χρειαστείτε τουλάχιστον αποζημίωση εργαζομένων και ασφάλιση ανεργίας. Μπορεί να χρειαστείτε άλλους τύπους κάλυψης ανάλογα με την τοποθεσία και τον κλάδο, αλλά για τις περισσότερες μικρές επιχειρήσεις συνιστάται να έχουν γενική ασφάλιση αστικής ευθύνης για επιχειρηματικούς πελάτες. Αυτό το είδος ασφάλισης καλύπτει υλικές ζημιές και σωματικές βλάβες που προκλήθηκαν σε εσάς ή σε άλλους. Εάν η επιχείρησή σας παρέχει υπηρεσίες, μπορείτε επίσης να εξετάσετε την "Ασφάλιση Επαγγελματικής Ευθύνης".

6. Φτιάξτε μια καλή ομάδα

Εάν η επιχείρησή σας το απαιτεί, θα πρέπει να σκεφτείτε να δημιουργήσετε μια καλή ομάδα. Οι επιχειρηματίες πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στο ανθρώπινο στοιχείο. Οι άνθρωποι δημιουργούν το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η οικοδόμηση μιας ομάδας, η κατανόηση των υπαρχόντων κενών και ο καθορισμός του τρόπου και του πότε να τα διορθώσετε θα πρέπει να αποτελούν κορυφαία προτεραιότητα. Είναι επίσης σημαντικό να καθοριστεί πώς θα λειτουργήσει η ομάδα. Η οριοθέτηση ρόλων και ευθυνών καθώς και η εργασία, οι τρόποι παροχής σχολίων και οι κοινές επιχειρήσεις θα σας γλιτώσουν από πολλά προβλήματα στο δρόμο. Και μην ξεχάσετε να δώσετε προσοχή στο πώς να παρακινήσετε τους υπαλλήλους σας. Μια άλλη σημαντική πτυχή είναι η εργατική και κοινωνική ασφάλιση νομοθεσία. Τα έγγραφα πρέπει να είναι τακτικά, να συντάσσονται και να καταχωρούνται συμβάσεις εργασίας με περιγραφές θέσεων εργασίας, να πληρώνονται φόροι και ασφάλιση, να εκπληρώνονται υποχρεώσεις για ασφαλείς και υγιείς συνθήκες εργασίας.

7. Επιλέξτε τους επιχειρηματικούς σας συνεργάτες - B2B - επιχείρηση σε επιχείρηση

Η διαχείριση μιας επιχείρησης μπορεί να είναι συντριπτική και το πιθανότερο είναι ότι εσείς και η ομάδα σας δεν θα μπορείτε να το χειριστείτε μόνοι σας. Εδώ μπαίνουν στο παιχνίδι άλλα κανάλια διανομής. Σε κάθε κλάδο – από τους ανθρώπινους πόρους μέχρι την εξυπηρέτηση πελατών – υπάρχουν εταιρείες που θα συνεργαστούν μαζί σας και θα σας βοηθήσουν να διευθύνετε την επιχείρησή σας πιο αποτελεσματικά. Όταν αναζητάτε συνεργάτες B2B, θα πρέπει να επιλέξετε προσεκτικά, αφιερώνοντας χρόνο για να ερευνήσετε διεξοδικά κάθε πιθανό συνεργάτη. Αυτές οι εταιρείες θα έχουν πρόσβαση σε ζωτικής σημασίας και δυνητικά ευαίσθητα επιχειρηματικά δεδομένα, επομένως είναι εξαιρετικά σημαντικό να βρείτε έναν συνεργάτη που μπορείτε να εμπιστευτείτε. Σε μεταγενέστερο στάδιο, μπορείτε να εξετάσετε το ενδεχόμενο εξωτερικής ανάθεσης. Η εξωτερική ανάθεση είναι μια έννοια αντικατάστασης εσωτερικών λειτουργιών μιας δεδομένης εταιρείας μέσω της χρήσης μιας εξωτερικής εταιρείας και μια ειδική περίπτωση είναι η δουλειά της isleme, με τα υλικά του πελάτη.

Για παράδειγμα, ρωτήστε πιθανούς προμηθευτές για την εμπειρία τους στον κλάδο, το ιστορικό τους με υπάρχοντες πελάτες και την ανάπτυξη που έχουν επιτύχει οι άλλοι πελάτες τους. Δεν χρειάζονται όλες οι επιχειρήσεις τον ίδιο τύπο προμηθευτών, αλλά υπάρχουν κοινά προϊόντα και υπηρεσίες που χρησιμοποιούν σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις.

Λάβετε πληρωμές από πελάτες

Η προσφορά πολλαπλών επιλογών πληρωμής θα διασφαλίσει ότι μπορείτε να πουλήσετε με τη μορφή που είναι πιο προσβάσιμη στον πελάτη-στόχο σας.

Θα χρειαστεί να συγκρίνετε τις επιλογές και να βρείτε τον κατάλληλο πάροχο υπηρεσιών επεξεργασίας πληρωμών με πιστωτική κάρτα ή πορτοφόλι κινητού τηλεφώνου για να λάβετε την καλύτερη προσφορά για τον τύπο της επιχείρησης που διαχειρίζεστε.

Χρηματοοικονομική διαχείριση

Πολλοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων μπορούν να χειριστούν τις δικές τους λογιστικές λειτουργίες όταν ξεκινούν την επιχείρησή τους, αλλά καθώς η εταιρεία μεγαλώνει, θα εξοικονομήσετε χρόνο προσλαμβάνοντας έναν λογιστή και αγοράζοντας λογιστικό λογισμικό ή συνάπτοντας σύμβαση με μια εξειδικευμένη λογιστική εταιρεία.

8. Δημιουργήστε ένα εμπορικό σήμα και προωθήστε το

Προτού ξεκινήσετε να πουλάτε το προϊόν ή την υπηρεσία σας, πρέπει να δημιουργήσετε την επωνυμία σας και να ετοιμάσετε τους ακόλουθους που θα εμπλακούν όταν «ανοίξετε τις πόρτες σας». Ένα από τα βασικά πράγματα που χρειάζονται για την ανάπτυξη μιας επιτυχημένης επιχείρησης σχετίζεται άμεσα με την οικοδόμηση ενός δημοφιλούς brand με καλή εικόνα. Το branding είναι μια από τις πιο σημαντικές πτυχές κάθε επιχείρησης, μεγάλης ή μικρής. Μια αποτελεσματική στρατηγική ανάπτυξης επωνυμίας προσφέρει μεγάλο πλεονέκτημα σε όλο και πιο ανταγωνιστικές αγορές.

Τι είναι το branding και γιατί χρειάζεται?

Όταν ακούνε για το branding, πολλοί άνθρωποι σκέφτονται να κολλήσουν παράθυρα και αυτοκίνητα. Ναι, είναι αναμφίβολα ένα μέρος του branding προϊόντων, υπηρεσιών και αντικειμένων, αλλά μόνο ένα μέρος. Κατά τη γνώμη πολλών χρηστών, μπορούμε να

υποθέσουμε ότι η επωνυμία είναι η προώθηση μιας συγκεκριμένης επωνυμίας σε διαφορετικούς τύπους καναλιών. Τι είναι «μάρκα» και „μάρκα“

Το branding είναι η διαδικασία δημιουργίας μιας επωνυμίας. Και επειδή υπάρχουν πολλοί και μερικές φορές δυσνόητοι ορισμοί για μια μάρκα, θα ξεκινήσουμε από λίγο παρακάτω.

Η λέξη μάρκα προέρχεται από τις παλιές ευρωπαϊκές γλώσσες και σήμαινε "κάψιμο, φωτιά" και αρχικά συνδέθηκε με το σήμα των βοοειδών με ένα καυτό σίδερο για να τα διακρίνει. Σήμερα, επωνυμία σημαίνει δημιουργία μιας αναγνωρίσιμης ατομικότητας, διάκριση προϊόντων, υπηρεσιών, αντικειμένων, εταιρειών κ.λπ.

Η δημιουργία αυτής της ατομικότητας δεν εξαρτάται μόνο από αυτόν που τη χρειάζεται και προσπαθεί να την πετύχει. Εξαρτάται και από τους χρήστες. Πρέπει να αναγνωρίσουν την εταιρεία ή το προϊόν ως διαφορετικό, να το εμπιστευτούν και να δημιουργήσουν μια συναισθηματική σχέση μαζί του. Εν ολίγοις - η επωνυμία είναι το σύνολο του προϊόντος και τα χαρακτηριστικά του και τι σκέφτονται, βιώνουν και μοιράζονται οι καταναλωτές σε σχέση με αυτό.

- **Γιατί να δημιουργήσετε ένα εμπορικό σήμα**

Επιβάλλεται η άποψη ότι η διαφήμιση, το branding και όλα τα τεχνάσματα μάρκετινγκ είναι για μεγάλες εταιρείες με μεγάλες οικονομικές ευκαιρίες. Μπορεί να ήταν έτσι στα χρόνια του ελλείμματος. Όμως οι καιροί αλλάζουν ραγδαία. Δεν είναι πια πρόβλημα να παράγεις κάτι, είναι πρόβλημα να το πουλήσεις. Σε μια κορεσμένη αγορά, το προϊόν έχει πιθανότητες μόνο εάν για κάποιο λόγο οι καταναλωτές το διακρίνουν από το πλήθος παρόμοιων ως προς τις λειτουργίες, την ποιότητα, την τιμή. Και θα το ξεχωρίσουν μόνο αν τους δώσει κάτι παραπάνω από τη συνηθισμένη αξία χρήσης, αν τους φαίνεται συγγενικό, αν συνδεθεί με τις συναισθηματικές τους εμπειρίες.

Επομένως, το branding είναι πλέον υποχρεωτικό για κάθε εταιρεία, ακόμα και για την πιο μικρή. Μέσω αυτής δηλώνει ότι βρίσκεται στην αγορά, ότι υπάρχει για να ικανοποιεί ορισμένες ανάγκες των πελατών της, ότι μπορεί να το κάνει με τρόπο που κανείς άλλος δεν μπορεί. Η κούραση των πραγμάτων που παράγονται σε εκατομμύρια σειρές δίνει ολοένα και περισσότερο μια ευκαιρία στον μικρό κατασκευαστή και έμπορο. Η λεγόμενη boutique παραγωγή ρούχων, τροφίμων, ποτών, ειδών οικιακής χρήσης και υπηρεσιών είναι όλο και μεγαλύτερη ζήτηση. Αλλά οι χρήστες πρέπει να το μάθουν από κάπου, να ξέρουν ότι υπάρχει. Το branding τους δίνει αυτή την ευκαιρία. Και σας δίνει μια ευκαιρία για καλύτερες πωλήσεις και ανάπτυξη.

Με απλά λόγια, το "branding" ή η επωνυμία σας είναι η υπόσχεση που δίνετε στους πελάτες. Τους λέει τι μπορούν να περιμένουν από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρετε και τους διαφοροποιεί από αυτά που προσφέρουν οι ανταγωνιστές σας. Θεωρητικά, μια επωνυμία είναι το εμπορικό σήμα (λογότυπο, σλόγκαν, σχέδιο κ.λπ.), ο βαθμός αναγνώρισης και οι συσχετισμοί που έχουν οι πελάτες για τη συγκεκριμένη μάρκα. „Branding“ είναι η διαδικασία διάκρισης της εταιρείας, του προϊόντος ή της υπηρεσίας της, της δραστηριότητάς της. Το branding ή η οικοδόμηση ενός αναγνωρίσιμου brand με καλή εικόνα είναι το αποτέλεσμα κάθε μεμονωμένης δράσης της εταιρείας. Απαντά στην ερώτηση „Πώς με αντιλαμβάνονται οι άνθρωποι;“ και το μάρκετινγκ απαντά στην ερώτηση „Τι κάνω για να με αντιλαμβάνονται έτσι;“. Η εικόνα μιας εταιρείας μπορεί να βελτιωθεί σκόπιμα μέσω της εφαρμογής μιας κατάλληλης στρατηγικής επωνυμίας που συνδέεται με μια στρατηγική μάρκετινγκ.

Η παρουσία στο διαδίκτυο είναι σχεδόν υποχρεωτική και ορισμένες σημαντικές πτυχές της είναι:

- **Εταιρικός Ιστότοπος**

Πάρτε τη φήμη της επιχείρησής σας στο διαδίκτυο και δημιουργήστε έναν ιστότοπο της εταιρείας. Πολλοί πελάτες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να μάθουν περισσότερα για μια εταιρεία και ένας ιστότοπος είναι ψηφιακή απόδειξη ότι η μικρή επιχείρησή σας υπάρχει. Επιπλέον, η χρήση ενός ιστότοπου είναι απαραίτητη εάν αποφασίσετε να ξεκινήσετε μια επιχείρηση dropshipping μέσω της οποίας μπορείτε να προσφέρετε προϊόντα και να κερδίσετε από τη σύμπτωση.

Είναι επίσης ένας πολύ καλός τρόπος αλληλεπίδρασης με τρέχοντες και δυνητικούς πελάτες.

- **Μεσα ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Χρησιμοποιήστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να γνωστοποιήσετε τη νέα σας επιχείρηση και ίσως ως εργαλείο προώθησης για να προσφέρετε εκπτώσεις στους οπαδούς σας μόλις ξεκινήσετε επίσημα.

Οι σωστές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης για χρήση εξαρτώνται από το κοινό-στόχο σας. Υπάρχουν επίσης δωρεάν επιχειρηματικά εργαλεία που θα σας βοηθήσουν να παρακολουθείτε τις καμπάνιες σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

- **CRM – Διαχείριση Σχέσεων Πελατών**

Οι καλύτερες λύσεις λογισμικού CRM σας επιτρέπουν να αποθηκεύετε πληροφορίες σχετικά με τους πελάτες σας για να βελτιώσετε τις σχέσεις σας μαζί τους.

Μια καλά μελετημένη καμπάνια μάρκετινγκ μέσω email μπορεί να κάνει θαύματα στην προσέγγιση πελατών και στην αποτελεσματική επικοινωνία με το κοινό σας. Για να πετύχετε, πρέπει να δημιουργήσετε στρατηγικά τη λίστα επαφών σας στο email marketing.

- **Λογότυπο**

Δημιουργήστε ένα λογότυπο που βοηθά τους ανθρώπους να αναγνωρίζουν εύκολα την επωνυμία σας και να το χρησιμοποιούν σε όλες τις πλατφόρμες και τα κανάλια. Επιπλέον, ενημερώστε τα ψηφιακά στοιχεία με σχετικό και ενδιαφέρον περιεχόμενο για την επιχείρηση και τον κλάδο σας. Πάρα πολλές startups έχουν μια ασαφή στρατηγική για την παρουσία τους στο διαδίκτυο.

Το πρόβλημα είναι ότι βλέπουν τον ιστότοπό τους ως έξοδο, όχι ως επένδυση. Στη σημερινή ψηφιακή εποχή, οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων που κατανοούν τη σημασία της εξαιρετικής παρουσίας στο διαδίκτυο θα έχουν ένα πλεονέκτημα όταν ξεκινούν την επιχείρησή τους. Η δημιουργία ενός σχεδίου ψηφιακού μάρκετινγκ είναι απαραίτητη για τη δημιουργία οπαδών μέσω της συνεχούς διαφήμισης. Αυτή η διαδικασία είναι εξίσου απαραίτητη με την προσφορά ενός ποιοτικού προϊόντος ή υπηρεσίας.

- **Email μάρκετινγκ**

Καθώς δημιουργείτε την επωνυμία σας, ζητήστε άδεια από τους τρέχοντες και τους πιθανούς πελάτες σας για να επικοινωνήσετε μαζί τους μέσω email. Ο ευκολότερος τρόπος για να το κάνετε αυτό είναι να χρησιμοποιήσετε φόρμες εγγραφής email στον ιστότοπό σας. Αυτές

είναι "φόρμες συναίνεσης" που παρέχονται από χρήστες του Ιστού και σας δίνουν την άδεια να επικοινωνήσετε μαζί τους για να παρέχετε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την επιχείρησή σας.

Οι φόρμες εγγραφής είναι ένα καλό σημείο εκκίνησης για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης και σεβασμού μεταξύ των πιθανών πελατών σας. Το πιο σημαντικό, αυτά τα έντυπα απαιτούνται από το νόμο. Ο νόμος αυτός δεν ισχύει μόνο για τις μαζικές ηλεκτρονικές επικοινωνίες, αλλά και για όλες τις εμπορικές επικοινωνίες, τις οποίες ο νόμος ορίζει ως κάθε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του οποίου πρωταρχικός σκοπός είναι η διαφήμιση ή η προώθηση ενός εμπορικού προϊόντος ή υπηρεσίας. Κάθε email που παραβιάζει αυτόν τον νόμο υπόκειται σε πρόστιμα.

9. Αναπτύξτε την επιχείρησή σας βιώσιμα και αυξήστε την ανταγωνιστικότητά της

Η κυκλοφορία και οι πρώτες πωλήσεις είναι μόνο η αρχή της δουλειάς σας ως επιχειρηματίας. Για να έχετε κέρδος και να παραμείνετε στην κορυφή, πρέπει πάντα να αναπτύσσετε και να εκσυγχρονίζετε την επιχείρησή σας. Θα χρειαστεί χρόνος και προσπάθεια, αλλά θα έχετε τα κέρδη από την επιχείρησή σας για την οποία έχετε εργαστεί τόσο σκληρά.

Η συνεργασία με πιο καθιερωμένες επωνυμίες στον κλάδο σας είναι ένας πολύ καλός τρόπος ανάπτυξης. Απευθυνθείτε σε άλλες εταιρείες και ζητήστε τους μια προώθηση με αντάλλαγμα ένα δωρεάν δείγμα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Επικοινωνήστε με φιλανθρωπικές οργανώσεις και προσφέρετε μέρος του χρόνου ή των προϊόντων σας για να προωθήσετε το όνομα της εταιρείας σας.

Δεν υπάρχει τέλειο σχέδιο. Η καλή προετοιμασία για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι πάντα απαραίτητη, αλλά είναι σχεδόν βέβαιο ότι τα πράγματα μπορεί να πάνε στραβά. Για να διευθύνετε μια επιτυχημένη επιχείρηση, πρέπει να προσαρμοστείτε στις μεταβαλλόμενες καταστάσεις της αγοράς.

Μπορείς να έχεις το καλύτερο σχέδιο, αλλά μόλις αρχίσεις να δουλεύεις, τα πράγματα αλλάζουν δυναμικά και πρέπει να μπορείς να λύνεις γρήγορα προβλήματα.

Οικονομική στήριξη της επιχειρηματικότητας

Ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μπορεί να εξασφαλιστεί χρησιμοποιώντας δωρεάν ευρωπαϊκή ή εθνική χρηματοδότηση για την ανάπτυξή σας. Χρησιμοποιήστε επιχειρησιακά προγράμματα όπως «Καινοτομίες και Ανταγωνιστικότητα» με χρηματοδότηση από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία ή το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης κατά τη σχετική προγραμματική περίοδο. Οι επιχειρήσεις μπορούν να γίνουν πιο ανταγωνιστικές με τη βοήθεια των διαφόρων ευκαιριών που υπάρχουν. Εναλλακτικά είναι προγράμματα όπως «Ορίζοντας 2020», διάφορα προγράμματα για μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), προγράμματα «Μικροχρηματοδοτήσεις», μέτρα κινήτρων για επιδοτούμενη απασχόληση και άλλα. Με επιχορηγήσεις σε συνδυασμό με ίδια συμμετοχή, μπορεί κανείς να αναβαθμίσει τεχνολογικά και να εκσυγχρονίσει την υπάρχουσα παραγωγή ή να μειώσει το κόστος με προγράμματα ενεργειακής απόδοσης, αλλά μπορεί επίσης να ξεκινήσει μια νέα δραστηριότητα. Τα ευρωπαϊκά προγράμματα είναι επίσης η καλύτερη εναλλακτική για κάθε νεοσύστατη επιχείρηση.

Τα πιο συνηθισμένα λάθη που γίνονται κατά την έναρξη μιας επιχείρησης

και τους κύριους κινδύνους αποτυχίας στο επιχειρηματικό εγχείρημα

Πολύ συχνά, οι νέοι επιχειρηματίες ενεργούν με βάση την αρχή „Δώσε μου χρήματα, χωρίς μυαλό“ και παραμελούν σημαντικές δραστηριότητες που μπορεί να αποβούν μοιραίες για την επιχείρησή τους.

Ποια είναι τα πιθανά λάθη που πρέπει να γνωρίζει ένας επιχειρηματίας για να αποφεύγει;

Πρώτα από όλα αυτά είναι τα „αποταμιευμένα“ έξοδα ενός καλού λογιστή ή δικηγόρου.

Η επιλογή της φθηνότερης υπηρεσίας είναι ένα μεγάλο λάθος που μπορείτε να κάνετε όταν ξεκινάτε τη δική σας επιχείρηση. Η Βουλγαρία είναι μια από τις χώρες της ΕΕ με τον μεγαλύτερο αριθμό γραφειοκρατικών εμποδίων για τις επιχειρήσεις και πολλά έγγραφα και αναφορές που πρέπει να υποβάλλονται σχεδόν καθημερινά. Η απώλεια μιας μόνο προθεσμίας ή η απώλεια μιας άδειας μπορεί να σκοτώσει μια επιχείρηση επειδή θα οδηγήσει σε πρόστιμα, τόκους και πιθανώς αναγκαστικό κλείσιμο!

Δεύτερον, είναι τα γενικά έξοδα. Προκειμένου οι μικρές επιχειρήσεις να φαίνονται επαγγελματικά χτισμένες και σταθερές, οι ιδιοκτήτες μερικές φορές ξοδεύουν χρήματα πολύ επιπόλαια. Τις περισσότερες φορές, η πρώτη μεγάλη δαπάνη σχετίζεται με την ενοικίαση ενός πολυτελούς γραφείου στο κέντρο της πόλης. Ακολουθεί η επίπλωση που ταιριάζει στην τάξη του. πρόκειται για την τεχνική, η οποία πρέπει απαραίτητα να είναι τελευταίας γενιάς. Όμως όλα τα έξοδα που δεν είναι απολύτως απαραίτητα και σχετίζονται άμεσα με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που φέρνουν έσοδα μπορούν πολύ γρήγορα να λιώσουν τους οικονομικούς πόρους! Αυτό μπορεί να συμβεί πριν πουληθεί έστω και ένα αγαθό ή υπηρεσία. Αντί να κάνετε υπερβολικές δαπάνες, είναι σωστό να καταβάλετε όλη την προσπάθεια για να κάνετε το προϊόν πραγματικά καλό και να παρουσιαστεί κατάλληλα στους πιθανούς πελάτες. Γιατί αν το προϊόν δεν είναι τόσο καλό, όλα αυτά τα έξοδα θα είναι εντελώς περιττά. Το τρίτο σημαντικό λάθος που γίνεται είναι η κακή τιμολόγηση.

Πολλοί επιχειρηματίες έχουν μεγάλο πρόβλημα με τον καθορισμό της τιμής των αγαθών και των υπηρεσιών τους. Βρίσκονται είτε στο υψηλότερο εύρος τιμών είτε στο χαμηλότερο.

Καμία από τις δύο λύσεις δεν είναι κατάλληλη, εκτός από ελάχιστες (συγκεκριμένες) περιπτώσεις. Η προσφορά του λεγόμενου Τα "premium" αγαθά ή υπηρεσίες σε υψηλές τιμές μπορεί να ακούγονται καλά, αλλά εάν ο επιχειρηματίας είναι νέος στην αγορά, κανείς δεν θα πληρώσει την τιμή στην οποία πωλούν οι καλύτερες εταιρείες του κλάδου με εξαιρετική φήμη και μακρά ιστορία.

Η προσφορά της χαμηλότερης τιμής για να «σκοτώσει» τον ανταγωνισμό δεν είναι επίσης καλή απόφαση. Αν μια νέα εταιρεία στην αγορά προσφέρει αμφισβητήσιμα χαμηλή τιμή, ο πελάτης συνήθως πιστεύει ότι υπάρχει αλίευση ή ότι η ποιότητα είναι τόσο χαμηλή όσο η τιμή.

Ακόμα κι αν ο επιχειρηματίας έχει κάποια επιτυχία στην αρχή, οι χαμηλές τιμές θα τον παρασύρουν κατευθείαν στον πάτο γιατί δεν μπορεί να καλύψει το κόστος και να αναπτύξει την εταιρεία.

Εάν, από την άλλη πλευρά, οι τιμές είναι υψηλές και δεν προσφέρεται άλλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους πελάτες, θα αρνηθούν να αγοράσουν αυτά τα αγαθά και τις υπηρεσίες και η επιχείρηση θα χρεοκοπήσει.

Η σωστή στρατηγική είναι να τοποθετήσετε τις τιμές γύρω από τις μέσες τιμές για την αγορά και να τονίσετε τα πλεονεκτήματα των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών.

ΔΕΚΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΑΡΧΑΙΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

*Οι συμβουλές δεν είναι εξαντλητικές και μπορούν να συμπληρωθούν,
αλλά αντλούνται από την πρακτική και δίνουν κατεύθυνση ...*

#1 Πάρτε την εκπαίδευσή σας στα σοβαρά

Η ποιοτική εκπαίδευση είναι μια επένδυση στον εαυτό σας. Μένει για πάντα και κανείς δεν μπορεί να σου το πάρει. Επομένως, λάβετε σοβαρά υπόψη την εκπαίδευσή σας και προσπαθήστε να αξιοποιήσετε στο έπακρο. Εργαστείτε στα έργα και τα καθήκοντα που έχετε θέσει έχοντας στο μυαλό σας το μέλλον, έτσι ώστε μια μέρα να μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτή τη γνώση που έχετε συσσωρεύσει. Να είστε προνοητικοί, να αναπτύξετε και να αποκτήσετε εμπειρία στην ειδικότητά σας. Και στη διοίκηση επιχειρήσεων!

#2 Συγκεντρώνω

Οι ευκαιρίες είναι παντού γύρω μας. Και σχεδόν κάθε νέος επιχειρηματίας είναι πρόθυμος να δοκιμάσει ό,τι βλέπει. Δεν πρέπει όμως να επιτρέψουμε στον εαυτό μας να „κουβαλάμε πολλά καρπούζια κάτω από το ένα χέρι“. Αυτό αντανακλά την παραγωγικότητα και την αποτελεσματικότητά μας.

Κάντε τουλάχιστον 1 πράγμα τέλεια ή όσο το δυνατόν καλύτερα, όχι 10. Εάν χωρίζετε και θέλετε πάντα να ξεκινήσετε κάτι νέο, τότε έχετε πρόβλημα με την αρχική ιδέα.

Ρωτήστε τον εαυτό σας τις ακόλουθες ερωτήσεις – „Σε τι είμαι πιο δυνατός;“, „Τι με κάνει να διαφέρω από όλους τους άλλους;“ και „Τι θέλω να κάνω σε 10 χρόνια;“.

Βλέπουμε συνεχώς εκκολαπτόμενους επιχειρηματίες που «μπορούν να τα κάνουν όλα», «τα ξέρουν όλα» και έχουν συσσωρεύσει πολλές ιδέες και είδη επιχειρήσεων. Τελικά χάνουν σημαντικές λεπτομέρειες - τόσο για τους ίδιους όσο και για τους πελάτες που εξυπηρετούν. Κανείς δεν μπορεί και δεν πρέπει να είναι ειδικός σε πολλούς τομείς. Αλλά πρέπει να προσπαθήσει να είναι μπροστά από όλους τους άλλους σε έναν τομέα. Ποιο είναι δικό σου?

#3 Μην παίρνετε τα πάντα στην εμπιστοσύνη

Στη Βουλγαρία, πολύ συχνά συμβαίνει οι νέοι επιχειρηματίες να τα παρατάνε ακόμη και πριν ξεκινήσουν, επειδή έχουν λάβει πάρα πολλές συμβουλές και σχόλια γιατί είναι καλύτερα να μην ξεκινήσουν με αυτό που έχουν αποφασίσει. Αλλά αυτό δεν πρέπει να σας σταματήσει. Ακολουθήστε τη δική σας κατεύθυνση. Λαμβάνετε οποιαδήποτε συμβουλή, αλλά πάντα ζυγίζετε και εξετάζετε προσεκτικά, δεν χρειάζεται να ακολουθείτε κάθε μία από αυτές.

Αποφύγετε να περιτριγυρίζεστε από άτομα που σας επηρεάζουν αρνητικά ή για τα οποία όλα είναι πάντα άσχημα και άσχημα. Σε επηρεάζουν έστω και υποσυνείδητα. Περιβάλλετε τον εαυτό σας με τέτοιους ανθρώπους από τους οποίους μπορείτε να αντλήσετε ένα καλό παράδειγμα και εμπειρία, που μπορούν να σας εμπνεύσουν, που είναι περισσότεροι από εσάς και που έχουν αποδειχθεί ως επαγγελματίες. Μην ξεχνάτε το ρητό – „Με ό,τι συνδυάζεσαι, τι γίνεσαι“.

#4 Αυτός δουλεύει σκληρά

Σκόπιμη δουλειά και επιμονή - αυτό είναι το κλειδί για κάθε επιτυχημένη επιχείρηση. Δεν ξέρω άνθρωπο που δούλεψε σκληρά και δεν πέτυχε αυτό που ήθελε. Αυτό όμως δεν συμβαίνει από το σήμερα στο αύριο, αλλά μεθοδικά, σταδιακά και με σιγουριά.

Ένα μεγάλο μέρος των νέων επιχειρηματιών θέλει γρήγορη επιτυχία, εύκολο κέρδος, πολυτελή ζωή και ακριβά αυτοκίνητα. Είναι μια επίδειξη. Αντίθετα, να είστε ταπεινοί και να μείνετε πιστοί στον εαυτό σας. Έτσι θα κερδίσετε πολύ περισσότερα.

Ως επιχειρηματίας, να είστε έτοιμοι να θυσιάσετε κάποια πράγματα, όπως ελεύθερο χρόνο, χρόνο με φίλους, οικογένεια, χόμπι, νυχτερινή ζωή κ.λπ. Δεν είναι εύκολο, αλλά ούτε και ιδιαίτερα δύσκολο. Θέμα καλής οργάνωσης και πειθαρχίας.

#5 Μάθετε να συστήσετε σε 30 δευτερόλεπτα

Η αρχή για κάθε start-up είναι δύσκολη. Ο ανταγωνισμός είναι σκληρός και μόλις ξεκινάτε. Και όσο καλός επαγγελματίας κι αν είσαι, πρέπει να μπορείς να „δείχνεις“ και να ξεχωρίζεις για να βρεις πελάτες. Ως εκ τούτου, ένα από τα σημαντικά πράγματα είναι να είστε σε επαφή και προορατικοί. Γνωρίστε νέα άτομα. Να είστε έτοιμοι να παρουσιάσετε τον εαυτό σας και την επιχείρησή σας σε λιγότερο από 30 δευτερόλεπτα, με τρόπο που εντυπωσιάζει και μένει στο μυαλό. Να είστε ακριβείς, σαφείς και περιεκτικοί, χρησιμοποιήστε λέξεις και όρους που καταλαβαίνει ο συνομιλητής σας. Και κουβαλάει τις επαγγελματικές του κάρτες.

#6 Ζήστε με υγεία

Η επιχειρηματικότητα δεν είναι ένα επάγγελμα που ασκείς από τις 9 έως τις 5 το απόγευμα, 5 ημέρες την εβδομάδα. Γι' αυτό μπορεί συχνά να αισθάνεστε καταβεβλημένοι. Μην ξεχνάς ότι η εξάντληση μπορεί να σε καταστρέψει. Σίγουρα θα είστε πολύ πιο παραγωγικοί αν εκτιμάτε την υγεία σας και κάνετε τα σωστά πράγματα για τον εαυτό σας. Τρώτε σωστά, κάντε αθλήματα, βρείτε χρόνο για τον εαυτό σας και τα χόμπι σας. Σκεφτείτε και οργανωθείτε ακόμα καλύτερα ώστε να συνδυάσετε τη δουλειά με τον χρόνο για τον εαυτό σας και την υγεία σας. Και όταν η δουλειά είναι απόλαυση, όλα τα άλλα μπαίνουν πιο εύκολα στη θέση τους.

#7 Σχέδιο

Θέστε τους στόχους σας και ακολουθήστε τους. Πολύ καλά το είπαν οι Άγγλοι: „If you fail to plan, you plan to fail“. Ναι, συχνά δεν υπάρχει τέλειος προγραμματισμός, αλλά με τα χρόνια αποκτάς εμπειρία και κάποια πράγματα γίνονται θέμα διαίσθησης. Μάθετε από τα λάθη σας και μην τα επαναλαμβάνετε. Και μην ξεχνάτε ότι ακόμη και η βελτίωση είναι σχέδιο.

#8 Γνωρίστε τις αδυναμίες σας

Η γνώση του εαυτού σας και η γνώση όλων των πτυχών της επιχείρησής σας βοηθά να πάρετε τις σωστές αποφάσεις. Εάν γνωρίζετε τις αδυναμίες σας, θα ξέρετε με ποιον να συνεργαστείτε. Μην αφήνετε τον εαυτό σας να υποτιμηθεί ή να υπερεκτιμηθεί. Προσπαθήστε να είστε αντικειμενικοί στην κρίση σας - για τον εαυτό σας, για την επιχείρησή σας, για τους ανθρώπους με τους οποίους συνεργάζεστε κ.λπ.

#9 Σκεφτείτε τοπικά, τουλάχιστον στην αρχή

Η αρχή είναι η πιο δύσκολη. Εδώ μπορείτε είτε να πυροβολήσετε ευθεία είτε να τα παρατήσετε. Ξεκινήστε τοπικά για να μειώσετε το αρχικό κόστος και να ζωντανέψετε την ιδέα σας. Είναι πολύ καλύτερο για τους νεοφυείς επιχειρηματίες να ξεκινήσουν από τις πόλεις τους και να βρουν μια θέση για να αναπτυχθούν. Μια μεγάλη πόλη δεν σημαίνει απαραίτητα περισσότερες ευκαιρίες.

Τουλάχιστον στην αρχή, το να είσαι μόνος δεν είναι πρόβλημα. Αλλά ενώ παρακολουθείτε πώς λειτουργεί το μηχάνημα, σκεφτείτε τι είδους ομάδα χρειάζεστε. Αυτοί θα είναι άνθρωποι που θα σας συμπληρώνουν και θα μπορούν να αναλάβουν αποτελεσματικά μέρος των καθηκόντων σας, ώστε να μπορείτε να εστιάσετε στο στρατηγικό σχέδιο για την επιχείρηση και να συνεχίσετε να το αναπτύσσετε.

#10 Πάρτε κίνητρα

Είναι πολύ σημαντικό για τους επιχειρηματίες να είναι πάντα σε φόρμα και με καλή διάθεση, τους βοηθά να δημιουργούν. Ο καθένας πρέπει να χτίσει τον δικό του τρόπο για να το πετύχει.



Για παράδειγμα:

- το πρωί, κάντε ενεργά αθλήματα για τουλάχιστον 20 λεπτά - βοηθά να γίνετε ενεργός;
- Ακολουθήστε ένα πρωινό πρόγραμμα - σηκωθείτε νωρίς, 20 λεπτά για αθλήματα, 20 λεπτά για διάβασμα και 20 λεπτά για την οργάνωση του προγράμματος της ημέρας;
- Κάντε το καλό και εμπλακείτε σε φιλανθρωπικές δράσεις - αυτό σας ενεργοποιεί και σας κάνει να αισθάνεστε κοινωνικά χρήσιμο άτομο;
- μοιραστείτε τα καλά νέα γύρω σας μέσω όλων των καναλιών που έχετε - αυτό σας βοηθά να είστε περήφανοι για όσα έχετε επιτύχει και να έχετε φιλοδοξίες. Ωστόσο, μην το παρακάνετε, μην υπερβάλλετε και μείνετε γερά στο έδαφος;
- συναντήστε επιχειρηματικούς ανθρώπους σαν εσάς - τέτοιες συναντήσεις σας εμπνέουν να συνεχίσετε προς την επιλεγμένη κατεύθυνση;
- ο πελάτης είναι πιο σημαντικός και "έχει πάντα δικαίωμα" - παρέχετε πρόσθετες υπηρεσίες που σας διακρίνουν από όλους τους άλλους. Πάντα να καλείτε και να ζητάτε σχόλια;
- παρακολουθήστε εκθέσεις, διαφορετικές εκδηλώσεις, γίνετε αναγνωρίσιμοι με αυτό που κάνετε - πολύ σύντομα διαφορετικοί οργανισμοί θα επικοινωνήσουν μαζί σας για δημοσιεύσεις και διαλέξεις ή με προσωπικές προσκλήσεις σε εκδηλώσεις που θα διαφημίσουν έμμεσα εσάς και την επιχείρησή σας;
- διαβάστε συμβουλές και βιβλία αυτοβελτίωσης, παρακολουθήστε διαδικτυακά σεμινάρια - σας βοηθά να μάθετε και σας βοηθά να χτίσετε τη θετική σας στάση.

Και τέλος - μην σταματήσετε να είστε θετικοί, να παλεύετε και να προσπαθείτε! Μόνο έτσι μπορείτε να ξεκλειδώσετε τις επιτυχίες που σας επιφυλάσσει η ζωή.

Κάθε νέα μέρα είναι μια νέα ευκαιρία. Αξιοποιήστε στο έπακρο τις ελάχιστες 365 ευκαιρίες που έχετε κάθε χρόνο.

Οι συμβουλές που δημοσιεύονται στον ιστότοπο Karieri.bg <https://www.karieri.bg/> κοινοποιούνται από τον Hristo Yanev - ιδιοκτήτη και διευθυντή του τουριστικού πράκτορα "VIP-Sliven" με τα εμπορικά σήματα VisitSliven.com, VisitBulgariaOn.com και BestBulgariaDeals.com, ιδιοκτήτη και στην εταιρεία σχεδιασμού ιστοσελίδων DesignMyWeb.biz

	Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα-Βουλγαρία 2014-2020».	
---	--	---

Τα περιεχόμενα αυτού του εγγράφου αποτελούν αποκλειστική ευθύνη της LEDA-Razlog και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής

Ένωσης, των χωρών που συμμετέχουν, της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας.