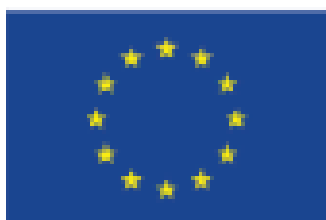

РЪКОВОДСТВО ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

БЪЛГАРИЯ



Balkan-Mediterranean
Programme
BALKANET

4.6.3. Ръководство с насоки по
предприемачество в контекста на изпълнение
на проект „БАЛКАНЕТ“–

"Балканска мрежа за устойчиви иновативни
идеи сектор селско стопанство и храни"

Съдържание

1. Предприемачеството в България	5
1.1. Фигурата на предприемача	6
1.2. Фактори за успех за младите предприемачи.....	10
2. Практически стъпки за стартиращи предприемачи	12
2.1. Бизнес идея	12
2.2. Бизнес квартал	17
2.3. Партньорско кафе	19
2.4. Жилищна зона.....	23
2.5. Административен център	27
2.6. Финансов район - следвайте парите си и се научете да говорите със своя счетоводител	31
2.7. Къде да търсим помощ?	35
3. Регистриране на фирма в България	36
3.1. Типове фирми	36
3.2. Водене на счетоводство и административни задължения.....	44
3.3. Плащане на данъци.....	45
4. Защо трябва да изберете именно Дружество с ограничена отговорност за своя бизнес?.....	47
4.1. Избор на име.....	48
4.2. Предмет на дейност	49
4.3. Адрес на управление.....	49
4.4. Капитал	49
4.5. Избор на управител и начин на управление	51
4.6. Необходими документи.....	51
4.7. Дружествен договор / Учредителен акт	51
5. Промени във фирмата след регистрацията.....	61
5.1. Промяна на името на фирма	62
5.2. Промяна на адреса на фирма.....	62
5.3. Смяна на управител.....	62
5.4. Вписване на промени в Търговския регистър	63
6. Взаимоотношения между служители, клиенти и партньори	67
6.1. Трудов договор	68
6.2. Връзки с клиентите	75
6.3. Връзки с търговските партньори	78
6.4. Връзки с инвеститора	79

7. Данъци.....	81
7.1. Данък добавена стойност (ДДС).....	81
7.2. Данък печалба (Корпоративен данък).....	84
8. Плащания	88
8.1. Плащания в брой	88
8.2. Как се води касова книга.....	88
8.3. Банкови трансфери.....	89
9. Администрация и отношения с държавните органи	90
9.1. Национална Агенция по приходите /НАП/.....	90
9.2. Агенция по вписванията.....	91
9.3. Трудово законодателство	93
10. Социалноосигурителна система в България	95
10.1. Работно време	96
10.2. Трудовото правоотношение	97
10.3. Трудов договор	98
10.4. Комисия за защита на потребителите	99
10.5. Инспекция по труда.....	99
10.6. Съдебна система.....	99
10.7. Електронен подпис.....	99
11. Онлайн бизнес	100
12. Бизнес зад граница.....	103
13. Защита на бизнеса	104
13.1. Авторско право	105
13.2. Търговски марки	107
13.3. Патенти	111
13.4. Ноу-хау.....	113
14. Привеждане на бизнеса в съответствие с най-важните закони.....	115
14.1. Лоялна конкуренция	115
14.2. Нелоялна конкуренция	115
14.3. Забрана за картелни споразумения.....	117
14.4. Правила за защита на потребителите.....	117
14.5. Защита на личните данни	120
15. Финансиране на бизнеса	124
15.1. Банкова система на България.....	124

15.2. Банки и банкови продукти за стартъпи и МСП	125
15.3. Инвестиционни фондове- https://www.fmfib.bg/en/	130
16. Преглед на българската икономика за 2019г.....	132
17. Преглед на агроикономиката за 2019.....	136
18. Оценка на настоящи и планирани политики за предприемачество и програми в България	141
19. Държавни разпоредби	145
20. Финансиране на предприемачеството	152
21. Политики за качеството: Защитени марки	154
22. Трансфер на знания и иновации	157
23. Визия за бъдещето на Общата селскостопанска политика след 2020 г. – акценти:	164
24. Мрежи.....	165

1. Предприемачеството в България

Актуално положение на предприемачеството в България. Роля на предприемачеството и МСП в България. Фактори за успех на младите предприемачи

Предприемачеството - двигател на икономическото и социалното развитие

Значението на предприемачеството за развитието на регионалната, националната и глобалната икономика е безспорно. То е основно средство за решаване на съществени икономически и социални проблеми.

Защо значението и ролята на предприемачеството са представени от сектора на МСП? Отговорът на такъв основен въпрос може да се намери преди всичко в решаваните от тях задачи:

- Създаване на динамика в икономиката и нейната диверсификация
- Решаване на проблеми с безработицата
- Интернационализация на бизнеса
- Регионално развитие
- Създаване на иновации и Технологично развитие

В страните със сравнително по-млада пазарна икономика - тези от Източна Европа и България, предприемачеството и МСП решават три допълнителни специфични задачи, а именно:

- Промяна в икономическата структура и размера на предприятията: от доминираща роля на големите предприятия в планираната икономика, ориентирана към социалистическия пазар, до днес преобладаващият дял на МСП, ориентиран най-вече към пазарите в ЕС;
- Популяризиране на предприемаческата култура, свързана с поемането на изчислени рискове, демонстриране на лична отговорност и социално отговорно поведение;
- Формиране на силна средна класа въз основа на създаването и успешното функциониране на значителен брой семейни, микро и малки предприятия - предприемачи, мениджъри, експерти и висококвалифицирани специалисти.

Характеристики и проблеми на МСП

Групата на МСП е доста разнородна, но като цяло те са икономически агенти, които са гъвкави, бързо реагират и се адаптират към динамичните промени в обкръжението. Всъщност МСП са най-чувствителните икономически единици към промените в бизнес средата. Често жизненият цикъл на компанията е равен на жизнения цикъл на основния му продукт. Важни характеристики на МСП са преките, често неформални комуникации и силната мотивация на персонала (поради разнообразната работа, участието в процеса на вземане на решения и видимите резултати от труда). Обикновено МСП са ориентирани към малки пазарни ниши, които включват специфични нужди на потребителите. Техните ниши МСП могат да открият в лицето на големи компании, на които те стават подизпълнители или доставчици. Като цяло МСП имат голям потенциал да се разграничат от останалите участници на пазара най-вече въз основа на тяхната гъвкавост и иновативност.

Проблемите на МСП могат да бъдат концентрирани в пет направления: управление, капитал, съвместни дейности, клиенти и информация. Най-често проблемите в сферата

на управлението са породени от липса на управленска квалификация и адекватни ресурси за придобиване и прилагане на управленско ноу-хау. Проблемите с капитала са свързани с трудния достъп до външно финансиране, което води до общо ограничаване на ресурсите на тази група предприятия. По време на осъществяването на съвместни дейности с по-големи компании МСП срещат трудности в защитата на своите интереси, за да постигнат сътрудничество с взаимна изгода. Поради ограничените си ресурси и изолация, МСП изпитват затруднения при намирането на нови клиенти и получаването на необходимата информация.

Основните потребности на МСП могат да бъдат извлечени от техните характеристики и проблеми. Те са свързани с получаване на достъп до финансови източници; институционална, проектна и правна подкрепа; преференциално третиране; достъп до пазарна и статистическа информация; намаляване на данъците и административната тежест; консултантски услуги по управление, съобразени с техните специфики. Посрещането на поне част от тези нужди би помогнало на тази група предприятия да изпълнят основната си цел - да направят националната и световната икономика по-динамична и диверсифицирана.

1.1. Фигурата на предприемача

Всяка предприемаческа дейност или проект се основава на творческо предприемаческо намерение и след това - действие, на потенциален или вече работещ предприемач. През вековете редица философи, икономисти и изследователи са допринесли за формирането на профила на човека, който създава и развива собствения си бизнес, обсъждайки техните лични характеристики, качества, движещи фактори и поведение. Използвани са различни подходи за очертаване на профила и ролята на предприемача, като основните са лични, икономически, социологически и поведенчески. Според личния подход предприемаческото поведение може да се обясни с наличието на определени личностни характеристики, като например: мотивация за постижения, склонност към поемане на рискове, нужда от независимост, лидерски качества, увереност в себе си и вяра в собствените способности, високо ниво на енергия и ентузиазъм, решителност, креативност, проактивност, комуникативни умения, отвореност към нови идеи и т.н.

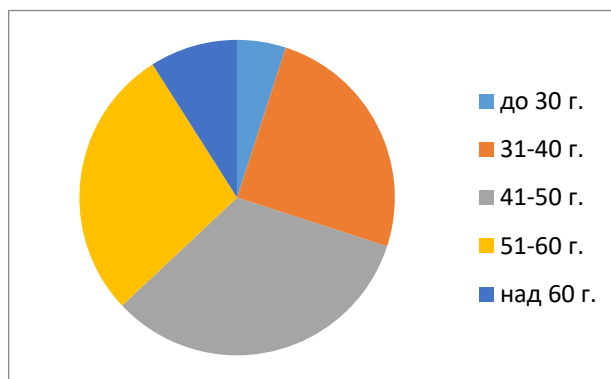


Профил на българския предприемач

Според последните публикувани данни българските предприемачи се разпределят по възраст, както следва: до 30 години (5%); 31-40 години (25%); 41-50 години (33%); 51-60 години (28%) и повече от 60 години (9%).

През последните две десетилетия относителният дял на мъжете предприемачи постоянно намалява от 80% на 55%, докато делът на предприемачите жени достига 45%, което е по-високо от средното за ЕС.

Около 40% от българските предприемачи имат средно образование, докато 60% имат висше и висше образование. Средните предприятия имат най-висок дял от предприемачи с висше образование



(83%), следвани от малките (63%) и микропредприятията (40%). Предприемачите с висше образование имат доминиращ дял сред по-младите предприемачи.

Поради сравнително младия сектор на частния бизнес, българските предприемачи нямат наследствени предприемачески и управленски умения, които предприемачите в други развити страни обикновено притежават от детството си. Това причинява някои проблеми, тъй като повечето от тях разчитат много повече на своята интуиция, отколкото на професионални подходи, методи и мотивация за стартиращи компании и конкурентно поведение.

Младежко предприемачество

Много проучвания показват, че младежките предприемачи са доста малък процент от общия брой предприемачи, дори и в САЩ, „най-предприемаческата страна“ в света. В България предприемачите до 29 години, стартиращи и управляващи МСП (без големите предприятия), са около 5%.

Силни страни на младите хора като предприемачи

В сравнение със зрелите и възрастните предприемачи, основните силни страни на младите хора като предприемачи са следните:

по-иновативен	лесно установяване на контакти и мрежи
мечтаещ и мотивиран	лесен достъп до информация
лесно поемане на рискове	бързо приемане на новости
отворен за промени	имащи време да коригират грешките, които са допуснали
по-енергичен	по-екологичен

Примери за последната положителна черта на младите хора могат да бъдат дадени със случаите на Teenovator Startup Weekend, хакатон за разработване на нови бизнес идеи от гимназисти, който се проведе през януари 2020 г. в София Техпарк. Това събитие беше част от по-голямата програма Teenovator, която има за цел да помогне на десетокласниците и единадесетокласниците да усъвършенстват уменията и ума си, необходими за успешен предприемачески живот. Учебната програма се основава на методологията на дизайнерското мислене на университета в Станфорд и разчита на широко наставничество от експерти, които имат опит и успех в своите области. По време на хакатона младите основатели разполагаха с по-малко от 48 часа, за да намерят екип, да направят пазарни проучвания, да създадат прототип и да изберат бизнес модел. Тогава всички имаха възможността да представят своите идеи и напредък пред професионални инвеститори, бизнес мениджъри и по-широка аудитория.

Не беше изненадващо, че повече от половината от представените бизнес идеи бяха посветени на опазването на околната среда и екологичния живот, в т.ч. чрез иновации в агрохранителния сектор.

ПРИМЕР: Някои от пчелившите екипи и идеи бяха:

- За най-добро социално въздействие: Екипът на *Difender One* е решил да разработи IoT система с крайна цел да спаси пчелите, надграждайки портфолиото на компанията *Pollenity*. <https://devstyler.io/blog/tag/tehnologichni-resheniya/feed/>

- Екипът на "Зелен": "Марка коноп" разработи устойчив моден проект, който се стреми да въведе тениски и чанти, изработени от коноп, за да намали някои от отрицателните въздействия на околната среда от производството на памук - като голямото потребление на вода, замърсяването и почвена ерозия.

- За най-устойчивия бизнес модел: доставка на храна с по-високо качество направо до класната стая. Това е ценното предложение на *Safe* и екипът им е изчислил добри маржове на печалба за бизнеса, за да го подкрепи.

Слаби страни на младите хора като предприемачи

Наред със силните страни, младите хора имат някои недостатъци по отношение на предпоставките да станат предприемачи и да развият успешен собствен бизнес. Обикновено младите хора са:

- липсва опит, знания и умения, притежаващи ограничени ресурси, включително финансови
- лесно разочароващ или отказ от неуспех все още зависи от техните родители / роднини
- непоследователни в идеите им импулсивни
- когато се срещат с бизнес партньори, те се третират с недоверие, пренебрегване на липсата на контакти и компетенции, които обикновено се придобиват чрез живота и труда

Предприемачески намерения на студентите, изучаващи предприемачество

Обикновено се смята, че получаването на солидно теоретично и приложно обучение е основната предпоставка за появата и напредъка на днешните предприемачи. По-специално по отношение на предприемаческото образование, то е свързано не само с получаване на широки теоретични знания; основната му цел е да повиши мотивацията за предприемаческа кариера сред студентите. Не е изненадващо, че различни проучвания показват, че младите хора, преминали предприемаческо обучение във висши учебни заведения, проявяват по-голяма инициатива, имат способността да идентифицират и използват възможности, имат по-добри умения за работа с хората, по-добре да се справят с управлението на растежа и бизнеса риск и т.н., а такива качества са важни предпоставки за предприемачески начинания и успех.

Формирането на предприемачески намерения чрез инструментите на образователния процес в университетите беше проучено с анкета, проведена сред български студенти, които учат (или са учили) предприемачески предмети в УНСС - София и „Св.св. Кирил и Методий“ – Велико Търново (ВТУ).

<https://www.unwe.bg/>

<http://www.uni-vt.bg/bul/>

Данните дадоха интересни, но и очаквани резултати за това дали, кога и при какви условия студентите възнамеряват да станат предприемачи или да започнат друг собствен бизнес (в случай че вече имат някакъв предприемачески опит). Двата водещи

отговора доказват широкото споделяне на разбирането на предприемача, че той / тя е този, който реализира иновативна идея чрез създаването на нова организация / бизнес в условията на риск, за да получи печалба и да постигне растеж и по този начин да решават важни за обществото социално-икономически задачи. Имайки предвид младежта и липсата на опит на студентите, не е изненадващо, че те биха превърнали намеренията си в реалност, когато или ако считат, че рискът е сведен до минимум чрез натрупания трудов стаж или че рискът е достоен поради иновативността на идеята. За отговора „да, но при определени условия“ студентите получиха възможност да изяснят и в повечето случаи условията са свързани с натрупването на необходимите финансови ресурси.

На студентите беше зададен въпросът „Какво би ви мотивирало да започнете собствен бизнес?“ и им беше предложен набор от възможни мотиви, които да бъдат оценени с петстепенна скала от „не е мотив“ до „основен мотив“. Отговорите на участниците са подредени в низходящ ред, както следва:

- 1) Да свърша работата, която харесвам - повечето от участниците са посочили това като основен мотив
- 2) Да има достатъчно свобода
- 3) Да има по-висок доход
- 4) Да бъда господар на собственото си време (включително да имам време за семейството си)
- 5) Да реализирам моята иновативна идея
- 6) Да придобият знания, умения и професионален опит в определена област
- 7) Сам да взема решения
- 8) Да водим добър екип
- 9) Да разгърна моя собствен творчески потенциал
- 10) Да има вълнуваща, предизвикателна работа
- 11) Да няма шеф
- 12) Да практикувам знанията и компетенциите си в реални ситуации
- 13) Да направим нещо добро за обществото
- 14) Да се възползват от пазарните възможности за постигане на икономически успех
- 15) За постигане на успеха на предприемачите се възхищавам
- 16) Да има работа (да не е безработен) - мотив с много по-нисък рейтинг от класирания в № 15, т.е. безработицата не е мотив за започване на бизнес сред младите хора.

Резултатите не се нуждаят от задълбочен анализ, тъй като няма официална оценка на основните мотиви и причини да станете предприемач, в т.ч. по отношение на младите хора. Нашето проучване само потвърждава изводите на водещи изследователи, които свързват съществуващата предприемаческа кариера с удовлетворение и страст към работа, независимост, креативност, гъвкавост (във всичките ѝ измерения), печелене на пари, инвестиране в себе си, притежаващи силата да отделят време или да дават пари до достойни каузи и пр. Тези неща трудно биха се постигнали, като работите за някой друг. Стартирането на бизнес

от необходимост не е широко разпространено на практика и това има своето доказателство в проучването с рейтинга на безработицата на последно място.

1.2. Фактори за успех за младите предприемачи

✓ Общо образование и обучение

Акредитираното образование и обучение подготвя (а понякога и стимулира) младите хора за стартиране и развитие на бизнес въз основа на техните идеи. Проучванията на проф. Давидков, проведени между 1991 и 2004 г., доказват, че съществува ясна връзка между „качество” и степента на образование на предприемачите и характеристиките на предприятията, които те създават и управляват. Според резултатите предприемачите с по-добро образование са склонни да управляват по-големи компании. Такива предприемачи често имат ползотворни бизнес партньорства. Освен това те са по-активни при вземането на решение за планове за разширяване на съществуващия бизнес и за започване на нов бизнес (предприемачи с по-ниско образование са по-ориентирани към запазване на съществуващото положение).

✓ Иновативна и „работеща“ бизнес идея, базирана на съществуващите предприемачески възможности

Идеята на младежкия потенциален предприемач трябва да бъде не само добра и привлекателна (според него / нейното мнение), но и новаторска (свързана с нов продукт / услуга, технология или пазар) и да се основава на съществуващите възможности за предприемачество (продължаващи благоприятни обстоятелства, които пораждат до нужда от продукта / услугата). През последните десетилетия има много ниши / възможности за зелено предприемачество.

ПРИМЕР: Два примера за млади хора, които произвеждат плодове и зеленчуци (заедно със семействата си) и ги продават на крайни клиенти в София, могат да бъдат дадени за използването на такива ниши:

1) Напред Био!

Биофермата край София, създадена от младо семейство, успя да получи сертификати за биологични площи и продукти от български сортове, предимно зеленчуци. Доставка на прясно подобрани био продукти до частни адреси в столицата.

2) Яжте натурални и пресни продукти!

Млад мъж, роден в село близо до Сливен, напуснал ИТ компанията, в която работи от две години, за да ръководи собствен бизнес. Той създаде интернет сайт и магазин за физически стоки в София, чрез който продава плодовете, произведени в семейните градини. За тази цел той пътува до родното си село поне два пъти седмично, за да зареди магазина с пресни продукти и да изпълнява поръчки, направени от клиенти през сайта.

✓ Наличие на програми / услуги за подкрепа и финансиране

Младите хора, вкл. младите предприемачи, се радват на вниманието на различни програми за подкрепа и финансиране. Такава е например програмата „Еразъм за млади предприемачи“. Освен това наистина има нарастващ потенциал за иновативни и зелени стартиращи фирми. Младите предприемачи трябва да търсят такива възможности и да ги използват, защото тези програми / услуги съществуват с цел да помогнат на тази

конкретна обещаваща група предприемачи да стане мощен двигател на икономическия растеж и създаването на работни места.

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/node_en

<http://hrdc.bg/%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%B7%D1%8A%D0%BC/>

✓ Локализация

Изборът на правилното местоположение на новия бизнес (държава, населено място, област в / извън град и т.н.) е един от основните фактори за успех. Ако младият предприемач има възможност да избира между няколко места, той / тя може да реши да се възползва от сравнителните предимства на разположението на предприятието в близост до редица материали, работна сила, наличен капитал (инвеститори) или основни пазари / дистрибуторска мрежа или инфраструктура / артериални пътища и т.н. Разбира се, в зависимост от спецификата на бизнеса, могат да бъдат взети под внимание и много други условия, като естествени, климатични или екологични; данък; финансиране и т.н.

✓ Добър екип и управленски компетенции

Младият човек може да започне своя бизнес самостоятелно или с партньори. И двете алтернативи имат своите плюсове и минуси. И в двата случая той се нуждае от добър екип - хора, на които предприемачът може да разчита. Служителите на малката компания обикновено са многофункционални, мотивирани и отдадени да постигнат целите на фирмата и затова всеки човек е важен и трудно заменяем. Може би най-важната задача за начинаещия предприемач е да намери и наеме „правилните“ хора.

Управлението на МСП е много сложна дейност, състояща се от множество, понякога конкуриращи се за времето и вниманието на предприемача задачи. Предприемаческата литература приписва провала на значителна част от новосъздадените предприятия (през първите три години от съществуването им) на оскъдните управленски компетенции на техните ръководители. Несъмнено управленските компетенции са ключов фактор за оцеляването и развитието на почти всеки малък бизнес (но те трудно могат да се развият без подходящо образование и обучение).

✓ Работа в мрежа: ползи от формиране на партньорства и работа в лични, предприемачески и други видове мрежи

Практиката показва, че МСП не могат да оцелеят и реализират значителни стратегически инициативи сами, но преди всичко в партньорства с други компании. Ето защо в днешно време предприемачите, особено по-младите, обикновено са „мрежови“ - работят в различни мрежи (вертикални и хоризонтални; официални и неформални; вътрешни и международни; лични, предприемачески, подизпълнители и др.).

Положителните ефекти за младежките предприемачи и техните компании са безспорни и въпросът, който обикновено стои пред тях, е не дали да намерят стратегически партньор или да се присъединят към мрежа, а как да го направят. Основните предимства и предимства на МСП, работещи в стратегически мрежи, са: преодоляване на устойчива материя основните слабости на МСП, по-специално на началните - изолация и недостиг на ресурси; нарастваща специализация и намаляване на разходите; споделяне на знания и създаване на иновации; постигане на перспективно развитие и растеж.

В заключение може да се посочи, че всички европейски страни, включително България, трябва да засилят предприемаческия дух сред младите хора, да насърчават създаването на собствен бизнес и да стабилизират институционалната, социалната и културната среда за предприемачество, иновации и МСП.



2. Практически стъпки за стартиращи предприемачи

Как да започнем?

Вие сте пълни с идеи и нетърпеливи да започнете собствен бизнес. Но как преминавате от бизнес мечти към бизнес успех? Това ръководство ще ви даде малко вдъхновение и много информация за бъдещия ви предприемачески живот. Можете да видите някои съвети, някои примери, много информация и полезни връзки.

2.1. Бизнес идея

Вземете вдъхновение и изчистете концепцията си

Така започват най-много предприемачи. С идеята. И да, някои идеи са страхотни, те имат потенциал да променят света, но е по всяка вероятност зависи от вас. Ето защо преглеждайте и преглеждайте идеята си постоянно. Въпрос. Поставете си и други недиректни въпроси. Поставете идеята в бизнес план. След това оставете плана настрана и започнете отначало. Обсъдете го, разгледайте го и го обсъдете отново.

Изберете начални точки.

Опитайте се да опишете идеята с едно изречение.

Всяка успешна компания е изградена върху силна идея. Но как да разпознаем такава идея?

Подгответе кратко представяне и се осмелете да го представите тук-там. Този подход ще ви помогне да направите основната си идея по-силна и уникална.

Съберете идеите си в резюме и ги обсъдете с другите. Напишете техните отзиви. След това обмислете отново идеята си.

Има няколко начина да поставите вашата концепция здраво на хартия. Но най-често използваното е без съмнение формулирането на изречението.

Възможна ли е идеята ми?

Проверете осъществимостта на вашата идея

Вашата предприемаческа идея е основата на вашия бизнес.

Инвестирайте време в подготовката си!!!

Получете представа за осъществимостта на вашите планове.

Увеличете шансовете си за успех като предприемач.

Изградете своя терен

Уверете се, че идеята ви е формулирана първоначално кристално чиста. Това упражнение ви помага в това.

Разбира се, това едно изречение още не убеждава никого. За щастие имате много повече да предложите на потенциалните си клиенти и инвеститори. Формулирайте отговор на тези въпроси:

- Кой си ти?
- Защо си правилният предприемач, който стартира този проект?
- Какво прави вашата идея толкова различна от останалите?
- Използвайки тези градивни елементи, вие създавате логична и убедителна история стъпка по стъпка

Обогатете вашите истории с въпроси

Те не са еднопосочна улица. Задавайки въпроси, задължавате партньора си за разговор да ги накара да разгледат картите си. И можете да отговорите на това по удобен начин. Не забравяйте да подготвите разговор около тези начални въпроси:

- Имате ли нужда от този продукт или услуга днес?
- Къде можете да го купите днес? Колко често? И защо там?
- Защо сте доволни от настоящия си доставчик?
- Каква цена плащате днес? И смятате ли това за приемливо?

Как да тествам идеята си?

Обратната връзка от други хора подсилва вашата идея

Постепенно става ясно как трябва да изглежда вашата компания. Крайно време е да тествате идеите си с приятелите и семейството си, а по-късно и с критични гласове като експерти, ментор, потенциален клиент ...

Основното правило: обратната връзка е подарък, който можете да използвате, за да избистрите идеята си. Но преди да успеете да получите този принос, трябва да се научите да описвате историята си по много привлекателен начин. И това е много приятно упражнение.

Превърнете идеята си в стъпка на продажбите или на терена например.

Представете идеята си на възможно най-много хора.

Постоянно усъвършенствайте, докато не намерите идеалната формула.

Разработих нов продукт. Не съм ли пропуснал нещо?

Проверете пълнотата на вашата идея / концепция / продукт

В идеален свят вашата концепция се състои от добре обмислен план, състоящ се от четири стълба:

1. идеи и планове,
2. пазарът,
3. екип и сътрудничество,
4. финансова устойчивост

Важно е също така да се „маркират“ редица други въпроси, като например интелектуалната собственост (IP).

Проверете концепцията си на базата на 4 стълба: идеи, пазар, сътрудничество и финансова решителност.

Разберете кои въпроси задават вашите колеги, като начинаещи.

Учете се от грешките и пропуските на другите.

И сега зависи от вас ...

Четири елемента на вашия бизнес случай

1. Идеи и планове

Погледнете проблемите, които имат вашите клиенти. И открийте как вие, с вашия продукт или услуга, можете да посрещнете тази нужда ... Всъщност има само един важен въпрос: Моят продукт / услуга решава ли проблем за клиента?

2. Пазарът

Познавам ли пазара достатъчно? И как да достигна до този пазар офлайн и онлайн? Проверете коя комуникация използвам за моята компания?

3. Екип и сътрудничество

Какви са силните и слабите страни на моя екип? Мога ли да засиля екипа си чрез сътрудничество с фрилансъри, доставчици, ...? Проверявам ли бизнеса сам или с партньори?

4. Финансов капацитет

Докъде стига финансовият ми капацитет и този на моите партньори? Проверете какви източници на финансиране можете да използвате?

11-те най-често задавани въпроса

Неведнъж нашите ръководители на стартиращи компании се натъкват на предприемачи, които все още имат един належащ въпрос: „Не съм ли пропуснал нещо? Е, ето списък с неща, за които може би не сте се сетили (все още)

1. Кой ще бъде първият ви истински клиент (след вашата майка и най-добрия ви приятел)?
2. За какво влагате пари: за продукт, услуга или опит?
3. Стратегия за ценообразуване, включваща отстъпки и маржове
4. Условия за продажба и условия на плащане

5. Финансов план в очакване на първата платена фактура
6. Възможна подмяна на доставчици в случай, че нещо се обърка
7. Каква е интелектуалната собственост на вашата идея?
8. Какъв е екологичният отпечатък на вашия продукт?
9. Канали за продажби и комуникация
10. Застраховки
11. Законодателство и удостоверения

Важна ли е интелектуалната собственост за моята компания?

Знам ли силните и слабите страни на моя проект?

Опишете силните и слабите страни на вашия проект

Може би вече сте изброявали силните и слабите си страни по време на интервю за работа

Но сега се свежда до изброяване на плюсовете и минусите на вашата идея и вашия бизнес.

В допълнение, всички видове външни фактори влияят на вашите планове: вашите клиенти, вашата среда, законодателството, тенденциите и развитието във вашия сектор. Затова прегледайте критично вашата идея и създайте допълнителни възможности за вас и вашата компания.

Моята идея решава ли проблем?

Разберете кой проблем решава вашата идея

Имате план. Готови, старт. Но изчакайте ... как да уведомите потенциалните клиенти какво можете да предложите? Е, като погледнете с какви проблеми се справят вашите клиенти и как решават тези проблеми с вашия продукт или услуга.

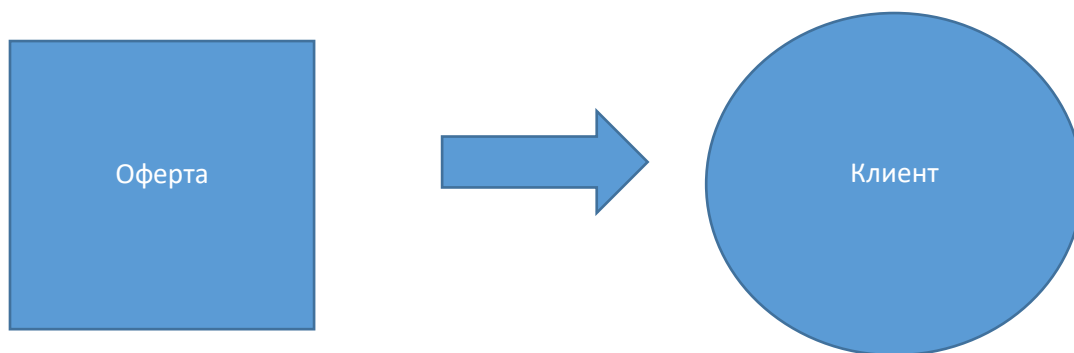
Какво? Е, удобен график, който съответства на вашето предложение и изискванията на пазара.

Какъв е проблемът, на който моят клиент търси решение?

Как моят продукт предлага идеалното решение за това?

Къде са слабите точки и възможностите за печалба?

И сега зависи от вас ...



Отговорете на въпросите по-долу и след това попълнете като, като използвате тези отговори. С други думи, кръгът представлява клиента, а квадратът представлява офертата, вашия продукт или услуга.

Клиент : намерете отговор на следните въпроси

- Задачи: за кои задачи или проблеми клиентът търси решение?
- Очаквания за печалба: как мога наистина да направя моя клиент щастлив? Например: спестявания, качество, очаквания за печалба ...
- Слаби точки: кой е най-големият страх на моя клиент? Например: неочаквани разходи, неудовлетвореност ...

Оферта: намерете отговор на следните въпроси

- Продукт или услуга: какво можете да предложите като решение на задачите или проблемите на вашия клиент?
- Възможности за печалба: Как можете да осигурите положително чувство на клиента си? Как наистина го удовлетворявате или по-добре, надвишавате ли най-големите му очаквания?
- „Болкоуспокояващи“: как можете да успокоите клиента си и да избегнете определени рискове? Как печелите доверието му?

Предлагате ли нова идея? Попълнете графика отново и запазете предишната си версия. Често е много поучително да погледнете назад

Моята идея решава ли проблем?

Търсите нови идеи?

Събирайте нови идеи чрез мозъчна атака!

Искате ли да подобрите, разширите и разнообразите съществуваща концепция? Виждате ли пазар, но офертата ви все още не е достатъчно конкретна? Или обратното: имате ли конкретна оферта, но все още не виждате пазар? Бихте ли искали да генерирате повече / по-добри / по-бързи идеи заедно с вашия персонал, вашите (потенциални) клиенти, вашите доставчици, вашия съсед?

Ще забележите: почти всяка причина е добра да организирате мозъчна атака.

Организирайте мозъчна атака за море от идеи- записвайте, не критикувайте, изслушвайте.

Събирайте хора от различни направления, всеки с различна гледна точка.

Мозъчната атака прави идеите ви по-ясни и вашите концепции по-силни.

2.2. Бизнес квартал

Разработете своя бизнес план и намерете уникалния си актив срещу конкуренцията

Имате ли вече бизнес план? Знаете ли защо клиентите ще искат да платят за вашия продукт или услуга? Вместо за това, което конкуренцията може да предложи? И още? А мислите ли вече как да получите своите суровини и основни продукти навреме, за да реализирате всичките си продукти навреме?

Стъпката между бизнес план и бизнес често не е толкова лесна, колкото вашите списъци в Excel ви карат да вярвате. Но това изобщо не е проблем. Имайте предвид бизнес плана си, докато постоянно се учите от практиката. Усъвършенствайте, разширете и укрепете го, така че скоро да управлявате компания с интелигентна база и много здрав разум.

И най-вече: никога не се отказвайте по пътя.

Имам ли визия, мисия и стратегия за моята компания?

Помислете за дългосрочната стратегия на вашата компания

Успешните компании използват своята мисия и визия, за да ръководят своя бизнес и да поддържат фокуса си. Той обвързва служителите и клиентите и е биещото сърце на вашата компания. Но ... какво е мисия, визия и бизнес стратегия на практика сега? Ще го измислим заедно!

Накратко: Вашата мисия е „защо“ за вашия бизнес. Визията ви отразява стойностите, които искате да излъчвате, а вашата бизнес стратегия определя как ще направите тази визия конкретна.

Мисията и визията са биещото сърце на успешна компания

Запознайте се с термините мисия, визия и стратегия и я определете според вашите нужди.

Споделете пирамидата си с вашия екип и направете връзката с вашия бизнес план.

Как да подготвя бизнес план?

Със сигурност със силен бизнес план ще успеете!

Всеки стартап или компания във фаза на растеж трябва да инвестира малко време в създаването на силен бизнес план. Правиш това за себе си, за да тестваш собствената си осъществимост и е основа за контакти с партньори, инвеститори или банката.

Но как да започнете сега? Кой елементи се обсъждат в „идеалния“ бизнес план? И как представяте това на вашите (потенциални) партньори, инвеститори или банката?

Инвестирайте достатъчно време в разработването на силен бизнес план.

Това ви дава представа за осъществимостта на вашата цел.

Това ще ви помогне да убедите партньорите, инвеститорите и банката.

Как изглежда един "идеален" бизнес план?

<http://sp.uni-svishtov.bg/wp-content/uploads/2017/08/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0-4-%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD.pdf>

Образец за разходи на стартапа

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/business-startup-costs.html>

Образец за прогнозни продажби

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/sales-forecast.html>

Образец за загуби и печалби

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/profit-and-loss.html>

Образец за баланс

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/balance-sheet.html>

Образец за парични потоци

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/cash-flow-statement.html>

Образец за бизнес бюджет

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/business-budget.html>

Образец анализ на баланса

<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/breakeven-analysis.html>

Погледнете също Приложение 1 към това Ръководство.

Как да представим бизнес план?

Можете да представите своя бизнес план на вашите партньори, инвеститори или банката със силно представяне. Използвайте шаблон, за да изградите пълна история и да убедите аудиторията си с лекота. Често се представяте в началото на бизнеса си. Съберете всички отзиви и подсилвайте плановете си отново и отново.

Всяка компания, която започва нова дейност, трябва да има бизнес план и ръководство за изготвяне на бизнес план, както за стартиращи фирми, така и за съществуващи компании

Съдържание

1. Предговор
2. История на вашата компания
3. Опишете целите си
4. Продукт или услуга
5. Управление, организация и персонал
6. Пазарен анализ и маркетингова стратегия
7. Финансов план

2.3. Партньорско кафе

Намерете партньори и треньори, които ви правят по-силни.

Всички са ви казвали сто хиляди пъти, че предприемачеството е отборен спорт. Че просто няма да успееш сам. Това е съвместно създаване на партньорства, споделени знания и мрежи като част от съвременното предприемачество.

Безспорно е добре, но кои са тогава тези партньори? Партньор? Доставчици? Конкуренцията? Клиенти? Партньорите се предлагат във всякакви размери и тегло и всеки има своя дневен ред. Тайната: говори с тях. Консултирайте се. Изпийте заедно едно кафе и се опознайте.

Преди да го осъзнаете, сте събрали непобедим екип от предприемачи около себе си.

Да търсим ли експерт, треньор или ментор?

Готови ли сте за ментор или треньор?

Почти всички предприемачи откриват в началото на кариерата си, че имат много повече вътрешни проблеми, отколкото са предполагали преди. Ето как се заплита ситуацията и с вас: откривате умения, за които не сте знаели, че съществуват, и научавате нови неща със супер бърз темп. А, да, просто не можете да направите друго.

Но идва моментът, в който този самостоятелен растеж спира. Всеки предприемач изпитва и това.

Но само истински умните млади предприемачи се справят с това и търсят треньор или наставник, привличат експерти в тяхната компания и / или искат консултантски съвет.

Поставете под въпрос собствените си компетенции и ограничения

Постъпете в коучинг програма, която подсилва вашата предприемаческа мечта

И сега зависи от вас ...

Всеки предприемач се изправя срещу различни граници. От вас зависи да разберете кои са вашите. Помислете за момент защо искате да ангажирате някого от вън.

Погледнете критично вашия проект.

Нека някой го погледне отвън.

Възползвайте се максимално от възможностите и силните страни на вашата компания

Къде можете да намерите тези експерти?

Кой от вашия район може да ви помогне?

Обадете се на Вашата мрежа за помощ

От известно време се подготвяте за предприемачество, така че знаете много добре какво ще открие всеки предприемач рано или късно. Съмнения, въпроси, препятствия ... те пресичат пътя ви по-често, отколкото ви харесва.

Добрата новина? Не си сам. Всъщност вероятно можете да намерите изненадващо количество подкрепа в непосредствената си среда: вашия партньор, приятели, семейство, състуденти, познати, съседи, ... Важно е да се осмелите да задавате правилните въпроси.

Насочете директната си мрежа

Избройте хората, на които имате доверие, и техните области на експертиза. Веднага формулирайте конкретните въпроси или проблеми, които искате да ги зададете. Искате да се обзаложите, че можете да разчитате на много разбиране и сътрудничество?

Използвайте разширената си мрежа

Можете също така да търсите хора, които да ви подкрепят във вашия стъпка по стъпка план. Вашият счетоводител е един от тях. Но треньори, нотариуси, други предприемачи и професионални начинаещи също са щастливи да ви помогнат с конкретни пречки.

Разширете вашата целева мрежа. Някои предложения за вас:

- Следвайте инструкции или съвети, които са подходящи за вас и вашия проект.
- Отидете на събитие за предприемачи.
- Намерете коуч (треньор)
- Отидете на събитие на вашия сектор или организация на работодатели

Проверете също местни и частни инициативи, които могат да укрепят вашата мрежа. На уебсайтовете на общините често има раздел за предприемачи.

Смейте да задавате въпроси на хората, на които имате доверие.

Изградете мрежата си с професионалисти!

Обръщам ли се към експерт, треньор или ментор?

Готови ли сте за ментор или треньор?

Почти всички предприемачи откриват в началото на кариерата си, че имат много повече вътрешни проблеми, отколкото са предполагали преди. Ето как се получава и с вас: откривате умения, за които не сте знаели, че съществуват, и научавате нови неща със супер бърз темп. А, да, просто не можете да направите друго.

Но идва моментът, в който този самостоятелен растеж спира. Всеки предприемач изпитва и това.

Но само истински умните предприемачи се справят с това и търсят треньор или наставник, привличат експерти в тяхната компания и / или търсят съвет от консултант.

Поставете под въпрос собствените си компетенции и ограничения.

Приемете добавената стойност на външен изглед.

Постъпете в коучинг програма, която подсилва вашата предприемаческа мечта.

Външен вид? За какво?

Като предприемач не можете да се специализирате във всички области. От вас зависи да посочите в кои области можете да използвате помощта на експерт, треньор или наставник.

Как да получа повече от мрежата си?

Махнете (още) по-голяма част от вашата мрежа

"Мрежи". Това е много повече от бърмчаща дума. Особено ако използвате интелигентните си пътувания и онлайн връзки.

Проактивно търсете нови контакти и ги поддържайте щателно.

Запретнете ръкавите. Не само стиснете (виртуалната) ръка на потенциални клиенти и доставчици, но и се вдъхнете от ентузиазирани колеги и конкуренти.

Направете опис на текущите ви офлайн и онлайн мрежови канали.

Изберете мрежовите канали, които ви отговарят на 100% и инвестирайте 100% в тях.

Активната мрежа поддържа разпознаването на вашето име и вашето изображение.

Как да търся персонал?

Намерете подходящ персонал за вашия бизнес

Пазарът на труда става все по-ограничен. Следва „битка на талантите“, особено при определени професии. Ето защо е много важно да се откриете, ако искате да привлечете правилния, талантлив персонал.

Това започва с обява на свободното място!

Тя трябва да е привлекателна и добре написана и освен това трябва да бъде подредена по такъв начин, че да кандидатстват само подходящи кандидати. Но как да започнете? Вече ви помагаме по пътя ви, така че да намерите персонала, който е подходящ за вашия бизнес.

Така че вече мислите за следните опции:

- Насърчете собствените си служители да търсят и намират нови кандидати.
- Осигурете възможности за растеж и възможности за поток със собствените си служители.
- Отидете на панаир за работа заедно с други предприемачи.
- Свържете се с училища за стажове, студентски обиколки и участие във вашите обучения или задачи в училище.
- Има ли топ стажант? Направете му предложение за работа.
- Залепете стикер на вашия автомобил: „търси се колега“.
- Започнете подготовката си навреме, ако търсите нов служител.
- Използвайте социалните си медии като създаване на канали и сайтове за създаване на изображения за вашата компания.

Съвети:

- Разгледайте уебсайта за работодатели и открийте повече за набирането, обучението, интересните мерки и услуги.
- Сърфирайте в сайтове, които съдържат много информация за персонала.
- Сърфирайте в базата данни на субсидиите и открийте подкрепа при наемането на служител или прочетете по темата „Набиране и обучение на персонал“

Набирането на персонал струва пари.

Търсете и ще намерите полезна информация, която да ви помогне да станете работодател. Можете да прецените разходите за набиране и да ги симулирате във вашия сектор, да се консултирате с контролен списък кои стъпки можете да предприемете по време на наемането на персонал и т.н.

Съвет: Обадете за конкретна помощ и изчисляване на заплатата на специализирани фирми.

Сам ли правя бизнес или с партньори?

Започнете заедно: добри приятели чрез добри споразумения!

Да работим заедно: това е благословия или проклятие.

Както във всичко, има и предимства и недостатъци при сътрудничеството. Възможните предимства могат да бъдат: повече начален капитал, вашият партньор като сондаж и спаринг партньор, разширяване на вашата мрежа, знания и компетенции. И ... ако нещата станат по-трудни, можете да мотивирате взаимно да продължат.

Не бъдете слепи за възможните недостатъци: несъгласието на бизнеса може да доведе до спорове, не можете сами да решите нещо и грешките на вашите бизнес партньори могат да засегнат вас и вашата компания.

Направете го благословия, като интелигентно избирате партньорите си и записвате всички споразумения в договор. По този начин вие извеждате най-доброто един от друг.

Знайте плюсовете и минусите на сътрудничеството.

Когато работите заедно, важно е да сключите споразумения и да ги запишете в договор.

Избирате ли партньор или истински екип? Във всеки случай изберете допълващ екип.

Въпрос: съвместна работа или не?

Това е въпросът. Задайте си следните въпроси за размисъл, преди да влезете в партньорство и запишете фантазиите си по-долу (или в книжката си):

- Защо бих искал да работя заедно с други?
- С кого искам да работя?
- Какви предимства има сътрудничеството за мен (напр. Спаринг партньор, повече знания, повече начален капитал, ...)?
- Какви недостатъци има една колаборация за мен?
- Как виждам сътрудничеството?
- Коя фирмена форма да избира?
- Кои споразумения са необходими за успешно и устойчиво сътрудничество?
- Как мога да запишвам по договор тези споразумения?

Съвет: изберете допълващ екип. Първата стъпка? Картиране на вашите собствени силни и слаби страни.

Контролен списък: какви споразумения да подпишем?

Решихте да работите заедно? Поздравления, но не забравяйте да записвате по договор следното:

- Приносът на всеки партньор (например пари, активи, работа, ...)
- Очертаване на задачи или решения
- Какви са възможните последици от заболяването
- Справяне с конфликти
- Споразуменията при прекратяване на сътрудничеството.
- наградата; всичко е наред или човекът, който привлича всички нови клиенти, получава бонус?

Какво прави една секторна организация за вас?

Открийте активите на вашата секторна организация

Секторните организации са непознати за много хора. Жалко, защото всеки ден работят усилено, за да подкрепят предприемачи като вас с услуги, съобразени с вашата компания и вашия сектор.

Можете да се обърнете към секторна организация за конкретно законодателство и разрешения за вашата фирма.

Можете да се обърнете към секторна организация за конкретно законодателство и разрешения във вашата област, правни съвети / помощ, вдъхновяващи доклади за тенденции и пазарна информация ... Можете също да намерите примерни договори, информация за конкретни застрахователни и мрежови моменти и организирани обучителни курсове. Те могат да действат и като лобисти или преговарящи.

С тези съвети се обграждате с подходящите партньори за вашата дейност.

Прегледайте информацията и услугите, които предлага секторната ви организация.

След това упражнение можете да сте сигурни, че не пропускате никаква решаваща вътрешна информация.

Списък на секторните организации

Не всички сектори са еднакво обширни или еднакво организирани. Несъмнено има поне една, която да пасва на вашата дейност. Намерете отрасловата организация за вашия бизнес и вижте какви услуги и поддръжка предлагат за вас.

2.4. Жилищна зона

Включете семейството си във вашия бизнес и не забравяйте да се грижите за себе си.

Понякога казват, че сте предприемач 24/7. И това със сигурност няма да е далеч от истината във вашата фаза на стартиране. Но вие сте или няма да сте сами на света. А тези, които споделят живота с предприемач, по-добре се подготвят за непроходим рейсинг.

От вас зависи да се подготвите за това каране. Кой си ти като предприемач? Каква роля играе вашият партньор в това? И кое в допълнение? Какво влияние имат вашите бизнес

решения върху бъдещето на вашите деца? И кой личен избор влияе върху ролята ви на акционер в сравнение с вашите партньори?

Защото всяка компания е и семеен бизнес.

Каква роля може да играе моят партньор в моята компания?

Бизнес консултация с вашия партньор в живота? Да направя!

Не можете да го пренебрегнете: правенето на бизнес оказва влияние върху живота ви и живота на вашите скъпи (и), членове на семейството, съквартиранти и т.н. Накратко, всички хора, които са близо до вас.

Но ... знаете ли вече дали те ще играят роля във вашата компания? И това съответства ли на ролята, която имат предвид?

Време за добър разговор с кафе или чаша вино.

Вашият партньор може да играе роля във вашия случай.

Сключете ясни споразумения за това и не забравяйте финансовата страна.

Начертайте текст с роли, функции, интерпретации, които (жизненият) партньор може да изпълни във вашата компания (планиране).

Преминете заедно този списък, обсъдете открито и честно какво иска и може да привлече вашият партньор за разговор. Вземете предвид талантите, компетенциите, ентузиазма и наличното време / ресурси и оценявайте тези решения от време на време.

Кой съм аз като предприемач?

Опознайте се като предприемач

Един предприемач се нуждае от много таланти и умения ...

Стъпка 1 е опознаването на вашите силни и слаби страни. Как се събирате и как най-добре използвате тези таланти? Като предприемач се познавате много добре. Какво можете да подобрите?

Много въпроси, но има много тестове, които ви дават представа за вашите таланти, компетенции и точки за усъвършенстване.

Защото само по този начин можете да прераснете в още по-добър и по-мощен мениджър.

Вземете представа за вашия предприемачески талант.

Открийте силните и слабите си страни и ги обсъдете със средата си.

Укрепете своите умения и растеж като предприемач.

Направете тест за личността

Има много добри и научно обосновани тестове. Започнете и разберете какъв тип сте?

Чувствайте се свободни да направите повече от един и да сравните резултатите и заключенията. По този начин ще опознаете себе си още по-добре.

Консултирайте се с треньор

Тълкуването на резултатите от един тест не винаги е лесно - камо ли да се изваждат работни точки от него.

Формулирайте вашите работни точки

Правенето на личностни тестове не е самоцел. Става въпрос за резултатите. Или още по-добре: какво правите с тези резултати. Затова ги обсъдете с треньора, партньора и семейството си. Попитайте за техния принос и информация и съставете списък с работни точки.

Търсите курсове за справяне с тези?

Как да балансирам между професионален и личен живот?

Направете баланса си между работата и живота конкретен и говорете за това!

Предприемачите нямат работно време. Но това не означава, че те не могат да имат живот. Или свободно време. Или хобита. Всъщност най-добрите предприемачи също са напълно активни в допълнение към професионалните си дейности. Но този балансиращ акт изисква допълнително внимание.

По време на това упражнение обсъдете с партньора си или хората, с които споделяте живота си, и се съсредоточете върху нещата, които той или тя преживява различно. Бъдете реалисти и не се страхувайте от дискусиите. Ако получите една и съща дължина на вълната, ще придадете на бизнеса си огромен тласък от първия ден.

Получете реалистична представа за ежедневните си дейности.

Включете партньора си в сроковете и вечерната работа.

Създайте устойчив баланс между работа и живот.

Как да балансирам баланса между професионален и личен живот?

Направете баланса си между работата и живота конкретен и говорете за това!

Предприемачите нямат работно време. Но това не означава, че те не могат да имат живот. Или свободно време. Или хобита. Всъщност най-добрите предприемачи също са напълно активни в допълнение към професионалните си дейности. Но този балансиращ акт изисква допълнително внимание.

По време на това упражнение обсъдете с партньора си или хората, с които споделяте живота си, и се съсредоточете върху нещата, които той или тя преживява различно. Бъдете реалисти и не се страхувайте от дискусиите. Ако получите една и съща дължина на вълната, ще придадете на бизнеса си огромен тласък от първия ден.

Получете реалистична представа за ежедневните си дейности.

Включете партньора си в сроковете и вечерната работа.

Създайте устойчив баланс между работа и живот.

Следете семейния си бюджет

Разбира се, че сте нетърпеливи да спечелите тези първи пари от вашата компания. И ако го направите правилно, ще успеете скоро. Освен правенето на бизнес, управлението на личните ви остава също толкова важно. Отделете време за подготовка на семеен бюджет. Това ви дава преглед на приходите и разходите на вашето семейство и пространството за планиране на инвестиции или финансиране на бъдещи проекти. И

разбира се също така да спестите пари. Затова много предприемачи изготвят семеен бюджет.

Обърнете достатъчно внимание на семейния бюджет.

Балансирайте портфолиото си и това на вашата компания.

Финансово здрава компания се нуждае от финансово здрав предприемач.

Колко пари са ви необходими, за да живеете? Какво струват къщата ви (или наема), консумацията на енергия и училищната сметка на децата? Колко харчите в супермаркета и какво заделяте за по-късно? Картирането на семейния бюджет е изключително важно за вас и за вашата компания. Защото от него научавате колко трябва да добивате и какво пространство трябва да инвестирате допълнително.

Достатъчно инструменти и приложения

Личните финанси са отделна категория в App Store и Google Play. Ще намерите десетки приложения, които ви помагат да картографирате (а често и да намалявате) разходите си.

Говорете с партньора си

Най-добре е да съставите семеен бюджет с цялото си семейство. Затова също включете партньора си в това упражнение. Или във вашия бизнес - защото и вие можете!

Как изглежда идеалното ви образование?

Намерете обучението, което ви подхожда най-много!

Идеалното обучение отговаря на вашите интереси, вашите нужди и предизвикателствата, с които се сблъсквате като (чисто нов) предприемач.

Не забравяйте: учите се цял живот. Затова фокусирайте любознателния си поглед върху днес, утре и ден след това.

Но как да изберете идеалното образование? Консултирайте се и намерете обучението, което е подходящо за вас и вашата компания!

Като предприемач е важно да се учиш и да продължаваш да учиш.

Намалете разходите за вашето образование с портфолиото на МСП.

И сега зависи от вас ...

Контролен списък за идеалното обучение

- ✓ Кои компетенции искате да подобрите?

Първата стъпка към намирането на подходящо образование е определянето на кои знания ви липсват или коя компетентност искате да затвърдите. Но за това може да се наложи първо да знаете какъв тип предприемач сте.

Важна ли е дипломата или сертификатът?

Важно или необходимо ли е доказателството за вашето образование за упражняване на вашата професия? Или е по-скоро допълнителен актив, за да убедите клиентите си да работят с вас?

- ✓ Колко може да струва курс?

Подходящото обучение е инвестиция в себе си и вашата компания

Учете се за цял живот

Искате да сте в крак с времето, да съберете нови идеи за вашия проект и мрежа едновременно?

Обучението е идеално за това! Ще ги намерите във всички размери и форми: онлайн, в групи, краткосрочни, дългосрочни, безплатни или по-скъпи, съсредоточени върху уменията, коучинг, учене един от друг, нови разработки ...

Ето защо е най-добре да ги приспособите към знанията и уменията, от които се нуждаете.

Продължавайте да се учите цял живот!

Редовното следване на курс ви държи в течение и се запознавате с интересни хора.

Може да получите вдъхновение за следващ проект.

Защо искам да правя бизнес?

Намерете истинската си мотивация

Защо искате да правите бизнес? Само за парите? Или има повече от това? Принос за нещо в света, например? Правете това, което обичате да правите? Да си собствен шеф? Искате ли да докажете на стария си учител по икономика, че имате какво да предложите?

Каквато и да е мотивацията ви, важно е да я извадите на повърхността и да я изразите. Защото именно тези мотиви ще ви помогнат да продължите в тежки моменти.

Разберете какво ви мотивира в дълбочина.

Въоръжете се с неуспехите и трудните моменти.

Редовно си давайте тласък на умствената енергия.

Причини, достатъчни за правене на бизнес

Малка тайна: Повечето предприемачи имат повече от една причина да правят това, което правят. Вие също несъмнено имате цял списък с мотивации в главата си.

От вас зависи да ги запишете в своя цифров или хартиен бележник. Първо като фантазии в дълъг списък. Колкото да е причина, за която можете да се сетите. След това да се изберете от тях с маркера, докато стигнете до своята петица.

Запишете първите си пет идеи на Word на вашия компютър, в бележник ... няма значение къде или как следите най-добрите си пет. Стига да го гледате от време на време. Защото, повярвайте ни, нищо не ви прави по-щастливи от осъзнаването, че работите върху мечтите си.

2.5. Административен център

Организирайте вашите разрешителни, документи и договори.

Понякога вашата професионална администрация изглежда сложна и неразбираема, но всъщност можете сами да решите голяма част от правните и административните си изисквания. Всичко това отнема известно време, известно внимание и помощ от експерт като адвокат, счетоводител, нотариус или приятелски предприемач.

Най-добре е да започнете тези дискусии добре подготвени и да се информирате с това **ръководство**: избор на фирмена форма, съставяне на договори и общи условия, подаване на марки и кандидатстване за патенти ... Най-добре е да помислите внимателно за всички тези въпроси преди взимам решения.

За щастие можете да разчитате на правилните партньори на много места.

Коя форма на бизнес ме устройва?

Изберете типа компания, която ви подхожда (компания)

Ако вашите планове да започнете да станат много конкретни, дойде време да помислите за вашата бизнес форма. За един човек? Или за компания? И коя фирмена форма?

Вашата счетоводна отчетност, данъчна система, пасив, натрупване на капитал, ... се различават в зависимост от избраната формула. Ние изброяваме аспектите, които могат да определят вашия избор за вас.

Готови ли сте да завържете възела?

Открийте предимствата и недостатъците на различните фирмени форми.

Осъзнайте, че изборът на фирмената форма има последствия за вас, вашата компания и околната среда.

Едноличен собственик е най-простият начин за упражняване на независима дейност. Имате нужда от минимален начален капитал, можете да започнете бързо и обикновено опростеното счетоводство е достатъчно.

Отговорност

Личното имущество на предприемача и активите за професионалната дейност не са отделни.

Съвет: понякога се препоръчва да осигурите допълнителна защита на семейния си дом в тази ситуация. Тук можете да прочетете как е най-добре да направите това.

Данъчна система

Доходите от еднолично предприемачество се облагат с данък върху доходите на физическите лица. Този данък е прогресивен: по-високите печалби се облагат по-тежко.

Приемственост

В случай на смърт на предприемача се прилага законът за наследството: след това имотът може да бъде разделен между няколко наследници. Това може да доведе до значителна несигурност за наследник, който вече е работил във фирмата.

Съдружие

Вие и евентуални партньори, които не само внасят капитал, но и активно се ангажират с компанията.

Създаване и работа

Създаването на фирма често изисква намесата на нотариус. Помислете например за финансов план и съставянето на устава. Накратко, повече формалности и задължения.

Личната собственост на предприемача и активите за професионалната дейност са отделни.

Данъчна система

Фирмата се облага с данък по системата на корпоративния данък. Това натоварване е по-ниско и не се увеличава толкова бързо. Колкото по-голяма е корпоративната печалба, толкова по-евтина

Поставете отметка за аспектите, които намирате за важни при избора на фирмената ви форма и след това отидете при вашия счетоводител или нотариус.

- разделяне между частни и бизнес активи
- защита на собствения ви дом и / или няколко недвижими имоти
- желаещи да поемат (предприемачество) рискове
- колко капитал / финансови ресурси са необходими
- какъв начален капитал имате на разположение сами
- по-скоро ограничена отговорност
- преследват данъчната оптимизация
- сътрудници с партньори
- може да взема само решения
- семеен контекст
- привличане на капитал
- възможно е разделяне между собственост и управление
- просто счетоводство, което лесно виждам
- бързо и лесно стартиране
- проследяването на моята компания не е проблеми

И удобен за вземане със себе си!

Каква информация е необходима, за да поискате фирмен номер?

- Дейностите, които искате да извършвате с вашата компания.
- Мястото, където искате да установите вашия бизнес.
- Името, на което ще бъде дадено вашето търговско име.
- Необходимите законови задължения и разрешителни, независимо дали вашите дейности подлежат на облагане с ДДС.
- Проверете също дали е необходима регистрация за ДДС. Има изключения. Съмнявате ли се? Посъветвайте се с вашия офис или счетоводител за съвет.

Какви документи са ви необходими за регистрация на едноличен собственик?

- вашата лична карта
- номера на банковата сметка, която искате да използвате за вашия бизнес
- вашите разрешителни, които трябва да са в ред преди началото

Започнете без притеснения: проверете активно кои разрешения са ви необходими.

Подредете разрешенията веднага.

Как да съставя договор?

Съставете ясен договор с помощта на юрист

Добрите споразумения правят добри приятели, е ... служители, клиенти, партньори или ...

Но съставянето на ясен договор не е лесно.

За щастие никога не сте сами! Вашият сектор или организация на работодатели винаги има готови шаблони за най-често срещаните правни въпроси. Имате ли нужда от юридически експерти?

Ясният договор гарантира безпроблемно сътрудничество.

Поддържайте нашия списък под ръка, докато подготвяте (първия) си договор.

Потърсете правен съвет от експерти.

Задайте си следните въпроси

- Кой сключва договор с кого? Няма договор без пълна идентификация на всички участващи страни.
- Опишете възможно най-ясно сътрудничеството: какво, къде, кога, защо и как си сътрудничите и това е за (не) определена продължителност?
- Важно е не само началото, но и (възможен) край на сътрудничество. Ами ако ... се обърка? Споменавайте суспензивни и / или решаващи условия с всички възможни причини и последици.
- Не забравяйте да защитите интелектуалната си собственост.
- Включете всички възможни такси, включително условията за плащане.
- Не забравяйте: общи (задължителни!) Разпоредби като конфиденциалност, делимост и непреодолима сила.

Когато работата надвишава възможностите ви, е време да потърсите подкрепления. Следващата стъпка може да бъде набиране на персонал.

Това може да бъде временно или за по-дълъг период, на пълен работен ден или на непълно работно време.

Е, за да сте сигурни, че не пренебрегвате нищо, изброихме някои задължителни

Проверете дали имате право на облекчения от държавата

Има ли активни програми, подпомагащи стартиращи предприемачи

Къде мога да намеря подходящото обучение?

Учете се за цял живот!!!

Искате да сте в крак с времето, да съберете нови идеи за вашия проект и мрежа едновременно?

Обучението е идеално за това! Ще ги намерите във всички размери и форми: онлайн, в групи, краткосрочни, дългосрочни, безплатни или по-скъпи, съсредоточени върху уменията, коучинг, учене един от друг, нови разработки ...

Ето защо е най-добре да ги приспособите към знанията и уменията, от които се нуждаете.

Продължавайте да се учите цял живот!

Редовното следване на курс ви държи в течение и се запознавате с интересни хора.

Може да получите вдъхновение за следващ проект.

Защо искам да правя бизнес?

Намерете истинската си мотивация

Защо искате да правите бизнес? Само за парите? Или има повече от това? Принос за нещо в света, например? Правете това, което обичате да правите? Да си собствен шеф? Искате ли да докажете на стария си учител по икономика, че имате какво да предложите?

Каквато и да е мотивацията ви, важно е да я извадите на повърхността и да я изразите. Защото именно тези мотиви ще ви помогнат да продължите в тежки моменти.

Разберете какво ви мотивира в дълбочина.

Редовно си даваме тласък на умствената сила.

Причини, подходящи за ползване на бизнес

Малка тайна: Повечето производители трябва да имат повече неща от това, което трябва да им трябва. Вие също несъмнено имате всички списъци с мотивации в главата си.

От вас зависи да ги запишете в своите цифри или хартиен бележник. Първо като фантазии в дълъг списък. Колко и да ви е, за което можете да се сетите. Следвайте това, за да се справите с тези с маркетинг, като стигнете до своя петица.

2.6. Финансов район - следвайте парите си и се научете да говорите със своя счетоводител

Следвайте парите си и се научете да говорите със своите счетоводители.

Много производители предпочитат да отделят най-малко време за това. Тези предприемачи се провалят. Ако числото не е сърце и душата на вашата компания, то може да бъде мозъкът. Трябва да чувате това от време на време.

Финансовия район е обсапан със знания и партньори. Можете да си помогнете да използвате идеята в месечен доход или в бизнес, който може да се продава. Заедно с това създавате финансово спокойствие и пространство, за да гледате напред и увеличавате шансовете си за успех!!

Как да намеря счетоводителя, който ме устройва?

Намерете перфектния счетоводител за вашия бизнес план!

Всяка компания се нуждае от добър счетоводител. Да, и вашата също!

Ако сте намерили подходящ счетоводител, стартирайте вашия бизнес, вървете по гладкото..... Счетоводителят е доставчик на услуги, но преди всичко поверителен съветник. Съвместна помощ при вашите финансови въпроси ... Той / тя дава добри съвети за счетоводството, за да можете да ръководите вашите бизнес операции.

Познаването на вашия сектор е плюс, така че той/тя е също и врата към пазарна информация

Накратко; ще прекарате доста време заедно. Затова също отделете време, за да намерите идеалното съвпадение, защото сте (надяваме се) в началото на устойчиви работни отношения. Не забравяйте: личностните качества са бонус.

Но как да намерите най-подходящия човек?

Обърнете достатъчно внимание на избора на счетоводител.

Съставете най-важните критерии за подбор за вас предварително.

Набиране на информация за счетоводители, обява на конкурс, събеседване

Планирайте разговор и намерете правилното съвпадение.

Съставете критерии за подбор

Попитайте колегите предприемачи кого биха препоръчали. Или го потърсете сами. Във всеки случай помислете кои критерии за подбор смятате за необходими, когато правите своя избор..

Някои предложения:

- Вашият счетоводител познава сектора? Или това не е важно за вас?
- избирате ли счетоводител в близост до офиса или това няма голямо значение?

Какви са очакванията към вашия счетоводител:

- искате ли да свършите административна работа сами (вероятно чрез софтуерен пакет) или търсите счетоводител, който да се грижи за всичко от А до Я?
- търсите ли някой, който мисли стратегически или не?
- имате нужда и от допълнителни съвети: например в правната област.
- винаги ли искате да се свържете със счетоводителя или това няма толкова голямо значение?

Намерете идеалното съвпадение

Щом очакванията са ясни, търсенето може да започне. Също така личността и подходът играят важна роля при избора на вашия счетоводител. Влизате в дългосрочно партньорство. Можете да започнете своето търсене чрез професионалния институт за счетоводители, счетоводители и одитори.

Първоначална среща

Направихте ли своя избор? Уговорете среща и обсъдете точките от списъка си с критерии за подбор. Освен това задайте достатъчно въпроси. Това ви дава представа за подхода, знанията и (комуникационния) стил на вашия счетоводител и неговия офис. Някои въпроси можете да зададете:

- Какъв тип компания да избира?
- Каква е разликата между цена и инвестиция?
- Какво трябва да взема предвид при промяна на състоянието си?

Напишете вашите въпроси (и отговори) по-долу или в книжката си.

Направете ясни ценови споразумения

В края на разговора обикновено получавате ясна оферта. Цената може да варира в зависимост от вашите очаквания и какво прави счетоводителят. Можете също така често да избирате между фиксирана цена за финансова година или цена на час. Цената не казва всичко. Също така вземете под внимание коя услуга получавате на предварително определената цена.

Съвет: не забравяйте да прочетете информация за „Работа със специалист по счетоводство по данъци“ и научете жаргона на вашия счетоводител.

Какви източници на финансиране мога да използвам?

Открийте всичките си възможности за финансиране

Не просто започвате бизнес. Първо трябва да инвестирате в начален капитал, компютър, хубав уебсайт, начален запас, ...

И това всичко струва пари. Често не започвате със собствени спестявания.

Но тези собствени ресурси са много важни: те отразяват риска, който искате да поемете за вашата компания и - може би по-важното - те са необходими за получаване на външно финансиране.

Как? Така ...

Собствените ресурси са важни при започване на бизнес.

За щастие, винаги можете да го допълвате с допълнителни възможности за финансиране.

Проверете базата данни за субсидиите, за да улесните финансирането.

И сега зависи от вас ...

Търсете финансиране

Има много възможности за външно финансиране, в зависимост от вашия жизнен цикъл като предприемач: начинаещ, купувач, производител, иноватор

Разберете какви фактори влияят върху търсенето на средства.

Какви субсидии има за мен?

Грабнете всичките си (финансови) възможности!

Никога не сте сами като предприемач. Много институции имат много субсидии за мотивирани предприемачи като вас.

Да, ти! Просто трябва да знаете къде да намерите тези субсидии.

Сигурни ли сте, че използвате всяка възможност? Една бърза проверка може да ви донесе допълнителна подкрепа или финансови ресурси.

Не губете никаква финансова подкрепа.

Запознайте се с финансовите опции, съобразени с вашия случай.

И сега зависи от вас ..

Как да следя парите си?

Направете план за пари, за да следите вашите парични потоци

Знаете ли, че липсата на пари е причина номер едно за фалити? Заключение: здравата компания се нуждае от паричен план. Не е секси. От съществено значение е, ако искате да избегнете фалит. Достатъчно важен, за да обърнете внимание!

Каква е вашата печалба с тази инвестиция във времето?

Касовият план ви дава ясен поглед върху доходите, разходите ви и кога точно трябва да ги получавате / плащате. Можете да видите кой оборотен капитал е необходим, за да управлявате бизнеса си.

Паричен план също е част от стартовия компас, инструмент за проучване на осъществимостта на вашия бизнес.

Готови, заложили, касови планове!

Тези, които нямат представа за паричния поток на своята компания, е по-вероятно да фалират.

Можете да изтеглите от интернет удобен шаблон за касова схема (= част от стартовия компас) безплатно.

Използвайте касовия план, за да прецените вашите парични потоци (прогноза) и / или да го запишете (инструмент).

Съвети за попълване на вашия кеш план

1. Можете да използвате касовия план като прогноза за бъдещите си парични потоци. Интересно за вашия банкер и за вас самите.
2. След прогнозата използвайте касовия план, за да въведете ефективните си приходи и разходи.
3. Попълнете всички суми, включително ДДС на месец в касовия план. В крайна сметка става въпрос за сумата във вашата сметка.
4. Времето за плащане определя месеца, в който въвеждате приходи или разходи.
5. Не сте в крак с финансовия аспект на предприемачеството? Проверете офертата за обучение.
6. Колко нетна заплата ще имам в края на месеца?

7. Изчислете нетното си заплащане (за да знаете колко печелите месечно)
8. Като служител вие знаете точно колко ще бъдат внесени във вашата сметка в края на месеца. Това често се променя като предприемач.

Понякога доходите ви като самостоятелно заето лице са фиксирани. Например, сключвате споразумение с клиенти, които използват фиксирана тарифа. Това ви дава добра представа за вашите доходи. Но колко нета са ви останали?

Искате ли да получите по-добър преглед на нетното си заплащане? Бихте ли искали да придобиете повече представа за въздействието на промяна в оборота или увеличение на разходите върху нетните ви заплати?
9. Използвайте онлайн инструменти, за да симулирате нетната си заплата като предприемач или попитайте своя счетоводител за съвет.
10. Изчислете нетните си заплати с помощта на онлайн калкулатор на брутната нета
11. Прегледайте нетното си заплащане

2.7. Къде да търсим помощ?

Кой може да помогне на вашия стартиращ бизнес?

Бизнес подкрепящи организации:

1. ТПП-Враца - <https://www.cci-vratsa.org/>
2. АРИР-Враца- <https://www.arir-vratsa.org/>
3. Фондация Биоселена-<https://bioselena.com/en/>
4. БАБ - <http://bgbio.org/>
5. Фондация Local Food- <https://www.localfood.bg/foundation/>
6. Smart Agro start - <https://smartagro.bg/>

Кой ще помогне на проектите ви?

1. Институт за агростратегии и иновации- <http://agroinnovations.bg/>
2. Inteli Agro - <http://inteliagro.bg/>
3. <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/regional-innovation-monitor/organisation/business-incubator-gotse-delchev>
4. Регионален офис ДФЗ– Враца-<https://www.dfz.bg/en/contacts/regional-offices/>



3. Регистриране на фирма в България

<https://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/-14917630>

3.1. Типове фирми

Да стартирате бизнес в България обикновено се свързва с чисто формалната процедура по регистрация на фирма. В тази част от Наръчника първо ще разгледаме какво означава думата „фирма“ и какви са различните видове фирми

- дружества с ограничена отговорност,
- акционерни дружества,
- еднолични търговци.

Защо да регистрирате фирма?

В България законодателството определя, че стопанска дейност, или по-просто казано бизнесът, се извършва от търговци, които подлежат на регистрация. За нуждите на описанието може да се обобщи, че бизнесът е дейност, която е насочена към реализиране на печалба – продажба на стоки или услуги. Основно има два вида търговци:

1. Еднолични търговци;
2. Търговски дружества

Какво означава Едноличен търговец?

Едноличен търговец (ЕТ) е лице, което решава самостоятелно да извършва търговска дейност. През 90-те години голяма част от фирмите бяха еднолични търговци, от една страна – защото регистрацията беше по-лесна, а от друга, защото хората чисто и просто не бяха запознати с другите фирми за бизнес.

Едноличният търговец е точно това, което предполага името – едно лице става търговец – ЕТ. ЕТ подлежат на регистрация в Търговския регистър.

[Част Втора, дял Първи, Глава осма, Чл. 56 от ТЗ/.](#)

Какво означава Търговско дружество?

Търговските дружества са това, което повечето хора си представят като значение на думата "фирма". Те са ЕООД, ООД, ЕАД, АД и някои други аббревиатури, които не са толкова популярни. Малко повече за тези форми по-надолу.

Основната разлика между търговските дружества е, че те са различни лица от своите учредители.

Вместо да се регистрира като ЕТ, може да избере да учреди ЕООД. ЕООД е малко странно съкращение от еднолично дружество с ограничена отговорност.

ПРИМЕР: *Да имате фирма означава да регистрирате себе си като търговец и да станете ЕТ или да създадете ново лице търговско дружество, чрез което да управлявате бизнеса си.*

Видове търговски дружества

За разлика от едноличните търговци, търговските дружества могат да бъдат различни видове. Разликите са основно в това до каква степен учредителите на една фирма са обвързани с нейното управление.

В България най-често срещаната форма за извършване на бизнес са дружествата с ограничена отговорност – ООД.

На следващо място са акционерните дружества – АД.

Освен тях има и други видове, които сериозно изостават по своята приложимост в практиката и на тях ще обърнем по-малко внимание. [/Дял Трети, глава Десета от ТЗ/](#)

Дружества с ограничена отговорност

Наричат се по този начин, защото името отразява тяхната основна функция – да ограничават отговорността на учредителите. Тук има два варианта:

Възможност А: Да се регистрирате като ЕТ

Ако сте регистриран като ЕТ, между фирмата и вас няма разлика. Това е един човек. Когато едно лице се регистрира като едноличен търговец, задълженията на неговия бизнес са и лично негови задължения. Ако нещата отидат на зле, няма никакви гаранции за личното имущество, дори и то да няма нищо общо с бизнеса.

Възможност Б: Да регистрирате ЕООД

Вашето ЕООД-то е съвсем отделно лице от вас. Тук се носи отговорност само в рамките на активите на дружеството, като вашите лични средства са ваши, а не на дружеството. Това е огромното предимство на дружествата с ограничена отговорност спрямо едноличните търговци. По своята същност стартирането на бизнес е едно рисково занимание. Често то не успява, затова посредством фирмите се ограничава отговорността. Инвеститорът може да загуби единствено това, което първоначално е инвестирал в бизнеса си, но за останалото може да не се притеснява.

[Глава тринадесета, Раздел I, чл. 113.](#)

Основни характеристики на ООД

Едно ООД се отличава от всички останали ООД по своите основни характеристики.

Това са:

- Собственост;
- Управление;
- Име;
- Адрес;
- Предмет на дейност;
- Капитал

Преди да регистрирате своя фирма, трябва задължително да сте наясно с всяка една от тези характеристики за твоето ООД.

Те се вписват в Търговския регистър. <http://www.brra.bg/>

Това е публична база данни, с досие на всяка фирма, което съдържа следните раздели:

Собственост в ООД

Дружествата с ограничена отговорност имат свои собственици/съдружници (ООД) или еднолични собственици (ЕООД). Кой е собственик на една фирма се определя от разпределението на капитала, при регистрацията на ООД-то. Капиталът се внася по сметка на дружеството от съдружниците или едноличния собственик. Капиталът се разделя на части (дялове). Ако всички съдружници имат паритет в притежанието на фирмата, то те притежават еднакъв брой дялове в капитала. Ако някой притежава по-голяма част от дружеството, то значи той има повече на брой дялове.

ООД може да бъде учредено както от няколко съдружници, така и от едноличен собственик. Накратко, това са лицата или лицето, които вземат решението за учредяване на дружеството и внасят капитала по неговата сметка.

Когато в една фирма има само един собственик, тя е ЕООД (Еднолично Дружество с Ограничена Отговорност). Когато има съдружници, фирмата е ООД. Съдружниците във фирмата формират общо събрание. То е върховен орган на ООД-то. Това означава, че някои решения за дейността на фирмата се вземат единствено от общо събрание. Такива са основно:

- Приемане и изключване на съдружници;
- Намаляване и увеличаване на капитала, смяна на адрес, име и предмет на дейност;
- Участие на дружеството в други фирми – учредяване на дъщерни дружества, клонове и други;
- Назначаване и освобождаване на управител;
- Сключване на сделки с недвижими имоти.

Собствениците на фирмата могат да бъдат както физически лица така и други фирми. Когато едно ООД е собственост на друга фирма, говорим за дъщерно дружество или дружество-майка.

Какви са предимствата на дъщерните дружества?

Дъщерните дружества са приложими основно при структуриране на дейността на един бизнес. Така например една фирма-майка може да има различни дъщерни дружества, всяко от които да управлява определен сегмент от дейността – дистрибуция, производство, продажби и т.н. Разпределението на дейността позволява диференциране на разходите и приходите и контролиране на риска. Ако даден продукт не върви добре и трупам загуби, това няма да засегне целия бизнес, а щетите ще бъдат ограничени до това дъщерно дружество, което го управлява. Друго предимство е, че чрез създаването на дъщерни дружества могат да бъдат привлечени инвеститори, които имат интерес да инвестират само в определена сфера от бизнеса. Да кажем, че имаш фирма, която се занимава с маркетинг – традиционен и дигитален такъв. Появява се потенциален инвеститор, който желае да участва в дигиталния, но не и в традиционния маркетинг. В този случай можеш да направиш дъщерно дружество, в което да изнесеш дейността по дигиталния маркетинг и в което

да предложите участие на инвеститора без той да се обвързва и с участие в дейностите по традиционен маркетинг. При създаване на дъщерно дружество има и чисто счетоводни предимства.

ПРИМЕР: Така например фактурираните от фирмата-майка суми към дъщерното дружество мога да бъдат данъчно признати като разходи и да бъдат приспаднати от финансовия резултат. Много съществено предимство е данъчната консолидация. Тя позволява обединяване на печалбите и загубите на всички дъщерни дружества в дружеството-майка. Ако една от фирмите е на печалба, а друга на загуба, двата резултата се прихващат, за да се получи финална печалба или загуба, върху която се начислява корпоративен данък.

Считано от 2019 г., има нови правила за дъщерните дружества. Всяко от тях трябва вече да декларира в Търговския регистър своите действителни собственици. Има две категории фирми, които трябва да декларират данни в регистъра:

- Фирми, в които някой от съдружниците е юридическо лице;
- Фирми, в които юридически лица (други фирми и организации) могат да упражняват контрол.

Едно юридическо лице може да бъде съдружник в една фирма или пък директно да бъде неин едноличен собственик. ЗМИП установява следното правило: Ако във фирмата има съдружник юридическо лице с дялово участие от поне 25% от капитала, то фирмата трябва да декларира действителен собственик.

Действителният собственик винаги е физическо лице. В случая това ще бъде собственикът на юридическото лице, което е съдружник.

- Важно условие, което трябва да се повтори тук, е, че фирмата, която е съдружник на друга фирма, трябва да притежава поне 25% от капитала на дружеството. Ако на свой ред тази фирма е собственост на друга фирма, трябва да се изследва нейният собственик и така по веригата, докато не се установят физическите лица, които стоят зад съответния съдружник.
- Упражняването на контрол е второто основание, на което трябва да бъде подадена декларация за действителен собственик. Според Търговския закон едно лице упражнява контрол върху друго, ако:
 - Притежава повече от половината от гласовете в общото събрание;
 - Има право да определя повече от половината от членовете в управителния орган.

В случая с фирмите едно юридическо лице ще може да упражнява контрол върху друго единствено ако има повече от 50% от дяловете или акциите в капитала. Останалите хипотези, предвидени в закона, са по-скоро казуистични. Разликата с горната хипотеза е, че тук изискването не е за 25%, а за 50% от капитала. Също така, в декларацията се попълват данни за юридическото лице, а не за физическите лица, които стоят зад него.

Управление на ООД

Съдружниците могат да изберат един от тях за управител на дружеството или да назначат трето лице. Същата ситуация имаме и при едноличния собственик. Той може да избере да стане управител или да назначи трето лице за управител на своята фирма. Фирмата може да има и повече от един управител.



Управителят организира и ръководи дейността на дружеството, като се съобразява със закона. Той е също така и представител на дружеството. В случай на няколко управители в едно дружество, в договора за учредяване трябва да бъде записано как ще го представляват те. Най-често срещаният начин за представителство от няколко управители е **“Заедно и поотделно”**.

Управителят е лицето, което взема повечето решения в едно търговско дружество. Той сключва договори, назначава служители, представлява фирмата пред различни институции. При един стартиращ бизнес управителят често е и собственик или съдружник. Това обаче не е задължително да бъде така.

Управителят отговаря за своите действия пред съдружниците за вреди, които причинява виновно на фирмата. Това може да се случи при сключване на неизгодна сделка или при бездействие, от което бизнесът страда. Отговорността на управителя се реализира по съдебен ред като право да подадат иск имат съдружниците.

Име на ООД

Името на фирмата е неин основен идентификатор заедно с уникалния номер (ЕИК), който се присвоява служебно при регистрацията в Търговския регистър. Името е уникално, т.е. не може да има две фирми с едно и също име.

Името на фирмата се избира от нейните учредители, т.е. съдружниците или едноличния собственик на капитала. При избор на име на фирма трябва да се имат предвид следните изисквания:

Името трябва да бъде свободно

Това е така заради изписването всяка фирма да има уникално име. Проверката за име се прави в сайта на Търговския регистър. Не само не трябва да има точно същото име на вече регистрирана фирма, но не трябва да има и подобно такова. Има някои знаци, които не се вземат предвид при преценката дали едно име е различно спрямо друго. Това са празно място, тире, точка и др. подобни. /виж по-нататък в т.Регистрация на фирма за конкретните стъпки/

Името трябва да бъде на български език

Основното име на фирмата трябва да бъде изписано на кирилица. Възможно е да има и съпътстващо име, изписано с латински символи. Към името се добавя окончанието ООД/ЕООД или на английски Ltd.

Пример: „Метал инвест“ ООД, „Metal invest“ Ltd.

Някои фрази в името трябва да се избягват

Някои думи са запазени за конкретен тип фирми. Такива са например изразите "холдинг" или "лекарска практика", както и банка и застрахователна компания, запазени за търговски дружества, които извършват точно определен тип дейност на база на лицензионен или друг специален режим.

Също не се допускат при регистрацията на фирма и нецензурни думи.
Използват се само позволени знаци

Знаците, които можеш да използваш в името на своята фирма, са буквите от българската азбука, арабските цифри, точка, тире и празно място(space). Не се допускат също и римски цифри, и други препинателни знаци като „?“.

Добавки към името, означаващи правната форма

Пълното наименование на една фирма е сбор от избраното име и добавка за правната форма. В случая това са ЕООД и ООД. Така например фирмата с име „Бизнес“, която има едноличен собственик на капитала, ще носи пълното наименование „Бизнес“ ЕООД. По този начин тя ще фигурира във всички официални документи, а също така и в Търговския регистър. За акционерните дружества добавката е АД, а за едноличните търговци – ЕТ. При ЕТ добавката се слага преди името на фирмата, а има изискване в името да бъдат включени и две имена на реалния търговец.

Пример: „ЕТ Иван Иванов – Бизнес“.

Промяна на името на фирма

Името на фирмата, избрано в момента на регистрация подлежи на промяна във времето. То може да бъде сменено с решение на общото събрание или едноличния собственик. Промяната на името не води до смяна на субекта (лицето). Фирмата остава същата, но с друго име. Важно е, че заедно с промяната на основното име на фирмата трябва да бъде променено и изписването на латиница, за да се запази съответствието между двете.

Адрес

Тук има две понятия:

- Седалище - седалището е населеното място, в което е учредена фирмата
- Адрес на управление - точният адрес, на който се намира офисът.

Изисквания за адреса

За първоначален адрес на управление се посочва този на някой от собствениците. Не е необходимо на адреса реално да бъде разположен офис или пък да фирмата да има някакво формално право да го ползва – договор за наем или документ за собственост. Ако фирмата има търговски обект, той може да се използва за офис. Адресът на управление **е само един**, затова при повече офиси трябва да се избере един основен. Единствено изискване при регистрацията на фирмата е адресът да бъде реален, т.е. в действителност да съществува нещо на посочения адрес.

Какво е значението на адреса на фирмата?

Правното значение на адреса на управление е свързано най-вече **с комуникацията**, която води една фирма. Поради тази причина е важно адресът да е актуален и да има постоянен достъп до него, тъй като част от кореспонденцията, която се изпраща на адреса на дружеството, ще се счита за автоматично получена, когато е изпратена на този адрес.

При избор на адреса на управление на фирма е добре да се избере най-често ползвания адрес от собствениците, ако има повече от един обект. Адресната регистрация на фирмата определя и с кои териториални структури и местни органи ще си взаимодейства фирма - община, териториални дирекции на НАП, НОИ, ИТ, съдилища и др.

Адресът на фирмата може лесно да бъде променен впоследствие.

Предмет на дейност

В предмета на дейност на една фирма по правило се посочва описание на дейностите, които фирмата ще извършва. Често изписването на предмета на дейност е твърде формално и той има чисто информативно значение за хората, които искат да го проверят в Търговския регистър. За удобство на тези, които биха ви потърсили за бизнес партньорство препоръчвам в изброяването на дейностите да започнете с тази, която ви е основна.

Ограничения в предмета на дейност

Ограниченията в избора на предмет на дейност са законово определени, като това са дейности, за упражняването на които има специални изисквания:

- Банкова дейност
- Застраховане
- Лекарски практики
- Адвокатски услуги
- Здравно осигуряване и др.

Задължителен предмет на дейност - За фирмите, които извършват дейност в някои от тези сфери на бизнеса, е необходимо задължително да се посочва предмет на дейност, който е точно определен от закона.

В 90 % от актовете е записано и „**И всяка друга дейност, незабранена от закона**“, това се прави поради невъзможността да посочиш всички възможни стопански дейности в предмета на своята фирма. Слагането на добавка за всички дейности не е задължително.

Код на икономическата дейност

Това е характеристика имаща отношение с дейността на фирмата. Кодовете на дейностите се съдържат в Национален класификатор на икономическите дейности. Посочването на Код на икономическа дейност не е задължително и обикновено се прилага, когато фирмата се учредява за кандидатстване по някоя програма за финансиране чрез европейски програми. Често изискване в тези програми е фирмата да има стопанска дейност, която съответства на дейността, която се финансира чрез програмата, поради целевия характер на програмите.

Такъв код се получава от Националния статистически институт.

<https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/KID-2008.pdf>

Капитал на ЕООД и ООД

Това е една от най-важните характеристики на дружествата с ограничена отговорност. Капиталът, в момента на написването на Наръчника е минимум 2 лева. Той всъщност е числов ориентир за размера на фирмата, като той се дели на равни по размер дялове, всеки от които е цяло число и е не по-малък от 1 лв. капиталът се внася по набирателна банкова сметка на фирмата още преди нейната регистрация. Капиталът се внася по

набирателна банкова сметка на фирмата още преди нейната регистрация. Всеки съдружник внася сам своя дял в брой по набирателната сметка.

Съдружниците в дружеството могат да притежават равен или различен брой дялове. Уставния /първоначален/ капитал има няколко функции:

1. Начално /стартиращо/ имущество на дружеството;
2. Регламентира разпределението на собствеността върху фирмата;
3. Служи за оценка при напускане и привличане на съдружници;
4. Показва как се разпределят гласовете за вземане на решения и разпределение на печалбата във фирмата.

Списък с регистрираните банки в България:

http://bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIRegisters/BS_CI_REG_BANKSLIST_BG

Начално имущество на фирмата

Капиталът на дружеството е цялото налично парично и материално състояние, с което тя разполага към момента на регистрацията си. Парите, които са внесени по банковата сметка, не остават блокирани в нея, а могат да се използват свободно за дейността на фирмата. Отблокирането им става след предстваяне на удостоверение за регистрация на дружеството по ТЗ. Капиталът може да бъде променян с решение на съдружниците или едноличния собственик.

Привличане на нови съдружници и напускане на стари

Ако към фирмата трябва да бъде привлечен нов съдружник, единственият начин това да се случи, е, като той получи дялове от капитала. Това може да стане с прехвърляне на дялове от старите съдружници към новите или със записване на нови дялове. Респективно, ако един съдружник желае да излезе от фирмата, той трябва да се освободи от своите дружествени дялове.

Разпределение на гласовете в дружеството

Най-важната функция на капитала! В общото събрание на дружеството съдружниците може да нямат равни дялове, а от там и равни гласове. Това определя и кои са мажоритарни и кои са миноритарни съдружници в дружеството. Един съдружник винаги гласува с всичките си дялове. При гласуванията всеки съдружник има само един глас, но той просто е с различна тежест.

Разпределение на печалбата в дружеството

Разпределението на дяловете от капитала е право пропорционално на частта от печалбата, която всеки съдружник има право да получи като дивидент.

Промяна на капитала

Промяната на капитала на една фирма може да направена по три начина:

1. Увеличаване
2. Намаляване
3. Реструктуриране на дялове

Единен идентификационен код (ЕИК)

При вписването в Търговски регистър дружеството получава – 9-цифрен уникален номер, който ѝ се присвоява служебно. Това е истинският идентификатор на фирмата.

Всички други реквизити, включително и името, може да бъде сменено, но ЕИК остава един и същ през целия период на съществуване на дружеството.

https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD_%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD_%D0%BA%D0%BE%D0%B4

Бизнес чрез свободна професия

Друг начин да се занимавате с бизнес е чрез упражняване на свободна професия – това са най-често са хората, които се занимават с изкуство, дребно занаятчийство, адвокати, консултанти и др.

Какви са разликите между свободната професия и едноличния търговец?

Основните разлики между тези субекти са:

- Режимът на регистрация;
- Воденето на счетоводство и административните задължения;
- Плащането на данъци.

Режим на регистрация

Както вече стана дума, едноличните търговци се регистрират като такива в Търговския регистър. С регистрацията си те вече извършват дейност под името на своята фирма и получават свой единен идентификационен код (ЕИК).

Свободните професии не се регистрират в Търговския регистър. Те не са търговци. Регистрират се като лица, упражняващи свободна професия в Регистър БУЛСТАТ, а също и в НАП. В Регистър БУЛСТАТ на място или по електронен път (с електронен подпис) се подава Заявление за регистрация на лице, упражняващо свободна професия. Към заявлението се прилагат:

- Лична карта;
- Заявление за регистрация на лице, упражняващо свободна професия;
- Документи, доказващи необходимата квалификация за извършване на дейността – диплома, сертификат и др.;
- Декларация за истинността на заявените обстоятелства;
- Документ за платена държавна такса.

След регистрацията не получаваш единен идентификационен код, а тази роля изпълнява твоето ЕГН. Важен детайл при регистрацията в Регистър БУЛСТАТ е, че трябва да покажеш диплома за квалификация, която съответства на свободната професия, за която желаш да се регистрираш. Заедно с регистрацията в Регистър БУЛСТАТ се прави и регистрация в съответната териториална дирекция на НАП. По закон срокът и за двете регистрации е 7-дневен, считано от момента на започване на дейност.

3.2. Водене на счетоводство и административни задължения

Законът позволява на лицата, упражняващи свободна професия, да не водят счетоводство по начина, по който го правят дружествата с ограничена отговорност и

едноличните търговци. Свободните професии също така не е необходимо да имат и касов апарат при получаване на плащания в брой. Могат обаче свободно да издават фактури.

Те подават данъчни декларации като физическо лице.

3.3. Плащане на данъци

Свободните професии дължат данък върху своя доход, а фирмите – върху своята печалба. Свободната професия не пресмята печалба и загуба, а единствено доходи. За целта се ползват така наречените данъчна основа /доходът получен от професионалната дейност намален с нормативно признатите разходи в размер на 25 % и данъчна ставка.

Данъчна основа е сумата, върху която се смята данъкът. При свободните професии това е доходът, получен от професионална дейност.

Този доход не е данъчната основа, а се използва за нейното формиране. Законът приема, че практикуващия свободна професия има някакви разходи, които трябва да се приспадат от данъчната основа, защото не е справедливо и върху тях да се плащат данъци. Тези разходи се наричат признати разходи и са фиксирани в размер на 25% от дохода. Няма значение дали реалните разходи са повече от 25%, или по-малко. От значение са признатите разходи и те са 25%. Това означава, че за практикуващия свободна професия данъчната основа е 75% от доходите, които получава от своята професионална дейност.

Данъчна ставка е размерът на данъка, който се начислява върху основата. Към момента на писане на Наръчника той е 10%. Тези 10% се начисляват върху 75% от дохода на практикуващия свободна професия.

От горните два абзаца може да се достигне до извода, че данъкът, който практикуващия свободна професия дължи, е в размер на 7.5% от доходите, които получава от упражняване на своята професия.

Но това не е всичко. Не за всички доходи признатите разходи са в размер на 25%. Законът приема, че за доходите от авторски и лицензионни възнаграждения разходите са по-големи – 40%.

За прегледност е и долната таблица:

Източник на доход	Признат и разходи	Данъчна основа	Данъчна ставка	Данък
доход от упражняване на професия	25%	75%	10%	7.5%
доход от авторско право	40%	60%	10%	6%

Практикуващият свободна професия може да има доходи от много различни източници и това важи особено за дейностите в областта на изкуството. Едно лице обаче може да се регистрира за упражняване на една-единствена професия. Това означава, че чисто формално не можеш да бъдеш и фотограф, и програмист едновременно.

ПРИМЕР: Мария Иванова е земеделски производител - на свободна практика. За 2017 година е получила приходи на обща стойност 10 000 лв.

Нормативно признатите разходи ще се изчисляват:

$10\,000 \times 25\%$ (НПР за свободна професия според ЗДДФЛ) = 2500 лв.

Това е сумата на разходите, които ще се признаят при подаването на годишната ѝ декларация. Но реалните, действителни разходи за суровини и др. могат да са повече или по-малко.

Какви осигурителни задължения имате, като свободна професия?

- Задължително следва да се правят осигурителни вноски за инвалидност поради общо заболяване, за старост и за смърт. По ваш избор може да се осигурявате и за общо заболяване и майчинство.
- Длъжен сте и да заплащате [здравните си осигуровки](#) в размер на 8%. До 25-о число всеки месец трябва да внасям авансово осигуровка за предходния месец в размер на 8% от дохода, върху който се осигурявам (доходът не може да бъде по-малък от минималния месечен осигурителен доход). До 30 април на годината, следваща годината, посочена в годишната ми данъчна декларация, трябва да направя и окончателна вноска, която представлява разликата между общия размер дължими здравни вноски и авансово внесените суми през годината.

Пример: Авансово плащане: Трябва да заплатя здравноосигурителната си вноска за месец октомври 2020 година и се осигурявам върху минималния месечен осигурителен доход (610 лв. за 2020.). Следователно до 25 ноември 2020 трябва да заплатя $610 \text{ лв.} \times 0,08 = 48,80 \text{ лв.}$

Окончателно плащане: В годишната ми данъчна декларация за 2020 г. изчислявам и посочвам общия размер на дължимите от мен здравноосигурителни вноски през 2020 г. Ако реалният ми доход не надвишава осигурителния, то няма да довносям. Но ако го надхвърля, ще трябва да ги изравня. Например дължа 640 лв. и внесената общо сума през годината – 585,60 лв. ($12 \times 48,80 \text{ лв.}$), то до 30 април 2021 г. трябва да внеса разликата в размер на 54,40 лв.

Кога има смисъл да практикувате свободна професия?

Основният съвет, който може да бъде даден тук, е: ако разходите в бизнеса са под 25% от размера на приходите, то има икономическа логика в това едно лице да се регистрира като практикуващ свободна професия.

Има обаче и други. Ако е например програмист, той може да избира дали да регистрира своя фирма, или да упражнява свободна професия. От неговата гледна точка може да бъде по-добре да бъде практикуващ свободна професия, но някои компании, особено чуждестранни, ще откажат да работят с него на това основание. Причината е, че по този начин възникват повече бюрократични задължения за компанията контрагент.

Да бъдеш практикуващ свободна професия също така е свързано с риска на неограничената отговорност, който не съществува при ЕООД. Както едноличните търговци, самоосигуряващите се лица отговарят за свои задължения с пълното си имущество. Ако нещо в някой договор се обърка, няма никакви гаранции и ограничения, а бизнесът поначало е рисковата дейност, която често отива на зле.

Друг недостатък на дейността като практикуващия свободна професия е, че по дефиниция тя се осъществява самостоятелно. Ако решите да развivate бизнеса си със свой партньор, могат да се измислят сложни схеми за разпределение на приходи и разходи, но много по-чисто би било това да става с ООД. Ако пък искате да привлечете инвеститор към своя бизнес, то почти със сигурност ще ви бъде необходима фирма. Тук ключово е, че може да промените формата, под която извършвате дейност. Ако веднъж се регистрирате като самоосигуряващо се лице, това не означава, че оставате такова завинаги. Винаги може да се дерегистрирате и да започнете да извършвате дейност от името на своя фирма – ЕООД.

4. Защо трябва да изберете именно Дружество с ограничена отговорност за своя бизнес?

Огромната част от предприемачите в България развivate своя бизнес чрез дружества с ограничена отговорност. Ако разгледаме статистиките, които се публикуват от Националния статистически институт, ще видим, че най-голямата част от фирмите, които се регистрират всеки месец в България, са ЕООД. На следващо място са ООД. Много след тях са едноличните търговци и акционерните дружества. Това не е случайно и е тенденция, която се наблюдава навсякъде по света. По-долу ще посоча основните причини.

Ограничената отговорност

Това е най-голямото предимство на ЕООД и ООД. С помощта на тази правна форма всеки може да започне едно рисково бизнес начинание, без да се притеснява, че това ще доведе до окончателното му разорение и като човек. Възможността всеки да регистрира такава фирма е много мощен двигател на икономиката.

По-малко бюрокрация

Предимството на ограничената отговорност съществува и при акционерните дружества. Тяхното управление обаче е по-сложно, а регистрацията не само също е сложна, ами е и доста по-скъпа от тази на ЕООД и ООД.

Дружество с ограничена отговорност в момента може да бъде регистрирано за броени дни, дори за по-малко от седмица.

Разходите по учредяване също не са големи. Повече за тях по-късно, но само за сравнение с акционерните дружества ще спомена, че минималният капитал за учредяване на едно АД е 50 000 лв., докато за ЕООД и ООД е едва 2 лв.

Данъчно облагане

Фактът, че при фирмите се облага печалбата, а не приходът, може да бъде голямо предимство. Един бизнес невинаги е успешен и често маржовете за печалба не са големи. В такъв случай облагането на доходите вместо на реалната печалба може да бъде пагубно.

По-добра форма за извършване на съвместна дейност

Дружествата с ограничена отговорност са подходящи както за самостоятелни практики (ЕООД), така и за партньорства (ООД). Дяловете от капитала не дават чак толкова много възможности както акциите в АД, но все пак позволяват всякакви различни разпределения на собствеността. Приемането на нови, напускането на стари и изключването на съдружници от фирмата, макар и по-трудно, отколкото при АД, също не представлява особена трудност, когато има съгласие на всички страни.

Лесно управление

Управлението на едно ООД като текуща административна дейност на месечна и годишна база всъщност не е особено сложно. Всеки месец се заплащат осигуровки и евентуално се подават декларации за ДДС, а на годишна база се прави счетоводно приключване и се обявява финансов отчет. Важна препоръка, е да се наеме свой счетоводител или да се ползват услугите на счетоводна кантора. Това ще облекчи неимоверно административната тежест за всеки нов предприемач.

Регистрация на Дружество с ограничена отговорност Предварителна подготовка

Преди да регистрирате своята фирма, има няколко въпроса, по които трябва да се подготвите предварително. Те са свързани с основните характеристики на фирмата, които посочихме по-горе. Тук ще дадем конкретни препоръки за тях.

4.1. Избор на име

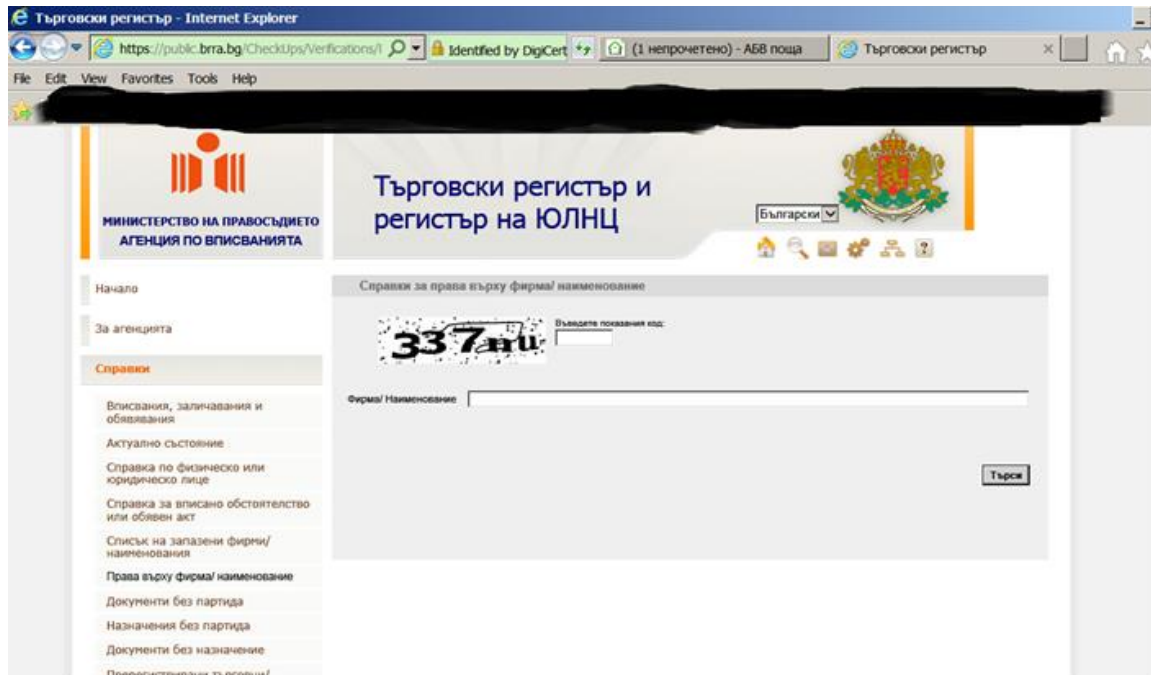
Вече знаем, че името на фирмата трябва да бъде свободно. Уви, в България вече има толкова много регистрирани фирми, че често се случва избраното такова да бъде заето. В този случай винаги сме съветвали нашите клиенти да направят малка промяна, като сложат някоя добавка. Например вместо „Фирма“ ООД, името може да бъде „Фирма 2019“ ООД, „Фирма България“ ООД или „Фирма Груп“ ООД.

Друга препоръка е, ако фирмата ще се използва и в чужбина, да се измисли име, което звучи и на чужд език. Добра практика тук е да се провери дали пък името не означава някаква простотия на чужд език. За тази цел препоръчваме сайта wordsafety.com.

ПРИМЕР: За Проверка на име ООД или ЕООД (фирма):

Преди да започнете с въвеждането на данните за регистрация, проверете дали желаното име на дружеството (фирма) е свободно.

1. Влезте в сайта на Търговския регистър - www.brra.bg ;
2. През меню "Справки", влезте в "Права върху фирма" или на този линк: <https://public.brra.bg/CheckUps/Verifications/RightsOverCompany.ra>
3. Тук въведете желаното име на дружество/фирмата. ще излезе списък на фирми, които съдържат името, което сте написали.* Ако Ви излезе надпис в червено "Няма намерени резултати!" или се появи списък на имена на фирми, но няма точно съпадение на името, значи желаното от Вас име е свободно. Моля обърнете внимание, че е възможно да има няколко страници с резултати от Вашето търсене - най-отдолу на списъка с фирми е изписано колко са намерените резултати. Разгледайте всички страници, за да сте сигурни, че името не е заето.



4.2. Предмет на дейност

Тук е лесно. Трябва просто да избягваш дейностите, които са посочени по-горе в Наръчника, за които се изисква специален лиценз. Съвет - опишете с прости думи основната дейност на фирмата. Ако правите фирмата с идеята да участвате в някоя обществена поръчка, е важно да съобразите възможността да посочите изискуемия код на икономическа дейност.

4.3. Адрес на управление

И тук няма голяма сложност. Ако имате офис, може да посочите него. Ако не, спокойно може да посочите свой личен адрес. Не забравяйте само, че адресът на управление на една фирма е публичен в Търговския регистър заедно с другите данни, които разглеждаме тук. Това означава, че ако посочите своя адрес, всеки ще има възможност да го види в рамките на по-малко от минута.

4.4. Капитал

Какво да не правите? Не посочвайте минималния капитал от 2 лв. Законът го позволява, но има две причини, поради които искате да избегнеш това:

- Капитал от 2 лв. просто не изглежда добре в досието на фирмата;
- Капитал от 2 лв. не може да послужи за ефективно разпределение на дяловете във фирмата;
- Парите няма да са достатъчни за първоначалните фирмени разходи.

Когато някой ваш контрагент реши да провери фирмата ви, едно от нещата, които със сигурност ще погледне, е делото ѝ (досието) в Търговския регистър. Ако посочите капитал от 2 лв., това може да се стори несериозно на потенциални партньори.

Когато имате капитал от 2 лв., единствените опции за неговото разделяне са 1 дял от 2 лв. и 2 дяла от по 1 лв. Ако сте двама съдружници, можете да разделите собствеността единствено поравно, т.е. всеки да има един дял. На практика няма как да бъдете и

повече от двама. Дори и в началото да си сам, възможно е в бъдеще да привлечеш инвеститор или съдружник и да искаш да отстъпиш на някого, да речем, 5 процента от собствеността върху фирмата. Това няма как да се случи с капитал от 2 лв. Причината е, че както по-горе споменахме, капиталът се дели на дялове, като всеки дял е равен и неговата стойност не може да бъде по-малка от 1 лв.

Внесеният в банката капитал е всичко, с което фирмата ще разполага като средства в началото на своята дейност. Да кажем, че трябва да наемеш офис със своята фирма и да платиш депозит за него в размер на 1000 лв. Добре, но във фирмата чисто формално има само 2 лв. Единият вариант е ти да платите депозита от своя джоб. Тогава те няма да се считат за разход на фирмата. Другият подход е да вкарате пари лично в сметката на фирмата и после фирмата от своята сметка да плати депозита. За да дойдат обаче парите от вас към фирмата, е необходимо някакво правно основание. Най-често се прави договор за заем. Това означава, че после фирмата трябва да върне парите. И в двете ситуации се получава малка счетоводна неразбория, което едва ли е мечтаното начало на вашия бизнес.

Какво да направите?

Определете по-висок капитал. Обикновено 1000 лв. са достатъчни за всички първоначални разходи. Също така изглеждат достатъчно сериозно в Търговския регистър. Тук е важно да знаеш, че законът допуска към момента на вписване на дружеството в Търговския регистър да бъдат внесени и само 70% от капитала, а другите да се внесат на по-късен етап. Разделете капитала на дялове с номинал от 1 лв. Нищо не губите от това, а може единствено да спечелите. Така собствеността на фирмата ще бъде разделена на възможно най-малките възможни дялове. Това е полезно, когато решите да прехвърляш малки части от нея, например 0,1 процента от собствеността. Няма никаква практическа полза от обратното – това да разделиш капитала на по-големи дялове.

Разпределение на дяловете между съдружници

Този въпрос се отнася единствено за ООД, доколкото при ЕООД просто няма какво да се разпределя – има само един собственик на капитала. Тук в практиката ни обикновено сме се ограничавали до един основен съвет: Разделението на собствеността поравно невинаги е добра идея. Звучи справедливо всеки съдружник да има еднакъв дял, но при двама съдружници това може да блокира решенията на общото събрание. Проблем би възникнал при разрыв в отношенията, а това е една от най-честите причини за провал на едно бизнес начинание, което не е самостоятелно.

В тази връзка по-добър вариант е единият съдружник да има пренебрежително малко по-голям дял от другия, за да може да се гарантира, че ефективно ще могат да бъдат вземани решенията, за които е необходимо обикновено мнозинство.

Друг съвет, който е по-скоро казуистичен, е добавянето на формални съдружници, които да играят ролята на буфер при неправомерни опити за изключване на съдружник. Търговският закон допуска при определени ситуации съдружник да бъде изключен с решение на общото събрание. При това решение съдружникът, подлежащ на изключване, няма право на глас. Така би могло един съдружник да вземе решение за изключване на друг, който пък да няма възможност да се защити. Разбира се, не е толкова просто. Тези решения подлежат на съдебен контрол и на практика изключване на съдружник от ООД е почти невъзможно. Някои предприемачи обаче предпочитат да се подсигурят допълнително, като прехвърлят част от своя капитал на трето лице. По този начин то ще участва в гласуванията за изключване и би блокирало вземането на подобни решения.

4.5. Избор на управител и начин на управление

Най-често управител на фирмата е някой от съдружниците. При ЕООД пък това е едноличният собственик на капитала. Този въпрос изглежда доста лесен, но всъщност крие своите особености. Най-честа причина за назначаване на управител, различен от собственика, е оптимизирането на осигуровките. Обичайна практика е назначаването на пенсионер като управител чисто и просто за намаляване на месечните разходи за осигуровки.



Друга причина е това, че дадено лице може към съответния момент да получава обезщетение за безработица или пък за майчинство или бащинство. Заемането на длъжността управител е несъвместимо с тези обезщетения и ще доведе до прекъсването им. Някои лица по закон нямат право да участват в управлението на търговски дружества.

Друг въпрос е – дали фирмата се управлява от един или от повече управители? Тук решаващ фактор също най-често са осигуровките. Такива не се дължат за съдружниците, но се дължат за управителите във фирмата. Ако във фирмата има повече от един управител, трябва да се избере и способ за управление. Той може да бъде заедно, поотделно или „заедно и поотделно“. Заедно означава точно това – че управителите могат да представляват фирмата само заедно. За да се сключи един договор, той трябва да носи подписите на всеки един от управителите. Поотделно пък е обратното. Договорът ще бъде действителен, ако е подписан и от само един от управителите. Терминът „заедно и поотделно“ означава, че договорът ще бъде действителен, ако е подписан и по двата начина. На практика този начин на управление е идентичен с управлението поотделно.

4.6. Необходими документи

Документите, необходими за регистрация на дружество с ограничена отговорност, в някои случаи са различни за ЕООД и ООД.

По-долу ще разгледаме всеки един документ и за двете форми. Първо обаче нека ги изредим в един списък:

1. Дружествен договор (ООД) / Учредителен акт (ЕООД);
2. Учредителен протокол от съдружниците (ООД) / едноличния собственик (ЕООД);
3. Съгласие и образец от подпис от управителя / управителите;
4. Декларация от управителя, че липсват пречки той да заема този пост;
5. Декларация по чл. 13 от Закона за Търговския регистър по образец;
6. Вносна бележка за платена държавна такса;
7. Доказателство за внесен в банка капитал на фирмата;
8. Пълномощно, ако документите се подават от пълномощник.

4.7. Дружествен договор / Учредителен акт

Съдружниците в едно ООД подписват дружествен договор. Чрез него те уреждат отношенията помежду си. Законът не позволява кой знае каква свобода при съставянето на дружествен договор. Основно в него се записват разпределението на собствеността между съдружниците, начинът на управление, името, адресът и предметът на дейност на фирмата.

Възможно е да се запишат и различни правила за вземане на някои решения от общото събрание, но това по-скоро е изключение. Като цяло практиката е дружественият договор до голяма степен просто да преписва разпоредбите на закона. В едно ЕООД няма дружествен договор, тъй като има само един съдружник – едноличният собственик. Той приема еквивалентен документ, който се нарича учредителен акт.

Дружественият договор и учредителният акт не се заверяват нотариално. Върху тях се поставят съвсем обикновени подписи. Ако съдружниците в ООД не могат да подпишат едновременно дружествения договор, може първо да го подпише един, после втори и т.н. Допустимо е да се подпишат дори и просто сканирани копия. Важното е накрая в едно копие да присъстват всички подписи.

Учредителен протокол

Този документ представлява чисто и просто решение за регистрация на фирмата. Ако фирмата е ООД, това решение се вписва в протокол от учредително събрание на съдружниците. При ЕООД е просто протокол – решение. И в двата случая в документа се повтаря основната част от съдържанието на дружествения договор или учредителния акт.

Формално се избират:

- Име, адрес и предмет на дейност;
- Разпределение на капитала;
- Избор на начин на управление и назначаване на управител.

Новото тук е, че с този документ се назначава управителят на фирмата или пък управителите, ако са повече от един. Отново, както и при дружествения договор, не е необходима нотариална заверка, а само подписи на съдружниците или на едноличния собственик на капитала.

Документи от управителя

Всички документи, които се подписват от управителя в рамките на регистрация на фирмата, са напълно стандартни и съдържанието им се определя изцяло от закона.

Съгласие и образец от подпис

Необходимо е управителят да декларира писмено, че е съгласен да изпълнява тази длъжност, като в документа се посочи и точно фирмата, за която се отнася съгласието. В същия документ управителят поставя образец от своя подпис. Това се случва пред нотариус. Образецът от подпис, както е поставен върху документа, се съхранява в Търговския регистър. Смисълът на това действие е всеки да може да сравни подписа на даден документ, който се твърди, че е положен от управителя, с този от Търговския регистър.

Затова и този документ се заверява нотариално.

ДЕКЛАРАЦИЯ

Подписаният от, л.к. №
....., изд. на от МВР, ЕГН : – УПРАВИТЕЛ на “
..... “ ЕООД ,

ДЕКЛАРИРАМ :

че давам съгласието си да бъда управляващ и представляващ на “ ”
ЕООД и в качеството си на такъв ще подписвам всички документи на дружеството със следния образец от подписа си :

.....

Този подпис има качество и на спесимен.

Известно ми е, че за вписване в настоящата декларация на неистински данни, нося наказателна отговорност.

ДЕКЛАРАТОР :
/ /

Декларация за отсъствие на пречки за заемане на поста

Когато заема този пост в една фирма, управителят трябва да декларира със специална декларация, че не съществуват законови пречки да изпълнява такава дейност. Понякога това се прави с две отделни декларации. Този документ често се приема за чиста формалност, но все пак трябва да се има предвид, че за деклариране на неверни данни се носи наказателна отговорност. За разлика от предния документ, тази декларация не се заверява пред нотариус.

ЗА ЛИПСА НА ОБСТОЯТЕЛСТВАТА ПО ЧЛ. 141, АЛ. 8 ОТ ТЪРГОВСКИЯ ЗАКОН

Долуподписаният,, ЕГН, с постоянен адрес:, притежаващ лична карта №....., издадена на г. от МВР - гр., в качеството си на Управител и законен представител на "" ЕООД, със седалище и адрес на управление:

ДЕКЛАРИРАМ, ЧЕ:

1. Не съм лице, обявено несъстоятелност

2. Не съм бил управител, член на управителен или контролен орган на дружество, прекратено поради несъстоятелност през последните две години, предхождащи датата на решението за обявяване на несъстоятелността, ако са останали неудовлетворени кредитори.

3. Не съм управител и лице, което е било управител, член на управителен или контролен орган на дружество, за което е било установено с влязло в сила наказателно постановление неизпълнение на задължения по създаване и съхраняване на определените му нива от запаси по Закона за запасите от нефт и нефтопродукти

Известно ми е, че за даване на неверни данни нося наказателна отговорност по чл. 313 от Наказателния кодекс.

гр.

..... г.

ДЕКЛАРАТОР:
/ /

Декларация по чл. 13 от Закона за Търговския регистър

Това е може би най-стандартният документ, който се използва при работа с Търговския регистър. Прилага се при всяко едно вписване на каквито и да е обстоятелства. Тази декларация е известна като „декларация за истинност на обстоятелства“. Нейната функция е точно такава – управителят декларира, че данните, които обявява за вписване на нова фирма в Търговския регистър, са верни. Декларацията е по образец и в действителност е чиста формалност.

Д Е К Л А Р А Ц И Я

По чл. 13, ал. 4 от ЗТРРЮЛНЦ

Долуподписаният, с ЕГН: от
....., притежаващ лична карта №, издадена на..... г. от MBP-
.....,

Д Е К Л А Р И Р А М ,

Истинността на заявените от мен обстоятелства и приемането на представените за обявяване актове.

Известна ми е наказателната отговорност, която нося по чл. 313 от Наказателния Кодекс, за декларирането на неверни данни.

ДЕКЛАРАТОР:

Документи от банката

Основното е, че вследствие на него трябва да се сдобие с два документа:

- Бележка за платена държавна такса;
- Бележка за внесен капитал

Тези документи са под формата на платежно нареждане към бюджета (държавната такса) и вносна бележка (за внасянето на капитала). Ако фирмата е ООД, е необходима вносна бележка за капитала на всеки един от съдружниците. За заплащането на държавната такса може да се представи и платежно нареждане от онлайн банкиране. Достатъчна е разпечатка за превод, не е необходима заверка или печат от банката.

Пълномощно

По правило управителят на фирмата е лицето, което подава документите за регистрация в Търговския регистър. На практика обаче по-често това се извършва от адвокат или от друго лице с пълномощно. Причината за това е, че има два варианта за регистрация – електронен или с документи на хартия. Електронният вариант е много по-лесен и евтин, но за него е необходим електронен подпис. Такива подписи обикновено имат адвокатите и счетоводителите.

По принцип пълномощното се заверява нотариално. Изключение обаче са адвокатските пълномощни. За нуждите на регистрация на фирма не е необходимо пълномощното за адвокат да бъде заверено от нотариус. Достатъчен е обикновен подпис.

Посещение при нотариус

За да бъде регистрирана една фирма, е необходимо управителят да посети нотариус. При нотариуса задължително се заверява документ Съгласие и образец от подпис. Ако документите за регистрация се подават от пълномощник, който не е адвокат, нотариална заверка се поставя и върху пълномощното. Нито един друг документ не се заверява пред нотариус. Доскоро някои нотариуси настояваха, че е необходима заверка и на учредителния протокол, но това не е така.

Цената за нотариалната заверка е 6,00 лв. с включен ДДС.

Ако във фирмата има повече от един управител, всеки трябва да завери свой образец от подпис. Само един управител обаче трябва да подпише пълномощното за регистрация. Всеки нотариус е длъжен да извърши тази услуга. Необходимо е управителят да носи свой документ за самоличност. На място нотариусът сверява данните от документа за самоличност с тези в документа, който се подписва, и поставя свой щемпел-печат. Чрез този печат нотариусът удостоверява, че на тази дата даденото лице пред него е подписало съответния документ.

Друго действие, което нотариусите задължително извършват, е да отбележат факта на нотариалната заверка в своята вътрешна информационна система. Тя носи името „Единство 2“. Служителите в Търговския регистър имат достъп до нея и следят дали в действителност нотариусът е направил съответното отбелязване. Причината е, че в противен случай е възможно нотариалният печат да бъде изфабрикуван, т.е. фалшифициран, и по този начин да се представи в Търговския регистър.

Може ли да се направи нотариална заверка в чужбина?

Този въпрос е важен най-вече за чужди граждани, които ще изпълняват длъжността управител на фирма. Българските нотариуси могат да практикуват единствено на територията на страната. В чужбина тази функция се изпълнява от българските дипломатически и консулски представителства. С прости думи това са нашите посолства и консулства.

Ако в съответната държава няма наше посолство или консулство, заверката може да се направи и от посолството на друга държава – членка на Европейския съюз. Ако ще се ползват нотариалните услуги на посолство или консулство, е добре да се осъществи предварителна връзка със съответното дипломатическо представителство и да се запази час.

Освен услугите на посолство или консулство, може да се ползват и тези на чужд нотариус. Тъй като чуждите нотариуси не владеят български, пред тях се подписва двуезичен документ, т.е. такъв с текст на български и на език, който е познат на нотариуса. Възможно е нотариусът да откаже да завери двуезичен документ, а да иска документ, който е преведен единствено на неговия национален език. В този случай самият документ, а не само нотариалният печат, също ще трябва да бъде преведен в България. Когато нотариалната заверка се прави от чужд нотариус, е необходимо нотариалният печат да бъде легализиран и преведен в България. Това означава, че е необходимо да бъде поставен апостил на документа. Това се прави в страната, в която е направена нотариалната заверка. В България документът се представя на заклет преводач, който прави официален превод и се подписва. Подписът на преводача се заверява в Консулски отдел на Министерството на външните работи. Горното правило също има свои изключения. С някои страни България има сключени договори за правна помощ. Често едни от основните клаузи в тези договори са свързани именно с опростяването на процедурата по легализация. Официалните документи, включително и тези с нотариална заверка, които изхождат от страна, с която имаме сключен договор за правна помощ, не е нужно да бъдат апостилирани. Такава е например ситуацията с Франция. В сайта на Министерството на външните работи е публикуван списък със страните, с които имаме сключени договори за правна помощ. Не всички от тях обаче предвиждат облекчена легализация. Към момента страните, с които имаме подписани такива договори и въпреки това е необходим апостил, са Италия и Гърция.

В обобщение, ако нотариалната заверка се прави в България, рядко има каквито и да е проблеми. Ако се прави в чужбина, по-евтино е да се използва българско посолство или консулство. Често, вместо да се прави заверка в чужбина, е препоръчително да се организира пътуване до България. То може да бъде полезно не само за нотариалната заверка, но също така и за разкриването на набирателна сметка на фирмата.

Посещение в банката

Както беше посочено по-горе, в банката се извършват две действия: внасяне на капитала на фирмата и заплащане на държавна такса за регистрацията.

Внасяне на фирмения капитал

Капиталът на фирмата се внася по специален вид сметка – набирателна. Тази сметка се открива на името на фирмата, макар тя все още да не съществува. С регистрацията си фирмата става собственик на средствата в сметката. Те стоят блокирани в нея до момента на трансформирането на сметката в обикновена разплащателна.

В банката трябва да бъдат представени дружествен договор (учредителен акт за ЕООД) и учредителен протокол. Банковите служители правят копие на тези документи и ги съхраняват по своето вътрешно клиентско досие на фирмата. Подписват се и доста на брой документи, които се изменят твърде често във времето и варират твърде много според различните банки.

Най-важното нещо, което трябва да се запомни за внасянето на капитала, е, че всеки съдружник сам прави своята дружествена вноски. Това означава, че трябва да има отделна бележка за дяла от капитала на отделните съдружници. Не е нужно внасянето да стане собственооръчно. Вносните бележки за капитала се пазят, защото са необходими за Търговския регистър. Именно тези бележки са доказателство, че капиталът наистина е внесен. В тази връзка някои банки имат практиката да предлагат издаване на удостоверение – документ, който да удостоверява, че в действителност всеки съдружник е направил вноски в капитала. Такова удостоверение не е необходимо и единствено ще повиши разходите за регистрация на фирмата. Вносните бележки са достатъчни.

С вносните бележки често има следните проблеми:

1. Лошо качество на документа;
2. Грешно изписване на името на фирмата;
3. Неточна сума на дяловата вноски

Огромната част от регистрациите на фирми се случват онлайн. За целта бележките от банката се сканират и се представят техни електронни копия. Тези документи трябва да се сканират с висока резолюция и при засилен контраст, тъй като често сканираните копия са доста неясни и не могат да бъдат приети по този начин в регистъра. Грешното изписване на името е характерно особено за фирми с по-дълги наименования, които не се събират във вноската бележка. В този случай от банката може да се вземе документ, който да показва цялото име на фирмата, на която е открита набирателната сметка. Името трябва да съответства дословно на това, което е посочено в документите. Вноските на съдружниците трябва да бъдат посочени напълно точно, т.е. така, както фигурират в дружествения договор на фирмата. По-малки или по-големи суми няма да бъдат приети за коректно внесени. Някои банки допускат извършване на дяловите вноски в капитала след откриването на набирателната сметка. По правило капиталът се внася в брой при откриване на сметката. Това обаче понякога не е удобно, особено когато се касае за големи вноски. Затова някои банки са склонни да направят изключения и да позволят внасяне на капитала по сметката чрез банков превод. По този начин първо ще бъде открита сметката и после съдружниците ще направят своите вноски чрез кредитни преводи. При такава хипотеза в Търговския регистър се представят платежните нареждания за кредитен превод. Допускат се и платежни нареждания от електронно банкиране.

Плащане на държавна такса за регистрацията

Регистрацията на една фирма е административна услуга, която се предоставя от Агенция по вписванията. За тази услуга се дължи държавна такса. Към момента на написване на Наръчника тази такса е в размер на 55 лв. при електронна регистрация на фирма и 110 лв. – при подаване на документи на хартия в офис на агенцията.

Държавната такса може да бъде заплатена предварително – както най-често се случва. Възможно е обаче таксата да бъде платена и в момента на подаване на документите за регистрация. Ако документите се подават на място в офис на Агенция по вписванията, плащането се извършва на ПОС терминал. При подаване онлайн се използва отново кредитна или дебитна карта.

Когато плащането се извършва предварително, то трябва да бъде направено по банков път по сметка на Агенция по вписванията. Това е специална сметка за такси към Търговския регистър. Тъй като агенцията е бюджетно предприятие, плащането към нея се извършва с платежно нареждане за плащане към бюджета. Тъй като за разкриването на набирателна сметка е необходимо да се посети банка, това посещение може да се използва и за внасяне на държавната такса. Таксата обаче може да бъде внесена и чрез онлайн банкиране.

Важно е в основанието на платежното нареждане да фигурира името на фирмата, която подлежи на регистрация. Друга препоръка - е преводът да бъде направен от името на управителя.

Разходите, които се извършват в процедурата по регистрация на фирма, включително банковите такива, могат да бъдат признати като счетоводен разход на бъдещата фирма. Платежното нареждане като документ се запазва, защото, както и вносните бележки за капитала, е необходимо да се представи пред Търговския регистър.

Вписване в Търговския регистър

Ако една фирма съществува, тя може да бъде открита в Търговския регистър. Обратното също е вярно. Вписването в регистъра е последната стъпка от процеса по регистрация. Ще се фокусираме върху електронното входиране на документи, защото е по-евтината и предпочитана форма за вписване.

Предварителна подготовка

Всички документи, необходими за регистрацията, трябва да бъдат предварително сканирани на отделни файлове. Търговският регистър приема pdf и jpg (jpeg) файлове. По-лесно е да се използва pdf формата.

Документите се сканират на отделни файлове. Наименованието на файловете е без значение. Сканираните документи трябва да бъдат пълни и четливи.

Най-честите проблеми при сканирането на документите са:

- Нечетливи лошо сканирани файлове (особено бележки от банка)

- Липса на страници

Често се пропуска да бъде сканиран щемпелът на нотариуса. Той понякога се намира на задната страница на документа, който се заверява, и поради това може лесно да бъде пропуснат.

Ето списъка с документи, които трябва да са налични преди началото на вписването:

1. Дружествен договор (ООД) / Учредителен акт (ЕООД);
2. Учредителен протокол от съдружниците (ООД) / едноличния собственик (ЕООД);
3. Съгласие и образец от подпис от управителя / управителите с нотариална заверка;
4. Декларация от управителя, че липсват пречки той да заема този пост;
5. Декларация по чл. 13 от Закона за Търговския регистър по образец;
6. Платежно нареждане за платена държавна такса;

7. Вноска бележка за внесена дружествена вноска от всеки съдружник;
8. Пълномощно, ако документите се подават от пълномощник.

Пълномощното трябва да бъде нотариално заверено, освен ако не е за адвокат. При сканирането на файловете е по-добре да се използва по-ниска резолюция, освен ако обратното не е необходимо. Причината е, че файловете не трябва да стават твърде големи. Ако все пак се получат големи файлове, те трябва да бъдат компресирани. Търговският регистър няма да приеме твърде големи файлове.

Друга важна част от подготовката за регистрация на фирмата е наличието на валиден електронен подпис. Това е квалифициран електронен подпис, който се издава от доставчик на електронни услуги. Този подпис трябва да бъде издаден на управителя на фирмата или на пълномощника, упълномощен да подаде документите. Търговският регистър използва система да разпознава електронните подписи, която е базирана на сравнително остаряла технология. Тази технология не се поддържа от много от по-модерните интернет браузъри. За целта трябва да се използва Internet explorer или някоя по-стара версия на MozillaFirefox, които поддържат Java.

За да бъде вписано едно дружество с ограничена отговорност в Търговския регистър, трябва да бъде попълнен електронен формуляр – заявление по образец А4 от сайта на регистъра. Заявлението е налично в секцията „Електронни услуги“. Избира се от списъка със заявления. Под самия списък трябва да се отбележи опцията, че се касае за първоначално вписване на дружество. Заявлението се попълва много внимателно. Веднъж подадено, то не може да се коригира. Ако във формуляра има попълнени грешни данни, регистрацията на фирмата ще бъде отказана, а заплатената държавна такса не подлежи на връщане.

Особености крие вписването на данни за чужденци. Ако чужденецът има личен номер на чужденец, може да бъде посочен този номер. В противен случай като номер се използва датата на раждане. Тя формира 6-цифрен номер. Пример 900521. Това означава, че чуждият гражданин е роден през 1990 г., месец 05, дата 21. Важно е датата на раждане да бъде изписана точно по този начин.

На последната страница от заявлението един по един се прикачват посочените по-горе документи. Търговският регистър приема документи в pdf и jpg (jpeg) формат, но доста по-лесна е работата с документи в pdf. Важно е предварително да бъде съобразен размерът на файловете и при необходимост те да бъдат компресирани. Важно е в заявлението да се посочи имейл за обратна връзка от Търговския регистър и да се отбележи, че на този имейл може да се получават съобщения от регистъра за указания и откази.

При завършване на заявлението то ще получи 14-цифрен входящ номер, който изглежда по следния начин 20200101093015. Номерът не е случаен. Той отбелязва момента на вхождане на електронното заявление. В случая това е 2020 година, 01 месец, 01 число, в 09:30 и 15 секунди. Номерът трябва да се запомни. По него се правят справки за вписването на фирмата: Справката се извършва от меню „Справки“ в сайта на Търговския регистър. Избира се „Справка по входящ номер на заявление“.

Обикновено вписването отнема 1-2 дни, но често по различни причини в регистъра има забавяне.

Указания и откази

Ако всичко с вписването на фирмата е наред, Агенция по вписванията няма да изпрати уведомление или потвърждение. В случай обаче, че има проблем с вписването на фирмата, служителите в Търговския регистър изпращат уведомление по имейл с указания или отказ.

Указания

Указания се изпращат, когато при подаване на заявлението е допусната грешка, която може да бъде отстранена. Най-често липсва някой документ или пък приложеният документ е нечетлив. В указанията се посочва конкретно какво се иска от заявителя. Те се изпълняват с друго заявление – Ж1. То отново е под формата на електронен формуляр в Търговския регистър и трябва да бъде подаден от управителя на фирмата или упълномощеното лице. Важно за указанията е, че те трябва да се изпълняват много бързо. По възможност още в деня на получаването им и в краен случай – на следващия ден. Ако указанията не бъдат изпълнени, ще последва отказ.

Отказ

С отказа Агенция по вписванията отказва да регистрира фирмата. Отказът се мотивира, т.е. посочват се причините, поради които той се постановява. За разлика от указанията, отказът не може да бъде коригиран със заявление Ж1. Необходимо е да се подаде ново заявление за първоначална регистрация А4 и да бъде заплатена нова държавна такса от 55 лв.

Най-честите причини за отказ са за объркани данни в заявлението или пък несъответствие между посочените в заявлението данни и написаното в приложените документи. Така например ако адресът на фирмата в заявлението е объркан и не съответства на този от дружествения договор, регистрацията ще бъде отказана. Причината е, че веднъж подадено, заявлението не може да бъде променяно. В някои случаи може да се подаде заявление за корекция на техническа грешка, но това по-скоро е изключение в практиката на регистъра.

Вписване

Ако всичко с документите е наред, фирмата ще бъде вписана. Това обстоятелство може да бъде установено при проверка по входящ номер в Търговския регистър. Ако фирмата е вписана, при проверка по номера ще излезе името заедно с ЕИК на дружеството.

Досието на фирмата може да бъде разгледано от всеки в меню "Справки" на Търговския регистър и избор на опция „Справка по физическо или юридическо лице“: Фирмата АД е юридическо лице. Такива са много други организации – сдружения, фондации, акционерни дружества, държавни органи.

Физическо лице може да бъде единствено човек – български или чужд гражданин.

Подаване на документите на хартия в офиса на Агенция по вписванията

Физическото подаване на документи е почти същото като електронното подаване. Основната разлика е, че държавната такса тук е 110 лв. Това е принцип при изчисляване на таксите изобщо в Агенция по вписванията.

Таксите за подаване по електронен път винаги са двойно по-ниски от тези за подаване на място. Целта е да се стимулира онлайн подаването на документи. То пести време на служителите на агенцията, а също така и хартия.

Документите се подават в офис на Търговския регистър. Такива има в областните градове в страната. Не е необходимо да се запазва предварителен час, но в някои случаи може да се наложи дълго чакане.

Това е особено характерно за месец юни всяка година, когато много фирми подават своите годишни финансови отчети и пред офисите на регистъра се образуват огромни опашки.

Обобщение

Стартирането на бизнес в България най-често се свързва с регистрацията на дружество с ограничена отговорност. Казано на прост език, това е фирма – ООД или ЕООД, в зависимост от това дали в нея има съдружници, или само един собственик. Други варианти за бизнес са:

- Акционерно дружество – приложимо за по-големи бизнеси;
- Единоличен търговец – на практика почти без приложение в днешно време;
- Самоосигуряващо се лице – подходяща форма за самостоятелни дейности с малко разходи и неголям обем от приходи.

Основното предимство на ООД пред останалите форми е, че собствениците и съдружниците не отговарят за задължения на фирмата със своето лично имущество. Едновременно с това регистрацията и управлението на ООД са сравнително лесни. Поради тези причини над 90% от фирмите, които се регистрират в България, са ООД или ЕООД.

За да се регистрира една фирма, тя трябва да бъде вписана в Търговския регистър. Това е единственият начин за „създаване на фирма“.

Фирмата има свои характеристики:

- Уникално име, което може да се променя;
- ЕИК (единен идентификационен код, неподлежащ на промяна);
- Адрес;
- Предмет на дейност;
- Капитал, разделен на дялове;
- Управител и начин на управление

За предпочитане е регистрацията да стане онлайн с квалифициран електронен подпис. Преди да бъде регистрирана една фирма, трябва да се посетят банка и нотариус. В банката се открива набирателна сметка на дружеството, а при нотариуса управителят заверява образец от своя подпис.

Регистрация на фирмата може да се извърши и от чужбина, в който случай вместо нотариус се ползва българско посолство или консулство.

Управление на бизнес

Вече знаете как да стартирате един бизнес и в частност как да регистрирате свое дружество с ограничена отговорност. В началото на тази част от Наръчника ще продължим смислово предната, като обясним как формално се извършват промени във фирмата след регистрацията в Търговския регистър.

След това преминаваме на изключително важната част на това как се уреждат отношенията със служителите и партньори. Ще ви дадем съвети как се сключват трудови и граждански договори и каква е разликата между тях.

След това ще опишем различните форми на договори с клиенти, партньори и инвеститори – търговски споразумения, общи условия и други.

Особено интересна част е тази, посветена на данъци и счетоводство – корпоративен данък, ДДС и други. След нея ще опишем различните начини за разплащания на

бизнеса. Ще разгледаме и изобщо някои от по-важните отношения с административните органи.

Накрая ще засегнем въпроси и за международния бизнес – какви са данъчните задължения при покупко-продажба на стоки и услуги в чужда държава, какво представляват офшорните фирми и други.

5. Промени във фирмата след регистрацията

Понякога се налага първоначално вписаните към момента на регистрация данни на една фирма да бъдат променени. Това е възможно, като за целта се следва специална процедура в Търговския регистър. Всички характеристики на фирмата могат да бъдат променени, освен нейния ЕИК. Той остава винаги еднакъв.

В практиката изменението на някоя характеристика на фирмата се нарича промяна на обстоятелства. Ще разделим промяната на обстоятелства на три основни групи:

1. Промяна на име, адрес и предмет на дейност;
2. Смяна на управител;
3. Промени в капитала на фирмата и разпределението на дяловете.

Промяната на наименованието, адреса или предмета на дейност на едно търговско дружество е част от правомощията на едноличния собственик на капитала при ЕООД или на общото събрание на съдружниците в ООД.

Съдружниците гласуват за промяната на общо събрание с обикновено мнозинство. Необходимо е както решението на събранието, така и това на едноличния собственик да бъдат записани в протокол, който се подписва и впоследствие се представя в Търговския регистър. Решението за промяна на име, адрес или предмет на дейност не е сред решенията, за които Търговският закон предвижда нотариална заверка. Достатъчни са просто подписи върху документа. С протокола за промяна е важно да бъде взето и решение за изменение на дружествения договор на ООД или учредителния акт на ЕООД. В новия договор или акт се отразяват новото име, адрес или предмет на дейност.

Тези промени са най-лесните, защото се не изисква посещение при нотариус.

Ето общото в процедурата по промяна на всеки един от тези параметри. Промяната винаги се вписва в Търговския регистър по партидата на съответното търговско дружество. Това се случва със Заявление А4 за промяна на вписани обстоятелства, което се предоставя като образец от Агенция по вписванията. Заявлението се подава електронно с електронен подпис или на място в офис на агенцията. Държавната такса е 15 лева при електронно подаване и 30 лева – при подаване на хартиени документи. Вписването трябва да отнема около седмица, но често в регистъра има забавяне и промяната може да отнеме и 14 дни. Заявлението се подписва от управителя на фирмата или упълномощено от него лице. Необходимо е да бъдат приложени и следните документи:

- Решение на общото събрание на ООД или на едноличния собственик на ЕООД за промяна на съответното обстоятелство;
- Нов актуален дружествен договор или учредителен акт, в който е отразено новото име на фирмата;
- Декларация по чл. 13 от Закона за Търговския регистър – по образец;

– Платежно нареждане за заплатена държавна такса, освен ако същата не се плаща заедно с подаването на документите;

– Пълномощно, ако документите се подават не от управителя, а от трето лице. Ако пълномощникът, който подава документите, не е вписан адвокат в България, пълномощното трябва да бъде с нотариална заверка.

Няма пречка едновременно да бъде вписана повече от една промяна, т.е. например да бъдат променени името и адресът на фирмата. В този случай се попълва само едно заявление и се дължи една такса. Ето и спецификите за различните промени от тази категория.

5.1. Промяна на името на фирма

Тук е важно да се има предвид, че името на фирмата, изписано с латински букви, не трябва да бъде превод на българското име, а се образува по правилата на транслитерацията.

При промяната на името на една фирма важат всички правила, които посочихме по-назад в Наръчника за първоначалния избор на име, а именно:

- Името да бъде свободно;
- Да съдържа само позволени символи;
- Да не бъде заблуждаващо или вулгарно

5.2. Промяна на адреса на фирма

Вписаният в Търговския регистър адрес винаги се счита за актуалния такъв на фирмата. Последиците от това са, че всякаква форма на официална кореспонденция ще бъде изпращана на този адрес, включително такава с НАП, съдебните органи и други. Друго значение на адреса е, че той определя кои са местните компетентни органи, с които фирмата работи – териториални дирекции на НАП, местни агенции, общинска администрация и други. Затова е важно адресът в регистъра винаги да бъде коректен.

Промяна в предмета на дейност

При промяна в предмета на дейност трябва да се съобразят посочените по-назад в Наръчника ограничения. Друг важен детайл е, че заедно с предмета на дейност може да бъде сменен и кодът на икономическа дейност, който е записан първоначално. Ако пък не е записан такъв код, може да се добави такъв със заявление за промяна. За целта не е необходимо формално изменение на предмета на дейност.

5.3. Смяна на управител

Управителят е най-важното лице в едно търговско дружество. Той взема всекидневните решения за дейността на фирмата, представлява я пред трети лица, сключва и прекратява договори със служители и партньори.

Само най-важните решения във фирмата са оставени на общото събрание или нейния собственик. Всички останали са в правомощията на управителя. Той, разбира се, се контролира от съдружниците, които го назначават и освобождават. Във властта на съдружниците е по всяко време да извършат и смяна на управителя на фирмата. Всяка фирма трябва да има управител във всеки един момент. Това означава, че ако съдружниците искат да освободят управителя от неговата длъжност, те трябва да назначат нов управител, който да заеме поста. Изключение от това правило е ситуацията, в която във фирмата има множество управители и един от тях се освобождава от длъжност. Тогава може и просто да се вземе решение за промяна на структурата на управление и намаляване на бройката на управителите.

Как се извършва смяна на управителя?

Смяната на управител се състои в две стъпки, които се извършват едновременно, но до голяма степен независимо една от друга:

1. Освобождаване на стария управител;
2. Назначаване на нов управител

И за двете стъпки е необходимо да бъде взето решение от общото събрание на съдружниците в ООД или на едноличния собственик на капитала в ЕООД. Тези решения се вземат наведнъж – на едно заседание на общото събрание или с един акт на собственика. Решенията се обективират в протокол. Чл. 137 от Търговския закон предвижда, че това решение подлежи на нотариална заверка, освен ако в дружествения договор или учредителния акт на фирмата не е предвидено друго. Всъщност на нотариална заверка подлежи единствено решението за назначаване на нов управител. Освобождаването на стария управител от длъжност не се заверява нотариално. По друг начин стои въпросът, ако той се освобождава от отговорност за дейността си по управление на дружеството. Този тип решение е различен от освобождаването от длъжност. Важна предпоставка за назначаването на нов управител на фирмата е новият управител да бъде съгласен да заема тази длъжност в дружеството. Той декларира това със специален документ, който също се заверява нотариално. В този документ управителят полага и образец от своя подпис. Той се представя в Търговския регистър по партидата на дружеството. Смисълът на този акт е образецът от подписа на управителя да бъде публичен. По този начин трети лица могат да проверяват автентичността на подписа на управителя на други документи, свързани с дейността на фирмата.

5.4. Вписване на промени в Търговския регистър

Данните за структурата на управление и управителя на една фирма се вписват по партидата на търговското дружество в Търговския регистър. Поради това и смяната на управителя става факт за трети лица не в момента на вземане на решението за смяна, а чак след вписването в регистъра. Докато промяната не бъде вписана, всички клиенти и контрагенти на фирмата следва да считат, че неин управител е лицето, което е посочено по партидата на дружеството. Процедурата по вписване е идентична с тази за име, адрес и предмет на дейност. Възможностите са вписване онлайн с електронен подпис и подаване на документи на място в Агенция по вписванията.

Документи за смяна на управител

За вписване на промяната се подава заявление по образец на Агенция по вписванията А4 за промяна на вписани обстоятелства по партидата на търговско дружество с ограничена отговорност – ООД и ЕООД. Към заявлението се прилагат следните документи:

- Решение на общото събрание на съдружниците в ООД или на едноличния собственик на капитала в ЕООД за освобождаване на стар управител и назначаване на нов, при необходимост с нотариална заверка;
- Нотариално заверено съгласие на управителя да заема на тази длъжност, заедно с образец от неговия подпис;
- Декларация по образец за отсъствието на законови пречки новият управител да заема тази длъжност;

- Декларация по образец по чл. 13 от Закона за Търговския регистър за истинност на обстоятелствата, подписана от подателя на заявлението;
- Платежно нареждане, удостоверяващо заплащането на държавна такса за вписването, освен ако същата не се заплаща при подаване на документите;
- Пълномощно, когато документите се подават от пълномощник.

След като промяната бъде вписана по партидата на дружеството в Търговския регистър, смяната на управителя е факт. От този момент той може да представлява фирмата в отношенията ѝ с трети лица, а досегашният управител изгубва това си правомощие.

Промени в капитала на фирмата

Този тип промени са най-сложни за вписване. Изискват посещение при нотариус и по-сложни документи за доказване на промяната пред Търговския регистър. Промените в капитала разделям на два вида:

1. Увеличаване и намаляване на капитала
2. Продажба на дялове от фирма

Увеличение и намаление на капитала

Капиталът на една фирма може да бъде намаляван или увеличаван по различни причини. Процедурите и в двата случая са доста специфични.

Увеличаване на капитала

Увеличаването на капитала е доста по-често срещано от неговото намаляване. Причините за увеличаване на капитала могат да бъдат различни. Най-често става въпрос за привличане на нови съдружници. Понякога обаче се цели повишаването на капитала с цел завишаване на доверието на клиенти и контрагенти. Информацията за стойността на капитала е публична в Търговския регистър и всеки може да я провери. Едно дружество с капитал от 200 000 лева изглежда по-сериозно от дружество с капитал от 2 лева, което е и законовият минимум.

Техники за увеличаване на капитала

Капиталът на едно търговско дружество – ООД или ЕООД – може да бъде увеличен по два начина:

- Чрез увеличаване на размера на съществуващите дялове;
- Чрез записване на нови дялове.

Когато се увеличава размерът на дяловете, тяхното разпределение между съдружниците се запазва. Просто всеки дял увеличава своята стойност. Дяловете обаче остават равни по размер.

Да вземем следния пример: ООД има капитал от 100 лева, който е разделен на 100 дяла, всеки от които на стойност 1 лев. На общо събрание на фирмата се взема решение за увеличаване на капитала. Новият капитал на дружеството ще бъде 500 лева, като всеки от съществуващите 100 дяла от капитала вече ще бъде на стойност от 5 лева. Този способ за увеличаване на капитала е подходящ единствено, когато не се прави вътрешно или външно преразпределение на дяловете. Съотношението в собствеността върху фирмата ще остане същото.

По-различно стои въпросът при записването на нови дялове. Тук е възможно да се

стигне до преразпределение на съотношението в притежаваните дялове. Често този способ се използва при привличане на нови съдружници. Нека използваме отново пример: ООД има капитал от 100 лева, отново разделен на 100 дяла. Взема се решение капиталът да бъде увеличен на 150 лева, като се създават 50 нови дяла, всеки от които на стойност от 1 лев. Тези 50 нови дяла могат да бъдат собственост на някой от досегашните съдружници или пък на трето лице, което да стане нов съдружник във фирмата. Новите дялове, които се създават, винаги са равни по размер на вече съществуващите такива. Възможно е да се приложат едновременно и двата способа – да се запишат нови дялове и да се увеличи стойността на всеки дял.

Практическо увеличаване на капитала

По-горе посочихме какви са техниките за увеличаване на капитала. Те служат за отразяване на увеличаването и уреждане на отношения между съдружниците. За да се увеличи капиталът обаче, е необходимо и неговото практическо увеличаване като стойност. То също може да стане по два начина:

- Чрез извършване на допълнителна вноска в капитала;
- Чрез капитализиране на печалбата на фирмата

Най-често увеличаването на капитала се случва чрез допълнителна вноска в него. Ако се вземе решение за увеличаване на размера на дяловете от капитала, всеки съдружник трябва да внесе пропорционална допълнителна дружествена вноска. Нека да използваме примера по-горе с дружеството, чийто капитал се увеличава на 500 лева, а всеки дял от 1 лев става на стойност от 5 лева. Ако един съдружник е имал 10 дяла от капитала, те са били на обща стойност от 10 лева. След увеличението стойността им вече ще бъде 50 лева и разликата от 40 лева трябва да бъде внесена по банкова сметка на фирмата от съдружника. При записване на нови дялове всеки съдружник трябва да внесе по банковата сметка сума, съответстваща на стойността на новите дялове, които той записва. Тук е важно да се посочи, че особено, що се отнася до привличането на инвеститори, тази сума може да бъде и по-голяма.

Друг способ за практическо увеличаване на капитала е да се използва печалбата на дружеството. За целта, разбира се, фирмата трябва да е реализирала счетоводна печалба за предходната календарна година. Вместо да се разпределя или просто да се трупа във фирмата, печалбата може да бъде използвана за увеличаване на капитала. В този случай най-често ще бъдат увеличени дяловете на съдружниците, като ще се запази пропорционалното разпределение на капитала между тях. Увеличаването на капитала с печалбата на дружеството не освобождава фирмата от задължението за заплащане на корпоративен данък.

Намаляване на капитала

До намаляване на капитала на фирма се стига значително по-рядко, отколкото при увеличаването. Причините за намаляване на капитала могат да бъдат актуализиране на дяловете след напускане на съдружник или пък намаляване на стойността на чистото имущество на дружеството.

Способите за намаляване на капитала са идентични с тези за увеличаването му – намаляване на стойността на всеки един дял или намаляване на броя на дялове от капитала.

До втората опция може да се стигне при излизане на съдружник от фирмата. Намаляването на размера на дяловете е възможно само ако стойността на всеки дял е

по-висока от 1 лев. В противен случай тя няма как допълнително да бъде намалена и задължително трябва да бъде намален броят на дяловете. Общата стойност на капитала пък не трябва да пада под установения в закона минимум. За ООД и ЕООД той е 2 лева, но за някои по-особени видове дейност се изисква по-висок размер на капитала.

Процедура по вписване на увеличаване или намаляване на капитала

Увеличаването на капитала се вписва сравнително лесно в регистъра. Процедурата при намаляване на капитала обаче е малко по-сложна. Тя е свързана с две вписвания.

На първо място в Търговския регистър се обявява намерението на фирмата да намали своя капитал. Това се случва с вписването на решение за намаляване на капитала. Това решение е публично за всички и цели най-вече да запознае кредиторите на дружеството с бъдещата промяна. Те имат възможност в рамките на 3 месеца да поискат обезпечаване на своите задължения към дружеството. След изтичане на срока от 3 месеца трябва да се впише ново решение – такова за промяна на дружествения договор на ООД или учредителния акт на ЕООД. С това решение реално се изменя и стойността на капитала в регистъра. Първото решение има само оповестително действие, докато с второто се извършва реалната промяна.

Продажба на дялове във фирма

Дяловете от капитала на фирмата могат да се прехвърлят от едно лице на друго. Това лице може да бъде настоящ съдружник във фирмата, а може да бъде и трето лице, което няма нищо общо с дружеството.

Прехвърляне на дялове между съдружници

Съгласно Търговския закон прехвърлянето на дялове от капитала между съдружниците в едно ООД се извършва свободно. “Свободно” в случая означава, че не е необходимо разрешението на останалите съдружници във фирмата, които не са страни по сделката. Възможно е един съдружник да прехвърли на друг само част от своите дялове, а също така е допустимо да прехвърли и всички притежавани от него дялове. Във втория случай съдружникът, който прехвърля дяловете си, реално напуска фирмата. Той вече няма да има дял от капитала, следователно не може да участва във вземането на решения и разпределението на печалбата.

Продажбата на дялове между съдружници се използва често за вътрешно разпределение на собствеността или при желание за напускане на някой от съдружниците.

Ако във фирмата има само двама съдружници и единият от тях прехвърли всички свои дялове на другия, фирмата ще стане ЕООД. Това е така, защото в нея остава само един съдружник, който е едноличен собственик на капитала.

Прехвърляне на дялове на трети лица

Когато един от съдружниците желае да прехвърли част или всички от дяловете си на лице, което е външно за фирмата, той трябва да вземе разрешението на останалите съдружници във фирмата. Това се налага, защото купувачът на дяловете ще стане съдружник във фирмата, а останалите съдружници може и да не желаят това. Необходимо е общото събрание на фирмата, в което са включени всички съдружници, да вземе решение за приемането на нов съдружник. По правило това решение на общото събрание се заверява нотариално, но в дружествения договор на фирмата може да е предвидено, че нотариалната заверка отпада за такъв тип решения.

Купувачът на дяловете става съдружник във фирмата с всички произтичащи от това права, а понякога и задължения. Прехвърляне на дружествени дялове от капитала на трети лица често е способ за привличане на инвеститори във фирмата.

Процедура по прехвърляне на дялове

Прехвърлянето на дялове, без значение дали между съдружници, или на трети лица, се извършва с договор, който се заверява нотариално. Договорът може да бъде такъв за покупко-продажба или пък за дарение.

Във втория случай просто новият собственик не заплаща цена за дяловете.

По-често обаче договорът е за продажба. Цената на дяловете не е задължително да съответства на тяхната номинална стойност. Ако един дял от капитала има стойност от 1 лев, то неговата реална пазарна стойност може да бъде и много по-висока. На практика обаче в договорите често се пише номиналната стойност на дяловете, за да се спестят нотариални такси. Нотариалните такси често са пропорционални на материалния интерес на сделката, която подлежи на заверка – в случая това е стойността на дружествените дялове.

Продажбата на дружествени дялове задължително се вписва в Търговския регистър по партидата на фирмата. Едва след вписването на фирмата може да се счита, че новият собственик вече е съдружник във фирмата. Договорът се вписва в регистъра заедно с още немалко документи. Ето и всички от тях:

- Молба за приемане като съдружник (ако дяловете се прехвърлят на трето лице);
- Протокол с решение за приемане на нов съдружник (също единствено, ако дяловете се прехвърлят на трето лице);
- Договор за прехвърляне на дружествени дялове;
- Декларации по образец от Агенция по вписванията за липса на задължения за заплати и осигуровки, както и декларация по образец за истинност на обстоятелствата;
- Протокол от общото събрание с новия съдружник за приемане на нов дружествен договор;
- Нов дружествен договор на фирмата, в който се отразява актуалното разпределение на дяловете във фирмата.

Промяната в дружествения договор е необходима, тъй като в него задължително се вписват данни за съдружниците и разпределението на капитала, а съдържанието на този документ трябва винаги да бъде актуално.

6. Взаимоотношения между служители, клиенти и партньори

В рамките на своята дейност една фирма влиза в отношения с различни неща. На първо място това са нейните клиенти, на които фирмата продава стоки и услуги. На следващо място това са служители или изпълнители, които фирмата наема, за да свършат те за нея някаква работа. На трето място пък са отношенията с партньори, т.е. доставчици на стоки и услуги. С тях се развиват търговски отношения.

В тази част от Наръчника ще разгледаме спецификите на тези отношения, както и ще засегнем темата за уреждане на отношенията с инвеститори.

6.1. Трудов договор

Трудовият договор е класически способ за наемане на едно лице на работа. Когато фирмата наеме служител на трудов договор, служителят се задължава да полага труд във фирмата срещу възнаграждение. Важно тук е, че служителят дължи в действителност труд, а не резултат, както е при гражданските договори.

Кодексът на труда, който е основният закон, уреждащ трудовите договори, е по-скоро в полза на служителя, отколкото на работодателя, доколкото може да се направи такова сравнение.

Трудовите договори се сключват лесно, но прекратяват трудно. Съществуват доста защити на служителите при уволнение или други основания за прекратяване на трудовите договори.

В тази част от Наръчника ще посочим най-важното при назначаването и освобождаването на служители.

Назначаване на служител на трудов договор

Доста работодатели си мислят, че процедурата по назначаване на служител на работа се изчерпва със сключването на трудов договор. Това обаче не е така. Подписването на договора е едва първият етап от процеса. Той преминава през общо три стъпки:

1. Сключване на трудов договор;
2. Уведомяване на НАП за сключения трудов договор;
3. Постъпване на служителя на работа.

Сключване на трудов договор

Със сключването на трудов договор се поставя начало на процедурата по назначаване на служител. Договорът се сключва в писмена форма. Един екземпляр получава работодателят и един остава за служителя. Преди подписване на договора той трябва да се запознае с длъжностната характеристика за длъжността, която ще заеме. Служителят декларира писмено това, че е получил характеристиката. Длъжностната характеристика не трябва да се пренебрегва като документ. Тя съдържа основните задължения и отговорности на служителя. Честа практика сред българските работодатели е, когато искат да преустановят трудовите отношения с един служител, да му възлагат работа, която не е характерна за него, по този начин принуждавайки го сам да напусне. Такова действие обаче е незаконосъобразно, ако възложените на служителя задължения не са посочени в длъжностната характеристика. Той има право да извършва подобни действия. Разбира се, длъжностната характеристика може да бъде изменяна във времето, но за целта е необходимо и съгласието на служителя, а не само волята на работодателя. В договора се уговаря датата, на която служителят ще постъпи на работа. По-добре е, макар и невинаги практически най-удобно, служителят да започне работа поне един ден след подписване на договора. Това е така, за да има време да бъде изпратено уведомление до НАП, което е и следващата стъпка в процеса.

Уведомление по чл. 62 от КТ до НАП

Кодексът на труда налага задължение на работодателите да уведомяват Националната агенция по приходите за всеки сключен от тях трудов договор. Уведомлението се изпраща след назначаване на служител, т.е. след подписване на договора и преди

служителят фактически да постъпи на работа.

Има три начина за изпращане на уведомлението:

1. На място в съответната териториална дирекция на НАП;
2. По поща с препоръчано писмо с обратна разписка;
3. По електронен път с електронен подпис

Най-често уведомленията се подават по електронен път от счетоводител на фирмата, но няма пречка, ако фирмата е стартираща и няма счетоводител, уведомлението да бъде подадено на хартия. Служителите в агенцията заверяват уведомлението и препис от него се връчва на служителя при постъпване на работа. Уведомлението до НАП трябва да бъде подадено без забавяне, защото често се случва да бъдат налагани глоби при закъснения. Това важи особено за търговските обекти, които са достъпни за клиенти. В тях може да бъде направена внезапна проверка от НАП и да бъде наложено наказание дори за най-дребни закъснения. При работата в затворен офис подобна хипотеза е по-рядко срещана.

Постъпване на служителя на работа

Служителят трябва да постъпи на работа на уговорения ден в уговореното време. Ако не направи това, се счита, че трудовият договор изобщо не е бил сключен. Служителят не дължи обезщетение в такъв случай. Счита се, че той просто е променил решението си относно сключването на договор и се е отказал. Това е един от примерите за ситуация, в която законът е може би прекалено благосклонен към служителя. Моментът на постъпване се установява с писмен протокол.

Важно е той също да бъде запазен по досието на служителя. При постъпването си на работа служителят трябва да предостави на работодателя своята трудова книжка. Тя остава при него до прекратяване на договора. Ако това е първа работа на служителя, работодателят има задължението да му издаде трудова книжка.

На практика моментът с трудовата книжка много често се пропуска при назначаването на служител, защото просто е допълнителна бюрокрация. Трудовата книжка в тези ситуации се взема от служителя при прекратяване на трудовия договор и тогава се оформя окончателно. Проблемът тук е, че работодателят трябва да разчита на служителя, че при прекратяване на договора той ще донесе своята трудова книжка. Това, разбира се, е и в негов интерес тъй като книжката е основен документ, с който се доказва трудов стаж.

Може ли трите стъпки по назначаване на служител да бъдат събрани в един ден?

Формално погледнато, може и дори често се случва. Съществуват обаче рискове, ако служителят не работи в офис, а в търговски обект. В практиката има случаи, при които служител започва работа и на същия ден работодателят уведомява НАП за сключения трудов договор. В това време обаче на място в обекта е извършена проверка, която установява, че на работа има лице, за което не е подадено уведомление в НАП. В такива случаи НАП налага глоба дори и уведомлението да е подадено едва няколко часа след постъпването на работа. Ако изберете това решение, е добре в протокола за постъпване на служителя на работа да се запише час, който час да следва момента на приемане на уведомлението от НАП.

Прекратяване на трудов договор

Статистически погледнато, ако управляваш свой бизнес, в крайна сметка ще трябва да се разделяш с повечето служители, които назначаваш. Трябва да си готов за това, защото процедурата в България никак не е лесна, когато желанията на двете страни се

разминават. Ще разгледам три хипотези за прекратяване на трудов договор:

1. Прекратяване на договора по взаимно съгласие;
2. По инициатива на работодателя;
3. По инициатива на служителя

Прекратяване на договор по взаимно съгласие

Кодексът на труда позволява чрез постигнато взаимно съгласие работодател и служител да прекратят своите взаимоотношения. Процедурата изисква една от страните да направи предложение за прекратяването, а другата да го приеме. Предложението за постигане на взаимно съгласие следва да бъде писмено.

Тук има един много важен момент. Когато трудовият договор се прекратява със споразумение по инициатива на работодателя (на основание чл. 331 от Кодекса на труда), тогава същият дължи обезщетение на служителя. Размерът на това обезщетение се договаря свободно между страните, но законът поставя изискване за неговия минимум. То не може да бъде по-малко от четирикратния размер на последното получено месечно брутно трудово възнаграждение (преди удръжки). Това обезщетение трябва да бъде платено в едномесечен срок от датата на прекратяване на трудовото правоотношение. В противен случай основанийето за прекратяването на трудовия договор се смята за отпаднало и отношенията между страните се възстановяват такива, каквито са били преди постигане на споразумението.

Ако трудовият договор е прекратен по инициатива на служителя (на основание чл. 325 т.1 от Кодекса на труда), работодателят не дължи никакво обезщетение освен дължимото възнаграждение за съответния месец и обезщетение за неизползван платен годишен отпуск. Веднъж отправено, предложението може да бъде оттеглено от страната, която го е отправила, освен ако то вече не е било прието от насрещната страна. Ако предложението не бъде прието в 7-дневен срок, счита се, че то е отхвърлено.

Извод от горното е, че прекратяването на трудов договор по взаимно съгласие и инициатива на служителя е най-благоприятният вариант за работодателя. И в двата случая е важно да се подпише споразумение, в което да се уточни точното правно основание, на което договорът се прекратява.

Прекратяване на трудовия договор по желание на служителя

Законът дава право на служителя да прекрати трудовия договор по своя инициатива, без да му е необходимо съгласието на работодателя. Това се случва чрез изпращане на предизвестие. Неговият обичаен срок (този, посочен в закона) е 30 дни. В договора може да се уговори и по-дълъг срок, но не повече от 3 месеца. Това важи за безсрочните трудови договори. При срочните договори срокът на предизвестие е 3 месеца, но не повече от остатъка от срока на договора.

Тук е удобен момент да добавим бързо пояснение за това кои договори са срочни и кои – безсрочни. Срочен е този трудов договор, който се сключва за точно определен срок, например за 6 месеца. След изтичането на срока договорът се прекратява. Безсрочните трудови договори се сключват без срок, т.е. „завинаги“. Важно е, че ако след изтичането на срока на един срочен трудов договор служителят продължава да ходи на работа и работодателят не се противопоставя на това, се счита, че договорът е автоматично трансформиран в безсрочен.

Връщаме се отново на прекратяването на трудов договор по инициатива на служителя. В някои ситуации той има право да прекрати трудовия договор дори без да изпраща предизвестие. Ето основните хипотези, в които това е възможно: – Ако вече не може да изпълнява длъжността си поради заболяване и работодателят не му предложи друга подходяща работа.

– Ако работодателят забави плащането на заплатата на служителя или на дължимо обезщетение.

– Ако работодателят предостави неплатен отпуск на служителя без неговото съгласие. Има и други ситуации, в които служителят може да прекрати своя договор без предизвестие, но на практика те са изключение в практиката.

Прекратяване на трудовия договор по инициатива на работодателя

Хипотезите, при които работодателят може да прекрати трудовия договор по своя инициатива, са много по-рестриктивни. Най-важното е, че – за разлика от служителя, работодателят не може да прекрати отношенията си без причина. Задължително трябва да е налице някой от посочените в Кодекса на труда случаи. Ето най-популярните, при които ти като работодател можеш да прекратиш трудов договор с предизвестие:

1. Закриване на предприятието или съкращаване на щата;
2. Намаляване на обема на работа;
3. При липса на качества или квалификация на работника, която липса му пречи да изпълнява трудовите си задължения.

Така разгледани, без да бъдат коментирани изобщо, изглеждат доста лесни за прилагане, но всъщност това изобщо не е така. Работодаателят трябва да докаже, че наличието на дадено основание наистина е налице.

Ако служителят оспори пред съд прекратяването на трудовия договор, съдът е много често по-склонен да разреши спора в негова полза. Най-често използваното основание от посочените по-горе е съкращаване на щата. Това означава работодателят да направи промяна в щатното разписание. Ако например в разписанието има една бройка за служител на длъжност „системен администратор“, тя може да бъде премахната и договорът със служителя, който я заема, да бъде прекратен с предизвестие. В случаите, когато се съкращават няколко щатни бройки на дадена длъжност (например съкращават се двама от общо петимата шофьори), работодателят има право на подбор. С това право работодателят може да избере кои точно работници да съкрати с оглед интересите на бизнеса. В практиката обаче по-скоро се говори за “задължение за подбор”. С други думи, работодателят следва да предприеме няколко последователни действия, преди реално да прекрати дадено правоотношение. Трябва ясно да бъдат обособени критериите, по които ще се извърши подборът и да се събере информация за служителите, между които той ще се извърши. На следващо място трябва да бъде протоколиран самият подбор, за да послужи като доказателство при евентуален съдебен спор. Ако това не бъде спазено, уволненият служител може да потърси правата си в съда, в който случай решението почти винаги ще бъде в негова полза.

При другите основания отново доказателствената тежест е при работодателя. Особено трудна за доказване е липсата на качества и квалификация при даден служител. Липсата трябва да бъде обективна, например за изпълнение на длъжността да е необходимо владеене на английски език, а служителят да няма това умение. Необходимите качества и умения трябва да присъстват в длъжностната характеристика към трудовия договор.

В някои много редки хипотези работодателят има право да прекрати трудовия договор на служителя без предизвестие. В практиката това се нарича просто уволнение. Уволнението всъщност е дисциплинарно наказание. То не е единственото такова наказание. Кодексът на труда познава две по-леки наказания: забележка и предупреждение за уволнение. На практика те не се прилагат никога.

Основанията за дисциплинарно уволнение са изчерпателно изброени в закона. Те са 7 на брой:

1. Три закъснения или преждевременни напускания на работа в един календарен месец, всяко от които не по-малко от 1 час;
2. Неявяване на работа в течение на два последователни работни дни;
3. Системни нарушения на трудовата дисциплина;
4. Злоупотреба с доверието на работодателя или разпространяване на поверителни за него сведения;
5. Ощетяване на гражданите от работници или служители в търговията и услугите чрез измама в цената, теглото, качеството на стоката или услугата;
6. Участие в хазартни игри чрез телекомуникационни средства на предприятието и се възстановяват направените разходи в пълен размер;
7. Други тежки нарушения на трудовата дисциплина.

Всяко едно от тези основания трябва да бъде доказано от работодателя. За целта е удачно да се използва протокол за установяване на нарушение. Този протокол трябва да бъде подписан от служителя, а при отказ – от свидетели.

Преди да наложи дисциплинарно наказание – уволнение, работодателят трябва да изслуша работника или служителя или да приеме писмените му обяснения. Когато това не е направено и заповедта бъде оспорена пред съд, съдът отменя дисциплинарното наказание. Това не важи в случаите, когато работникът е отказал или не се е явил да даде обяснения по негова вина. Дисциплинарно наказание – уволнение, може да бъде наложено не по-късно от 2 месеца от откриване на нарушението и не по-късно от 1 година от извършването му. Затова е важно съставянето на протокол за установяване на нарушението, в който да се посочи и конкретна дата, на която нарушението е разкрито. Заповедта, с която се налага дисциплинарно наказание – уволнение, трябва да бъде в писмена форма и да бъде мотивирана съобразно обстоятелствата, свързани с нарушението. Мотивиране в случая означава да се опишат конкретните нарушения на служителя и обстоятелствата, при които те са извършени. Заповедта трябва да бъде връчена на служителя срещу подпис, като се отбелязва датата на връчване. Ако служителят откаже да подпише заповедта, този отказ се установява от свидетели. Изключително важно е документите при прекратяване на трудов договор, без значение от основанието, да бъдат подготвени много внимателно. Кодексът на труда поставя страшно много формални изисквания за тяхното съдържание и за процедурата по прекратяване на договор. Пропускането дори и на най-малките детайли може да ви докара много главоболия, ако даден служител реши да оспорва пред съда.

Трудов договор с изпитателен срок

Законът дава възможност на страните по един трудов договор да уговорят изпитателен срок. Те сами договорят продължителността на изпитателния срок, като Кодексът на труда единствено поставя ограничение в неговия максимален срок – 6 месеца. Подобна уговорка дава право на страната, в чиято полза е уговорена, да прекрати трудовото правоотношение веднага и без предизвестие. Спрямо един и същ работник за една и съща работа може да се уговаря срок за изпитване само един път. Когато един служител е в изпитателен срок, работодателят може да прекрати договора му по всяко време без предизвестие и без да е необходимо каквото и да е основание за това. Необходимо е единствено изпитателният срок да бъде уговорен в негова полза.

Ако изпитателният срок е уговорен в полза на служителя, той също може по всяко време да прекрати договора. В практиката най-често се уговаря изпитателният срок да бъде в полза на работодателя или и на двете страни.

Трудов договор с условие за стажуване или обучение по време на работа

Кодексът на труда дава още някои интересни възможности за трудови договори. Те са приложими в хипотези, когато на работа се назначава лице, което трябва да премине определено обучение. Тук ще се спрем само на два такива договора.

Трудов договор с условие за обучение по време на работата

Често в бизнеса на работодателите са необходими нови работници, които обаче невинаги притежават необходимите знания и качества за определена длъжност. За да си спестят главоболията от допълнително търсене на работна ръка, работодателите често прибегват до сключване на трудови договори с условие за обучение по време на работата. Така те наемат нови работници, обучават ги за специфичните изисквания на извършваната от тяхната фирма дейност и същевременно се подsigуряват, че тези работници ще останат при тях и след изтичането на срока на договора.

Трудов договор с условие за обучение по време на работа с един и същ служител за една и съща длъжност може да се сключва само веднъж.

През времето на действие на договора служителят има право на възнаграждение в размер не по-малко от 90% от минималната работна заплата.

След приключване на срока на договора служителят следва да се яви на изпит. Редът за провеждане на изпита се определя от работодателя. При обучение за придобиване на професионална квалификация изпитът се провежда при условията и по реда на Закона за професионалното образование и обучение.

Служителят има право на платен отпуск в размер на 5 дни за подготовка за явяване на изпита. След успешно завършване на обучението, служителят е длъжен да продължи работа при работодателя. Той от своя страна следва да осигури условия за служителя за работа съгласно придобитата квалификация. Срокът на работа се определя между страните при сключване на трудовия договор с условие за обучение. Този срок не може да бъде повече от 3 години.

Трудов договор с условие за стажуване

В последните години стажуването като форма, съчетаващо трудова дейност и обучение, стана изключително популярно. Поради тази причина през 2014 година в Кодекса на труда беше въведен и един нов вид договор – трудов договор с условие за стажуване. Той по своята същност е един стандартен трудов договор и поради това трябва да отговаря на всички други изисквания на закона, но разкрива и няколко специфични елемента, свързани най-вече със стажанта.

Стажантът трябва да има завършено средно или висше образование и да бъде без трудов стаж или професионален опит по придобитата от него професия или специалност. Той трябва да е на възраст до 29 години и договорът да бъде свързан с придобитата от него професия или специалност.

При сключването на договора се определя лице, което да обучава стажанта. Това може да бъде работодателят или наставник, определен от него. За наставник може да бъде назначено лице от фирмата на работодателя. То трябва да притежава квалификация по същата или сходна професия, по която ще се провежда стажуването, и с не по-малко от три години трудов стаж или професионален опит по тази професия.

Трудов договор за стажуване с едно и също лице за една и съща специалност може да се сключва само веднъж.

В 14-дневен срок от прекратяването на договора работодателят издава на стажанта препоръка, удостоверяваща резултатите от обучението, която да му послужи при кандидатстване за работа при друг работодател.

Граждански договори

В практиката гражданските договори се приемат като алтернатива на трудовите договори. Гражданският договор е споразумение, с което едно лице, наречено “изпълнител”, се задължава по поръчка на друго лице/фирма, наречено “възложител”, да извърши нещо. Тук е едната основна разлика с трудовия договор. Както стана дума, служителят по трудов договор дължи полагане на труд, а изпълнителят по граждански договор трябва да постигне някакъв резултат. Например, ако наемеш софтуерен инженер на трудов договор в своята фирма, той ще трябва да изпълнява на дневна база задачи, съответстващи на длъжностната му характеристика. Ако целта ти е да изградиш софтуер за своя бизнес, служителят ще ти помогне да направиш това, но няма да отговаря директно за изготвянето на софтуера. С гражданския договор можеш да наемеш програмист, с когото да се споразумеете при определени условия да изработи софтуер.

„Граждански договор“ всъщност е общо понятие за различни типове договори. Най-често става въпрос за договор за изработка. С този договор изпълнителят се задължава да извърши някакво физическо действие, например да напише програмен код. Друг тип договор е договорът за поръчка – тук става въпрос за правно действие, например купуване на стока от един доставчик и продаването на клиенти. Гражданският договор като цяло дава много повече свобода на страните от трудовия договор, но защитата, която се дава на изпълнителя, е много далече като права от тази по трудовия договор. В гражданските договори може да бъдат уговорени много повече неща отколкото в трудовите – различни основания за прекратяване, неустойки и други. При гражданските договори няма отпуски, минимални работни заплати, защита от уволнение.

Често срещана заблуда в бизнеса е, че при гражданските договори не се дължат осигуровки. Това не е така. Възложителят трябва да плаща осигуровки, а също така и данък общ доход на изпълнителя.

Осигуровките обаче могат да бъдат по-малко, защото изпълнителят може и да не се осигурява за трудова злополука, безработица, майчинство и други. Понякога чисто счетоводно гражданските договори са по-бюрокраични, поради необходимостта от издаване на ежемесечни служебни бележки.

Приравняване на граждански и трудов договор

Поради различията в правата на полагащите труд по граждански и по трудов договор по-малкото задължения, които има възложителят, и факта, че държавата регулира строго трудовите правоотношения, а гражданските договори се сключват между равнопоставени страни и изискванията към тях са само с оглед валидността на договорите, има работодатели, които предлагат сключването на граждански договор вместо трудов. По този начин те лишават изпълнителите от “закрилата” на закона, която биха ползвали като служители.

В тази връзка понякога се говори за прикрит трудов договор. Такава ситуация е налице, когато условията за работа по гражданския договор твърде много наподобяват такива по трудов договор. Най-добрите примери в това отношение са уговарянето на работно

време и месечна заплата. Често страните избират граждански, а не трудов договор, за да оптимизират осигурителните плащания и да се създаде възможност за работодателя да прекрати договора по своя инициатива, без да дължи обезщетение. Ако подобна хипотеза бъде установена от Инспекция по труда, органът има право да наложи глоба и да даде на работодателя предписание за сключване на трудов договор. Предписанието за сключване на договора е принудителна административна мярка спрямо работодателя, т.е. форма на държавна принуда. Глобите пък са в размер от 1500 до 15 000 лв.

Кога да използваш граждански договори?

Гражданските договори са много удобни, когато желаеш да наемеш специалист за свършване на някаква конкретна работа, например изготвяне на лого за твоя бизнес. За подобна задача не е оправдано да разкриваш щатно място и да назначаващ дизайнер за един месец. Много по-удобно е да платиш на някого да подготви лого в рамките на една седмица.

Добре е да използваш граждански договор всеки път, когато искаш изпълнителят да постигне определен резултат – да напише, изгради или по какъвто и да е друг начин да създаде нещо. Във вашият бизнес гражданските договори вероятно ще бъдат много повече, но ти рядко ще мислиш за тях като алтернатива на трудовите такива. За повтарящи се във времето действия с траен характер обаче законът изисква сключване на трудов договор.

6.2. Връзки с клиентите

Основната функция на един бизнес е реализирането на печалба. За да се случи това, вашата фирма трябва да предлага срещу заплащане стоки или услуги. Когато се предлагат стоки, нещата са прости. Всеки път, когато някой клиент купува твой продукт, той сключва договор за покупко-продажба с вашата фирма. За някои хора е трудно да възприемат тази мисъл, защото са свикнали договорите да бъдат писмени и формализирани. Това обаче по-скоро е изключение. Всеки път, когато купувам някаква стока от магазин, аз сключвам със собственика на магазина договор за покупко-продажба. Аз давам пари, а магазинът ми прехвърля правото на собственост върху стоките, които купувам.

При услугите говорим повече за граждански договори. Ако твоята фирма предлага консултантски услуги, всеки път, когато клиент поръча такава услуга, той сключва договор с фирмата за предоставянето ѝ.

Има три начина да уреждаш договорните отношения със своите клиенти:

1. Чрез неформални договори
2. Чрез изрични писмени договори
3. Чрез общи условия

Неформални договори с клиенти

Представи си един договор. Без значение какъв, просто договор. Как изглежда? Какво съдържа? В повечето случаи това, което хората описват, е няколко страници текст, подписани най-долу от две страни и хванати с телбод. Най-често предметът на този договор е някаква продажба, например на автомобил или пък наем на недвижим имот.

Защо тази представа е грешна?

Посочените примери със сигурност са договори. Договорът обаче е нещо много по-различно от лист хартия. В много случаи, за да сключим договор, изобщо не е необходимо физически да поставяме подписа си някъде. Така например, когато си

купиш билет за самолет, всъщност сключваш договор с авиопревозвача за това да те закара от точка А до точка Б. За услуги като тази търговците имат общи условия, но понякога такива няма. От контекста на ситуацията правата и задълженията на страните стават ясни. Така, ако на път за вкъщи се отбиеш през пазара, за да си купиш плодове и зеленчуци, едва ли на някоя сергия ще ти бъде представен писмен договор. Все пак обаче договор има – ти купуваш продукти, продавачът получава пари. Как точно се развиват подобен тип отношения, се определя от закона. Така например договорът за покупко-продажба е уреден в Закона за задълженията и договорите. Там са уредени най-общо твоите задължения като продавач и тези на клиента – като купувач. Съдържанието на вашето отношение обаче се допълва от други закони, например Закона за защита на потребителите.

Кога има сключен договор?

Законът казва, че договор има, когато се постигне съгласие между две страни за някаква сделка. Т.е., това, което е релевантно, е нетолкова изразяването на съгласието в писмен вид, а самото съгласие. То може да бъде постигнато и по телефона, по мейл, на живо. Всъщност може да бъде постигнато изключително лесно.

Съгласието трябва да обхваща всички съществени елементи на договора. Ако например вашият бизнес е свързан с отдаване на стаи под наем, клиентите ти ще сключват с теб договор за наем. Те трябва да са съгласни да наемат точно определена стая за точно определен срок и срещу точно определена цена. Когато пък се изработва нещо, съгласието трябва да обхваща цената и характеристиките на продукта. Постигне ли се такова съгласие, налице е договор.

Полезно в случая е, че договор с клиент можеш да сключиш и просто по имейл. Достатъчно е да проведете кореспонденция с насрещната страна, от която да е видно, че сте договорили условията по дадена сделка. Както споменахме, не е необходимо дори кореспонденцията да бъде водена писмено, но това значително помага. Има и някои изключения. Понякога, за да се защити сигурността в оборота, някои договори трябва наистина да бъдат написани на хартия и подписани от страните. Понякога има и по-високи изисквания – като нотариална заверка или вписване на договора в някой регистър. В повечето случаи обаче това не е така.

Писмени договори с клиенти

Някои търговци предпочитат в своята практика да работят с писмени договори. Те са шаблони, които фирмата е подготвила за своята дейност, и предоставя на клиентите за подписване. Писмените договори са подходящи, когато се предлага стока или услуга, чиито параметри могат значително да варират.

Пример за такава услуга е изработката на мебели по поръчка на клиент. Ако имате такава фирма, е добре да подготвите шаблонни договори с възможност за детайлно описание на продукта, който клиентът иска да бъде изработен за него. Тези писмени споразумения позволяват много повече конкретика от неформалните договори и имат по-голяма доказателствена стойност, ако се стигне до спор.

В някои ситуации законът изисква писмени договори. Пример за това са заемите, при които се дължи лихва. За договори, които са особено важни за гражданския и търговския оборот, пък често се изисква нотариална заверка. Важно е да запомните, че договорите, които са сключени в писмена форма, се променят също така с писмена форма – чрез сключване на допълнителни споразумения (анекси).

Сключване на договори при общи условия

Общите условия са способ, който се използва, когато един бизнес сключва множество сравнително сложни еднотипни сделки. Те са предварително написани договори, с които потребителят се съгласява при закупуването на стоки и услуги. Най-интуитивният пример за използване на общи условия са банките и застрахователните дружества. Когато се сключва например една полица за застраховка, тя е придружена с десетки страници общи условия. Застрахователите, разбира се, са малко краен пример. Много по-малки бизнеси също използват общи условия. Такива са например всички бизнеси с онлайн магазин.

Какво трябва да включат в общите условия?

Съдържанието на общите условия се определя от закона. Най-често относимите закони са Закон за защита на потребителите и Закон за електронната търговия. Съобразявайки се с техните правила, гарантирате сигурност за своя онлайн магазин. Общите условия са задължителни за клиентите и съдържат условия за поръчка, доставка, плащане и гаранция.

Това са най-важните елементи на документа. Освен тях обаче има и други като информация за търговеца и защита на личните данни. Важни елементи от общите условия са данните за бизнеса, информация за предлаганите продукти, защитата на личните данни и други.

На първо място, общите условия трябва да съдържат данните на вашата фирма, чрез която осъществяваш дейността си. Това са наименованието, седалището, адресът на управление, ЕИК, името на управителя, както и информация за директен контакт – телефон или имейл. Това „представяне“ е задължително от гледна точка на това потребителят да знае с кого сключва договора.

Трябва да опишете подробно и какво точно предлагате на своите клиенти. В описанието на стоките и услугите, които продавате, трябва да посочите и тяхната цена, която включва всички данъци и разходи, които потенциално клиентите ще трябва да покрият. Например, ако имате онлайн магазин за продажба на тениски, трябва да включите в цената на една тениска и ДДС, ако такъв се дължи, както и сумата за доставка на стоките. Важно е да посочите и начините, по които ще предоставите на потребителя съответните стоки или услуги. Най-важната секция от общите условия е тази с правата и задълженията на вашата фирма и на клиента. Тук реално се регламентира същината на отношението с твоите клиенти – как се поръчват стоки и услуги, какво вашата фирма е длъжна да направи, какви са правата на клиентите при специфични ситуации. Повече по тази тема ще можете да намерите по-нататък в Наръчника.

Приемане на общи условия

Клиентите приемат общите условия изрично. Когато те сключват договор с теб на хартия, т.е. на място в твой офис, е необходимо да им предоставиш копие от общите условия. Те трябва да удостоверят със своя подпис, че са получили препис от общите условия и са се запознали с тях.

Факт е, че никой няма време да чете десетки страници общи условия, но сигурността на твой бизнес налага да връчиш документа на клиента и той да декларира, че е запознат с него. Тук искаме да наблегнем на думата „изрично“. Преди време честа практика в различни уебсайтове беше при поръчка на продукт или услуга автоматично да се съгласяваш с общите условия на търговеца, който управлява уебсайта. Някъде на страницата за поръчка имаше текст с предварително сложена отметка, че потребителят се съгласява с тези условия. Това не е действително приемане на общите условия. За

да бъдат приети законосъобразно едни общи условия, клиентът трябва да предприеме някакво активно действие, с което да декларира този факт – да се подпише, да сложи отметка самостоятелно и т.н.

Предимство на отделни писмени споразумения пред общите условия

Ако постигнете писмена договорка с клиент, която е различна от посоченото в общите условия, тази договорка ще има предимство спрямо тях. Това се постига основно чрез сключването на отделни писмени договори, в които общите условия се инкорпорират по референция.

Изменение на общите условия

Свободни сте по всяко време да изменяте общите условия на своя бизнес. За да бъде изменението в сила спрямо клиентите ви, които вече са се съгласили с общите условия, обаче е необходимо да им съобщавате за всяко едно изменение. Едва ако те не възразят срещу изменението, се счита, че са го приели.

При несъгласие договорът с клиента не се прекратява, а се счита, че по отношение на него са в сила старите общи условия – тези, с които се е съгласил. Правилата за изменение на общи условия са важни за вас, ако бизнесът ви предлага абонаментни услуги или пък услуги, чието предоставяне отнема дълго време.

6.3. Връзки с търговските партньори

Или иначе казано, с доставчици. За да съществува един бизнес, понякога той се нуждае не само от служители и клиенти, но и от партньори. Най-лесният пример за разбиране на този тип отношения е производственият бизнес. Да речем, че произвеждате мебели. Лицата, които произвеждат мебелите, са ваши служители. С тях сключвате трудови договори. Лицата, които купуват мебелите, са клиенти – с тях сключвате договор за покупко-продажба, ако купуват мебели по каталог или от магазин, и договор за изработка, ако поръчват изработка на мебели по специално тяхно задание. За да изработват мебелите, са ви необходими и суровини.

Доставчиците на тези суровини са ваши търговски партньори.

Отношенията с търговските партньори приличат много на отношенията с клиенти. Разликата е, че тук вашият бизнес е клиент.

Особени правила за сделките между търговци

Когато потребител сключва договор с търговец, в сила е Законът за защита на потребителите. Той създава много права за потребителите, тъй като ги третира като по-слаба страна в търговския оборот. Когато обаче един договор се сключва между двама търговци, потребителските права не се прилагат.

Друга разлика е, че при търговското право сключването на договор е доста опростено. Цели се улесняване на търговския оборот. Така например в търговските сделки мълчанието е приравнено на съгласие при определени предпоставки, което не е така при гражданския оборот.

За да бъде сключена една сделка мълчаливо, е необходимо да са налице следните условия:

1. Да бъде отправено предложение за сделка от един търговец до друг;
2. Между двамата търговци да са налице трайни търговски отношения.

В практиката обаче рядко се стига до мълчаливо сключване на сделки и това правило трудно намира приложение.

Рамкови договори

Често бизнеси, които имат трайни отношения помежду си, сключват рамкови договори. Те са нещо като общи условия, но приложими за конкретните отношения между търговците. Пример за такъв договор е рамков договор за многократна доставка на стоки. Две фирми се договарят, че едната ще доставя суровини на другата при предварително определени условия – уговорени цени, срокове и адрес за доставка. Фирмата, която поръчва стоките, ще конкретизира количеството и вида суровини с отделни заявки. Така всяка заявка е сключване на договор за доставка на суровини, но съдържанието на всеки такъв договор се определя от условията на рамковия договор.

6.4. Връзки с инвеститора

Тук ще разгледаме основно различните възможности за финансиране на един стартиращ бизнес.

Живеем във време, в което всеки може да реализира своите идеи. Полагаш основите на своя start-up, той се развива и след известно време идва моментът, в който решаваш, че можеш да се обърнеш към инвеститор за разрастване на проекта. Звучи добре, но не всеки има представа как се набират средства. Може да посочим три основни начина за набиране на необходимия ви капитал, които са популярни в България:

1. Паричен заем
2. Привличане на съдружник във фирмата
3. Конвертируем дълг

Паричен заем

Заемът е най-лесният и традиционен начин да получиш финансиране. Вашата компания получава определена сума пари и се задължава да ги върне след определено време заедно с лихва. В банковите среди можете да срещнете термина “инвестиционен кредит”. Разбира се, не е толкова просто. Много често инвеститорът, бил той банка, инвестиционен фонд или пък който и да е друг, ще поиска да дадеш гаранция за това, че ще върнеш поне някаква част от парите. Тази гаранция се нарича обезпечение и често се състои в залог на целия ти бизнес.

Заем се получава чрез сключване на договор за паричен заем. Договорът трябва да бъде сключен в писмена форма задължително в случаите, в които се уговаря възнаграждение (лихва), както и когато заемната сума надвишава 5000 лева. Началният момент на сключване на договора е моментът на предаване на паричната сума, а не самото подписване на договора. Това има най-голямо значение във връзка с възнаграждението (лихвата), неустойките и в случаите, когато договорът е сключен за определен срок. Когато заемната сума е равна на или надвишава 10 000 лв. (или еквивалент в чужда валута), всяко прехвърляне на парични средства по договора трябва да се извърши чрез превод или внасяне по платежна сметка.

Плюсовете на този тип финансиране са, че ще запазите пълния контрол над своя бизнес и ще знаете много добре какви цели трябва да постигнете и за какъв период. Тази яснота ще ви даде възможност да планирате добре приходите и разходите си. Минусите са, че ако нещата отидат на зле, то е доста вероятно да изгубите всичко. Или използвате заема, за да развивате бизнеса си и успявате да го върнете, или не успявате и инвеститорът започва да продава активите, които сте придобил. Златна среда общо взето няма. Друг недостатък е, че този тип финансиране често излиза скъпо, особено ако става въпрос за заеми, които се връщат с години.

Финансиране с приемане на съдружник

Някои инвеститори предпочитат направо да придобият част от бизнеса ти или, казано с други думи, да станат съдружници. Начинът, по който това се случва, зависи от правната форма на компанията ти. Ако тя е ООД или ЕООД, то инвеститорът ще получи дялове в капитала. Ако пък е акционерно дружество, то той ще си закупи акции. На практика продавате част от бизнеса си и вече си имате съдружник. В замяна на това инвеститорът ще получава съответната част от печалбата, ако проектът е успешен. Това е същинско рисково инвестиране. Хубавото е, че дори нещата да не потръгнат както сте очаквали, то компанията няма да има да връща заеми. Именно затова финансирането е рисково. Инвеститорът поема риска, че компанията може и да не успее. Освен това, инвеститорите, които избират този начин на финансиране, обикновено са хора с познания в съответната област на бизнеса. Техният опит може да ви бъде много полезен, особено ако не сте съвсем наясно с някои аспекти на ръководенето и развитието на компанията.

Неприятното е, че ще загубите част от контрола върху бизнеса, тъй като дяловете от капитала, който инвеститорът ще придобие, ще му дава право и да гласува при вземането на някои решения. Разбира се, докато вие имате “контролния пакет” акции или дялове, всичко е наред. Трябва да знаете обаче, че в договора, който ще сключите, ще има клаузи, които ограничават правото ви да приемате или изключвате съдружници. От друга страна, занапред ще трябва и да делите печалбата, която реализирате.

Конвертируем заем / дълг

Конвертируемият заем е нова форма за финансиране в България, но това далеч не е така за САЩ и ЕС, където използването на този метод е предпочитана практика. Той всъщност представлява съчетание между първите два способа. Първоначално получаваш заем, но впоследствие той може да се трансформира в част от капитала на компанията ви – дялове или акции на цена, която се договаря предварително. Това се случва в момента, в който трябва да върнете заема, който сте взели. Например вашата компания има 100 акции и получава конвертируем заем в размер на 50 000 лв. за една година с 10 % лихва, при условие че на падежа той може да се конвертира в акции, всяка от които на цена 1000 лв. След една година вашия заем заедно с лихвата е 55 000 лв. и се конвертира в 55 акции, които вашата компания издава. Инвеститорът няма да купи част от вашите акции. Вие ще си имате вашите 100, а той неговите 55, т.е. компанията ще има общо 155 акции. И всеки ще има съответния дял от печалбата, право на глас и т.н.

Договорите за такъв тип заем могат да бъдат доста сложни и специфични. Основното, за което трябва да внимавате, е какви са условията за конвертиране на заема. В някои случаи може да изплатите заема заедно с лихвата, в който случай няма да се стигне изобщо до приемане на нов съдружник. Често обаче изборът е за вашият инвеститор. В края на периода на заема той ще може да реши дали да иска да му върнете парите, или пък да му продадете дялове или акции.

Ако вашият бизнес може да върне заема, то значи се развива добре и инвеститорът ще предпочете да участва в капитала. Ако обаче не може, то е вероятно инвеститорът да си го поиска. Във всички договори за този тип финансиране се уговаря, че инвеститорът ще може да конвертира своя заем и в случай, че ти набереш допълнително финансиране. По този начин се осигурява сигурност на инвестицията. Когато сключвате договор за финансиране чрез конвертируем дълг, е важно да обърнете внимание на четири много важни въпроса:

– При какви условия заемът се конвертира?

- Можете ли да погасите заема предсрочно?
- Кой решава дали заемът ще се конвертира, или ще се изплаща?
- В колко акции или дялове ще може да се конвертира заемът заедно с лихвата?

Основният плюс при конвертируемия заем е, че този, който ще инвестира във вашия проект, без значение дали частен инвеститор, фонд за рискови инвестиции, или друг, ще има интерес бизнесът ви да се развие добре, за да си възвърне инвестицията. Той може да ти помогне не само с парични средства, но и с опит, know-how, връзки и идеи. Вие ще бъдете партньори, които се стремят към една и съща цел – успех, а воденето на един бизнес със сигурност е по-лесно, когато до вас стои правилният партньор.

7. Данъци

В тази част от Наръчника ще ви запознаем с най-важните данъци за бизнеса – ДДС и данък печалба. В зависимост от сферата на вашия бизнес, към неговата дейност могат да бъдат приложими и други данъци, например акцизи, но ние ще се спрем само на посочените два.

7.1. Данък добавена стойност (ДДС)

Данък добавена стойност е данък, който се заплаща от крайния потребител при покупката на стоки и услуги. Той не се дължи винаги, а само при определени условия. Тези условия могат да се обобщят по следния начин:

1. Да е осъществена продажба на стока или услуга
2. Доставчикът да е регистриран по Закона за ДДС.
Доставките, при които трябва да бъде начислен ДДС, се наричат облагаеми доставки. Ако регистрирате своята фирма по ДДС и продавате стоки и услуги в България, то е необходимо да начислявате ДДС върху цените на вашите стоки и услуги.

Да вземем следния пример:

Фирмата ви предлага консултация и цената на една консултация е 100 лв. Ако фирмата е регистрирана по ЗДДС, клиентите ви ще трябва да заплатят 120 лв. Те са формирани като сбор от данъчна основа (100 лв. – цена на услугата) и данъчна ставка (20 лв. – 20% ДДС върху цената). Фирмата има задължение да внесе тези 20 лв. по сметка на НАП. Това се случва на месечна база и е свързано с подаването на така наречените декларации за ДДС. Към тези декларации всеки месец се прилага списък с покупки и продажби с начислен ДДС, за да се сметне дължимият от фирмата данък за внасяне.

Регистрация по ЗДДС

Законът дава възможност за задължителна и доброволна регистрация по ДДС.

Задължителна регистрация

Задължителна регистрация по Закона за ДДС трябва да бъде направена при достигане оборот от 50 000 лв. за 12 последователни месеца. Важно е, че тук говорим за оборот, т.е. приходи от продажби на стоки и услуги, а не на печалба. От друга страна, заеми и други постъпления, които не са от търговската дейност, не влизат в този оборот. Ако бъде преминат лимитът от 50 000 лв., трябва да бъде подадено заявление за регистрация. Заявлението следва да се подаде в 7-дневен срок от началото на месеца,

следващ месеца, в който е достигнат оборотът. Ако достигнете лимита по-рано от дванадесетия месец, отново трябва да подадете заявление за регистрация. При задължителната регистрация по ЗДДС е възможно НАП да изиска от фирмата да представи извлечения от банкови сметки и счетоводни документи (най-вече фактури). Честа практика на Агенцията за приходи е също да иска фирмата, подлежаща на регистрация, да има сключен договор за счетоводно обслужване.

Има и друго основание за регистрация по ЗДДС. То е свързано с правилата на доставка на услуги в Европейския съюз. Ако вашата фирма ползва услуги от доставчик, който е базиран в Европейския съюз, в повечето случаи тя трябва сама да начислява ДДС върху стойността на тези услуги и да го заплаща в България. За целта обаче трябва да се регистрира в една опростена процедура по Закона за ДДС. Тази регистрация е по-специална, тъй като при нея фирмата не следва да начислява ДДС върху своите стоки и услуги, които продава на крайните потребители. Регистрацията е единствено за нуждите на плащане на данъка в НАП.

Пример за такава ситуация е ползването на реклами от Google или Facebook. Когато работят с клиенти в Европейския съюз, и двете компании използват своите дружества, регистрирани в Ирландия. По този начин, когато се ползват техните услуги, фирмите клиенти трябва сами да изчисляват и заплащат ДДС в своята страна.

Доброволната регистрация

Доброволна регистрация по ДДС (регистрация по ДДС по желание) може да направите непосредствено след регистрацията на фирмата или в бъдещ момент преди достигане на 50 000 лева. Такава регистрация би била необходима, ако смятате, че бързо ще достигнете такъв оборот или дейността, която извършвате, я изисква. Например извършване на услуги и търговски сделки с данъчно задължени лица от ЕС, ползване на услуги от Facebook и Google и др. Добре е да знаете, че процедурата по регистрация по ДДС е значително по-облекчена, когато е направена непосредствено след регистрацията на самата фирма, защото се представя нулева справка от оборота за последните 12 месеца и не се правят допълнителни проверки във връзка с това. Регистрация по ДДС на нова фирма е честа практика, особено при работа с контрагенти от чужбина.

И при двете процедури в НАП се подават документи за регистрация по ДДС. Те са стандартни, но е възможно агенцията да поиска и допълнителни.

Ползи и недостатъци на регистрацията по ЗДДС

Фирмите, регистрирани по ЗДДС, подлежат на по-строг режим на контрол. Те имат задължението да начисляват ДДС върху стойността на стоките и услугите, които фирмата предлага. Това може да бъде недостатък за фирмите, предлагащи предимно услуги, защото, от една страна, това оскъпява услугата, а от друга, ако дейността не предполага възможност да се набавят достатъчно разходни фактури /с ДДС/ тя ще трябва да внася това ДДС в държавата. Освен това, за регистрираните по ДДС съществува и задължението всеки месец да подава т.нар. ДДС декларация пред НАП. Положително е, че след като си регистриран по ДДС, имаш право да получаваш данъчен кредит. Това е сумата, която имаш право да приспаднеш от ДДС-то, платено за получените стоки или услуги.

Друго съображение за доброволната регистрация по ЗДДС е, че тя като цяло е по-лесна от задължителна, особено ако се прави заедно с регистрацията на фирмата. Към момента на писане на Наръчника се предвижда фирмите да заявяват ДДС регистрация още с вписването си в Търговския регистър. Техническата опция за това все още не е въведена, но вероятно това скоро ще стане. Ако се очаква фирмата така или иначе да достигне оборот от 50 000 лв. през следващите 12 месеца, то може да

се помисли за използване на по-простата доброволна регистрация. Последно, понякога в отношенията с чуждестранни партньори се поставя изискването фирмата да има валиден VIES номер. VIES номер всъщност е номерът на регистрацията по ЗДДС. Той се формира от "BG" и ЕИК на фирмата, например BG123456789. Номерът обаче не може просто да бъде цитиран по този начин, без да е извършена ДДС регистрацията, защото при проверка ще излезе, че същият е невалиден.

Данъчен кредит

Данъчният кредит е основната причина фирмите в България да се регистрират доброволно по ЗДДС. Този правен механизъм позволява на фирмата да приспадне своите разходи с ДДС от приходите, които е получила отново с ДДС, и по този начин в крайна сметка да внесе в НАП по-малък данък или пък дори да ѝ бъде възстановена някаква сума за ДДС.

ДДС е данък добавена стойност. Той се начислява единствено върху добавената стойност на един продукт.

Нека вземем един много прост пример: Имаме фирма, която има баничарница. В нея се правят единствено баници. Фирмата произвежда и продава 10 000 баници на месец. Цената на една баница е 1.20 лв. с ДДС. Общо приходите от баници са 12 000 лв. От тях 2000 лв. е ДДС, който трябва да бъде внесен в НАП. За да произведе баниците обаче, фирмата купува суровини (брашно, яйца, сирене) на обща стойност 6000 лв. с ДДС. Тази сума е формирана като цена на суровините – 5000 лв., и ДДС – 1000 лв. Фирмата е платила това ДДС на своя доставчик. Ако приемем, че баничарницата трябва да внесе в хазната ДДС от 2000 лв. за продадените от нея баници, то това няма да е справедливо. Тя вече е платила 1000 лв. ДДС за суровините за баниците, а сега още 2000 лв. за готовия продукт. Затова законът позволява платеният данък от 1000 лв. за суровини да бъде приспаднал от дължимите 2000 лв. от продадени баници и по този начин фирмата да внесе само остатъка от 1000 лв. Приспадналите 1000 лв. се наричат данъчен кредит.

Нека разширим още малко примера. Фирмата ползва под наем магазин/цех, в който произвежда и продава баниците. Наемът е 1200 лв. с ДДС. Този разход също може да се използва за данъчен кредит, тъй като е необходим за производството на продукта. От 1200 лв. наем 200 лв. са ДДС и ще бъдат приспаднати заедно с 1000 лв. ДДС от суровините. Така фирмата остава да внесе единствено 800 лв. данък. Продължаваме да разширяваме примера. Собственикът на фирмата си купува телевизор за 2400 лв. с ДДС. Купува го на името на фирмата, за да може да ползва данъчен кредит за ДДС, който е 400 лв. при тази покупка. Този разход няма да бъде признат за данъчни цели обаче, тъй като телевизорът не е необходим за производство на баници и очевидно с тази сделка собственикът прикрива покупка на вещь за лично ползване.

Тези схеми са известни като източване на ДДС. Случаят с телевизора е доста ясен, но има някои гранични хипотези, например закупуването на служебен автомобил (баничарка), който обаче се ползва и за лични цели. Това не е забранено, а също така е и логично. Ако фирмата е малка, нормално е един автомобил да се използва едновременно за служебни и лични цели. В този случай трябва да се отчита в каква част от времето автомобилът се ползва за лични нужди и в каква част за служебни и по този начин пропорционално да се изчислява каква част от ДДС ще бъде приспадната. Същата схема важи например и при служебните лаптопи и телефони. Отчитането е доста сложно, затова е най-добре да имаш на разположение счетоводител.

Важно е да имаш предвид, че в последните години агенцията за приходи се старее да следи по-стриктно за спазването на правилата за ДДС и потенциални злоупотреби се

установяват по-често. Има някои ситуации, които биха предизвикали проверка чисто и просто защото са съмнителни. Ако вашата фирма през един дълъг период от време плаща ДДС около 10 000 лв. на месец и изведнъж за 3 месеца декларира, че има да получава обратно ДДС, това обстоятелство ще се стори съмнително на НАП и може да бъде иницирана ревизия.

Дерегистрация по ЗДДС

Възможно е регистрирани по ДДС фирми да бъдат deregистрирани. Това може да се случи както по инициатива на търговеца, така и по инициатива на органа по приходите /НАП/.

Когато е била направена задължителна регистрация, фирмата може да бъде deregистрирана, когато основанието за регистрацията е отпаднало.

Например, когато облагаемият оборот падне под 50 000 лв. за период, не по-дълъг от последните 12 последователни месеца преди текущия месец. В случаите, когато регистрацията по ДДС е направена по избор, трябва да се има предвид, че нямаш право да я прекратиш по-рано от 24 месеца от началото на календарната година, следваща годината на регистрацията.

Така например, ако сте регистрирали фирмата си на 01.06.2018 г., началото на периода започва да се брои от 01.01.2019-а, което означава, че може да подадете заявление за дерегистрация най-рано в началото на 2021 г.

Дерегистрацията се извършва с подаване на заявление в териториална дирекция на НАП, където фирмата е регистрирана. Към заявлението трябва да представя определени документи, доказващи реалния облагаем оборот на фирмата за последните 12 месеца. Органът по приходите ще извърши проверка. В срок от 7 дни след приключване на проверката органът следва да издаде акт, с който да извърши или да откаже дерегистрацията. Едва след прекратяването на регистрацията фирмата спира да начислява ДДС върху стоките и услугите, които продава.

7.2. Данък печалба (Корпоративен данък)

Една фирма дължи корпоративен данък, когато е реализирала печалба през данъчната година. Данъчната година всъщност съвпада с календарната – от 1 януари до 31 декември. Печалбата, разбира се, е положителният финансов резултат, който се получава, когато се пресметнат всички приходи и разходи за годината. Ако финансовият резултат е отрицателен, значи фирмата е на загуба и не дължи заплащане на данък. Важно е, че от значение е размерът на годишната печалба, а не на приходите, както е например при свободните професии.

Счетоводна печалба и данъчна печалба

Чистият финансов резултат, ако е положителен, се нарича счетоводна печалба. Да кажем обаче, че искате да спестите плащането на корпоративен данък и изкуствено да намалите печалбата. Краят на годината приближава и по ваши сметки ще имате печалба от 1000 лв. Не искате да плащате данък, затова правите дарение от името на фирмата на някой друг за сумата от 1000 лв. Така печалбата ефективно става 0 лв. Това обаче не е вярно за данъчни цели.

Печалбата на фирмата бива два вида – счетоводна и данъчна. Понякога размерът на тези две печалби съвпада, но често се различава. Това е така, защото за данъчни цели законът не признава някои разходи и приходи. Дарението, например, не се признава за разход. Счетоводно печалбата на фирмата е намалена с тези 1000 лв., които са дарени, но те не се вземат предвид при данъчната печалба и ще трябва да бъде платен данък върху тях.

Има и други разходи, които не се признават за данъчни цели. Такива са глобите на фирмата, разходи, които не са свързани с дейността, и разходи, които не са документално обосновани. Затова е важно винаги да се пазят счетоводните документи. Пример за разход, който не е свързан с дейността, е закупуването на телевизор за баничарницата, което използвахме като пример по-горе за източване на ДДС. Съществуват също и приходи, които не се ползват за данъчни цели. Основно това са приходи от дивиденди, които фирмата получава за това, че участва в друга фирма. Ако например фирмата е собственик на друга фирма, която е реализирала печалба, тази печалба вече се облага с данък от 10%. Фирмата майка има право да получи печалбата след облагането с данък, като този приход не се взема предвид при определянето на печалбата.

Размер на данък печалба

Размерът на данъка се изчислява с две понятия – данъчна ставка и данъчна основа. Данъчната основа е годишната печалба на фирмата. Ставката се определя от закона и е 10%, т.е. дължимият данък е 10% от печалбата. Това правило има изключение. Например за производствена дейност в район с висока безработица данъкът може да бъде и 0%. За целта обаче трябва да са наети на работа поне 10 лица от този район и спестеният данък да се инвестира в производството.

Как се декларира корпоративен данък?

Фирмата е длъжна да декларира дължимия корпоративен данък в данъчна декларация. Тя се подава до 31 март на следващата календарна година. Може да се подаде на място в съответната териториална дирекция на НАП, по пощата или с електронен подпис по интернет.

Подаването на декларацията по електронен път е за предпочитане, тъй като в този случай ще имате право на отстъпка от 1% върху дължимия данък. Тя обаче важи само ако платите данъка до 31 март на следващата година. Максималният размер на отстъпката е 1000 лв.

Авансови вноски

Основното правило е, че трябва да платите корпоративен данък за цялата предходна година в срок до 31 март на следващата. В някои случаи обаче трябва да правите авансови вноски. Това задължение ще възникне, ако през предходната година фирмата е реализирала приходи от продажби в размер над 300 000 лв.

Ако годишните приходи на фирмата са над 300 000 лв., но под 3 000 000 лв., трябва да се правят авансови вноски на три месеца. Ако приходите са над 3 000 000 лв., се правят месечни авансови вноски.

Разпределение на печалбата

Тук е удачен момент да се обърне внимание на разпределението на печалбата в бизнеса. По дефиниция целта на една фирма е да прави печалба. Ако фирмата върви добре, в нея ще започнат да се трупат пари. Част от тях могат да бъдат инвестирани в дейността, друга част могат да бъдат заделени за резерви. За основната част обаче ще бъде приложена процедура за разпределение на печалбата.

Ето как се случва това. Печалба може да бъде разпределена, когато фирмата е постигнала положителен финансов резултат за една финансова година. Така например през 2019 г. една фирма може да разпредели печалбата, натрупана през 2018 г. или пък

2016 г. Това означава, че не може да се разпредели печалба от текущата година. Това важи дори и когато със сигурност фирмата ще бъде на печалба през съответния период. Просто законът го забранява.

Не може да се разпредели и печалба, ако такава не е отчетена през предходните години. Необходимо е към 31.12. на предходната година фирмата да е била на печалба. Това са двете изисквания за разпределение на печалба:

- Фирмата да е реализирала печалба;
- Тази печалба да е реализирана до 31.12. на предходната година.

Колко често може да се разпределя печалба?

Няма ограничение. Ако финансовият резултат за предходната година го позволява, разпределение на печалба може да се прави многократно през следващите години. Пример: Ако печалбата е 1000 лв. след данъци, 500 лв. могат да се разпределят през януари, 250 лв. през февруари и останалите 250 лв. – през март.

Какво значи печалба след данъци?

За да се стигне до разпределение на печалба, на първо място трябва да има печалба. Това се установява със счетоводното приключване на годината. При наличие на печалба, тя се облага с корпоративен данък от 10%. Така, ако печалбата е 1000 лв., фирмата ще трябва да плати 10% данък или общо 100 лв. За разпределение остават 900 лв.

Каква е процедурата за разпределение на печалба?

На първо място трябва да се вземе решение за разпределение на печалбата. То се оформя в протокол. Ако фирмата е ЕООД, той се изготвя от едноличния собственик, а при ООД – от съдружниците.

Дивидентът може да бъде изплатен в брой, но за предпочитане е това да се направи по банков път по сметка на всеки от съдружниците.

Когато говорим за ООД, по правило всеки съдружник получава пропорционален дял от печалбата, съответстващ на дела му от капитала. Не може да се уговори например, че само един от съдружниците ще получи печалба.

Преди парите да постъпят по сметка на съдружниците, фирмата е длъжна да удържи данък дивидент. Той е в размер на 5% от стойността на печалбата, която се разпределя. Т.е., ако се вземе решение, че един съдружник ще получи 100 лв. от печалбата, то той всъщност ще получи 95 лв. 5 лв. са данък дивидент, който фирмата трябва да декларира пред НАП.

Деклариране

Както вече стана дума, при разпределение на печалба фирмата има задължение да декларира това обстоятелство. Лицата, получили дивидент – съдружниците или едноличният собственик, – не са длъжни да правят това в своята годишна данъчна декларация.

Скрито разпределение на печалба

Скрито разпределение на печалба означава прехвърляне на средства от търговско дружество към съдружниците или акционерите, без същото да е реализирано формално като разпределение на печалба.

Открито и скрито разпределение на печалба

За да разберете кое разпределение на печалба е скрито, то трябва да си обясните първо и кое е „открито“. Всъщност в закона няма термин „открито разпределение на печалба“, но може да се каже, че това е стандартната процедура за изплащане на дивидент на съдружници и акционер.

При изплащане на печалбата, всеки съдружник дължи данък дивидент в размер на 5% от това, което получава. Това накратко е нормалната ситуация при разпределение на печалба. Резултатът е, че имущество на дружеството, което е негова печалба, става имущество на съдружниците.

Скрито разпределение на печалба е постигане на същия резултат, но като се избягва формалната процедура за това. Целта е да се избегне плащането на данъци. Един твърде опростен, но подходящ за случая пример би бил печалбата да се прехвърли на съдружниците под формата на дарение. Този конкретен пример няма да доведе до данъчни облекчения, но представлява намаляване на имуществото на дружеството за сметка на това на съдружниците. Фирмата не получава абсолютно нищо в замяна. Това е важно и ще го разгледаме в следващата точка.

Кои действия се считат за скрито разпределение на печалба?

Формално тези действия са посочени в допълнителните разпоредби на Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). Това са основно плащания, които се правят в полза на съдружниците и акционерите или свързани с тях лица и които отговарят на едно от следните две условия:

- Плащането не е свързано с дейността на дружеството;
- Плащането като цена за услуга или стока надхвърля нейната обичайна пазарна стойност.

Под първата точка попадат доста различни видове сделки. Като цяло плащанията, които не са свързани с дейността на дружеството, не се признават като данъчен разход. Това означава, че техният размер се добавя към счетоводната печалба за финансовата година, за да се изчисли данъчната печалба. Пример за такава сделка е фирма, която няма нищо общо с транспортната дейност, да закупи камион. Отново твърде опростен пример, но достатъчно ясен:

Вторият случай е по-често срещан в практиката и ще използваме стандартен пример. Фирма извършва дейност в областта на софтуерните технологии. Както често се случва, съдружниците в нея са програмисти и сами създават продуктите си. Фирмата трябва да създаде софтуер, за изработката на който трябва да наеме програмист. Логичният избор е да се сключи граждански договор с някой от съдружниците, въз основа на който той да изработи софтуера и да получи възнаграждение.

Нищо не пречи обаче в договора да се уговори твърде висока цена и по този начин съдружникът да получи повече от пазарната цена за тази услуга. В този случай фирмата получава нещо (услуга) в замяна на това, което дава (пари) и тази сделка е свързана с основната дейност на дружеството (разработка на софтуер). Липсва обаче еквивалентност.

За да се считат посочените сделки за скрито разпределение на печалба, трябва насрещната страна по тях задължително да бъде съдружник (за ООД), акционер (за АД) или свързано със съдружниците и акционерите лице. Кой лица са свързани, е дълга тема, но достатъчно е да кажем, че това са роднини или търговски дружества, в които съответният съдружник участва.

В закона се обръща внимание и на друг пример за скрито разпределение на печалба. Това е даването на заем от съдружник на дружеството.

Дружеството връща заема заедно с лихви, които са директна печалба за съдружника. Не всеки заем представлява разпределение на печалба. Това важи за по-големи заеми с особени условия за лихвите.

Как законът третира скритото разпределение на печалба?

Логично е, че това понятие се разглежда от закона именно за данъчни цели. По-горе вече посочихме, че разходите, които не са свързани с дейността на дружеството, изобщо не се признават за данъчни разходи, т.е. не се вземат предвид при изчислението на печалбата на годишна база. Същото правило важи за втората категория сделки – тези, при които заплатената от дружеството цена надхвърля пазарната. Те също няма да бъдат признати за разход.

Друга последица е, че законът предвижда и санкция за лицата, които извършват скрито разпределение на печалба. Тя е в размер на 20% от сумата на разхода, който е определен за такова действие. Тази санкция се налага на дружеството, а не на съдружника. Налагането на санкция може да се избегне, ако фирмата посочи в своята данъчна декларация обстоятелството, че е извършено скрито разпределение на печалба.

Законът изрично допуска това.

Третата последица е, че ще бъде начислен данък дивидент в размер на 5%. Този данък по правило се дължи от лицето, което получава дивидента, но се начислява и удържа от дружеството, което го разпределя. Същото правило се прилага и при скрито разпределение на печалба.

8. Плащания

8.1. Плащания в брой

Плащането в брой е традиционният начин за събиране на приходи от клиенти. За да може фирмата ви да приема плащания в брой, тя трябва да има касов апарат, който да бъде регистриран в НАП. Основната цел на касовите апарати е постигането на по-добра отчетност за данъчни цели.

Фирмите, приемащи плащания в брой, трябва задължително да издават касова бележка (фискален бон) за всяка извършена продажба.

За да започнете работа с апарата, трябва първо да сключите договор за техническо обслужване със сервизна фирма. При въвеждането на устройството в експлоатация сервизната фирма издава свидетелство за регистрация на фискално устройство. Касовият апарат има данъчен терминал, който осъществява връзка с НАП. Той събира дневни отчети и ги изпраща към НАП автоматично.

Както вече стана дума в началото на Наръчника, ако сте регистриран като свободна професия, не е необходимо да издавате касови бележки, когато получавате плащания в брой. С касовия апарат могат да работят единствено управителят и служителите, които са назначени на трудов договор. Това обстоятелство подлежи на проверка от НАП.

8.2. Как се води касова книга

Касовите книги служат за съхранение на дневните, месечните и годишните финансови отчети. Книгата обикновено се купува заедно с касовия апарат. В книгата се попълва отчетът за деня и оборотът от фискалното устройство (на практика се залепва разпечатаната от устройството бележка с дневния отчет). Тя се съхранява в търговския обект. Неработните дни се отбелязват като такива в книгата.

8.3. Банкови трансфери

Банковите преводи са друг популярен начин за събиране на приходи. За целта фирмата трябва да има банкова сметка, която да използва. Това най-често е набирателната сметка за капитала, която се трансформира в разплащателна за нуждите на бизнеса. Важно при банковите преводи е, че когато се извършват от друго юридическо лице, трябва задължително да се издава фактура. Банковите преводи могат да бъдат удобни, тъй като се доказват лесно. Понякога обаче те са скъпи, особено когато бизнесът се разплаща с контрагенти в чужбина. Българските банки обичайно имат твърде високи такси за трансгранични преводи. Друг недостатък на банковите преводи е, че те отнемат време. Вътрешните преводи обикновено „минават“ в рамките на деня. Ако обаче преводът е направен след 16:00, той ще пристигне до 10:30 на следващия работен ден. Причината е, че местните преводи, които се правят между сметки в различни банки, се извършват чрез системата БИСЕРА. Те се обработват три пъти дневно – в 10:00, 13:30 и 16:00. В тези часове се подават заявки за сетълмънт, което е процедура по прихващане на задължения между банките.

Приемане на плащания с карта

Плащанията с карта започват да заемат все по-голям дял от общия обем плащания в България. Различни са подходите за приемане на плащания с карта, когато се извършват онлайн и във физически обект. Ако искате да приемате плащания в карта в свой търговски обект, е необходимо да имате ПОС терминал (PointOfSaleterminal). Такъв терминал може да бъде предоставен от всяка търговска банка в България. Процедурата не е сложна, но може да бъде свързана с доста документи и проверки от страна на банковите служители.

Онлайн плащания с карта

При онлайн плащанията има много повече варианти за приемане на плащания с карта. Ето някои от тях:

- Виртуален POS терминал;
- Използване на местен доставчик на платежни услуги;
- Използване на чужд доставчик на платежни услуги

Виртуален POS терминал

Виртуалният POS терминал се осигурява отново от местните търговски банки. Тук процедурата може да бъде по-сложна, тъй като уебсайтът, в който желаете да използвате терминала, трябва да покрива доста изисквания на банката – технически параметри, задължителни текстове в общите условия на онлайн магазина, протоколи за сигурност и защита на информацията. Те, разбира се, не са неизпълними. Просто трябва да имате предвид, че проверката и имплементирането на терминала би отнело доста време (около 1 месец).

Използване на доставчик на платежни услуги

Доставчиците на платежни услуги са по-известни като платежни оператори. В България такива са например ePay и EasyPay, а в чужбина PayPal, Stripe и други. Когато използвате платежен оператор, той се явява посредник в отношенията между вас и клиента. Вие сключвате договор със съответния оператор, въз основа на който той приема плащания от ваше име. Плащанията се записват във ваша виртуална сметка. От нея можете на свой ред да правите разплащания или пък да превеждате средствата

по банкова сметка на своята фирма. Предимство на платежните оператори е, че при тях плащанията се отразяват незабавно и не е необходимо да се изчаква потвърждение от банкова институция. За онлайн бизнеси са перфектни, тъй като позволяват автоматично отчитане на плащания, вместо ръчно такова, както е при плащанията в брой и банковите преводи. Недостатък на платежни услуги е, че те често могат да бъдат скъпи. Има обаче платежни оператори, които печелят клиенти именно с това, че са по-евтини от банковите преводи.

Такъв оператор например е Transferwise, който оперира в сегмента на международните банкови преводи и значително намалява разходите, свързани с тях.

Правила за ограничение на плащанията в брой

Много хора не знаят това, но в България има Закон за ограничаване на плащанията в брой. Законът определя лимит от 10 000 лв. за плащанията в брой. Ако трябва да платиш повече от 10 000 лв. на свой доставчик или пък да получиш тази сума от свой клиент, трябва задължително да се направи банков превод или превод по платежна сметка.

Ограничението важи и когато се заплаща на вноски цена, чийто общ размер е 10 000 лв. Раздробяването на цената на части, всяка от които не надвишава 10 000 лв., не е позволено.

Хипотезата, при която един бизнес получава повече от 10 000 лв. в брой, е трудно осъществима на практика, но е важно да знаете, че предвидените в закона санкции са много сериозни. Ако фирма ви приеме такова плащане, тя подлежи на имуществена санкция в размер на 50% от плащането, а при повторно нарушение – пълния размер на плащането.

Имуществената санкция е наказание, което се налага на юридическите лица по административен ред. Тя е еквивалентна на глобите при физическите лица. На практика е глоба за вашата фирма.

Приемане на плащания в различни фирми

По-горе в Наръчника описахме, че едно от предимствата на дъщерните дружества е, че рискът, свързан с различни дейности и продукти на бизнеса, може да бъде разпределен в различни фирми. Това означава, че Фирма 1 ще разработва и продава Продукт 1, Фирма 2 – Продукт 2... Фирма N – Продукт N, или нещо подобно. Това означава, че бизнесът може да приема плащания от клиенти, които да бъдат разпределяни към различни юридически лица. В такъв случай обаче би било необходимо да се вземат, например, п на брой касови апарати и да се сключат п на брой договори с платежни оператори. Също така за потребителите трябва да е напълно ясно с кое точно търговско дружество сключват своя договор, т.е. коя фирма е отговорна да им достави закупените стоки и услуги.

9. Администрация и отношения с държавните органи

Тук ще разгледаме как бизнесът си взаимодейства с някои от по-важните държавни органи. Ще обърнем внимание само на тези институции, които са релевантни за работата на всеки бизнес.

9.1. Национална Агенция по приходите /НАП/

Не съществува бизнес в България, който по един или друг начин да не си взаимодейства с Агенцията за приходи. Ето основните действия, които се извършват в НАП:

1. Плащане на дължимите от фирмата данъци;
2. Вписване на уведомления за сключени и прекратени трудови договори;
3. Регистрация и дерегистрация по ЗДДС;
4. Ежемесечно подаване на декларации по ЗДДС заедно с дневници за покупки и продажби;
5. Уреждане на отношенията, свързани с осигуряване и самоосигуряване;
6. Подаване на годишна данъчна декларация.

Основната функция на НАП е да събира публични задължения – това са плащания за данъци, осигуровки, глоби и други. Агенцията работи с широк набор от електронни услуги, включително такива за подаване на декларации, заявяване на удостоверения и заплащане на данъци и осигуровки. Ползването на по-голямата част от тях е достъпно с електронен подпис. Почти всички счетоводители в днешно време работят с електронни подписи и биват упълномощени да осъществяват връзката с НАП. НАП издава и редица удостоверения, които са необходими за дейността на бизнеса. Вероятно най-важното от тях е удостоверението за наличие/липса на публични задължения.

НАП работи с териториални дирекции. Адресът на фирмата, посочен в Търговския регистър, определя с коя точно териториална дирекция ще работи бизнесът. НАП има и много контролни функции, основната от които е да извършва ревизии на търговски дружества. Ревизията може да бъде по документи или на място в офис на фирмата. При всяко положение тя е сложна процедура, която цели да разкрие дали фирмата, подлежаща на проверка, е извършила нарушения на данъчното законодателство, например неправилно водене на счетоводство или умишлено укриване на данъци.

9.2. Агенция по вписванията

Агенция по вписванията е държавният орган, който управлява Търговския регистър. Както вече стана дума в началото на Наръчника, Търговският регистър е мястото, където се съхранява досието на вашата фирма. Една фирма не съществува, ако не е вписана в Търговския регистър, и нито една промяна във фирмата не е възможна, без тя да бъде отразена в регистъра. Толкова голямо е значението на Търговския регистър. Когато през 2018 г. той спря да работи, това блокира целия търговски оборот в страната. В Търговския регистър се обявяват и някои задължителни документи във връзка с годишното счетоводно приключване на фирмата:

1. Годишен финансов отчет;
2. Декларация за фирма, която не е упражнявала дейност.

Тъй като и двете процедури са изключително важни, ще ги разгледаме по-подробно.

Обявяване на годишен финансов отчет

Всяко търговско дружество, което е извършвало дейност през предходната година, трябва да обяви в Търговския регистър свой годишен финансов отчет. Срокът за това е до 30.06. за ЕООД и ООД. Това е огромната част от фирмите в България и всяка година в края на месец юни десетки хиляди управители подават документи в Агенция по вписванията. В този пост ще опитаме да дадем малко разяснения за това как се случва обявяването на годишен финансов отчет.

За кои фирми се отнася процедурата по обявяване на ГФО?

Краткият отговор е всички фирми, които са съществували в рамките на предходната календарна година. Без значение е дали фирмата е имала дейност или не. Фирми, регистрирани през текущата година, не подават годишен финансов отчет.

Кой изготвя годишен финансов отчет?

Годишният финансов отчет по закон се изготвя от съставители на финансови отчети. Такива най-често са счетоводни предприятия. Възможно е обаче да бъдат и счетоводители, които са назначени в съответната фирма или пък наети по договор. Това означава, че дори и ГФО да е нулев, той не може да бъде подготвен просто от управителя на фирмата. Необходим е подписът на счетоводител.

Какво съдържа Годишният финансов отчет?

За ЕООД и ООД генералното правило е, че отчетът трябва да съдържа четири обособени елемента:

- Счетоводен баланс;
- Отчет за приходи и разходи;
- Отчет за паричните потоци;
- Отчет за собствен капитал.

В някои случаи се съставят опростени отчети, но дори и фирмата да е имала “нулева” дейност през годината, не пречи да се съставят и четирите елемента.

Как протича процедурата по обявяване на ГФО?

За обявяване на ГФО е необходимо управителят на фирмата или упълномощено от него лице да подаде документи в Търговския регистър.

Документите могат да бъдат подадени на място на хартия, но много по-добре е това да стане онлайн с електронен подпис. При електронното подаване таксата е двойно по-ниска, а по-важното е, че не се чака на огромни опашки.

След подаване на документите те се разглеждат от Агенция по вписванията. Този процес е бавен и отнема месеци. След проверката агенцията може да впише отчета като “обявен” или да даде указания за отстраняване на нередовност в процедурата.

Какви документи се подават заедно с отчета?

Освен самия отчет, в Търговския регистър трябва да бъдат подадени и съпътстващи документи:

- Протокол от собственика на ЕООД или съдружниците в ООД за приемане на отчета;
- Декларация от управителя по чл.13, ал.4 от Закона за Търговския регистър;
- Пълномощно, ако документите не се подават от управителя.

Пълномощното се заверява нотариално, освен ако упълномощеното лице е адвокат. Документите се подават със заявление по образец Г1. Онлайн самото заявление се попълва в електронен формат.

Кога може да се направи обявяване на ГФО?

Обявяване на ГФО може да се направи по всяко време, но законът изисква това да стане до 30.06. Най-често отчетът е подготвен още до края на месец април, заедно с годишното приключване на фирмата. Няма никаква пречка ГФО да бъде подаден и по-рано. Дори е препоръчително да не се изчаква последният момент.

Колко струва да се обяви един финансов отчет?

Държавната такса за обявяване на отчета е в размер на 40 лв. Както посочихме, при електронно подаване тя е наполовина. Плащането се прави към бюджета, затова банковите такси са малко по-високи от обичайните и могат да стигнат до около 5 лв. Изготвянето на пълномощно с нотариална заверка пък струва 6 лв.

Може ли да се подаде ГФО и за минали години?

Случва се някой управител да не обяви ГФО на своята фирма. Много възниква въпроса дали все пак могат да обявят отчетите и за предходни години, за които са пропуснали. Такава възможност има. Годишните отчети могат да бъдат обявени с една процедура. Разбира се, срокът за старите процедури е изпуснат и може да бъде наложена глоба.

Какви са санкциите при неизпълнение на задължението за обявяване на ГФО?

Възможно е при изпускане на срока за обявяване на ГФО на фирмата да бъде наложена глоба. Глобите се налагат от НАП и варират в размер между 200 и 3000 лв. До 2016 г. НАП нямаха практика да налагат масови глоби, но това вече се промени и агенцията започна активно да преследва нарушителите.

Декларация за фирма без дейност

Декларацията за фирма без дейност е нововъведение в България. През 2018 г. се подадоха първите такива декларации, което, както често се случва, доведе до нечуван хаос в Търговския регистър. Тези декларации са възможност за фирмите, които не са извършвали търговска дейност през предходната година, да не обявяват ГФО, а да подадат такава декларация. Предимството е, че изготвянето на декларацията е доста по-просто и подаването ѝ в регистъра е освободено от такси (безплатно е).

Как се подава декларация за фирма без дейност?

Декларацията се подава от управителя на фирмата или упълномощено от него лице. Може да бъде подадена с електронен подпис в регистъра или на място в офис на Агенция по вписванията. Срокът за подаване е по-кратък от този за ГФО. Декларация за липса на дейност може да се подаде до 31.03. на съответната година.

Към декларацията за фирма без дейност се прилагат и:

- Декларация от управителя по чл.13, ал.4 от Закона за Търговския регистър;
- Пълномощно, ако документите не се подават от управителя.

Какво се случва, ако фирмата не подаде декларация за липса на дейност?

Подобен пропуск не би бил фатален, защото за фирмата винаги има опция да подаде нулев ГФО в срок до 30.06. на съответната година. Загубите ще са свързани единствено със счетоводния хонорар за изготвяне на отчета и с цената на услугата по обявяване на ГФО.

9.3. Трудово законодателство

Кодексът на труда (Държавен вестник 26 / 01.04.1986 г. - изменен с последващи законодателни актове) е основната законодателна рамка, уреждаща трудовите отношения.

За чужденците, които възнамеряват да работят в България, се изискват определени условия, като предварително разрешение за работа, издадено от Националната служба

по заетостта и валидно за една година, с възможност за удължаването му с допълнителни две години.

По изключение разрешението може да бъде по-дълго в случаите на лица, заемащи висши ръководни длъжности, или в специални случаи, работещи с чужда техника. Гражданите на държавите-членки на ЕС кандидатстват за задържаните лица в Общността (ЕИО № 1612/1968): не се изисква разрешение за работа или друго процедурно изискване, тъй като след присъединяването към ЕС гражданите на Общността не се считат за чужденци (закон 153/1998, изменен със закон 103 / 2009 г.). Гражданите на Общността обаче трябва да декларират своето установяване в България пред компетентния отдел на Министерството на вътрешните работи:

Министерство на вътрешните работи

Дирекция миграция

1000 София, бул. Княгиня Мария Луиза 48

Бюро 2 и 3 за граждани на ЕС, E-mail: int.151@mvr.bg

Уеб: <http://eu.mvr.bg/en/Areas/Migration/default.htm>

Въпросите за работа и социално осигуряване на чужденци, работещи в България, се уреждат от вътрешното законодателство, освен ако не е предвидено друго с международни споразумения, подписани от България.

Възнаграждението на служителите може да бъде определено в б / лев или чуждестранна валута, но на практика възнаграждението се изплаща в левове (т.е. левовата равностойност на договорната заплата).

Заплати - Осигурителни вноски

Минималната месечна заплата след последното ѝ увеличение от 01.01.2020 г. е определена на 610 лева или 312 евро за нормално работно време (8 часа / ден и 40 часа / седмица) и 3,80 лева за работен час. През първото тримесечие на 2020 г. средната месечна заплата възлиза на 1317 лв. (Приблизително 674 евро), което бележи 8% увеличение на годината.

Българското законодателство в областта на социалното осигуряване беше значително променено през последните години, поради бързото развитие на икономическите си отношения и хармонизирането му с правото на Общността. Кодексът за социално осигуряване (Държавен вестник 110/1999) урежда свързани въпроси, докато допълнителните разпоредби в годишния бюджет на Закона за държавното обществено осигуряване (ABSSIA) уреждат въпросите относно максималните и минимални вноски за социално осигуряване. В България социалното осигуряване осигурява обезщетение, финансова помощ и пенсии на осигурените лица за рискове като: временна неработоспособност, увреждане, майчинство, старост и смърт.

Според най-новите наредби средните осигурителни вноски възлизат на около 31% от брутните заплати и се плащат от работодателя на 18%, а от служителя - 13%.

Закон за заетостта

Законът за заетостта (Държавен вестник 112/2001) определя държавните органи, които отговарят за планирането и разработването на политики и дейности за стимулиране на заетостта и намаляване на безработицата. Същият закон определя и правата и задълженията на тези, които търсят работа, както и тези на работодателите.

За да получи обезщетение за безработица, съответното лице, българин или чужденец, трябва да се регистрира като безработно в Националната служба по заетостта или в нейните местни служби. Работодателите, които също желаят да участват в спонсорираните от държавата програми за заетост, трябва да докладват своите свободни работни места в Агенцията.

Закон за пенсионните фондове

Според българското законодателство пенсиите са част от общата система за социално осигуряване и съответните разпоредби са включени в Кодекса за социално осигуряване. Изплащанията на пенсии и надбавки са разделени в три категории: задължително пенсионно осигуряване, допълнително задължително пенсионно осигуряване (за родените след 12.3.1959 г.) и допълнително доброволно пенсионно осигуряване (за тези над 16-годишна възраст), които могат да се извършват в една частна пенсионна институция.

10. Социалноосигурителна система в България

Социалното осигуряване е система, която гарантира финансова защита срещу големи рискове за живота, трудови злополуки и техните последици като болести, безработица, старост и нужди от грижи за сестри на служителите.

Целта на системата за социално осигуряване е да гарантира стабилен стандарт на живот на всички. Българската система за социално осигуряване покрива следните рискове:

- общо заболяване,
- трудови злополуки,
- професионална болест,
- майчинство,
- безработицата,
- старост,
- смърт.

Общият принцип е, че всеки служител автоматично се осигурява задължително.

Работодателят е длъжен да докладва сключването на трудов договор в срок от три дни пред Националната агенция за приходите. Освен това той трябва да плаща осигурителните вноски до 25-то число на следващия месец (член 7, параграф 1 от Кодекса за социално осигуряване (SSC), български: Кодекс за социално осигуряване). Тези вноски трябва да бъдат внесени по сметката на данъчната служба.

Социалноосигурителните вноски обикновено се изчисляват, както следва:

- Основно социално осигуряване (осигуряване за безработица и др.): 17,3% от brutната заплата;
- Пенсионно осигуряване: 5% от brutната заплата;
- Здравно осигуряване: 8% от brutната заплата.

Работодателят трябва да плати 60% от осигурителните вноски, а служителят останалите 40%.

Освен това, работодателят трябва да поеме разходите по застраховката за трудова злополука, която възлиза между 0,4% и 1,1% от brutната заплата, в зависимост от работата.

Осигурителните вноски на служителя се изчисляват според полученото брутно месечно възнаграждение (включително начисленото и неплатеното брутно трудово възнаграждение) или според brutното трудово възнаграждение, което не е начислено -

и двете за един месец (член 6, параграф 3 от социалното застрахователен код). Максималният доход от сигурност възлиза на 3000 лева (2019 г.).

10.1. Работно време

I. Според продължителността им в България трябва да се разграничат следните видове работно време:

1. Нормално работно време - работно време, при което продължителността е определена според нормалните и обичайни условия на труд

- Фиксиран работен ден: 8 часа;
 - Фиксирана работна седмица: 40 часа (член 136, параграфи 1 - 3 от Кодекса на труда)
- * Максимално разрешено работно време според действащия закон. Изключение е предвидено в член 136а от Кодекса на труда.

2. Удължено работно време - работно време, когато продължителността надвишава законово определената продължителност (136а от Кодекса на труда).

- Прилага се предимно по оперативни причини и по въпроси на компанията;
- Работодателят трябва да се съгласи с организацията на служителите при прилагането на удължено работно време.
- Изпълнението на удълженото работно време се осъществява чрез писмена инструкция, съдържаща следната информация: период на време, служител, продължителност и подробности относно завършването и компенсирането на удълженото работно време.

* Удълженият работен период се компенсира със съответно намаляване на работното време в друг период.

3. Намалено работно време (членове 137, 305, 309, 317 от Кодекса на труда) - продължителността на работното време е по-кратка от нормалното работно време. условия:

- Специални условия на труд или условия на труд, опасни за здравето на служителя;
- Причини, присъщи на лицето на служителя: възраст, здравословно състояние, намалена физическа или психическа способност.

* Служителят има право на същите права като служител при нормално работно време.

4. Работа на непълно работно време - член 138 от Кодекса на труда - работното време обхваща част от законово определеното работно време.

II. Методи за определяне на намалено работно време

1. чрез договорно споразумение - изисква се писмена форма; Изкуство. 138 от Кодекса на труда;

2. едностранно от работодателя - член 138а от Кодекса на труда, ако:

- причината за намалението е намаляване на количеството работа;
- тази инструкция може да засяга всички или само няколко служители, напр. само служителите на определен отдел;
- максималният период на намалено работно време е 3 месеца в рамките на една календарна година;
- новото работно време не може да бъде по-малко от половината от законово определеното работно време за съответния период (член 138а, параграф 2 от Кодекса на труда).

III. Начин на определяне на намаленото работно време

1. Редовно работно време - продължителността се определя от споразумение между страните. Продължителността може да бъде нормална, намалена или пропорционална.

2. Извънреден труд - превишаване на договореното работно време. Съгласно член 262 от Кодекса на труда, извънредният труд се възнагражда според договореното между страните. Възнаграждението не може да бъде по-ниско от:

- 50% за работа през работните дни;
- 75% за работа в почивни дни;

- 100% за работа в официални празници;
- 50% за работа в работно време, изчислена на седмична или по-продължителна база. Ако не е уговорено друго, увеличението се изчислява според възнаграждението, определено в трудовия договор. Повишението може да бъде по-високо от предвиденото в закона.

IV. Нощна работа

Нощната работа в България описва работата, извършена между 10.00 ч. и 6,00 ч., за малолетни, времето между 8,00 ч. и 6,00 ч. Възнаграждението се изчислява съгласно член 261 от Кодекса на труда.

V. Други видове работно време

1. Действително работно време: времето, в което служителят действително трябва да изпълнява трудовите си задължения;
2. Време на разположение: възнаграждението на това работно време се намалява. В случай на свикване на служителя от работодателя, работното време се възнаграждава като извънреден труд.

Заетостта в България

Българското трудово законодателство се характеризира с многоетапна нормативна уредба. Освен Кодекса на труда от 1986 г., се прилагат множество специфични актове и разпоредби.

10.2. Трудовото правоотношение

Трудовото правоотношение е отношението между работодател и служител, регулирано от трудовото законодателство. Служителят трябва да изпълнява работните си задачи и да поддържа установената трудова дисциплина. Работодателят от своя страна трябва да осигури подходящи условия на труд и да изплати договореното възнаграждение на служителя.

Важна характеристика и разлика в гражданския договор за услуги е, че в рамките на трудово правоотношение служителят не дължи резултати, а усърдно изпълнение на конкретна работа.

Основанията за възникване на трудови правоотношения са точно изброени в Кодекса на труда. Те възникват поради трудови договори, конкурсен изпит, избори и административни актове. Правата и задълженията на служителя и работодателя се определят от съдържанието на трудовото правоотношение.

Служителят като страна в трудовото правоотношение

Лицата, извършващи основно физически труд, се класифицират като служители; лицата, извършващи основно умствен труд, се класифицират като чиновници.

Служителят трябва да изпълнява работата си по време на работното си време и да поддържа работната дисциплина. За да влезете в трудово правоотношение като физическо лице, трябва да бъдат изпълнени следните две условия:

1. Лицето трябва да е достигнало определена минимална възраст - лицето трябва да е достигнало определено ниво на биологична и психологическа зрялост, за да има право на правата и да е подчинено на задълженията на трудовото правоотношение.

- В България общата минимална възраст за сключване на трудово правоотношение е 16 години (член 301, параграф 3 от Кодекса на труда). Това изискване за минимална възраст е задължително; нарушението на това изискване води до недействителност на договора. Изключенията са предвидени в закона и са многобройни клаузи.

- Минималната възраст може да бъде увеличена до 18 години за длъжности, включващи трудна, опасна или вредна работа (член 303, параграф 1 от Кодекса на труда). Работата е вредна, ако е свързана с биологични, физически или химически заплахи, които могат да навредят на физическото състояние или работоспособността на човека. Опасна

работа е тази, при която дори да се счита за надлежното старание на служителя, самата опасност е обективно вероятна и не може да бъде избегната.

- Има три случая, при които минималната възраст може да бъде по-ниска:
 - 15 години за работни места, които са лесни, не опасни или вредни за здравето на човека. нормалното му, умствено и морално развитие (член 301, параграф 2 от Кодекса на труда);
 - 13 години за момчета и 14 години за момичета, желаещи да работят в цирка (член 301, параграф 2 от Кодекса на труда);
 - По отношение на художествените дейности не е определена минимална възраст.
- * Лицата, които не са навършили 15-годишна възраст, са подчинени на специален регламент. Те могат да бъдат наети в художествени области при условие на писменото съгласие на родителя или на представителя и съгласието на инспекцията по труда. Възрастта трябва да се удостоверява с личната карта или акта за раждане на лицето.

2. подходящо здравословно състояние, заверено с медицинско свидетелство.

Работодателят като страна в трудовото правоотношение

Работодателите могат да бъдат всяко физическо лице, юридическо лице или подразделение на последното или всяко друго организационно и икономически автономно образувание, което независимо наема персонал.

Работодателят притежава административна власт (организационна власт), специфична власт на властта (има право да определя вътрешния кодекс на поведение) и дисциплинарна власт (има право да налага дисциплинарни мерки на служителите, поради неизпълнение на задълженията им).

Основните задължения на работодателя са определени в членове 124 и 127 до 129 от Кодекса на труда, както следва:

- да се осигурят нормални условия служителят да изпълнява своята работа;
- изплащане на възнаграждението за труд;
- да извършва плащания за осигурителните вноски на служителя за всички социалноосигурителни рискове.

Работодателят издава инструкции и разпоредби. Те могат да бъдат издадени устно или писмено и са задължителни за служителите, ако това е законно

10.3. Трудов договор

Според българското трудово законодателство трудовото правоотношение между работодател и служител започва със сключване на трудов договор.

Законовите разпоредби относно трудовия договор са посочени в глава V, раздел I от Кодекса на труда, а също и в три наредби, изброени по-долу:

- наредбата за лицата, които не са навършили 15-годишна възраст (от 1987 г.);
- Наредба № 4 относно необходимите документи, които трябва да бъдат приложени към трудовия договор (от 1993 г.);
- Наредба № 5 относно процедурите по регистрация на трудови правоотношения съгласно член 62, параграф 4 от Кодекса на труда.

Трудовият договор представлява споразумение между две страни: работникът или служителят, който предлага услугата с работната си сила (труд), и работодателя, който създава условията на труд и плаща възнаграждение за трудовото изпълнение.

Писмената форма е задължителна за валидността на договора.

10.4. Комисия за защита на потребителите

Правилата за защита на потребителите ще разгледаме скоро в последната част от Наръчника, но тук е достатъчно да знаете, че КЗП е органът, който контролира дали те се спазват.

Комисията прави проверки по сигнали на потребители. В хода на проверката тя има широки правомощия и има право да изисква съдействие от твоя страна с предоставяне на документи или достъп до търговски обекти.

Когато бъде подаден сигнал, в КЗП се образува преписка. Преписката е производство, което завършва с решение. С него е възможно на фирмата да бъде наложена имуществена санкция, ако се установят нарушения.

10.5. Инспекция по труда

Инспекция по труда е органът, който следи за това дали се спазват правилата на Кодекса на труда, в това число и правилата за здравословни и безопасни условия на труд. Те са изключително бюрократични, затова е добре да наемеш специалист, който да подготви необходимата документация в случай на проверка.

ИП също така следи и за граждански договори, които прикриват трудови правоотношения.

Общината

Местната за вашата фирма община предоставя голяма част от административните услуги, които може да ви бъдат необходими. Към тях спадат регистрацията на търговски обект, обявяването на работно време, промяната на предназначението на обекти и други.

10.6. Съдебна система

Досег със съдебната система във връзка с вашия бизнес би могъл да имате по две линии:

1. Неуредени отношения с доставчици или клиенти;
2. Проблеми с административни органи

Ако някой доставчик не изпълнява договора си с вас, например ви дължи пари, единственият легален начин да го принудите да го изпълни е като минете през съда. Същото се отнася и за случаите, в които вашата фирма е в неизпълнение. Актовете на посочените по-горе административни органи, а също и на други такива, също се оспорват по съдебен ред. Това важи особено за случаите, в които фирмата ви търпи имуществени санкции или ѝ е отказана дадена услуга.

10.7. Електронен подпис

Електронен подпис е нещо, с което е силно препоръчително да се сдобиете. Той е изключително полезен във всичко отношения с държавните органи. Има специален закон, който урежда издаването на електронни подписи – Закон за електронния документ и електронния подпис. Всички държавни институции приемат документи, подписани с електронен подпис. Много от електронните услуги, които предлагат тези институции, пък са достъпни единствено с този подпис.

За да се сдобиете с електронен подпис, трябва да се обърнете към доставчик на удостоверителни услуги. Те предлагат издаване на електронен подпис на юридическо лице. Напомняме, че вашата фирма е юридическо лице, а вие – физическо лице.

Електронните подписи за юридически лица са по-скъпи от тези за физически, но честно

казано, е достатъчно електронен подпис да има просто представителят на фирмата (управителят, изпълнителният директор и т.н.). Държавните органи ще приемат и този подпис, затова можеш да спестите пари от по-скъпия подпис за фирма.

11. Онлайн бизнес

Бизнес тенденциите в това отношение са ясни. Все повече хора предпочитат да пазаруват онлайн. Поради това и непрекъснато се увеличава бройката на електронните магазини. Ето какво трябва да направите, за да може да управлявате свой онлайн магазин:

1. Да управлявате свой домейн;
2. Да имате общи условия, които да уреждат отношенията с потребителите на сайта;
3. Да сключите договор с доставчик на платежни услуги, за да приемате плащания онлайн.
4. Да регистрирате своя електронен магазин в НАП.

Създаване на уебсайт и регистрация на домейн

При създаване на уебсайт ключов момент, на който трябва да обърнете внимание, е регистрацията на домейн. В България организацията, която се грижи за регистрацията на домейни, е Регистър.БГ. Регистър.БГ се грижи единствено за управление на домейните с разширение .bg. За домейни с други разширения като .eu и .com има други организации, които не са български.

На практика, когато изграждате своя уебсайт, ще трябва да използвате хостинг услуги. Доставчикът на тези услуги най-често ще извърши и регистрацията на домейна ви. Няма особено много правила за регистрацията на домейни. Важно е да избягваш така наречения cybersquatting. Cybersquatting означава да регистрирате домейн, който да е идентичен или близък с някоя търговска марка. В миналото тази практика беше популярна. Пример за подобно действие е регистрирането на домейн с име сосасоla.bg и впоследствие изнудването на компанията да закупи този домейн. Тази практика е незаконосъобразна.

Защита на домейн

За да се избегне cybersquatting в България, има установени правила, които отдават предпочитание на някои лица спрямо други, когато има спор за това кой да притежава даден домейн.

За да избегнете спорове с трети лица, може да регистрирате своя домейн като защитен такъв. За целта трябва да покривате едно от следните основания:

1. Името на фирмата да съответства на името на домейна;
2. Да има регистрирана търговска марка, чието име да съответства на това на домейна.

Ако като основание за защита на домейн се използва името на фирмата, то регистрант на домейна трябва да бъде именно тя, а не вие, като неин управител. Тук трябва да се отбележи, че няма изискване за пълно съвпадение между основанието и името на домейна. Т.е. допуска се и малка разлика между домейна и името.

Общи условия за уебсайт

Общите условия за един уебсайт са абсолютно задължителни и липсата им е предпоставка за налагане на сериозни глоби от страна на Комисия за защита на потребителите.

Ето каква информация трябва задължително да се съдържа в общите условия на един

уебсайт:

– Информация за потребителите с данни за търговеца, който управлява уебсайта:
o Наименование на фирмата и ЕИК;

o Адрес на управление, както и адрес за кореспонденция, ако е различен;

o Актуални данни за контакт – телефон и имейл за потребители;

– Информация за органа, който осъществява контрол върху дейността (Комисия за защита на потребителите, Комисия за регулиране на съобщенията и други);

– Правила за защита на личните данни на потребителите (те обикновено се описват в отделен документ);

– Информация за условията, при които се извършва търговска дейност:

o основна характеристика на стоките, които се продават;

o крайната цена на стоките и услугите с включени всички данъци и такси;

o информация относно доставката и начина на плащане;

o Правила за отказ от поръчки и рекламация.

В отделни документи потребителите трябва да бъдат уведомявани за техните правила във връзка с обработката на лични данни. Един такъв документ най-често носи името „Политика за защита на личните данни“.

Сключване на договор с потребител

Има определена процедура за сключване на договори с потребители при онлайн магазин, която трябва да спазвате. На първо място трябва потребителят недвусмислено да заявява желанието си да поръча нещо от вашата фирма, както и изрично да се съгласява с общите условия. Цялата процедура по извършване на поръчка и доставка на стоките и услуги, които един потребител закупува, трябва да бъде описана в общите условия и технически да съответства на тях.

Когато потребител направи поръчка във вашия уебсайт, е необходимо да изпратите потвърждение на поръчката на неговия имейл адрес.

Рекламни съобщения

При своята онлайн търговска дейност вероятно ще изпращате търговски съобщения за своите продукти и услуги. Ето какво трябва да имате предвид по отношение на тях:

– Може да изпращате такива съобщения на потребители само след тяхното изрично съгласие.

– Съобщенията трябва да бъдат лесно разпознаваеми като търговски още с получаването им от потребителя.

– В съобщенията трябва да се включва информация, която да позволява идентификация на фирмата, която ги изпраща.

Важно е в търговските си съобщения да не включвате заблуждаваща информация. Също така трябва да знаете, че има регистър на търговците, които не желаят да получават търговски съобщения. Този регистър е със свободен достъп и се поддържа от Комисия за регулиране на съобщенията.

Приемане на плащания

За да може да продавате своите продукти и услуги онлайн, трябва да имате възможност да получавате плащания за тях. По-назад в Наръчника вече споменахме за различните видове разплащания. За своя магазин може да ползвате:

– Виртуален ПОС терминал;

– Услугите на платежен оператор;

– Банкови преводи

Тъй като банковите преводи изискват ръчна обработка и отнемат време, повечето електронни магазини се насочват към платежните оператори. Тяхното предимство пред ПОС терминалите е, че просто предлагат различни канали за плащания. В България може да използвате местни оператори като ePay и Paysera, а може също така да сключите договор и с международна компания като PayPal. Когато избирате платежен оператор, е важно да сравните таксите, които се събират от оператора при плащания, а също така и конвертирането в различни валути. Ако получавате парите от платежния оператор по своя банкова сметка, трябва да погледнете и тарифите на своята банка, особено за международни транзакции.

Регистрация на електронен магазин в НАП

В края на месец септември 2018 г. Народното събрание прие нова наредба. В наредбата се установяват правила за лицата, които управляват електронен магазин. Основните правила са във връзка със задължителното подаване на информация в НАП преди започване на дейността и да съхраняват в база данни генерираната чрез електронния магазин информация – данни за сделки, контрагенти и други. В наредбата липсва информация за това какво е електронен магазин. Ясно е обаче, че няма значение дали се използва собствен домейн, или пък чужда платформа за продажба на стоки или услуги.

Наредбата влезе по отношение на правилата за онлайн магазини на 28 декември 2018-а. Това означава, че търговци, които пускат в експлоатация електронни магазини след 28 декември 2018 г., трябва първо да подадат онлайн приложение по образец към НАП.

Търговците, които управляват търговски магазин преди 28 декември 2018-а, не са освободени от задължението да декларират това пред НАП.

Те също трябва да подадат приложение за електронен магазин, но срокът за тях е 6 месеца от приемането на наредбата, т.е. 28 март 2019 година.

Каква информация се декларира за електронен магазин?

Към новата наредба е приет образец на приложение – формуляр, който ще се попълва в портала за електронни услуги на НАП. Лицата, управляващи електронен магазин, трябва да имат готовност да предоставят следната информация:

- Наименование на електронния магазин и неговия домейн;
- Данни за търговеца, управляващ електронния магазин;
- Информация за платформата, която се използва, както и за хостинг на сайта;
- Информация за използвания софтуер и начин на съхранение на базата данни на магазина;
- Вид на продаваните стоки и услуги;
- Начална дата на опериране на електронния магазин.

Информацията се подава в НАП с квалифициран електронен подпис.

Както и за останалите документи, които се подават по електронен път към агенцията, и тук може да се използва пълномощник.

Освен общата информация за електронния магазин, търговците имат задължение да пазят данни и за дейността на магазина, включително за всяка една сделка. Срокът за съхранение на тези данни е 5 години.

Всички лица, управляващи електронен магазин, трябва да имат готовност да предоставят тези данни на НАП при поискване.

12. Бизнес зад граница

В тази секция ще става въпрос най-вече за възможността да се продават стоки и услуги на клиенти извън България, както и за вноса на стоки и услуги за бизнеса от чужбина.

Предоставяне на услуги в ЕС

Основният въпрос при предоставянето на услуги в чужбина е как и кога се начислява ДДС. Два са основните фактора, които трябва да съобразите, когато пресмятате ДДС за услуги в чужбина:

- На какво лице се предоставя услугата;
- Къде се предоставя услугата.

Първият въпрос е особено важен. Това, което има значение, е дали клиентът е потребител, или пък търговец. Казано с други думи, дали услугата е бизнес към бизнес (B2B), или бизнес към потребител (B2C).

Бизнес клиентите най-често са фирми, но могат да бъдат и други субекти, които са приравнени на фирми, например неправителствени организации, държавни органи, а понякога и физически лица (хора), които упражняват някаква стопанска дейност. Мястото на предоставяне на услугата зависи от това какво е лицето, което я получава. Основното правило е следното: Ако получателят е бизнес, то мястото на изпълнение е неговият адрес. В този случай не начислявате ДДС. Ако пък получателят е потребител, мястото на изпълнение е адресът на доставчика на услугата.

Изчисляване на ДДС за услуги

При доставка на услуги на потребител от друга държава начислявате българско ДДС, т.е. 20%. Това е така, защото в случая доставката се изпълнява на територията на България. Ако обаче клиентът е фирма, установена някъде другаде в Европейския съюз, тя сама трябва да начисли ДДС в собствената си държава. Тази процедура се нарича "reverse VAT chargemechanism" и се прилага при B2B (businessstobusiness) отношения. Да кажем, че имате бизнес, който предлага услуги, свързани с графичен дизайн. Ако гръцка фирма поръча да изработиш лого за нейния бизнес, не трябва да начислявате гръцко ДДС. Гръцката фирма сама има задължение да направи това. Ако обаче управителят на фирмата си поръча изработването на дизайн, който да ползва за лични нужди, например в дома си, тогава начислявате българско ДДС.

Някои изключения

Горното правило има доста изключения. Има две, които са по-важни, тъй като са сравнително по-често срещани в практиката.

Първото е транспортът на пътници. Това е услуга, която може реално да се предоставя на територията на няколко държави. Ако вашата компания предлага автобусен превоз, който преминава през България, Румъния и Унгария, то ще се начислява ДДС и на трите държави пропорционално на изминатото разстояние във всяка държава.

Това не важи за транспорта на стоки за потребители. Когато доставяте стока на потребител от България към друга страна в ЕС, доставката като услуга се облага с българско ДДС.

Ако услугите, които предлагате, са свързани с организирането на спортни, културни или други подобни събития, то ДДС, което начислявате, винаги е ДДС на страната, в която се провежда събитието. Така например, ако организирате състезание по колоездене в Румъния и предвиждате такса за участие, начислява се румънско ДДС.

Продажба на стоки в ЕС

При продажбата на стоки в рамките на Европейския съюз отново има значение дали сделките са B2B, или B2C (business to customer).

Продажба на стоки на друга фирма в ЕС

Ако продавате стоки на компания, която е базирана в друга страна от ЕС, има значение дали тя е регистрирана по ДДС, или не. Ако компанията клиент е регистрирана по ДДС в някоя държава от ЕС, тя ще има VIES номер. Може да направите справка дали клиентът има VIES номер от интернет страницата на Европейската комисия. Ако контрагентът ви е регистриран по ДДС в своята държава, не начислявате данък. Клиентът трябва сам да си го начисли в своята държава.

Ако обаче компанията не е регистрирана по ДДС, ще трябва да начислите българско ДДС и да го добавите към фактурата, която издавате.

Продажба на стоки на потребители

Генералното правило в Европейския съюз е, че ако продаваш стоки на потребители в една държава членка, трябва да регистрираш своя бизнес там съгласно законодателството на съответната държава.

Има обаче изключение за малки обеми продажби на годишна база. Всяка държава определя максимален праг на годишните продажби на стоки, които една чужда компания може да реализира в нея. В повечето случаи това е оборот от 35 000 евро на годишна база. След прехвърляне на тази сума, е необходимо да регистрирате фирма в чуждата държава.

Ако попадате в изключението за бизнес с малък оборот, трябва да начислявате българското ДДС върху своите продукти и да го внасяте в България.

Покупка на услуги в ЕС

Ако вашата фирма купува услуги от фирма, базирана в ЕС, трябва да начислите върху услугите българско ДДС и да го внесете в НАП. Много често пример за това са рекламни услуги от Google и Facebook, които имат компании, регистрирани в Ирландия. Много хора се питат защо големите компании избират точно Ирландия. Това е интересен казус, на който ще обърнем повече внимание след малко.

Покупка на стоки от ЕС

За покупката на стоки от друга страна – членка на ЕС, важат същите правила, както и при услугите. Твоята фирма трябва да начисли българско ДДС и да го внесе в НАП. ДДС, което начисляваш за покупка на стоки и услуги за своя бизнес от чужбина, може също да се използва за данъчен кредит.

13. Защита на бизнеса

В нейното начало ще обърнем внимание на интелектуалната собственост на един бизнес:

- Търговски марки;
- Патенти;
- Know-how и търговска тайна

Интелектуалната собственост може да бъде изключително ценна за един бизнес. За компании като Apple, Google и Disney търговската марка е всичко. Тя има огромна стойност. Други компании, като Microsoft и много фармацевтични компании, разчитат до

голяма степен на своите патенти. Трети като CocaCola пък защитават своите основни активи като търговска тайна. Ще разбереш какво означава да защитиш своя бранд и кои са спецификите, които трябва да прецените, когато го развивате. Ще научите и за възможностите за защита на своите технологии, процеси на работа и производствен опит. След това ще разгледаме подробно най-важните правила, с които бизнесът трябва да се съобразява:

- Правила за защита на личните данни;
- Правила за защита правата на потребителите;
- Правила за лоялна конкуренция

Тези правила са изключително важни за всеки бизнес, защото за неспазването им се следи строго от съответните държавни органи и санкциите, които могат да бъдат наложени на фирмата, са значителни. На следващо място тези правила са важни, тъй като тяхното нарушаване засяга правилата на трети лица – конкуренти или потребители.

Интелектуална собственост

Интелектуалната собственост е нещо изключително ценно за бизнеса ви. Тя може да има различни форми:

- Авторско право;
- Търговски марки;
- Патенти;
- Know-how

Всяка от тези форми защитава различни права и можеш да се възползвате от нея по различен начин.

13.1. Авторско право

С термина авторско право се обозначава съвкупност от различни права върху много обекти, общото между които е, че са произведения на изкуството. Такива са произведенията на литературата и музиката, сценичните и аудио-визуални произведения, обектите на изобразителното изкуство, фотографията и архитектурата, а също така и софтуерът.

Какво трябва да бъде едно произведение, за да бъде обект на авторско право?

Има две изисквания дадено произведение да бъде обект на авторско право.

На първо място то трябва да бъде плод на творческа дейност. Този критерий е доста широк и като цяло обхваща множество видове дейности, които са предмет на човешки усилия – писане, рисуване, фотографиране и много други.

На следващо място произведението трябва да бъде обективизирано, т.е. да бъде закрепено в някаква форма.

Ако измислите поема, която обаче съществува само в главата ви, тя няма да бъде обект на авторско право. Необходимо е да я публикувате или поне напишете, или пък говорите публично.

Какво се включва в авторското право?

Авторското право, както посочихме по-горе, всъщност е съвкупност от права, като те биват два вида: имуществени (такива, от които може да се извлече финансова полза) и неимуществени.

Основните неимуществени права на автора са правото му да бъде посочван като такъв с неговото име или псевдоним, както и да иска запазване целостта на произведението.

Така например художникът на една картина има право да иска тя да остане в този вид, в който я е нарисувал.

Имуществените права са по-важни. Те включват основно правото на възпроизвеждане, разпространение, излъчване и представяне на произведението с търговски цели, като търговските цели са много широко понятие. В общи линии, имуществени права покриват действията, които са свързани с продажбата на произведението – издаването на книга, прожектирането на филм, продажбата на записи на музикално произведение и други. В имуществените права се включва обаче също така и използването на произведението по други начини за търговски цели, например поставянето на изображение в уебсайт или пък използването на аудиозапис в реклама.

Носителят на авторските права има правото да упражнява имуществените права, както и да ги отстъпва на трети лица. Това означава, че когато дадено произведение е защитено с авторски права, ти трябва да искаш разрешение на автора, за да го използваш за комерсиални цели.

Кой е носител на авторското право?

По принцип носител на авторското право е авторът, т.е. създателят на произведението. Авторът обаче може впоследствие да отстъпи своите имуществени права на друго лице. Така например един автор може да отстъпи правото да се възпроизвежда и разпространява неговата книга на издател и вече издателят да е титуляр на това право. Дори и да сключите договор с някой автор да създаде произведение специално за вашата фирма, той все пак ще бъде титуляр на авторското право. Ако например в фирмата ви има дизайнер, който работи на трудов договор и в неговото изпълнение създава авторски произведения, титуляр на правата ще бъде дизайнерът, но фирмата работодател ще може да използва произведенията. Не така стои обаче въпросът със софтуера, създаден по трудово или служебно правоотношение. Авторското право върху компютърни програми е в полза на работодателя.

Обхват на авторското право

Авторското право като цяло се признава в световен мащаб и не е нужно да се регистрира никъде. Въпреки целенасочените усилия в тази насока обаче, уредбата не е еднаква навсякъде. На места, включително и в САЩ, има възможност за регистриране на обектите на авторското право, което значително улеснява последващото упражняване на правата.

Авторското право не е вечно. Общото правило е, че то продължава през целия живот на автора и 70 години след неговата смърт. След смъртта правата се упражняват от наследниците или от друго лице, на което са били прехвърлени приживе. За някои произведения обаче този период е различен. Например за софтуер срокът от 70 години започва да тече не от смъртта на лицето, разработило софтуера, а от момента на неговото разгласяване. След изтичането на срока на защита, произведението става публично, т.е. може да се използва свободно от всеки. Така например статуята на Давид от Микеланджело във Флоренция е създадена преди повече от 5 века. Авторските права върху нея отдавна са изтекли и всеки може свободно да прави нейни копия или пък да я показва във филми, снимки и други.

Как да използваш обекти на авторско право?

Когато в своята дейност искате да използвате обект на авторското право, трябва да получите съгласието на автора или пък на лицето, което е носител на авторските права, ако е различно от автора (продуцент, издател и т.н.). По принцип за използването на произведение авторът има право да получи възнаграждение, но няма пречка той да

разреши да ползваш неговия труд и безвъзмездно за точно определени цели и в конкретен обем.

13.2. Търговски марки

През 2009 г. Twitter решава да регистрира като своя търговска дума “Tweet”. Разбира се, логично решение, имайки предвид, че тази дума се свързва директно с компанията. За голяма изненада на Twitter обаче, се оказва, че подобна марка вече е регистрирана, и то не от кой да е, ами от компанията Twittad, която плаща на своите потребители да публикуват реклами в своите tweet-ове. Марката, която Twittad е регистрирала, е “LetYourAdMeetTweets”, като това се случва през 2008 г. Спорът за правата върху думата tweet бързо стига до съда в САЩ, като делото в крайна сметка приключва със споразумение чак през 2011 г. Twittad прехвърля своите права на Twitter. Какво Twitter са предложили в замяна, остава тайна, но вероятно си е заслужавало. Какъв е изводът? Twitter е компания, основана през 2006 г. Още тогава тя е можела да регистрира своя марка. Вместо това три години по-късно, когато това решение се взема, се оказва, че вече е късно. На петата година от основаването на компанията тя най-накрая притежава правата върху думата, която сама е наложила на пазара, след дълги съдебни спорове и в крайна сметка най-вероятно плащане на солидна цена. Историята на Twitter е показателна. Започваме с нея, за да разберете колко висока може да бъде стойността на един бранд. Всеки бизнес трябва да има свой бранд – нещо, което да го отличава от всички конкуренти и което да говори ясно и точно на потребителите. Това нещо е марката – дума, слоган, изображения или дори звук, който веднага се идентифицира от крайния потребител. Представете си най-големите марки в различните индустрии – Google, Apple, Nike. Те са лесно разпознаваеми и се асоциират с високо качество. Всяка голяма компания има регистрирана търговска марка. Дори не само една, ами много.

За да бъде развит един бранд до такава степен, е необходимо да инвестирате страшно много време, средства и целенасочени усилия.

Когато обаче веднъж бъде постигнато определено ниво на популярност, брандът започва да работи за бизнеса, и то изключително ефективно.

Основен момент в изграждането на бранда е неговата регистрация като търговска марка.

Колко може да достигне цената на една търговска марка?

През 2016 г. пазарната капитализация на Google се оценява на 365 милиарда долара. Това е три пъти повече от brutния вътрешен продукт на България през 2019 г.. По данни на Forbes от 2011 г., само марката “Google” представлява 27% от компанията, т.е. можем да приемем, че днес тя се оценява на близо 100 милиарда долара.

Защо една търговска марка е толкова скъпа?

В различните етапи на развитие на един бизнес той придобива и развива различни активи, които пък променят своята стойност. За един стартиращ бизнес най-ценният актив са хората, които стоят зад него. Ако компанията се занимава с производство, тя постепенно може да натрупа сериозни материални активи, например завод, суровини и материали, продукти. Някои фирми инвестират в други ценности – имоти, финансови инструменти и други. Това са техните най-ценни активи. Когато обаче една компания се разрасне достатъчно, нейният най-ценен актив става името ѝ. Това е, защото компанията малко по малко започва да се разпознава сред потребителите. Колкото популярна става една марка, толкова повече нараства цената.

Пример за това е Apple. Самият факт, че даден продукт носи тази марка или някоя от другите на компанията (например iPhone), покачва неговата стойност многократно. Това до известна степен важи за абсолютно всяка сфера на икономиката. Разбира се, в някои индустрии, като например модата и луксозните стоки, марките са всичко. Те представляват над 90% от стойността на дадена компания.

Какви права Ви дава регистрацията на търговска марка?

Когато регистрирате своя търговска марка, вие придобивате изключителното право да я използвате. Думата “изключително” означава, че само вие имате това право, т.е. можете да искате от всеки друг да не използва марката. Терминът “използване” пък има доста широко значение и на практика включва всички действия по производство, продажба, маркетинг, реклама, внос и износ на стоки и услуги. Вашата фирма може да използва една марка и без да е регистрирана и това е напълно законно. Проблемът в случая е, че това право имат и всички ваши конкуренти. Това означава, че вие не можете да претендирате права само защото съответният бранд е развит благодарение на вашата инвестиция.

Ако някой от вашите конкуренти регистрира марката ви, тогава вече започват наистина големите трудности – както в историята на Twitter..

Обхват на защита на марките

Търговските марки дават защита на бизнеса ви и, в частност, на вашите продукти и услуги. Тяхното действие обаче не е абсолютно. Има триважни ограничения в действието на марката, които трябва да знаете:

- Ограничения в предметната защита на марката
- Териториален обхват на марката
- Срок на валидност на марката.

Предмет на защита на марката

Когато една марка се регистрира, това се прави за конкретни продукти или услуги, а не изобщо. Така например марката Apple е регистрирана за софтуер и хардуер, а не за спортни стоки, а марката Nike – обратното. Марката не защитава всички продукти и услуги изобщо, а само тези, които в действителност се предлагат с нея.

Териториален обхват на марката

Марката има действие на определена територия, за която е регистрирана. Така например марките, регистрирани в България, са защитени единствено на територията на страната.

Правилото е, че във всяка страна има отделна процедура за регистрация. Има обаче единна процедура за регистрация на марка в целия Европейски съюз. Съществува също така и Световна организация по интелектуална собственост, в която участват множество държави. Чрез организацията една марка може да бъде регистрирана в множество държави едновременно. Процедурите пред Световната организация обаче са скъпи и сложни.

Ограничения във времето на марката

Марката е защитена за срок от 10 години от момента на подаване на заявка за регистрация. След изтичане на този срок трябва да се извърши пререгистрация, за да може марката да запази своето действие.

Условия за регистрация на марка

Когато се подава заявка за регистрация на търговска марка, тя трябва да отговаря на определени условия, посочени в закона. Неспазването на някои от тях ще доведе до отказ от регистрация.

Ето най-важните правила:

Отличителен характер

Първата предпоставка за успешна регистрация на една ТМ е тя да е отличителна. Отличителността означава потребителите да могат да разпознаят твоя знак. Той трябва да те отличава от другите фирми на пазара и да показва идентичността на твоя бранд. За тази цел марката трябва да е свободна, да няма друга такава на пазара.

Марката да не бъде описателна

На второ място, марката не трябва да е описателна, тоест не просто да описва стоките и/или услугите, които предлагаш. Ако опиташ да регистрираш например марката "Super Food" (супер храна) за хранителни продукти, регистрацията ще бъде отказана. Има и редица други сходни изисквания по отношение на търговските марки. Например не трябва да въвеждат потребителя в заблуждение, не трябва да включват гербове, знамена и други държавни емблеми и символи, нито име или изображение на културна ценност.

Марката да бъде свободна

Твоята марка не трябва да бъде същата като или да наподобява друга марка, която вече е регистрирана за същата територия и за идентични или сходни продукти и услуги. Регистрирането на такава марка би означавало нарушаване правата на собственика на предходната марка.

Правилна класификация на стоки и услуги

Не на последно място, за успешна регистрация е необходимо прецизно да са определени продуктите и/или услугите, за които ще използвате марката.

Как да разберете дали марката е свободна?

Едно от изискванията за регистрация на марка е да няма идентична или сходна на нея марка. Лицата, които са регистрирали предходна такава марка, биха имали основание да възразят срещу регистрацията на новата. Това се случва в хода на процедурата по регистрация чрез специално действие, наречено "опозиция".

Критерии за разпознаване на идентични и сходни марки

Има четири критерия, които трябва да се имат предвид при преценката за наличието на сходни марки:

1. Марката да е действаща;
2. Марката да е регистрирана за същата територия;
3. Марката да е регистрирана за същите стоки и услуги;
4. Марката да бъде сходна или идентична с новата марка.

Действаща марка

Марката, с която се прави сравнението, трябва да бъде регистрирана и срокът на нейното действие (10 години) да не е изтекъл. Може и просто да е подадена заявка, т.е.

марката да е в процес на регистрация. Тук приоритет има марката, заявката за която е подадена по-рано.

Марката да бъде сходна или идентична с новата марка

Идентични са две марки, които са напълно еднакви. Тук не съществуват особени затруднения. По-интересен е критерият за сходство. Приема се, че две марки са твърде сходни, когато съществува възможност крайният потребител да обърка едната с другата. Тук е много трудно да бъдат посочени конкретни критерии. Преценката често е субективна, но е важно да се има предвид, че тя се прави от позицията на потребителя, а не от тази на бизнеса.

Как да проверите дали има марки, сходни с Вашата?

Тук може да споделим два полезни ресурса:

1. Сайтът на Световната организация по интелектуална собственост WIPO;
2. Сайтът на световната база данни с марки TMView

Проверка на класове стоки и услуги

Тази проверка може да се извърши в сайта на WIPO (можеш да откриете препратка към него в края на книгата). В сайта се съдържа класификация на всички стоки и услуги. Ако се използва търсачката на WIPO, може да се провери лесно коя стока в кой клас попада. Така например правните услуги попадат в клас № 45, автомобилите в клас № 12, а кафето – в клас № 30.

Тази информация е важна за следващата стъпка.

Проверка за съществуващи марки

Тази проверка се прави в TMView. Чрез функцията Advancedsearch може да се провери за марки, регистрирани на конкретна територия, които са действащи и които се отнасят до точно определени класове стоки и услуги. Услугата на TMView е безплатна и позволява търсене на идентични и сходни марки. Тя обаче работи единствено за словни и комбинирани марки. С нея не може да се прави проверка за фигуративни марки.

Как правилно да изберете стоките и услугите, които искате да защитите?

Когато регистрирате своята марка, изборът на стоки и услуги, които да защитите с нея, е от ключово значение. За да направите този извод, трябва да сте запознат с международната класификация на стоки и услуги, т.е. така наречената Ниска класификация. Ниската класификация разделя всички стоки и услуги в 45 класа. Продуктите, които произвеждате или просто предлагате, задължително попадат в някой от тези класове. В колкото повече класове попадат продуктите, които защитавате с марката, толкова по-скъпа е тя.

Регистрация на марка в ЕС

Процедурата по регистрация на марка в Европейския съюз е много сходна с тази в България. Освен очевидното предимство, че марката ще бъде валидна за целия Европейски съюз, съществува и друго такова – бързината на процедурата. В ЕС регистрацията на търговска марка се случва в рамките на 7 месеца, като Европейският офис по интелектуална собственост е доста стриктен в поставените срокове. Също така процедурата е лесно проследима, което не може да се твърди за българското Патентно ведомство.

Има две основни разлики с процедурата в България, на които акцентираме:

1. Предварително заплащане на всички такси;
2. Конкретно посочване на стоки и услуги

В България около 1/3 от таксата се заплаща в началото на процедурата, а остатъкът – в края. При неуспешна регистрация това минимизира загубите до първоначално платените такси – за експертиза и публикуване на заявка. В ЕС цялата такса се плаща от самото начало и вредите от потенциален неуспех са по-големи. У нас Патентното ведомство допуска марката да бъде запазена за цяла една голяма група стоки без те да се изреждат изрично. Европейският офис по интелектуална собственост не допуска това. Когато се регистрира марка на ЕС, е необходимо стоките и услугите, които тя ще защити, да бъдат описани доста подробно.

13.3. Патенти

Патентът защитава специфични обекти на интелектуалната собственост, а именно изобретенията. Това са такива обекти, чиято висока стойност произтича основно от техния оригинален замисъл и способността им да решават технически проблеми чрез новаторски методи. Тъй като процесът по създаване на изобретения отнема време, усилия и средства, законът дава определени имуществени и неимуществени права на изобретателите върху техните изобретения.

Патентите са изключително популярни в някои области на бизнеса – фармацевтичната индустрия, техниката, а също така и при информационните технологии. Неимуществени са такива права, упражняването на които по принцип не носи икономическа облага. Пример за неимуществено право е правото на изобретателя да бъде посочен като такъв в заявката за патент, публикацията на патента и свидетелството за издаден патент. По-важните права са имуществените, т.е. тези, които създават възможност за изобретателя да получи изгода от своята дейност. Три са основните имуществени права, които патентната защита осигурява:

1. Право да се използва изобретението, включително неговото производство, имитация, продажба и внос;
2. Право да се забрани на други лица да използват изобретението;
3. Право да се разрешава на трети лица да използват произведението.

Правата ми върху едно изобретение обаче се простират само върху неговото използване за търговски цели. Допустимо е други лица да използват патентованото изобретение за лични нужди, както и за научни цели. Също така, ако някой е използвал изобретението преди патентоването му, то той може да продължи да го използва в същия обем дори и след като аз получа патент. Законът не позволява самоцелно да се забранява използването на едно произведение. Ако регистрирате патент и не използвате неговия обект за търговски цели и същевременно отказвате да предоставите това право на други лица срещу разумно възнаграждение, може да бъдете принуден да направите това от Патентното ведомство в България.

Кои изобретения могат да бъдат патентовани?

Законът определя три основни критерия за патентоване на изобретения, които твоето изобретение трябва да покрие едновременно, за да може да бъде патентовано. Критериите са както следва:

НОВОСТ

Ново е това изобретение, което до момента на изобретяване не е било част от състоянието на техниката, т.е. не е било описано, произведено или използвано. Новостта се преценява от гледна точка на това, дали информацията за изобретението или неговото използване са общодостъпни. Ако изобретите специален соларен панел и го използвате в своя офис, това не компрометира новостта на изобретението. Необходимо е информацията за неговия начин на функциониране и изграждане да е станала достъпна на неопределен кръг лица, например чрез публикуването ѝ в научно списание или чрез търговското разпространение на изобретението. Изобретението трябва да бъде ново в световен мащаб, а не просто ново за България.

ИЗОБРЕТАТЕЛСКА СЪПКА

Изобретението трябва да бъде израз на реален технически прогрес, т.е. да е налице изобретателска стъпка. Изобретателска стъпка е налице, когато обектът на патента не е очевиден за специалисти в съответната област на техниката. Казано на прост език, изобретението трябва да бъде не просто ново, ами и новаторско. Пример: Да си представим, че в света съществуват единствено химикалки, които да пишат в синьо. Ако ти изобретиш химикалка, която да пише в червено, тя ще бъде ново изобретение, но няма да е налице изобретателска стъпка, тъй като смяната на цвета на мастилото е очевидно решение за всеки. Ако обаче създадеш химикалка, която да сменя цвета си от синьо на червено с натискане на определен бутон, то това не просто е ново, ами и новаторско изобретение. Преценката за наличие на изобретателска стъпка често е субективна и е трудно да се определи точна граница, която трябва да се премине от изобретателите, за да може изобретението да бъде патентовано.

ПРОМИШЛЕНА ПРИЛОЖИМОСТ

Изобретението лесно ще покрие този критерий, ако намира каквото и да е приложение в промишлеността или търговията, например енергетиката, машиностроенето, селското стопанство, лова и риболова. То също така трябва реално да може да постигне своята цел – да произведе продукт, да извърши някаква дейност, за която е предназначено. На следващо място изобретението трябва да се отличава и със сравнително висока степен на надеждност. Казано с други думи, за да покрие изискването за промишлена приложимост, едно изобретение трябва:

- да може да бъде произведено и използвано многократно в сферата на промишлеността;
- да може ефективно да постига резултата или ефекта, за който се използва;
- да бъде сравнително надеждно.

Обхват на патента

Съществуват известни ограничения в действието на патента. На първо място патентът, даден за изобретение в България, ще осигури защита единствено на територията на страната. За да получите защита в друга държава, трябва да поискате патент пред съответната нейна институция.

На следващо място – патентът действа в продължение на 20 години от момента, в който подадете заявка за патент. Не се допуска удължаване на срока след изтичането му.

Полезни модели

Както, надяваме се, вече е станало ясно, процедурата по патентоване е дълга, а също така и скъпа. Затова в България, а и в някои други държави е предвидена улеснена

процедура – регистрация на полезен модел. Полезният модел като цяло покрива изискванията за изобретение, но те са леко занижени. Основното предимство обаче не е това, а значително ускорената процедура и намалените такси. За сметка на това регистрацията на полезен модел осигурява защита само за четири години. Има и възможност за удължаване на срока два пъти с по три години, т.е. общо десет години.

13.4. Ноу-хау

Не всички обекти на интелектуалната собственост подлежат на строго регламентирана законова защита. Да вземем един пример. Имате фирма от дълго време и в рамките на нейната дейност са установени много добри практики, които водят до повишаване на производителността и по-ефективен мениджмънт на служителите. Изградена е и сложна процедура за управление на отношенията с клиенти. Всичко това е плод на дългогодишен опит, а също така и на вложени много труд и средства.

Тази съвкупност от знания не се защитава с патент, нито с марка, още по-малко с авторско право.

Какво се включва в едно ноу-хау?

Всяко специфично знание за някой процес, технология или процедура, което не е общоизвестно, а се прилага в бизнеса ти, може да се приеме за ноу-хау. Важното е това знание да носи някаква икономическа изгода и ти да се стремиш да го запазиш в тайна. В някои закони може да срещнете термина “производствен опит”, който е синоним на ноу-хау. Той не е съвсем точен, тъй като знанията може да не са свързани конкретно с производството на даден продукт. Например, ако сте разработил метод за предоставяне на различни услуги online, това също е ноу-хау, макар практически да не произвеждате стоки. Ноу-хау може да има и за различни съпътстващи дейности в бизнеса ви, например система за проследяване на процесите във фирмата.

Как да защитите своето ноу-хау?

Неслучайно някои хора използват термина “търговска тайна” именно във връзка с производствения си опит. Той трябва да бъде пазен в тайна.

Важно е да сключваш споразумения за поверителност със своите партньори и да утвърждавате процедури за работа с тях. Това е във връзка с външните отношения на своята фирма. По-голямата заплаха често идва отвътре, тъй като служителите са именно тези, които са в пряк досег и осъществяват вашето know-how. Добре е винаги да разделяте процеса на самостоятелни звена, така че да гарантирате, че алгоритъмът на целия процес е единствено ваше достояние.

Не забравяйте, в съчетание със споразуменията за поверителност, когато е необходимо, да сключвате и споразумения за не извършване на конкурентна дейност. Работодателите често злоупотребяват с подобни клаузи в трудовите договори със своите служители, като това понякога довежда и до отмяна на съответните уговорки в съда. Въпросът не е да забраните на своите служители да работят при конкуренцията ви или пък един ден да основат свой бизнес. Споразумения за не извършване на конкурентна дейност сключват най-вече със своите партньори, които имат пряк достъп до вашето know-how във връзка с изпълнението на някакви други задачи.

Има ли законова защита на ноу-хау?

В България законът предвижда, че когато сключите с някого договор за предоставяне на know-how, той трябва да го пази в тайна, но само дотам. На практика ще ви бъде доста трудно да доказвате вредите, които сте понесъл от

разкриване на вашата търговска тайна, или пък кой е виновен за това пред съд. Най-сигурната правна защита е патентът. Патентът ви дава изключителното право да защитите едно свое изобретение по законов ред. Не всичко обаче може да се патентова. Важно е, преди да преминете към процедура по патентоване, да се консултирате със специалист в областта, например представител по индустриалната собственост. Вие ще разкриете своето know-how пред него, а той ще го анализира, за да ви даде отговор дали може и дали си заслужава да пробвате патентоване.

С него може да сключите както споразумение за поверителност, така и такова за не извършване на конкурентна дейност.

Колко ценно е Вашето ноу-хау?

Може да попитате за това Coca-cola или пък KFC. Това са две компании, които дължат своята слава до голяма степен на своя производствен опит, който се пази в дълбока тайна от години. В случая с Coca-cola това са повече от 125 години. Това е единият вариант за печелене от know-how.

В резюме вашето know-how е скъпо само ако наистина го пазите в тайна. Има обаче и друг вариант да печелите директно от своето know-how и това е договорът за предоставяне на know-how срещу възнаграждение.

Иначе казано, може да продавате своя производствен опит.

Има много начини да продадете своя производствен опит. Големите компании използват франчайз модела. Мислете за брандове като McDonalds, Subway и Office1. В тези случаи има една компания – франчайзер или франчайзодател, която сключва договори с други фирми – франчайзополучатели, които използват вече утвърдената марка срещу възнаграждение. Освен правото да се използва търговската марка, често се предоставя и техника, осъществява се обучение и се разкриват добри производствени практики. Фирмите пък се задължават, освен да плащат възнаграждение, да спазват и определени стандарти в работата си.

Договорът за франчайзинг е сложен договор с много различни елементи и предоставянето на know-how е само един от тях. Може да избегнете сключването на такъв, като се фокусираш единствено върху предаването на своя опит, без допълнителни ангажименти. Тук е много важно с кого преговаряш и повече от всякъде другаде е важно доверието между страните. Това е така, защото, каквито и клаузи за конфиденциалност да включиш, ако твоите тайни се разпространят, няма кой да спре конкуренцията ти да ги използва.

В заключение трябва да знаете, че вашето know-how е нещо ценно. Това са знания, които бизнеса ви придобива вследствие на много усилена работа, и успешното им прилагане изисква време. Не трябва да се отнасяте с пренебрежение към това. Често откриването на най-добрите практики изисква сериозна инвестиция и не бихте искали конкурентите ти да ги използват наготово. Доколкото можете, пазете своя опит в тайна. От друга страна, не приемайте задължително, че фирмата ви ще стане новата Coca-cola. Понякога е добре да споделиш опита си със своите партньори, за да могат те да го доразвият и вие на свой ред да подобрите продукта, който предлагате. Това е така нареченият opensource модел и много компании го предпочитат основно в сферата на софтуера.

Готовността да предоставите своето know-how в много случаи може да доведе не само до нови партньорства, ами и директно до печалба. Важното е да не забравяте, че това наистина е един актив, който развивате непрекъснато и чиято стойност се повишава пропорционално на усилията и експертизата, които влагате в работата си.

14. Привеждане на бизнеса в съответствие с най-важните закони

В тази част от Наръчника ще обърнем внимание на това как да се погрижите компанията ви да спазва три от най-характерните за бизнеса закони:

- Правилата за лоялна конкуренция;
- Правилата за защита на потребителите;
- Защитата на лични данни

14.1. Лоялна конкуренция

Правилата за лоялна конкуренция са установени, за да уреждат отношенията между бизнеси, които са конкуренти на един пазар. Всеки да може да развива свой бизнес. Това право е гарантирано от конституцията и законите на страната. Когато има няколко фирми, които се занимават с една и съща дейност (например произвеждат счетоводен софтуер), те са конкуренти. Има определени правила за водене на конкурентна дейност, които всеки трябва да спазва.

14.2. Нелоялна конкуренция

Съществуват няколко основания за нелоялна конкуренция, уредени в Закона за защита на конкуренцията, а именно:

1. Увреждане на доброто име на конкурентите;
2. Въвеждане в заблуждение;
3. Заблуждаваща реклама;
4. Сравнителна реклама;
5. Имитация;
6. Нелоялно привличане на клиенти;
7. Злоупотреба с по-силна позиция при договаряне.

Увреждане на доброто име на конкурентите

Практики, водещи до увреждане на доброто име на конкурентите са забранени. Ваш конкурент няма право да твърди и да разпространява грешна или изопачена информация за твоя бизнес или за продуктите, които той предлага. Нелоялна конкуренция биха представлявали такива действия, които целят да увредят името на бизнеса, като по този начин отблъснат клиенти от него. Например някой пуска слух, че фирмата ви не изпълнява навреме поръчките, не ремонтира стоки в гаранция или подобен слух.

Въвеждане в заблуждение

Това също е забранено. По този начин конкурентите ви пак целят да привлекат клиенти нелоялно спрямо теб. Тук обаче разпространяват заблуждаваща или изопачена информация за съществените свойства на съответните си продукти. Типичен пример за това е компания, производител на хранителни добавки, която предписва на своите продукти свойства, които те в действителност нямат. По този начин се цели повлияване на икономическото мислене на потребителите.

Практиката би била нелоялна спрямо бизнеса ви, ако е в състояние да накара потребителите да изберат друг продукт вместо твоя на база на заблуждението, в което са въведени.

Заблуждаваща реклама

Това е основното средство за въвеждане в заблуждение. Заблуждаваща е тази реклама, която подвежда потребителите и променя тяхното мнение за определени продукти. По този начин конкурентите ти рекламират и привличат нови клиенти, а вие губите част от вашите. Основната разлика с въвеждането в заблуждение е, че тук неверните сведения за определен продукт или услуга се дават в рамките на рекламна кампания. Заблуждаваща реклама може да бъде и реклама, в която умишлено са скрити характеристики на продукта, които биха били от съществено значение за потребителя и които биха променили начина, по който той възприема останалите факти, изложени в рекламата.

Сравнителна реклама

Сравнителна е рекламата, когато конкурентите ви сравняват техните продукти или услуги директно с твоите. Целта е да се изведе някой от конкурентите на по-челна позиция спрямо вашата фирма. Сравнителната реклама е разрешена само в определени от закона случаи: за да може конкурент да сравнява своите стоки или услуги с моите и други на пазара, то рекламата му трябва едновременно да:

- не заблуждава потребителите и не представлява нелоялна търговска практика;
- сравнява сходни стоки или услуги (например перални на различни производители);
- сравнява само характерни черти на стоките и услугите;
- не обърква потребителите за стоките, услугите, марките, търговските имена на конкурентите, както и за самите конкуренти;
- не накърнява доброто име на конкурентите;
- сравнява стоки с един и същ произход;
- не извлича предимство от името на производителя или от марката на сравняваната стока;
- не представя стоката като имитация или копие на стоките, с които се сравняват.

Например сравнителна ще е рекламата, в която на табела пред магазин пише “По-евтино от магазина до нас!”. Пример, в началото на 2019 г., Комисия за защита на конкуренцията наложи огромна глоба на Метро именно заради нелоялна търговска практика спрямо конкурент в тази насока.

Имитация

Имитацията на стоки или услуги също е забранена. Тук конкурентите имитират твои продукти, когато се стремят да наподобяват външния им вид, опаковка, маркировка, наименование и други белези. Също може да имитират твоя марка, интернет страница и др. неща, които са характерни за бизнеса.

Нелоялно привличане на клиенти

Нелоялното привличане на клиент включва предлагане на подаръци, даването на добавки към продаваните стоки или услуги срещу много ниски цени, даването на допълнителни неща в зависимост от решаване на задачи, ребуси, гатанки и други. Така например не можеш да направиш промоция, в която всеки, който си купи от твоите дъвки и реши някаква задача, да спечели лек автомобил.

Все пак това не означава, че не можете да промотирате стоките или услугите си. В закона са уредени няколко варианта за промоционални кампании:

- подарявате рекламни предмети с незначителна стойност и ясно посочване на

рекламиращото предприятие (например дегустация на вина);

- подарявате предмети или услуги, които според търговската практика са принадлежност към продаваната стока или извършената услуга (например, ако потребител закупува принтер, може като подарък да получи копирна хартия);
- подаряваш стоки или услуги като отбив при продажба в по-големи количества (например “купуваш три продукта на цената на два”).

Злоупотреба с по-силна позиция при договаряне

Конкурентите с по-силна позиция при договаряне са тези, които имат по-голям от вашия пазарен дял. Те не трябва да се договарят с клиентите си недобросъвестно. Недобросъвестни са всички действия или бездействия, които не са икономически обосновани, например:

- необосновано да откажат да доставят или да закупят стоки или услуги,
- необосновано да наложат изключително тежки или дискриминационни условия,
- необосновано да прекратят търговските си отношения със своите контрагенти.

По този начин те увреждат вашата фирма като техен конкурент или потребителите. Така например вашият доставчик на напитки не може да спре да зарежда ресторанта ви, без да има причина, не може изведнъж да наложи тройна цена, макар и в супермаркетите цените да са си същите, и др.

14.3. Забрана за картелни споразумения

Картел е споразумение или съгласувани действия между минимум две конкурентни предприятия (фирми), които имат за цел да ограничат конкуренцията чрез:

- определяне на цени за продажба;
- разпределяне на пазари или квоти за производство/продажба;
- манипулиране на публични търгове, конкурси или обществени поръчки.

По този начин участващите в картела предприятия най-често осъществяват изкуствено завишаване на цените, които потребителите заплащат. Например, производителите на горива се споразумяват заедно да увеличат цената на определено гориво с 10 стотинки на литър. Това е и едно от най-тежките нарушения на правилата на свободния пазар, поради което е забранено.

Забранени са всякакъв вид уговорки между предприятия, които водят до:

- пряко или косвено определяне на цени/други търговски условия;
- разпределяне на пазари или доставчици;
- контролиране или ограничаване на производството, търговията, техническото развитие или инвестициите;
- прилагане на различни условия при еднакви сделки спрямо определени партньори;
- поставяне на допълнителни задължения, които не са в сключения договор.

Тези действия не са забранени, ако подобряват производството, разпределението на стоки, предоставянето на услуги или развитието на техническия прогрес, като съответните предприятия предоставят на потребителите и справедлив дял от получените ползи.

14.4. Правила за защита на потребителите

Правилата за защита на потребителите са ключови за всеки бизнес, затова и тук ще разгледаме основните от тях поотделно. Преди да започнем обаче, трябва да знаете какво означава понятието „потребител“. Потребители могат да бъдат единствено физически лица (хората). Юридическите лица (фирми, неправителствени организации и други) не са потребители. Когато едно физическо лице действа в качеството си на

търговец или сключва дадена сделка в рамките на своята стопанска дейност, той също така не е потребител.

В тази част от Наръчника ще разгледаме най-важните потребителски права накратко:

1. Право на информация;
2. Право на рекламата;
3. Право на отказ при договори от разстояние.

Право на информация

Когато вашата фирма сключва сделка с потребител, тя трябва да му предостави определена информация. Можем да разделим информацията на такава за търговеца, за продуктите и за цената.

Информация за търговеца

Това е основна информация за компанията, с която потребителят сключва договор – име на фирма, ЕИК, адрес, а също така и контакти за връзка.

Не е необходимо тази информация да се съобщава изрично на потребителя всеки път, когато поръчва нещо. Достатъчно е тя да бъде на негово разположение и при желание да може лесно да я намери.

Информация за стоките или услугите

Когато се продават стоки и услуги, трябва да разясните техните основни характеристики на потребителите. Такива за стоките като цяло са състав, годност и начин на употреба, опасност или риск от използване на стоката или услугата. За всяка конкретна стока е възможно да има различни изисквания. Информацията трябва да се предоставя, доколкото тя не е очевидна за потребителите.

Важно при стоките е, че ако сте търговец, не може да оправдаете липсата на информация с това, че такава не е предоставена от производителя.

Информацията за стоки, предлагани от търговците, може да бъде поставяна и върху етикетите им. На етикета задължително трябва да присъстват и данни на производителя и вносителя на стоката, ако има такъв. Друга важна характеристика на стоката, която се изписва на етикета, е нейният размер или количество. Това се прави задължително на български език и чрез използване на метричната система (метри, грамове, градуси и т.н.).

За услугите информацията, която се предоставя, е специфична за съответната услуга. Трябва обаче винаги да се уточнява срок на договора, ако има такъв, и особено важно – дали този срок подлежи на автоматично подновяване.

Информацията се предоставя писмено или по начин, който позволява лесното ѝ възприемане от потребителя.

Информация за цената

Може би най-важната информация за потребителите е тази за цената на стоките или услугите, които закупуват. Тя задължително трябва да им бъде известна преди сключването на договор. При продажба на стоки цената се поставя на видно място до съответната стока, като същото важи и за рекламните каталози. В цената се включват всички данъци, такси за доставка или монтаж, както и цената на други услуги, които задължително трябва да бъдат извършени от търговеца.

Нека да разгледаме един пример за повече яснота: Охранителна фирма сключва договор с потребител за инсталиране на охранителна система в неговия дом.

Впоследствие обаче се оказва, че цената, която търговецът е обявил, не включва ДДС, такса за доставка на системата до адреса, а също така се налага заплащане и допълнителна такса за монтирането на системата. Липсата на предварително информиране за всяка от тези суми е нарушение. Нарушение е също така, ако потребител получи каталог, в който са посочените цените на стоките и някъде в дъното на страницата е описано, че не е включен ДДС. Друго нарушение, което е по-често срещано, е при доставка на по-обемни вещи – на място да се иска допълнителна такса за тяхното пренасяне до горен етаж на сграда. Тази информация трябва също да бъде известна предварително. Търговецът няма право да посочва различни цени на стоките на различни места в търговския си обект. Така например не може дадена стока на входа на магазина да се продава за 1 лв., а на касата нейната цена да бъде обозначена като 1.10 лв.

Право на рекламация

Потребителят има право да направи рекламация, когато закупува стоки от търговец по какъвто и да е начин и те не съответстват на това, за което са се уговорили или което е било описано. Например потребител купува телефон и когато се прибира къщи, се оказва, че той не работи. Не е необходимо обаче дефектът да бъде толкова сериозен. Може и просто само някоя функция на телефона да не работи, например да няма функционираща камера. Всъщност не е задължително дори да става въпрос за дефект. Рекламация може да се направи за всяко отклонение от уговореното. За да упражни правото си на рекламация, потребителят трябва да пази касовата бележка за покупката или пък друг еквивалентен документ като фактура например. Възможно е фирмата ви да е предоставила търговска гаранция на стоката, но дори и това да не е така, потребителят има законова гаранция от 2 години. Тъй като тя произтича от закона, не може да откажете да я удовлетворите като търговец. Ако потребителят се възползва от законната си гаранция в рамките на 6 месеца от закупуването на дадена стока, няма да е нужно и да доказва, че тя е била с дефекти към момента на закупуването. Това се предполага.

Потребителски права при рекламация

Когато са налице условията за рекламация, потребителят може да предяви такава. Предявяване означава да поиска от търговеца да приведе закупеното във вид, който отговаря на уговореното. В тази ситуация обаче изборът за това как да се удовлетвори рекламация всъщност принадлежи на търговеца. Той има два варианта:

1. да замени с стоката с нова;
2. да ремонтира стоката.

Ако нито едно от посочените две действия не е възможно, потребителят може да избере дали да получи всичките си пари обратно и да върне стоката, или пък нейната цена да бъде намалена. Рекламация може да бъде предявена по избор на потребителя в магазина, в който е закупена стоката, всеки друг магазин на търговеца, адреса на управление на търговеца или друго, посочено от него място. Рекламации се правят през цялото работно време. Не може служител в магазина да каже, че рекламации се правят само в определен ден или час. Също така удовлетворяването на рекламацията не може да бъде свързано с никакви разходи за потребителя. Служителят трябва да впише рекламацията в специален регистър на рекламациите и да даде входящ номер.

Срокът за удовлетворяване на рекламацията е 30 дни.

14.5. Защита на личните данни

Тази тема стана изключително популярна през месец май 2018 г. с влизането в сила на Регламент 2016/679 на Европейския съюз – GDPR.

Обяснения

За да може да спазвате своите задължения във връзка с обработването на лични данни, е необходимо на първо място да знаете кои данни са лични, какво значи те да се обработват и каква е ролята на вашата фирма.

Лични данни

Това са данни, които по един или друг начин могат да доведат до идентифицирането на едно лице. Разбира се, в тях се включват име, ЕГН, данни от документ за самоличност. Освен тях обаче има и други – телефонен номер, адрес, e-mail адрес, ip адрес, снимка. Лични са и данните, които са свързани с личния живот – образование, трудов стаж, етнос, религия и други. На практика не съществува бизнес, който да не работи с лични данни по някакъв начин.

Обработване

Обработване на лични данни е всяко действие, което се извършва с тези данни – събиране, използване, изменяне, предаване, а също и заличаване.

Когато някой извършва едно от тези действия, това е обработване на лични данни.

Ролята на вашия бизнес

Когато някой служител или представител на фирмата събира лични данни от клиенти или служители, той го прави от името на фирмата. Фирмата е лицето, за което възникват задължения във връзка с личните данни.

В зависимост от начина кой определя как ще се обработват данните и кой реално ги обработва, едно лице може да бъде администратор на лични данни или обработващ лични данни. Администраторът е лице, което само определя за какво ще се използват данните, които се събират. Обработващ данните пък е лице, което събира/обработва данни по заявка на администратора.

Пример: Вашата фирма (Фирма А) иска да изпраща информационен бюлетин до своите клиенти по имейл. За целта тя използва услугите на друга фирма – Фирма Б, която предлага услуга по автоматично изпращане на имейл и следене на резултати от имейлите. Фирма А, т.е. вашата фирма, е администратор на лични данни, а фирма Б – обработващ.

Задължения

Като лице, което обработва лични данни, фирмата ви ще има определени задължения. Ще обърнем внимание на всяко едно от тях поотделно. Ето ги изброени накратко.

1. Да обработва лични данни само когато има право на това.
2. Да предоставя определена информация на гражданите.
3. Да приеме правила за работа с лични данни.
4. Да осигури възможност на потребителите да упражнят своите права по отношение на личните си данни.
5. Да вземе необходимите мерки за защита на обработваните лични данни.

Кога може да се обработват лични данни

За да може бизнеса ви да обработва лични данни, трябва да има основание за това. В закона има различни основания, но огромната част от случаите попадат в една от следните три категории:

1. Обработване на данни по силата на договор;
2. Обработване на данни със съгласието на лицето, за което те се отнасят.
3. Обработване на данни, изискуемо по закон.

В първия случай фирмата ви събира лични данни, за да може да изпълни договор с клиент. Ако например е необходимо фирмата да достави на едно лице мебели по поръчка, то за изпълнението на договора е необходимо да се знаят адресът на лицето и неговият телефон.

Във втория случай данните се обработват, защото дадено лице се е съгласило с това. Например, клиент се абонира, за да получава рекламни новини от вашата фирма, и предоставя имейла си. В този случай той дава съгласие фирмата да работи с неговия имейл адрес, за да му изпраща съобщения.

В третия случай фирмата обработва лични данни, защото законът изисква това. Когато например на даден клиент следва да бъде издадена фактура, по необходимост фирмата трябва да вземе неговите име, ЕГН и адрес.

Даване на съгласие

За да има съгласие на дадено лице за обработване на лични данни, то трябва да се съгласи изрично с всеки от посочените въпроси:

- Кои негови лични данни ще се обработват?
- По какъв начин ще се обработват данните?
- За какви цели ще се обработват данните?

Законът забранява администраторите на лични данни да отказват услуги на дадено лице само защото то отказва да предостави личните си данни, които не са необходими за изпълнение на договора.

Предоставяне на информация за потребителите

Едно от основните задължения, които фирмата ви ще има като лице, обработващо лични данни, е предоставянето на определена информация на потребителите. Всяко лице, чиито лични данни се обработват има правото да знае определени обстоятелства:

Информация за фирмата

Това са име на фирмата, ЕИК, адрес, телефон/имейл за връзка. Може да се посочат и данни за представител на фирмата.

Целта, за която се събират данните

Тук посочвате защо личните данни на потребителя са необходими – за какво ще се използват.

Лицата, на които ще се предоставят данните

Ако има лица, на които личните данни на потребителите ще се предоставят, това трябва да е указано. Например, ако управлявате онлайн магазин, може да се налага да предоставяте лични данни на потребители на трети лица – доставчици, за да могат да доставят вашите продукти.

Срок за съхранение на данните

Личните данни не могат да се пазят безгранично. Те са необходими само в рамките на определен срок, след което се трият. Така например данните на клиенти се пазят 5 години от момента на прекратяване на договора с клиента.

Информация за правата на потребителите

Потребителите имат следните права:

1. Право на достъп до своите данни;
2. Право да искат коригиране и изтриване на лични данни;
3. Право на ограничаване на обработването;
4. Право на преносимост на данните;
5. Право на възражение срещу автоматично обработване;
6. Право на жалба пред надзорен орган.

Информация за автоматизирана обработка и профилиране

Обработката на лични данни е автоматизирана, когато тя се случва машинно по даден алгоритъм. По този начин най-често се обработват лични данни на много голямо количество потребители – правят се анализи на поведението на потребителите, за да се постигне определена цел. Последица от автоматизираната обработка може да бъде профилирането. Профилиране означава вземане на решения за даден потребител на фона на данни, които се обработват автоматично. Така например фирмата може да предлага дадени продукти на едни клиенти и други продукти – на други, в зависимост кой какво си е закупил преди това. Това е профилиране.

Приемане на правила за работа с лични данни

Има няколко основни документа, които фирмата трябва да изготви и да използва в дейността си:

1. Вътрешни правила за обработване на лични данни;
2. Политика за защита на личните данни.

Като администратор или обработващ лични данни вашата фирма трябва да приеме вътрешни правила за работа с данни. Тези правила трябва да описват какви лични данни се събират, по какъв начин се обработват и за какви цели. Правилата трябва да съдържат също така и мерки за защита на личните данни.

Тези правила трябва да бъдат сведени до знанието на всички служители във фирмата, които да бъдат обучени да ги спазват.

Освен вътрешните правила, е добре фирмата да има и политика за защита на личните данни, особено ако бизнесът е в областта на електронната търговия.

Осигуряване на възможност за потребителите да упражняват своите права

Това е най-важната част от задълженията на фирмата като лице, обработващо лични данни. Потребителските права са нещото, върху което GDPR акцентира най-много.

Право на достъп до лични данни

Във всеки един момент дадено лице, за което вашата фирма обработва лични данни, има право да знае какви негови лични данни се обработват, по какъв начин и на какво основание.

Най-често исканията за достъп до лични данни ще идват в електронен формат – по

имейл. В тези случаи фирмата трябва да предостави данните също в електронен формат.

Срокът, в който трябва да се даде отговор на потребителя, е един месец. Преди да се предостави отговор, е необходимо лицето, което иска достъп до данните, да бъде идентифицирано. Достъп до лични данни се предоставя единствено на лицето, чиито лични данни се обработват.

Право да се иска коригиране или изтриване на лични данни

Личните данни, които се обработват за дадено лице, трябва да бъдат актуални, т.е. верни. Разбира се, това понякога трудно може да бъде гарантирано от администратора, особено когато данните се предоставят от самото лице. Поради това законът предвижда възможността лицата, за които се събират лични данни, да искат тяхното актуализиране. Потребителите имат право също така да искат техните лични данни да бъдат заличени (известно е още като „правото да бъдеш забравен“ – the right to be forgotten). Това може да се случи в различни хипотези, но най-често са следните:

- Личните данни се обработват единствено въз основа на съгласие на лицето и това лице оттегля съгласието си;
- Личните данни са събрани неправомерно, т.е. изначално не е имало основание да се обработват.

Право да се иска ограничаване на обработването

Да се ограничи обработването означава временно да се спре обработването на лични данни, без те да се заличават. Тази хипотеза е доста рядка, затова няма да се спираме на нея в детайли. Възможно е да се стигне до нея, когато потребител твърди, че личните му данни са неточни. Друг вариант е данните да са събрани незаконосъобразно, но потребителят да не иска изтриването им, а само обработването.

Право на преносимост на данните

Правото на преносимост означава, че даден потребител може да иска от вашата фирма да прехвърли всички негови лични данни, които е събрала, на друга фирма. Това е валидно единствено, когато данните се обработват въз основа на договор или на съгласие от потребителя.

Право на възражение срещу автоматично обработване и профилиране

По-горе в Наръчника обърнахме по-специално внимание на това какво е профилирането като процес по обработване на лични данни. Законът третира тази дейност по-особено от другите такива, затова и потребителите имат повече права във връзка с нея.

Ако вашата фирма извършва профилиране, е необходимо да дадете възможност на потребителите да възразят срещу това изрично.

Право на жалба пред надзорния орган

Законът дава още едно право на потребителя – правото да подаде жалба до надзорния орган срещу незаконосъобразни действия на твоя бизнес във връзка с обработването на лични данни. Ваше задължение е да уведомите потребителя за това му право. Надзорен орган в България е Комисията за защита на личните данни.

Технически мерки за защита на личните данни

Най-популярните технически мерки за управление на рисковете, когато се работи с дигитални лични данни, са криптирането и анонимизирането.

Анонимизиране означава личните данни, които се обработват, да бъдат приведени във вид, който да не позволява идентифициране на лицето, за което се отнасят. Това е приложимо най-често при статистически анализ на голямо количество данни. Задължителни мерки, които трябва да се възприемат, са осигуряването на контролиран достъп до данните. Ако данните се съхраняват в дигитален формат, до тях трябва да достигат само определени служители на фирмата чрез достъп с парола. Друга мярка, която трябва да се предприеме, е осигуряването на backup файлове – такива файлове, на които се съхранява резервно копие от личните данни в случай на случайно заличаване.

Когато личните данни се обработват на хартия, е препоръчително те да бъдат държани в помещение с контролиран достъп и да бъдат назначени конкретни служители или лица, които да могат да работят с данните.

Друга мярка за защита на личните данни на хартиен носител е те да бъдат сканирани или дигитализирани по-друг начин. Това увеличава риска от „изтичане“ на данните, но намалява опасността от тяхното изгубване.

Назначаване на длъжностно лице по защита на личните данни

В някои редки случаи фирмата трябва да назначи специално лице – длъжностно лице по защита на личните данни. То може да бъде външен експерт или пък служител на фирмата, който да отговаря за защитата на лични данни – да дава съвети при обработването на данни, да следи за изпълнение на правилата и да комуникира с надзорния орган. Назначаването на такова лице е необходимо единствено когато се обработва голямо количество от т.нар. специални (чувствителни) данни. За стартиращ бизнес тази необходимост е по-скоро изключение.



15. Финансиране на бизнеса

15.1. Банкова система на България

За създаването на банкова система на България се счита създаването на Българската народна банка (БНБ) непосредствено след Освобождението 1879 г. Тогава все още е била като обикновена търговска банка, която има задачата да обслужва и държавата. По-късно, през 1928 г. е утвърден закон за БНБ за нейното изменение, с което тя се

превръща в чисто емисионна ЦБ. През периода 1951-1987 г. банковата система на България е еднозвенна. Емисионната банка изпълнява функциите на търговска банка. През 1991 г. банковата система се преобразува в двузвенна (двустепенна). Шест години по-късно през 1997 г. се въвежда Валутния борд. В резултат на въвеждането му се стабилизира страната във финансова гледна точка. Банковата система в България е съвкупност от банките в страната и тяхната взаимна обвързаност, подчиненост и законова регламентация. В съвкупността от банки се включват всички банки и небанкови институции, получили съответния лиценз от Българска народна банка.

15.2. Банки и банкови продукти за стартъпи и МСП

Съвсем доскоро идеята банка да финансира стартиращ бизнес изглеждаше невъзможна за изпълнение. Затова и технологичните стартъпи разчитаха на дялови инвеститори, бизнес ангели и специални фондове като тези на Eleven и Launchub. За няколко години акселераторите помогнаха на близо 200 фирми в България. Финансирането, което предлагаша те обаче, свърши. Сега в този сегмент на пазара влизат и банките в страната.

Българска банка за развитие

<https://bbr.bg/>

Българската банка за развитие (ББР) е финансова институция, 99,9% собственост на българската държава. Създадена е през 1999 г. като Насърчителна банка, като основен фокус в дейността ѝ е подкрепата за малките и средни предприятия. ББР е сред българските банки с **най-висок кредитен рейтинг: “BBB” с положителна перспектива от международната рейтингова агенция Fitch**. Това е единствената българска банка, която освен директно финансиране предоставя ресурс и чрез други кредитни институции. ББР е най-добре позиционираната банка в страната за привличане на средства от международни партньори. Нейни дъщерни дружества са Националният гаранционен фонд, който издава гаранции по банкови заеми за реалния сектор, Микрофинансиращата институция "ДЖОБС", която предоставя финансиране на микро-, малки, средни и стартиращи компании, Фондът за капиталови инвестиции и дружествата "ББР Лизинг" и "ББР Факторинг".



**БЪЛГАРСКА БАНКА
ЗА РАЗВИТИЕ**

Фокус в дейността

- Стартиращи предприятия и иновации
- Износители на готова продукция
- Преработвателна промишленост
- Минерални ресурси и природни богатства
- Земеделие и туризъм

Продукти / <https://bbr.bg/bg/products/>

- Експортно финансиране
- Он-лендинг финансиране
- Оборотно финансиране
- Инвестиционно финансиране
- Проектно финансиране

- План „Юнкер“
- Цедиране на вземания

Национален гаранционен фонд

www.ngf.bg

За да облекчим допълнително условията по кредитите, през 2008 г. ББР създаде свое дъщерно дружество – Националният гаранционен фонд, който издава гаранции, допълващи обезпеченията, изисквани от търговските банки. Така се увеличава кръгът на фирмите, които банките са склонни да финансират, и се понижават лихвите по заемите. През последните 4 години фондът си партнира успешно с 19 търговски банки. 2 600 е общият брой на фирмите, подпомогнати до момента.



НГФ В ЦИФРИ за 10 години:

- 9 са реализираните от фонда гаранционни програми
- 18 са банките-партньори, с чиято помощ продуктите на НГФ стигат до бизнеса
- 896.6 млн. лв. е сумата на издадените до момента гаранции
- 8200 е броят на отпуснатите кредити с гаранция от фонда
- 1000 от тях са стартиращи
- 1,8 млрд. лв. е общата стойност на гарантираните заеми
- над 7300 е общият брой на фирмите, подпомогнати до момента от фонда. В тях работят над 120 000 души

Микрофинансираща институция „Джобс“

<https://www.mfi.bg/>

Микрофинансиращата институция „Джобс“ е създадена през 2010 година като част от Групата на ББР. Основната ѝ цел е да улеснява достъпа до финансиране на микро- и малки предприятия, земеделски производители, самонаети лица, занаятчии и др., които развиват или стартират бизнес на територията на страната. Чрез МФИ „Джобс“ създаваме условия за успешно развитие на микро бизнеса, използвайки ефективни модели и практики в сферата на микрофинансирането.



Основната цел е дългосрочно предоставяне на финансови услуги на микро- и малки предприятия.

По този начин МФИ Джобс:

- подобрява достъпа им до финансови услуги;
- допринася за създаването и запазването на работни места;
- намалява тяхната „изключеност“ от пазара на финансовите услуги;
- подпомага целевите си групи да развият своята бизнес идея.

Продукти: [/https://www.mfi.bg/bg/products](https://www.mfi.bg/bg/products)

Кредит за инвестиции за стартиращ бизнес с гаранционно покритие по програма COSME <https://www.mfi.bg/bg/p/kredit/startup-kredit-za-investicii>

Крайни кредитополучатели - стартиращи микро и малки предприятия* в т.ч. и земеделски производители вкл. производители на биопродукти.

**За стартиращи се считат предприятията, които са извършвали дейност по-малко от 12 месеца към датата на кандидатстване за кредит.*

Цел на кредитите – придобиване на дълготрайни активи

Размер на кредита – от 1 500 Евро до 25 000 Евро

Срок за погасяване – от 12 до 84 месеца

Гратисен период – до 12 месеца

Минимално собствено участие – 10%, но по решение на компетентният орган може да не се изисква

Кредит за оборотни средства за стартиращ бизнес с гаранционно покритие по програма COSME <https://www.mfi.bg/bg/p/kredit/startup-kredit-za-oborotni-sredstva>

Крайни кредитополучатели - стартиращи микро и малки предприятия* в т.ч. и земеделски производители вкл. производители на биопродукти.

**За стартиращи се считат предприятията, които са извършвали дейност по-малко от 12 месеца към датата на кандидатстване за кредит.*

Цел на кредитите – оборотни средства

Размер на кредита – от 1 500 Евро до 25 000 Евро

Срок за погасяване – от 12 до 24 месеца

Лихвен % за крайни получатели - 3М Sofibor/ 3М Euribor + от 5,95% до 7,95%, но с максимален годишен лихвен процент в размер на 7,99% годишно

Такса управление – 0,5% на годишна база

Обезпечения - особен залог на ДМА или ипотека на недвижим имот – изискване за обезпеченост от 0 % до 70%

Европейският Инвестиционен Фонд (ЕИФ), част от групата на ЕИБ, сключи първото гаранционно споразумение за микрофинансиране в България по Програмата на Европейската комисия за заетост и социални иновации ("EaSI "). Споразумението беше подписано с МФИ "ДЖОБС", дъщерно дружество на Българската банка за развитие.

Програмата ще подпомогне небанковата финансова институция, насочена към дребния предприемачески сектор в България, чрез подобряване на достъпа до финансови услуги и потенциален мултиплициращ ефект върху създаването на работни места и местното икономическо развитие.

Сделката е подкрепена с гаранция от бюджета на ЕС по Инвестиционния план за Европа- Плана Юнкер-и неговия Европейски фонд за стратегическо развитие (ЕФСИ), който позволява на Групата на Европейската инвестиционна банка да инвестира в повече и често по-рискови операции.

Тази операция между ЕИФ и МФИ "ДЖОБС", осъществена за първи път в България, ще подобри достъпа до финансиране за микро-предприятия, особено в селските райони, характеризиращи се с по-бавно икономическо развитие. Със своя потенциален мултиплициращ ефект върху създаването на работни места и местното икономическо развитие, програмата допринася за подобряване на жизнения стандарт на семействата на предприемачите и за развитието на съответните местни общности в по-слабо развитите региони".

Гаранцията по Програма "EaSI", която ще мобилизира 10 млн. лева (приблизително 5,1 млн. евро) в полза на 320 микро-предприятия, ще подкрепи инвестиционни и оборотни кредити, както с фиксиран погасителен план, така и револвиращи кредити. Тя ще обхваща и микро-лизинг операции, предоставени на микро-предприятия и самостоятелно заети лица, работещи в различни сектори на икономиката, включително на стартиращи предприятия, с особен акцент върху предприятията, създадени от млади предприемачи, жени, занаятчии и дребни фермери. Програмата EaSI е финансов инструмент на ЕС за насърчаване на високо ниво на качествена и устойчива заетост, гарантираща адекватна и прилична социална защита, преодоляване на социалното изключване и бедност и подобряване на условията на труд. Опирайки се на своя механизъм за споделяне на риска, МФИ "ДЖОБС" ще подобри достъпа на микрофинансиране за уязвими групи и микро-предприятия. Целевите групи, които имат проблеми с достъпа до конвенционалния кредитен пазар, ще получат мощен инструмент за бъдещо развитие. Това е първото пряко споразумение между МФИ "ДЖОБС" и ЕИФ съгласно ЕФСИ 2 (Плана Юнкер) и е логично продължение на нашето участие в Програмата за микрофинансиране "Прогрес". Гаранцията EaSI е и четвъртото споразумение на ЕФСИ между Групата на ББР и Групата на ЕИБ".

Портфейлът от микро-кредити по Програма "EaSI" е насочен към всички български региони. Предлагането на продукта ще се осъществява чрез клоновете на МФИ "ДЖОБС" и Българската банка за развитие, местни агенции на Министерството на труда, мрежи на бизнес центровете и потенциално различни платформи за онлайн кредитиране.

Фонд за капиталови инвестиции

- Участва в капитала на малки, средни и стартиращи предприятия с цел повишаване конкурентоспособността на бизнеса, осигуряване на капитал за научноизследователска и развойна дейност, увеличаване на производствения капацитет, финансиране преди набиране на капитал на регулиран пазар и усвояване на средства от фондове на ЕС.
- Приоритетно финансира малки и средни фирми във фаза на растеж, стартиращи предприемачи, социални предприятия, иновации.



ББР Факторинг

- Предлага пълен набор от услуги, разделени в две направления с цел подобряване, стимулиране и развитие на общия икономически, експортен и технологичен потенциал на българските предприятия.
- Факторинг на българския пазар с цел подпомагане на МСП за ускоряване обръщаемостта на оборотния капитал.
- Факторинг за износители, който да ги подпомага в достъпа и утвърждаването им на нови пазари.



ББР Лизинг

- Ускорява растежа и обема на дейността, особено за предприятията в сферата на иновациите.
- Създава условия за технологичното обновление на производствените мощности.
- Допълва финансовите услуги, предлагани в изпълнение на мисията на ББР за подкрепа на българското предприемачество.



Уникредит Булбанк

<https://www.unicreditbulbank.bg>

Финансира компании, които имат потенциал за растеж, но са твърде малки, за да осигурят нужния им ресурс за това сами. Моделът ѝ е да дава специален кредит на стартиращото предприятие, който може да се обръща в дял от компанията след време. В първата вълна на одобрени за финансиране попадат седем кандидати, които ще получат общо близо 2 млн. евро. Перспективите са до края на годината броят на подпомогнатите стартапи да се удвои.



Специалната програма на Уникредит Булбанк бе структурирана в края на 2018 г. с цел да подпомага стартиращи компании без история и продукт, но с амбиции да предложат нещо иновативно на пазара. Целевата група са малки и средни бизнеси, които са твърде рискови за конвенционалното банкиране, но пък са перспективни за печалба, ако в тях се навлезе на принципа на дяловото инвестиране.

На практика банката инвестира собствен капитал в стартапите. Той е провизиран така, че каквото и да се случи с кредитите, това да не се отрази върху останалите ѝ клиенти. Финансирането няма вида на стандартизиран банков продукт, еднакъв за всички, а се договаря с различни параметри за всеки стартап. Обикновено хоризонтът на подпомагане е две до три години. Цената му също зависи от сектора, в който работи компанията кандидат, като се търси доходност, която да е съпоставима с възвращаемостта на активите в индустрията, в която банката инвестира. В секторите, към които е насочена програмата - информационни технологии, хардуер, услуги и продукти за потребителите, средната възвращаемост на капитала е от порядъка на 15 - 30%. При договарянето на лихвата обаче влияние оказва и цената, на която предприемачите са били финансирани от фондовете досега. За първите три вече

усвоени кредита по програмата доходността, която изисква банката, е 9.75% на годишна база за тригодишен срок. При този продукт предприемачите нямат плащания по погасителен план за периода. Когато настъпи падежът, има вариант за преобразуване на заема в обикновен банков кредит или в дялов капитал. По думите на Генов стремежът е банката да не влиза с повече от 20% в дадена компания.

Съпоставено с обикновеното кредитирате, това изглежда по-скъпо, но програмата привлича интерес - дотук тя е имала 40 кандидата. Причина за това са допълнителните екстри, които консултантите по бизнес развитие предлагат на компаниите през целия срок на партньорството.

Гаранционна схема COSME

Инициатива за МСП

"Инициатива за МСП" е съвместен гаранционен инструмент на Европейската комисия, Европейския инвестиционен фонд, Европейската инвестиционна банка и българското правителство, създаден специално, за да увеличи кредитирането на стартираещ и малък бизнес.

210 млн. лв. под формата на кредити при преференциални условия и изисквания за кредитно обезпечение ще бъдат предоставени на български стартираещи, малки и средни компании. Средствата ще бъдат разпределени от „Уникредит Булбанк“, която подписа с Европейския инвестиционен фонд (ЕИФ) споразумение за увеличаване на кредитирането на малки и средни предприятия (МСП). 50% от кредитния риск на предоставяните инвестиционни и револвиращи оборотни кредити ще бъде гарантиран по силата на програма COSME.

Гаранционна схема COSME е подходяща за всички малки и средни предприятия, работещи в широк спектър от икономически сектори. Фокус в програмата са и стартъп компании, които са в начален етап на развитие и се нуждаят от финансиране за своята дейност чрез конвертируем заем.

15.3. Инвестиционни фондове- <https://www.fmfib.bg/en/>

От края на 2017 г. Фонд мениджърът на финансовите инструменти в България (Фондът на фондовете) предоставя кредити от 5 до 50 хил. лв. на стартираещи малки и средни предприятия. Тези кредити трябва да се върнат до 10 години, като гратисният период за погасяването на главницата е две години.



ФОНД МЕНИДЖЪР НА
ФИНАНСОВИ ИНСТРУМЕНТИ
В БЪЛГАРИЯ

Досега между 70 и 80% от парите за тези кредити се осигуряваха по европейската Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ (ОПРЧР) и се отпуснаха с нулева лихва. Останалите 20-30% от кредита се осигуряваха от партнираща на Фонда на фондовете финансова институция. Върху това външно съфинансиране се начисляваше пазарна лихва.

Представеното облекчаване на кредитирането по финансовия инструмент „Микрокредитиране със споделен риск по ОПРЧР“ предвижда таванът на

еврофинансирането да се увеличи до 90%. Досега чрез него са отпуснати 44 кредита за суми на обща стойност почти 700 хил. лв.

Тъй като кредитирането може да е за сума между 5 и 50 хил. лв., а лихвата по съфинансирането извън ОПРЧР е на пазарна цена, това предизвика въпроси не е ли лихвата прекалено висока за един потенциален кредит от 5000 лв., дори и да звучи неизгодно кредитирането чрез ОПРЧР, то е единственият шанс на стартапите, които не биха получили кредит от нито една банка.

Средствата по новия финансов инструмент, който работи вече половин година, целят насърчаване на предприемачеството. Допустимите кандидати за кредитиране са стартапи, включително стартиращи компании на лица от уязвими групи – хора с увреждания, младежи до 29-годишна възраст, хора, безработни от над 6 месеца. Финансира се както придобиването на материални и нематериални активи, така и работна ръка за разширяване на дейността.

Фонд "Невек мениджмънт"

Според бизнес плана на новия фонд "Невек мениджмънт" ще подпомогне общо 45 стартиращи компании, или по 9 компании годишно, които ще получат до 1 млн. евро инвестиция под формата на дялов капитал. Това означава, че през процедура по увеличение на капитала фондът ще влиза като акционер, придобивайки миноритарен дял от 20 до 35% от собствеността в компаниите. Впоследствие ще развива дружествата до момент, в който ще търси изход при средна норма на възвращаемост на средствата на фонда от 6%.

Публичният ресурс, който се предоставя на новия финансов посредник, е 37.4 млн. лв. Към тях той се е ангажирал да добави собствени средства и ко-инвестиции от партньори, с което общата сума за вложения ще набъбне до 53.4 млн. лв. На въпрос откъде ще привлекат допълнителното финансиране от "Невек мениджмънт" посочиха, че това са партньори на предишните им два фонда от Швейцария и САЩ, както и български инвестиционни фондове.

Фонд "Витоша венчър партньорс"

Обединение „Витоша Венчър Партньорс“ управлява третия фонд за ускоряване и начално финансиране на стартиращи предприятия, финансовият инструмент е подпомогнат със средства по Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие.

„Витоша Венчър Партньорс“ ще управлява публични средства в размер на 35,6 милиона лева, като се очаква те да бъдат допълнени с най-малко 10% частен капитал. Избраният посредник ще финансира най-малко 76 предприятия, като размерът на инвестициите във всяко едно от тях е в диапазон от 30 хиляди до 2 милиона лева.

Новият фонд има за цел да идентифицира и подкрепи перспективни стартиращи компании като им помага с капитал и ноу-хау, срещу което придобива миноритарен дял в капитала им. Програмата ще предоставя финансиране на предприятия в най-ранните етапи от тяхното развитие, а част от инвестициите ще подпомогнат развитието и на по-напреднали стартапи.

Инвестиционният период ще продължи до края на 2023 година.

Фонд "Иновейшън акселерейтър България"

Финансиране на инвестиции от 25 хил. до 50 хил. евро за компаниите, намиращи се в най-ранна фаза на своето развитие. За по-напредналите подкрепата може да достигне до 1 млн. евро. Кандидатите ще бъдат оценявани на база бизнес модел, конкурентни предимства, качество на екипа. Фондът ще предоставя ресурса срещу придобиването на дял от 7 до 20% в собствеността на компаниите. Търсената доходност от инвестицията ще е 7%. Освен с финансиране подкрепените стартапи ще се възползват от допълнителна подкрепа за ускоряване на бизнеса им чрез акселераторска програма с обучения. Заявките за работа с фонда ще се приемат и обработват на сайта на фонда, където има форма за кандидатстване.

Фонд „Ню вижън 3“

В края на септември започна дейност "Фонд Ню вижън 3", зад който стоят партньорите от NEVEQ и който ще инвестира 23.2 млн. евро в технологични стартапи в по-напреднала фаза на развитие., зад който стоят партньорите от NEVEQ и който ще инвестира 23.2 млн. евро в технологични стартапи в по-напреднала фаза на развитие.

Фонд „Morningside Hill“

Фондът за рисков капитал Morningside Hill започна да инвестира в проекти на компании с потенциал за растеж. Финансирането, което предоставя, е до 3.5 млн. евро, като основната част е публичен ресурс, предоставен чрез държавния Фонд на фондовете. Очаква се средствата да стигнат за подкрепа на 15 до 20 проекта в следващите три години, като срещу финансирането фондът ще взема миноритарен дял в капитала на компаниите. Структурата разполага с 28.6 млн. евро, от които 24.1 млн. евро идват от програма "Иновации и конкурентоспособност", а останалите са добавени от фонд мениджъра и привлечения частен инвеститор "Транс - софт интернешънъл България".

Компаниите, които могат да разчитат на подкрепа, са малки и средни предприятия, които разполагат с готов продукт и имат утвърдени пазари, но се намират все още в ранен етап на своето развитие (до 5 години от създаването им). Няма ограничение в сектора, в който работят, но трябва да имат потенциал за растеж. Финансирането, на което могат да разчитат, е от 750 хил. евро до 3.5 млн. евро, като в зависимост от сумата инвеститорът ще придобива различен дял в собствеността на компаниите - обикновено между 5 и 20%, но не повече от 40% в една компания. Целта на фонд мениджъра е, след като изтече инвестиционният период, в който е съдействал за осъществяването на плановете за растеж, да потърси изход от подпомогнатата компания срещу печалба.

16. Преглед на българската икономика за 2019г

През последните четири години българската икономика нарасна с над 3,5%, а преките чуждестранни инвестиции се увеличиха за същия период. Макроикономическите показатели на страната са стабилни, финансовата политика е солидна, дългът към БВП е близо 22% - третото най-ниско в ЕС и намалява. България взе политическото решение да започне процедури за членство в еврозоната, което означава по-строг надзор върху финансовия сектор и по-специално над банковата система от ЕЦБ. Това се отразява положително на пазара. Това е общата оценка на българското правителство и на повечето медии за ефективността на българската икономика.

За 2019 г. прогнозата показва икономически растеж от над 3%. Основните показатели в есенната макроикономическа прогноза за тази година са поддържането на

прогнозирания икономически растеж. Очаква се той да достигне над 3 на сто, като двигателите му основно ще бъдат потребление и инвестиции, а според правителството до края на мандата си в офиса БВП може дори да надмине 130 милиарда лева. Европейската банка за възстановяване и развитие (ЕБВР) повиши прогнозата си за икономически растеж в България през 2019 г., прогнозирайки 3,7 на сто, което е с 0,3 процента спрямо прогнозата си през май. ЕБВР каза също, че българската икономика нараства стабилно при 4.2% на годишна база през първата половина на 2019 г. Потреблението на домакинствата продължава да бъде основният източник на растеж, подхранван от силната активност, увеличените доходи и по-високия процент на заетост на фона затагачия пазар на труда. Безработицата намалю до почти четири на сто през юни 2019 г., докато номиналните заплати продължиха да нарастват с високи едноцифрени проценти. Правителството повиши месечната минимална заплата с 10 на сто през януари 2019 г. до 286 евро. Инвестициите също продължиха да допринасят положително за растежа, макар и с по-бавни темпове, отколкото през 2018 г. Междувременно, износьт също даде тласък на растежа, тъй като износьт нараства с по-бързи темпове от вноса, който почти застоя. Правителствените разходи нараснаха през 2019 г., главно поради разходи, свързани с армията, а бюджетът може да е в дефицит след три последователни години на бюджетни излишьци. Публичният дълг възлиза на около 21 на сто от БВП, един от най-ниските проценти в ЕС. Очаква се икономиката да нарасне със солидните 3,7% през 2019 г. и 3,0% през 2020 г., като цяло съответства на настоящия потенциал за растеж на страната. Вероятно растежът ще бъде подкрепен от частното потребление, което обикновено подхранва икономическата активност.

Инвестициите също допринасят положително за растежа, тъй като усвояването на средствата от ЕС е ускорено към края на периода на финансиране 2014-2020 г. и правителството се впусна в голям енергиен инвестиционен цикъл.

Основни рискове за перспективите са продължителната слабост на основните търговски партньори, особено тази в Еврозоната, и изостряне на текущия недостиг на работна ръка.

Данните на Българския национален статистически институт показват, че БВП през третото тримесечие на 2019 г. нараства с 0,3% в ЕС-28 в сравнение с предходното тримесечие по сезонно изгладени данни. За същия период БВП в България се увеличава с 0.8%. В сравнение с предходното тримесечие през третото тримесечие на 2019 г. Полша регистрира най-висок икономически растеж - 1,3%, Унгария - 1,1%, Естония - 1,0%, България, Словения и Хърватия - по 0,8% всяка. По текущи цени БВП през същия период възлиза на 31 764 млн. Лева. В евро изражение БВП е 16 241 милиона евро или 2 323 евро на човек. През третото тримесечие на 2019 г. в сравнение с третото тримесечие на 2018 г. относителният дял на селскостопанския сектор в добавената стойност на икономиката намалява с 0,6 процентни пункта. Делът на индустриалния сектор нараства с 0,9 процентни пункта до 27,0%. Относителният дял на добавената стойност от обслужващите дейности намалява от 67,2% през третото тримесечие на 2018 г., до 66,9% през третото тримесечие на 2019 г. През третото тримесечие на 2019 г. разходите за крайно потребление формират 68,4% от БВП.

Инвестициите (бруто образуване на основен капитал) съставляват 16,5% от БВП. Външният баланс (износ-внос) е положителен. Брутното увеличение на добавената стойност е 3,5%. Движението на показателите се определя от увеличението, отчетено във: Финансови и застрахователни дейности - 6.4%, Професионални, научни и технически дейности; административни и спомагателни дейности - 5,0%, строителство - 4,7%, дейности по недвижими имоти - 4,2%.

Както вече беше посочено, по отношение на разходните компоненти на БВП основният принос за регистрирания положителен икономически растеж са индивидуалното крайно потребление - с ръст от 5,1%, колективно крайно потребление - 5,0% и бруто образуване на основен капитал - 1,8%. Износът на стоки и услуги се увеличи с 1.3%, а вносът на стоки и услуги се увеличи с 1.2%.

Есенната прогноза на Европейската комисия за икономиката на ЕС, публикувана на 7 ноември, също повиши прогнозата за икономическия растеж на България до 3,6 на сто тази година, същото ниво като през зимната прогноза, преди да бъде съкратено до 3,3 на сто през пролетта. Но растежът се очакваше да бъде умерен през 2020 г., когато беше прогнозен на три процента, в сравнение с 3,4% прогноза през лятната прогноза. Въпреки слабото външно търсене и повишената несигурност в чужбина, динамиката на вътрешното търсене трябва да бъде в основата на растежа през 2019 г.

Българската икономика процъфтява, макар и с доста умерени темпове в сравнение с другите бивши социалистически страни, членки на ЕС, където процентите от 5-7 процента се регистрират редовно. Защо така? Въпрос, който има един отговор, който се откроява над всички останали - недостигът на работна ръка, съчетан със символичен процент на безработица от малко над 4 процента. Коментирайки този факт, премиерът Бойко Борисов заяви, че на практика единствените хора, които не работят в България, са тези, които не искат.

Положителните промени в българската икономика се дължат най-вече на доброто ниво на вътрешно потребителско търсене, което вероятно ще нарасне през следващата година заради планираното увеличение на заплатите и пенсиите. Това ще стимулира потреблението и икономическия растеж и ще компенсира евентуалния спад на износа. През октомври тази година общият индекс на доверие на потребителите се повиши с 1,1 процента в сравнение с юли. Наближаващите коледни и новогодишни празници също се очаква да дадат допълнителен тласък на традиционното купуване на подаръци и стимулиране на потреблението и икономическия растеж.

Износът също допринесе за растежа, като продължи благоприятната тенденция през първото тримесечие, но намалява през второто тримесечие, тъй като външното търсене продължава да намалява. Очакваше се обаче инвестициите да възвърнат известна скорост през следващите две години и да нарастват с умерени темпове, на фона на повишената икономическа несигурност в чужбина и до известна степен влошени перспективи за растеж.

Отново по данни на НСИ за периода януари - септември 2019 г. българският износ за ЕС нараства с 3.3% в сравнение със същия период на 2018 г. и възлиза на 29 049.1 млн. Лева. Основни търговски партньори на България са Германия, Румъния, Италия, Гърция, Франция и Белгия, които представляват 66,3% от износа за държавите-членки на ЕС.

Вносът на България от ЕС през периода януари - септември 2019 г. нараства с 2,2% в сравнение със същия период на 2018 г. и достига 30 209,7 милиона лева. Най-големи количества са отчетени за стоките, внесени от Германия, Италия, Румъния, Гърция и Испания.

Външнотърговското салдо на България с ЕС през периода януари-септември 2019 г. е отрицателно и възлиза на 1 160,6 млн. Лева.

За същия период (януари - октомври 2019 г.) износът на стоки от България за трети страни е нараснал с 5.8% в сравнение със същия период на предходната година и е достигнал до 16 026.9 млн. Лева. Основни търговски партньори на България извън ЕС

са Турция, Китай, Сърбия, САЩ, Руската федерация и Република Северна Македония, които представляват 50,0% от износа за страни извън ЕС.

В същото време вносът на стоки в България от трети страни намалява с 10.7% в сравнение със същия период на 2018 г. и достига 17 048.6 млн. Лева. Най-големи количества са отчетени за стоките, внесени от Турция, Руската федерация, Китай и Сърбия.

Външнотърговският баланс на България с трети страни за периода януари - октомври 2019 г. е отрицателен и възлиза на 1 021,7 милиона лева.

Статистиката показва, че за наблюдавания период общата стойност на всички стоки, изнесени от България, възлиза на 48 702,6 милиона лева, което е с 4,2% повече в сравнение със същия период на предходната година.

Общата стойност на всички стоки, внесени в страната през периода януари - октомври 2019 г., възлиза на 51 157,1 милиона лева, или с 2,2% по-малко от същия период на 2018 г.

Общият външнотърговски баланс е отрицателен и възлиза на 2 454,5 млн. Лева.

В същото време средната годишна инфлация на потребителските цени се наблюдава леко забавяне от 2,6% миналата година до 2,4% през 2019 г. Очаква се безработицата да намалее от 5,2% през 2018 г. до 5,0% тази година. Прогнозата на ЕК за българската икономика показва дори 4,4 процента на безработица. Предвижда се салдото по текущата сметка в България, изчислено като процент от БВП, да намалява постоянно, но да остане положително. Страната завърши 2018 г. с излишък по текуща сметка от 3,9% и се очаква да отчете излишък съответно от 1,9% и 1,3% през 2019 г. и 2020 г.

По отношение на въпроса за пазара на труда през второто тримесечие на 2019 г. имаше 3 262,8 хиляди заети лица на възраст над 15 години, от които 1 733,2 хиляди мъже и 1 529,7 хиляди жени. Делът на заетите лица в общото население на възраст над 15 години е 54,7% (60,5% за мъжете и 49,2% за жените). През второто тримесечие на 2019 г. имаше 142.0 хил. Безработни лица, от които 82.7 хил. (58.2%) мъже и 59.3 хил. (41.8%) жени. Коефициентът на безработица беше 4,2% и спадна с 1,3 процентни пункта спрямо второто тримесечие на 2018 г. Нивото на безработица намалю от 6,1% на 4,6% за мъжете и от 4,7% на 3,7% за жените.

През второто тримесечие на 2019 г. общите часови разходи за труд (предварителни данни) нарастват с 11,0% в сравнение с второто тримесечие на 2018 г. Общите часови разходи за труд нарастват с 9,8% в промишлеността, с 11,1% в услугите и с 10,6% в строителството ,

Според бизнес проучванията на НСИ през септември 2019 г. 32,0% от индустриалните предприятия посочват недостига на работна ръка като фактор, ограничаващ тяхната дейност.

През юни 2019 г. средната работна заплата и заплата бяха с 1 253 лева или 0,6% повече в сравнение с предходния месец. В сравнение с юни 2018 г. увеличението е 12.0%.

Традиционно България се счита за селскостопанска страна, но всъщност селскостопанският сектор представлява само 4% от БВП и заема 6% от работната сила (Световната банка). Основните култури са слънчоглед, тютюн и пшеница.

Промислеността представлява 24,7% от БВП, а 29% от работната сила е заета в индустриалния сектор. Промислеността продължава да разчита в голяма степен на

производствените подсектори (металургична, химическа, машиностроителна), за които се изчислява, че допринасят за 14,7% от БВП (Световна банка). Най-динамичните сектори обаче са текстилът, фармацевтичните продукти, козметичните продукти, мобилната комуникация и софтуерната индустрия. Основните минерални ресурси в България включват боксит, мед, олово, цинк, въглища, лигнитни въглища (кафяви въглища) и желязна руда. Третичният сектор е удвоил приноса си за икономиката на страната от края на комунистическата система, като представлява 58,3% от БВП и използва 64,5% от работната сила

Селското стопанство се възползва от помощта за публична инвестиция, свързана със сектора. За 10 години на членство в ЕС растежът на косвените продуктивни инвестиции в селското стопанство скочи три пъти годишно от 50 милиона евро до 150 милиона евро. Това доведе до благоприятно икономическо въздействие. Инвестициите в селското стопанство растат значително, но преобладаващата част от инвестициите също отива върху косвен капитал (непроизводителни и спомагателни машини, сгради и т.н.), а не пряк (инвестиция в производство на животновъдство и култури), което частично подобрява производителността и ефективността в селското стопанство но не допринася значително за брутна добавена стойност.

Въпреки че приносът на селското стопанство към БВП на страната намаля, добавената стойност от хранително-вкусовата промишленост във веригата на хранителните стойности постигна значителни резултати. През последните години хранителната промишленост отбеляза ръст от 65 на сто в сравнение с периода преди присъединяването. Делът в общата БДС на индустрията остава висок - над 10 на сто. След присъединяването на България към ЕС хранителната индустрия се адаптира добре към условията на европейското членство и изпревари много други индустриални сектори. Износът на храни значително се увеличи и техният дял в общия обем на износа на страната надхвърля 9 на сто.

Бъдещите предизвикателства пред българското селско стопанство са свързани с постигането на устойчиво и жизнено развитие на хранителната верига, особено по отношение на повишаване на добавената стойност. Това може да се постигне чрез фокусиране върху добитъка, плодовете и зеленчуците. Стойността на веригата се характеризира с недостиг на първично произведени в страната първични суровини за веригите за преработка на месо и млечни продукти и консервната промишленост, слабостите се отбелязват в недостатъчната ефективност на производството поради високите постоянни разходи и недостатъчното използване на технологичния капацитет. Тези предизвикателства трябва да бъдат решени по-долу.

Земеделието осигурява много добри условия за инвестиции в месопроизводството и зеленчукопроизводството (оранжерии), които силно зависят от капитала. Вътрешните условия се отчитат благоприятно на наличността на ресурси, ниските разходи за производствените фактори, докато надеждното търсене на местния и външния пазар следва да гарантира по-нататъшна стабилност, последователност на политиката и подкрепа за различни инициативи.

17. Преглед на агроикономиката за 2019

Агроикономика (последно публикуван доклад за агрокултурата от Министерство на земеделието, горите и храните -2019)

Регистрация на земеделски производители

Съгласно Наредба № 3 от 1999 г. регистърът на земеделските стопани служи за събиране на информация за земеделските стопани и техните дейности с цел подпомагане на земеделието и развитието на селските райони.

Дейността по поддържане на регистър на земеделските производители обхваща регистрацията на нови земеделски стопани, пререгистрацията и актуализирането на информацията за вече регистрирани земеделски стопани и дерегистрацията на земеделските стопани при прекратяване на тяхната дейност.

През стопанската 2017/2018 г. общият брой на фермерите, регистрирани в регистъра съгласно Регламент № 3 от 1999 г., е 93 023; през стопанската 2018/2019 година - 87 128.

Таблица II.2. Земеделски стопани, регистрирани по Наредба № 3/1999 2012/2013 2013/2014 2014/2015 2015/2016 2016/2017 2017/2018 2018/2019 *

Общ брой регистрирани земеделски стопани 76,340 76,408 97,266 98,303 96,476 93,023 87,128

Лицензиране на експортиране

Схема: Задължителни лицензии за износ на селскостопански продукти

Оризите продукти подлежат на задължително лицензиране на износ към трети страни, независимо дали се иска възстановяване при износ. Задължителните лицензи трябва да се използват за статистически цели, за наблюдение на пазара на тези чувствителни продукти в ЕС.

За календарната 2018 година са издадени 94 задължителни лицензии за износ за общо 7,011 тона ориз. Изпълнението на задължителните лицензи е обезпечено с гаранции. По схемата са регистрирани двама нови бенефициенти.

За периода 1 януари - 1 юни 2019 г. са издадени 36 задължителни лицензии за износ на ориз. Регистрирани са три нови бенефициенти.

Лицензиране на вноса на селскостопански продукти от трети страни

През 2018 г. задължително лицензиране на вноса от трети страни, подадено за: ориз, етилов алкохол от селскостопански произход, конопено семе за сеитба, конопено семе, не предназначено за сеитба и необработен или загрят коноп.

Прилагането на лицензии за внос по тарифни квоти и преференциални режими обхваща следните групи селскостопански продукти: зърнени култури, ориз, захар, зехтин и трапезни маслини, пресни и преработени плодове и зеленчуци (чесън и консервирани гъби), говеждо и телешко месо, свинско месо, мляко и млечни продукти, домашни птици, яйца и яйчен албумин.

През 2018 г. са подадени 296 заявления за издаване на лицензии за внос на селскостопански продукти, а издадените лицензи са 261, от които 110 - по тарифни квоти и преференциални режими.

През 2018 г. в регистъра на МЗГФ бяха включени 2 нови вносители на селскостопански продукти. Към 31.12.2018 г. регистрираните вносители на селскостопански продукти са 481.

Научни продукти, създадени и въведени в производството

В Официалния списък на сортовете растения в страната, издаден ежегодно от EAPVTFISC, през 2018 г. са регистрирани общо 269 сорта АА. Списък А (зърнени култури, фуражи, маслодайни и индустриални култури, цвекло, картофи и овощни растения) включва 205 сорта, а Списък Б (зеленчуци, декоративни, лечебни и ароматни култури и лози) - 64 сорта.

Научните продукти, получили правна защита през 2018 г., са 18 на брой, включително 4 зърнени култури, 3 влакнести култури, 3 маслодайни семена, 4 декоративни растения, 3 фуражни култури и 1 зеленчукова култура.

През 2018 г. в Патентното ведомство са подадени 22 заявления. АА притежава и поддържа 352 сертификата за сортове растения и животни съгласно Закона за защита на сортовете растения и породи животни, издаден от Патентното ведомство. Академията има 5 действащи регистрирани полезни модела в областта на растениевъдството, животновъдството и хранителните технологии.

През 2018 г. бяха подписани 51 лицензионни споразумения с фирми и земеделски производители на обща стойност 412 898 лева за използване на сортове, разработени от институтите на АА.

Намаляване на регулаторната и административната тежест за бизнеса

В контекста на политиката на Европейския съюз и правителството на Република България за намаляване на административната и регулаторна тежест за бизнеса и гражданите, МЗГГ ежегодно прави преглед на регулаторните режими, прилагани в системата на министерството. Целта на прегледа е да се идентифицират възможностите за намаляване на регулаторната и административната тежест за бизнеса и гражданите, създаване на по-добри условия за развитие на бизнеса чрез подобряване на достъпа до и качеството на публичните услуги, както и подобряване на ефективността на публичните разходи.

Основният механизъм за постигане на тази цел е премахване на ненужните регулаторни режими и оптимизиране на процедурите за тяхното прилагане, въвеждане на електронно предоставяне на административни услуги и увеличаване на обема на публично достъпна информация за бизнес операторите и гражданите.

Мерки, предприети през 2018 г. за намаляване на регулаторната и административната тежест за бизнеса

През 2018 г. в системата на МЗГБ бяха предприети редица действия, насочени към премахване на ненужните регулаторни режими и облекчаване на съществуващите, за да се създаде оптимална бизнес среда. Приети са изменения и допълнения в нормативните актове, регламентиращи икономическите отношения в сектора на селското стопанство, рибарството и горското стопанство, с които те са:

- Отменени 6 регулаторни режими;
- Опростени 53 регулаторни режими чрез премахване на изискването за представяне на документи, които са публично достъпни или достъпни по официални канали, и чрез разширяване на валидността на документа на МЗГ.

С направените законодателни промени изискването за подаване на 94 документа беше премахнато и срокът на валидност на 1 лиценз беше удължен.

Състояние на биологичното земеделие в България през 2018 г.

Фактори, които мотивират българските земеделски производители да се съсредоточат върху биологичното производство, са наличието на много добри предпоставки за развитието на този вид продукция в страната - опазени за околната среда райони, възприеманите ползи за околната среда и селските райони, както и нарастващото търсене на здравословна храна от потребителите.

Информацията за състоянието на биологичното производство в България за 2018 г. се основава на данните от годишните отчети на общо 17 органи за контрол на биологичното производство, одобрени от министъра на земеделието, храните и горите.

Пазар на биологични продукти

Макар и сравнително нов и все още малък, пазарът на биологични продукти в България расте бързо. През последните няколко години в България имаше бум на пазара на биологични продукти. Увеличава се броят на специализираните магазини, както и броят на магазините, предлагащи био храни.

Повечето от българските биологични храни и продукти са предназначени за външни пазари. България е традиционен производител на различни видове био сертифициран мед с отлични показатели за качество, като по-голямата част от продукцията се изнася на световния пазар.

Българските органични пресни плодове и зеленчуци, мляко и млечни продукти, конфитюри, патладжани, сушени плодове и ядки, имат отличен вкус и са високо ценени на европейския и световния пазар.

Министерството на земеделието, храните и горите насърчава развитието на биологичното земеделие чрез създаване на необходимата правна рамка, която прави българските биопродукти легитимни на общия пазар на ЕС и чрез дейности за повишаване на информираността и ползите от ползите и предимствата на биологичното земеделие. Усилията са насочени и към българските производители да работят за българския пазар, така че по-голямата част от произвежданите висококачествени продукти достигат до българските потребители.

Оператори на система за контрол

Събирането на информация от системата за контрол на биологичното производство се извършва в рамките на календарната година.

Към края на 2018 г. регистрираните в МЗГБ биологични оператори са 6 660 - 162 по-малко в сравнение с предходната година. От тях 6 214 са производители, 234 са преработватели на биологично производство и 212 са търговци (вносители, износители, търговци на едро и търговци на дребно).

През 2018 г. броят на операторите в система за контрол на биологичното производство представлява близо 7.2% от общия брой регистрирани земеделски производители съгласно Наредба № 3 от 1999 г. за създаване и поддържане на регистър на земеделските стопани. Има относително запазване на нивото от предходната година, когато този дял е малко под 7,1%.

Безопасност на хранителните вериги

Основна цел на политиката на ЕС за безопасност на храните е да се гарантира високо ниво на защита на човешкото здраве и интересите на потребителите в храните,

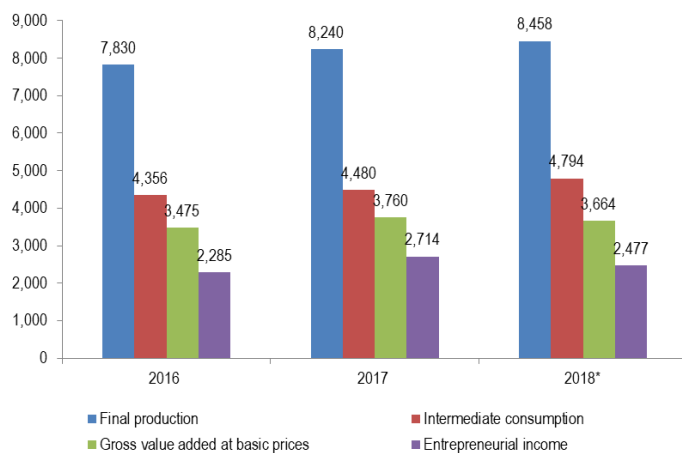
включително традиционните продукти, както и ефективното функциониране на вътрешния пазар.

Министерството на земеделието, храните и горите управлява, координира и контролира изпълнението на държавната политика и политиката на ЕС в областта на здравето на животните и безопасността на храните чрез специализираната си администрация.

Дирекция "Аграрно-хранителна политика" подпомага министъра на земеделието по храните и горите при разработването, координирането и прилагането на държавни политики в областта на качеството и безопасността на храните и фуражите, здравето на животните, здравето на растенията и растителните репродуктивни материали. Важна част от тази политика е да се ограничи разпространението на генетично модифицирани организми по хранителната верига от фермата до масата.

Регулаторната рамка в областта на безопасността на храните и фуражите, здравето и хуманното отношение към животните, здравето на растенията, растителните репродуктивни материали и продуктите за растителна защита продължиха да бъдат оптимизирани през 2018 г.

Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) провежда официален контрол на храните от фермата до трапезата, следвайки най-добрите европейски практики в прилагането на високи стандарти в контрола върху безопасността и качеството на храните, хранителните добавки и напитки, ветеринарната медицина и здравето на животните и благосъстояние, растителна защита и торове, фитосанитарен контрол, контрол на фуражите, граничен контрол и др.



Търговия с балканските страни

Страните от региона на Балканите запазиха своето значение в аграрната търговия на България, поради териториалната си близост.

През 2018 г. обменът на селскостопански стоки с балканските страни (включително тези от ЕС и Турция) възлиза на 2,590,0 милиона евро (34,2% от общата селскостопанска стокова борса). Това е с 4,3% повече в сравнение с 2017 г. в резултат на увеличение както на българския износ (с 3.2%), така и на вноса (с 5.7%). Положителното салдо за България в аграрната търговия с тези страни се свива с 2.2% на годишна база, но остава значително - 447.6 млн. Евро.

Традиционно най-значимият е бил обменът на селскостопански стоки с Гърция, Румъния и Турция. Във всички страни на Балканския регион, с изключение на Сърбия и Словения, селскостопанският износ от България надвишава вноса от съответната страна

Регистрация на земеделски производители

Съгласно Наредба № 3 от 1999 г. регистърът на земеделските стопани служи за събиране на информация за земеделските стопани и техните дейности с цел подпомагане на земеделието и развитието на селските райони.

Дейността по поддържане на регистър на земеделските производители обхваща регистрацията на нови земеделски стопани, пререгистрацията и актуализирането на информацията за вече регистрирани земеделски стопани и дерегистрацията на земеделските стопани при прекратяване на тяхната дейност.

През стопанската 2017/2018 г. общият брой на фермерите, регистрирани в регистъра съгласно Регламент № 3 от 1999 г., е 93 023; през стопанската 2018/2019 година - 87 128.

18. Оценка на настоящи и планирани политики за предприемачество и програми в България

Политиките и програмите за предприемачество са част от пакета от политически усилия за справяне с бедността и социалното изключване. На национално ниво съществуват редица стратегии, планове и програми за подкрепа на предприемачеството като цяло. Повечето политики обаче не включват персонализирана подкрепа за потенциални предприемачи от недостатъчно представени и в неравностойно положение на пазара на труда. Основните политически документи, обхващащи предприемачеството и самостоятелната заетост, включително за целевите групи за приобщаващо предприемачество са:

- Национална стратегия за насърчаване на МСП 2014-2020. Насърчаването на предприемаческата дейност е сред основните приоритетни области. Това включва вдъхновяване на бъдещите предприемачи чрез насърчаване на предприемаческия интерес и талант, особено сред младежта и жените (Министерство на икономиката, 2013 г.).
- План за действие „Предприемачество“ 2020 - България. Планът обхваща насърчаването и подкрепата на предприемачеството за слабо представени и в неравностойно положение с акцент върху жените и младежите.
- Оперативна програма Развитие на човешките ресурси (ОПРЧР) 2014-2020. Тази програма се фокусира върху младежката безработица и насърчаването на младежкото предприемачество (OPHRD, 2015).
- Иновации и конкурентоспособност на оперативната програма 2014-2020. Тази програма осигурява подкрепа за предприятията в конкретни области, напр. творческа и културна индустрия, компании, разработващи нови продукти и услуги, свързани със застаряващото население, и здравеопазване. Подкрепата е предназначена за идеи, реализирани от социални предприемачи и кооперации на хора с увреждания, жени предприемачи и предприемачи до 29 години и на възраст над 50 години (OPIC, 2015).
- Оперативна програма Развитие на селските райони 2014-2020. Програмата има за цел подпомагане на малките земеделски производители и има специална линия за

финансиране за млади земеделски стопани, които могат да получат помощ за стартиране под формата на безвъзмездни средства за проекти до 12 500 EUR за стартиране на своя бизнес (ЕС, 2015с; Държавен фонд Земеделие, 2016) , • Национален план за прилагане на Европейската гаранция за младежта 2014-2020. Този план очертава мерки за прилагане в подкрепа на младежта при преминаване от училище към пазара на труда. Той съдържа малък брой предприемачески мерки.

- Национална концепция и план за действие на социалната икономика. Планът определя политическата рамка за социалното предприемачество и социалната икономика, но е по-скоро изолиран от другите правителствени политики. Тя, наред с други цели, има за цел да създаде Академия за социални предприемачи, която да подпомага развитието на студентски компании (Център за социални иновации и предприемачество, 2017 г.)

Освен това проектният закон за предприятия от социалната и солидарна икономика (2018 г.) може да бъде от значение за приобщаващите предприемачи. Тя се фокусира върху социалните предприятия, напр. тези, които осъществяват икономическата си дейност, така че част от служителите им са хора от уязвими групи и / или печалбата се изразходва предимно за извършване на социална дейност. Информацията за прилагането на някои от тези документи е налична, но информацията, фокусирана върху уязвимите групи, остава ограничена. Показателите за прилагане на ОПРЧР показват, че прилагането на мерки, свързани с развитието на предприемачеството, е много по-слабо развито, отколкото прилагането на общи мерки за интеграция на уязвимите групи на пазара на труда (Таблица 2). Таблица 2. Отчетени финансови показатели, свързани с предприемачеството и приобщаващата заетост - ОПРЧР 2014-2020 Приоритетна ос Брой договори Бюджет - Общо договорени средства% от импл. Суми, изплатени% от импл. Насърчаване на икономическата активност и развитие на приобщаващи пазари на труда .Подприоритет Интеграция на уязвимите групи на пазара на труда заетост чрез развитие на предприемачество,47% от импл. - процент на изпълнение Източник: (Единна информационна система за управление на структурните инструменти на ЕС в България, 2017 г.) Всички процедури за отпускане на безвъзмездни средства по ОПИК, обявени до края на 2016 г., са предназначени за постигане на цели, свързани с прилагането на хоризонталните принципи на ЕС (насърчаване на равенството между мъжете и жените , предотвратяване на дискриминация и устойчиво развитие). По-специално, насърчаване на достъпността за хората с увреждания и гарантиране на интегрирането на джандърното измерение в програмата и операциите. За да отговарят на изискванията, дейностите на кандидатите за проекти трябва да отговарят на поне един принцип, чието кандидатстване е задължително и се следи. При отчитане на напредъка на проекта, както и в окончателните доклади, бенефициентите предоставят информация за спазването на принципа. На програмно ниво механизъм и индикатори за спазване на принципа за насърчаване на равенството между половете и недискриминацията не са налични в ОПИК.

Ще бъдат разработени подходящи индикатори на ниво процес, за да се измери правилно и ефективно ефекта от прилагането на принципа на равенство и недискриминация в бъдещите процедури за отпускане на средства (Министерство на икономиката, 2017с). През последните години значителни ресурси са съсредоточени върху подкрепата на младите чрез Гаранцията за младежта (YG) и Инициативата за младежка заетост (YEI). Целите на YEI са да намали броя на NEET. Тя е част от приоритетна ос в ОПРЧР, координирана от Министерството на труда и социалната политика. Безработните млади

хора имат достъп до подкрепа, като се регистрират чрез бюрата по труда. Ромското население, което показва високи нива на NEET, и дългосрочно безработните също са целеви групи в страната. Дейностите, подкрепяни от YEI, не винаги са нови или иновативни, но са по-скоро съществуващи дейности, които се предлагат в по-голям мащаб (ЕС, 2016b). Скорошни обобщени данни на ниво държава показват, че дейностите за подкрепа са достигнали до редица групи в неравностойно положение, с голям брой показатели за успех, фокусирани върху участието на конкретни групи (напр. Етнически малцинства и мигранти, NEET, дългосрочно безработни). Малка част от показателите обаче са свързани със самостоятелната работа, а в някои случаи те не са отделени от показателите за заетост (ЕС, 2017e).

Умения за предприемачество Няколко мерки са разработени и приложени за укрепване на предприемаческите умения в България, по-специално сред младежите и жените. Други групи в неравностойно положение или недостатъчно представени на пазара на труда обаче все още не са включени в мерките. Освен това сътрудничеството с различни асоциации и участници в областта на обучението по предприемачество остава ограничено. Следва кратък преглед на обучителните, обучителните и менторските програми по предприемачество, свързани с приобщаващото предприемачество:

- **Насърчаване на предприемачеството и създаване на нов бизнес в България.** Мярката, финансирана от ОПРЧР, е насочена към младите хора, които са готови да започнат собствен бизнес. Успехът се следи, като се използва броят на участниците.
- **Създаване на механизъм за предаване на опита и уменията на възрастните предприемачи на нови неопитни предприемачи.** Мярката се прилага съвместно с мярка „Насърчаване на предприемачеството и създаване на нов бизнес в България“, като част от проект на Министерството на икономиката, финансиран от ОПРЧР. Мярката включва създаването на доброволен регистър на по-възрастните предприемачи, желаещи да прехвърлят своя опит на нови неопитни предприемачи, по-специално млади хора. Успехът се следи, като се използва броят на младите хора, преминали обучение от регистрирани старши предприемачи. Важно предизвикателство при прилагането на мярката е, че се очаква старшите ментори да участват на доброволни начала. Стимулите не са достатъчни, за да привлекат значителен брой опитни предприемачи, които да действат като треньори и ментори.
- **Подобряване на достъпа до заетост на безработни младежи чрез подкрепа за стартиране на собствен бизнес.** Тази мярка се финансира от ОПРЧР и се изпълнява под отговорността на Министерството на труда и социалната политика. Той осигурява обучение по предприемачески, управленски и бизнес умения, финансова подкрепа за самостоятелна заетост и консултантски услуги на самостоятелно заетите лица в области, свързани с развитието на бизнеса. Подкрепата се предлага на безработни младежи до 29 години. Инициативата има за цел да подпомогне 200 безработни младежи да станат самостоятелни в рамките на шест месеца след получаване на помощ.
- **Подкрепа за дейността на центрове за предприемачество в университетите.** Тези мерки имат за цел да насърчат развитието на предприемачески умения сред студентите, като подкрепят предприемаческите центрове в университетите. Той се управлява от Министерството на образованието и науката. През 2017 г. в българските висши учебни заведения имаше 19 функциониращи предприемачески центрове (Министерство на икономиката, 2017a). Голяма част от тези центрове са създадени в университети, където има малка критична маса за развитие на предприемачеството (особено за развитието на иновативни методи за научни изследвания и преподаване и международна мрежа). В списъка обаче е включен Институтът за развитие на предприемачеството към УНСС, който има

дълготраен център, чиито добри практики са добре познати в чужбина, макар и да не са признати по подходящ начин и използвани в страната. Първоначално създаден като център за развитие на предприемачеството през 1997 г., със систематично преподаване на предприемачи от 1991 г., Институтът е пионер в обучението и изследванията по предприемачество в България. • Актуализиране на учебни програми и програми за обучение по предприемачество в университетите. 1 Мярката, прилагана от Министерството на образованието и науката, има за цел да включи 1 Нейните основни характеристики са включването на предприемачеството в учебните програми или формирането на теоретични и практически знания в предприемачеството.

Първоначалната формулировка е подвеждаща - разглежда двете основни характеристики като алтернатива, а не като допълващи се.

Обучение по предприемачество в учебните програми на университетите. Първият университетски курс по предприемачество е стартиран в България в УНСС през 1991 г. През 2016 г. студенти в 104 дисциплини получават образование по предприемачество, а допълнителна актуализация на 376 учебни програми беше отчетена по тази мярка през 2016 г. (Министерство на икономиката, 2017а). • Насърчаване на предприемачеството сред младите хора и предоставяне на услуги. Тази мярка се осъществява чрез Национална програма за младежта, подпрограма 1 „Развитие на мрежата от младежки информационни и консултантски центрове“, под отговорността на Министерството на младежта и спорта. Мярката има за цел да предложи обучение за стимулиране на младежкото предприемачество и да развие бизнес умения сред младежи до 29 години. Накратко, има редица персонализирани мерки за развитие на умения за предприемачество. Въпреки това, повечето от тях са малки инициативи и малко подходяща подкрепа се предлага на групи, различни от младежта. Забележително предизвикателство е, че не винаги е определен подходящ бюджет за изпълнение. Друг е въпросът, че съществуващите мерки не използват опита на дългогодишните институции в областта на предприемачеството. Тези организации са се поучили от миналия опит и обикновено си сътрудничат в международен план

Предприемаческа култура и социален капитал. Насърчаването и развитието на предприемачеството сред недостатъчно представени и в неравностойно положение могат да допринесат за намаляване и предотвратяване на бедността и социалното изключване в тези групи в съответствие с целите на стратегията „Европа 2020“. Предприемачеството и самостоятелната заетост могат да допринесат за подобряване на социалния и икономически статус на предприемачите от недостатъчно представени и в неравностойно положение в обществото, както и за смекчаване на изолацията и подобряване на личното доверие. Политиките за приобщаване на предприемачеството също позволяват да се възползват от неизползвания творчески потенциал в целевите групи. Докато се насърчава предприемачеството, най-насочените действия са насочени към жените и младежите, включително следното: • Насърчаване на предприемачеството сред младите хора и предоставяне на услуги. Тази мярка се прилага чрез Националната програма за младежта, подпрограма 1 Развитие на мрежата от младежки информационни и консултативни центрове. Мярката е насочена към насърчаване на социалното предприемачество сред младите хора с цел насърчаване на младежкото предприемачество. • Реле за социални иновации (SIR). Тази програма за менторство има за цел да изгради социален бизнес хъс и умения за работа в екип сред учениците от средното училище. Вдъхновяващите социални предприемачи се

присъединяват към класната стая чрез уебинари и наставници, за да им помогнат в справянето със социална потребност или предизвикателство. (OECD / EU, 2017). Някои инициативи бяха въведени като част от усилията за включване на обучението по предприемачество в началното, средното и професионалното образование като част от изпълнението на Плана за действие Предприемачество 2020: • През 2016 г. бяха въведени няколко модула за обучение за ученици от I до VIII клас, включително нова дисциплина за професионални студенти във всички професионални направления. • Проектът stARTs3, управляван от Министерството на икономиката, има за цел да осигури обучение по предприемачество, включително чрез обучение на предприятия на ученици в четири художествени училища и спортно училище. Създадени са десет обучителни компании, в които участват 103 ученици.

Министерството на образованието и науката предоставя възможност за разработване и обществено отстояване на студентски проекти и управление на виртуални предприятия. В този контекст през 2016 г. бяха проведени няколко събития, на които присъстваха 1950 студенти (Министерство на икономиката, 2017а). Някои проекти, финансирани по програма COSME във връзка със схемата „Еразъм за млади предприемачи“ (EYE) с българско участие, са ориентирани към приобщаващо предприемачество. Те включват „Движение за млади предприемачи“ (YEIM) 2017-2019 (общ бюджет: 1 732 595 евро, който насърчава младите предприемачи, особено в подсектора на ИКТ и „Предприемачи за иновативна система за промяна 2018-2020“ (общ бюджет: 595 754 евро)) която има за цел да подкрепи ИКТ предприемачи и жени предприемачи. „SEEDplus“ 2017-2019 (общ бюджет: 866 815 EUR) включва гарантиране, че младите предприемачи и жените предприемачи имат възможности да участват в програмата „EYE“ като една от целите си Докато съществуват някои добри инициативи, те имат предимно промоционален и мотивационен характер. За да се постигне по-голямо въздействие, подобни инициативи трябва да бъдат разширени, за да включват модели за подражание от частния сектор и конкретни инициативи за обучение и подкрепа за самостоятелна заетост.

19. Държавни разпоредби

Министерството на икономиката действа като институционален координатор на редица мерки от Плана за действие 2020, свързани с насърчаване и подкрепа на предприемачеството сред целевите групи за приобщаващо предприемачество. Министерството на образованието и науката е отговорно за включването на предприемачеството в системата на формалното образование на всички нива на образование. По принцип България предлага благоприятни условия за стартиране на бизнес, въпреки че все още има място за подобрения. През 2017 г. бяха необходими шест процедури и 23 дни, за да започне бизнес в България, в сравнение със средно пет процедури и осем дни в страни с ОИСР с високи доходи (Andonova & Krusteff, 2017). Това представлява леко увеличение на процедурите и времето за започване на бизнес (през 2016 г. отне само четири процедури и 18 дни) (GEM, 2016). Планът за действие „Предприемачество 2020“ препоръчва намаляване на времето за лицензиране и други разрешителни до един месец (ЕС, 2015b). Регистрацията в Агенцията по регистрите отнема два дни и струва 28-56 EUR, което е под целта от три дни и 100 EUR за регистриране на частно дружество с ограничена отговорност. Националните данни също са доста под средното за ЕС - през 2017 г. средното време за стартиране на частно дружество с ограничена отговорност беше 3,1 дни, а цената беше 311 EUR (ЕС, 2018b; ЕС, 2018c). Данъчното облагане остава тежест за бизнеса, а административните процедури остават сложни и засягат непропорционално целевите групи за приобщаващо предприемачество. Ставката на корпоративния данък обаче е най-

ниската в ЕС. Законното изискване за регистрация на специално предприятие за хора с увреждания беше намалено от 50% от служителите с увреждания на 30% (20% за незрящи хора) (Център за социални иновации и предприемачество, 2017). Специализираните предприятия или кооперативни дружества, които отговарят на този критерий (дефиниран в Закона за интеграция на хората с увреждания), получават намаление на корпоративния данък по скалата въз основа на дела на заетите с различни увреждания. (регламентиран в член 178 от Закона за корпоративното подоходно облагане). Корпоративният данък върху доходите се освобождава изцяло за предприятия, които имат 20% от общия персонал, са хора със зрителни увреждания, или 30% страдат от нарушения на слуха, или 50% страдат от други физически увреждания (Министерство на финансите, стр. 31). Планът за действие „Предприемачество 2020 - България“ предлага няколко мерки за подобряване на институционалната рамка за недостатъчно представени и неравностойни групи от обществото. Това включва: Улесняване на участието в хората в трудоспособна възраст, които се грижат за деца и други зависими членове на семейството; Участие в Европейската мрежа за ранно предупреждение и за подкрепа на предприятията и вторите начинаещи; Намаляване на времето, необходимо за получаване на лицензи и разрешителни. Според последния наличен доклад за изпълнение (2017 г.) са отчетени 18 общи мерки за 2016 г. в отговор на девет препоръки на ЕК (Министерство на икономиката, 2017а). Една от специфичните за страната препоръки на Европейската комисия като част от диалога, проведен с държавите-членки, е: „да се разработи интегриран подход за групи от границата на пазара на труда, по-специално за възрастни работници и млади хора, които не са на заетост, образование или обучение. След консултации със социалните партньори и в съответствие с националните практики, създайте прозрачен механизъм за определяне на минималната работна заплата и минималните вноски за социално осигуряване в светлината на тяхното въздействие върху бедността на работното място, създаването на работни места и конкурентоспособността“ (ЕО, 2016а). Комисията оценява, че България е постигнала само ограничен напредък по тази препоръка и все още не е разработен интегриран подход за целеви групи, които са маргинализирани на пазара на труда. Като цяло мерките остават главно насочени към осигуряване на заетост, а не насърчаване и подкрепа на приобщаващото предприемачество чрез намаляване на регулаторните пречки за целевите групи. Липсват адаптирани действия за подобряване на регулаторната среда за лицата от тези целеви групи

Програма за развитие на селските райони 2014 - 2020 г.

Програмата за развитие на селските райони за програмния период 2014-2020 г. е с общ бюджет в размер на 5 706 727 515 лева (2 917 848 203 евро) публични средства, разпределени между 17 мерки и Тематична подпрограма за развитие на малките стопанства. До 31.12.2018 г. са одобрени четири изменения на Програмата. През м. декември 2018 г. е изпратено за разглеждане от службите на ЕК пето изменение, получило одобрение през второто тримесечие на 2019 г. От началото на прилагане на Програмата до 31.12.2018 г. договореният ресурс възлиза на 3 216 112 871 лева публични средства или 56,5% от нейния бюджет. Изплатеният публичен ресурс с натрупване възлиза на 1 435 116 611 лева, което представлява 25,2% от наличния бюджет на ПРСР. За календарната 2018 г. са разплатени 582 882 036 лева публични средства. През 2018 г. са реализирани приеми по следните мерки и подмерки от ПРСР 2014-2020: • Подмярка 4.1.2. „Инвестиции в земеделски стопанства по Тематична подпрограма за развитие на малки стопанства“

- Подмярка 4.2 „Инвестиции в преработка/маркетинг на селскостопански продукти“
- Подмярка 6.1 „Стартова помощ за млади земеделски стопани“

- Подмярка 6.4 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“
- Подмярка 6.4.1 „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“
- Подмярка 7.2. „Инвестиции в създаването, подобряването или разширяването на всички видове малка по мащаби инфраструктура“
- Подмярка 8.3 „Предотвратяване на щети по горите от горски пожари, природни бедствия и катастрофични събития“
- Подмярка 8.6. „Инвестиции в технологии за лесовъдство и в преработката, мобилизирането и търговията на горски продукти“
- Мярка 9 „Учредяване на групи и организации на производители“
- Мярка 10 „Агроекология и климат“
- Мярка 11 „Биологично земеделие“
- Мярка 12 „Плащания по „Натура-2000“ и Рамковата директива за водите“
- Мярка 13 „Плащания за райони, изправени пред природни или други специфични ограничения“
- Мярка 14 „Хуманно отношение към животните“
- Подмярка 19.3 „Подготовка и изпълнение на дейности за сътрудничество на местни инициативни групи“

Мярка 2 – Консултантски услуги, управление на стопанството и услуги по заместване в стопанството

Подмярка 2.1. „Помощ за осигуряване на консултантски услуги“ В периода март - юни 2018 г. е обявен прием от НССЗ на заявления за предоставяне на консултантски пакети А2Б по подмярка 2.1. „Помощ за осигуряване на консултантски услуги“.

Заявители са земеделски стопани, които са кандидати за финансова помощ по подмярка 6.1. „Стартова помощ за млади земеделски стопани“ от Програмата. В рамките на приема са постъпили 936 заявления за консултантски услуги. През 2018 г. по подмярката са разплатени средства в размер на 4 263 640 лева. Мярка 4 „Инвестиции в материални активи“ Подмярка 4.1 „Инвестиции в земеделски стопанства“ През 2018 г. не е осъществяван прием на проектни предложения по подмярка 4.1 от ПРСР 2014- 2020 г. Сключени са 121 договора за подпомагане, със стойност на договорената субсидия в размер на 86 920 233 лева. Извършени са плащания в размер на 122 768 449 лева. От постъпилите 3 341 заявления по първия прием по подмярката, проведен през 2015 г., до края на 2018 г. са сключени 903 договора за финансова помощ, в размер на 346 939 362 лева, а от постъпилите през втория прием през 2016 г. 2 921 проектни предложения са подписани 577 договора за подпомагане, на стойност 440 328 812 лева. Окончателно са изпълнени 632 проекта, с разплатени публични средства в размер на 206 415 132 лева. Най-голям е броят на сключените договори в сектор „Плодове и зеленчуци“ - 635 (40,4% от сключените договори), с размер на одобрена финансова помощ в размер на 325 816 722 лева, и на проектите в сектор „Животновъдство“ - 573 договора или 36,42% от всички, с одобрена финансова помощ в размер на 354 019 358 лева. Смесените проекти са 15% от сключените договори, с размер на финансовата помощ 98 181 160 лева, а договорите в сектор „Етерично-маслени и медицински култури“ заемат дял от 8,1% от всички, с финансова помощ в размер на 43 123 434 лева. Почти една трета от

сключените договори за финансова помощ са за реализация на инвестиционни проекти на млади земеделски стопани.

Подмярка 4.1.2 „Инвестиции в земеделски стопанства по Тематична подпрограма за развитие на малки стопанства“ Подмярката има за цел подобряване на икономическата устойчивост и резултатите на малките стопанства чрез реструктуриране и развитие на наличните материални мощности в стопанствата, насърчаване въвеждането на нови процеси и технологии за повишаване качеството на произвежданата продукция, опазване на компонентите на околната среда и спазване на стандартите на Европейския съюз и подобряване на условията в земеделските стопанства. През периода 18 юли – 22 октомври 2018 г. е отворен прием на проектни предложения по електронен път чрез системата „ИСУН 2020“, с бюджет в размер на 24 447 500 лева. Постъпили са 244 заявления, с обща стойност на заявената субсидия от 3 672 246 лева. Към края на 2018 г. проектите са в процес на разглеждане.

Подмярка 4.2 „Инвестиции в преработка/маркетинг на селскостопански продукти“ В периода 14 февруари – 16 май 2018 г. е обявен прием на проектни предложения по подмярката, с бюджет в размер на 166 243 000 лева. Постъпили са 593 заявления, с обща стойност на заявената субсидия 703 676 087 лева. Сключени са 82 договора за финансова помощ, на стойност 71 880 767 лева, а 25 заявления са в процес на разглеждане. За периода на прилагане на подмярката до 31.12.2018 г. са сключени 295 договора, от които 270 действащи, с размер на договорената финансова помощ 342 181 804 лева. Броят на договорите с включени инвестиции за въвеждане на нови и енергоспестяващи технологии и иновации в преработвателната промишленост са общо 177, с размер на одобрената финансова помощ 273 538 188 лева. Проектите с инвестиции за насърчаване на кооперирането и интеграцията между земеделските стопани и предприятия от преработвателната промишленост са 82, със стойност на субсидията в размер на 101 564 694 лева. За преработка на биологични суровини и производство на биологични продукти се изпълняват 33 проекта, а одобрената финансова помощ по тях възлиза на 38 646 608 лева. Сред действащите към 31.12.2018 г. договори, най-значителен е дялът на проектите в сектор „Плодове и зеленчуци“ - 49,3%. За преработка на животински продукти са 42,2% от одобрените проектните предложения, а за преработка на етерично-маслени култури - 8,5%.

Мярка 6 Развитие на стопанства и предприятия

Подмярка 6.1 „Стартова помощ за млади земеделски стопани“ С цел улеснение за земеделските стопани и намаляване на административната тежест, прилагането на подмярката се осъществява в 28-те областни дирекции на Разплащателната агенция. В периода 15 март – 14 юни 2018 г. е проведен втори прием на проектни предложения по подмярка 6.1, през системата „ИСУН 2020“. Постъпили са 1 658 заявления, на обща стойност 80 970 120 лева, които към края на годината са в процес на обработка на етап „Административно съответствие и допустимост“. През 2018 г. са подписани 12 договора за подпомагане, със субсидия в размер на 586 740 лева, по заявления, постъпили при първия прием през 2015 г. Разплатена е финансова помощ в размер на 23 079 471 лева. Общо сключените договори за целия период на прилагане на мярката до 31.12.2018 г. са 1 323, със стойност на договорената финансова помощ в размер на 64 688 085 лева. Най-голям относителен дял от договорите имат проектите в секторите „Растениевъдство“ – 61,4% и „Животновъдство“ – 33,9%. Общо изплатените средства са 54 390 798 лева.

Подмярка 6.3 „Стартова помощ за развитието на малки стопанства“ Прилагането на подмярката стартира през 2016 г. Това е първият целенасочен прием за малки стопанства в ПРСР 2014-2020 г., като чрез него стартира и реалното прилагане на

специално разработената Тематична подпрограма за малки стопанства за територията на страната. С цел улеснение за земеделските стопани и намаляване на административната тежест, прилагането на подмярката е децентрализирано в 28 областни дирекции на Разплащателната агенция. През 2018 г. по подмярката не е обявяван прием на проектни предложения. През годината са сключени 401 договора, на стойност 11 764 137 лева. Разплатените публични средства възлизат на 19 257 160 лева. За целия период на прилагане на подмярка 6.3 са постъпили 3 433 заявления за подпомагане. Към края на 2018 г. са сключени 1 925 договора за финансова помощ, на обща стойност 56 473 725 лева. Окончателно завършените проекти са 1 153, със стойност на изплатената по тях субсидия в размер на 33 815 782 лева.

Подмярка 6.4.1 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“ Подмярката стартира с първи прием през календарната 2018 г., с общ бюджет от 132 994 400 лева, разделен в три процедури за подпомагане - в сектори „Производство“, „Услуги“, и „Занаяти“. Общо постъпилите заявления по приема са 826, със стойност на исканата субсидия 220 848 690 лева. 93 Към края на 2018 г. няма сключени договори, а постъпилите проектни предложения са в процес на разглеждане и оценка.

Мярка 7 „Основни услуги и обновяване на селата в селските райони“

Подмярка 7.2 „Инвестиции в създаването, подобряването или разширяването на всички видове малка по мащаби инфраструктура“ През 2018 г. е проведен вторият прием на проектни предложения по подмярката. Бюджетът на приема, в размер на 195 580 000 лева, е разпределен в следните направления: • Направление „Детски градини“, с бюджет 9 779 000 лева, по което са постъпили 24 заявления, с обща стойност на заявената субсидия от 20 271 952 лева. • Направление „Енергийна ефективност“, с бюджет в размер на 19 558 000 лева. Постъпили са 51 заявления, с обща стойност на заявената субсидия от 26 860 734 лева. • Направление „Площи за широко обществено ползване“, с бюджет от 19 558 000 лева. Приети са 132 заявления, с обща стойност на заявеното подпомагане в размер на 95 885 080 лева. • Направление „Спорт“, с бюджет в размер на 19 558 000 лева. Постъпили са 107 заявления, с обща стойност на заявената субсидия 10 184 151 лева. • Направление „Улици“, с бюджет от 97 790 000 лева, по което са приети 148 заявления, със стойност на заявената субсидия в размер на 168 378 409 лева. • Направление „Училища“, с бюджет в размер на 14 668 500 лева. Постъпили са 41 заявления, със заявено подпомагане в размер на 34 512 007 лева. • Направление „Физкултурни салони“, с бюджет от 14 668 500, по което са постъпили 15 заявления, с обща стойност на заявената субсидия в размер на 7 138 160 лева. През 2018 г. са сключени 157 договора за финансова помощ, на обща стойност 520 083 226 лева. Извършени са плащания в размер на общо 43 829 978 лева. За целия период на прилагане на подмярката до 31.12.2018 г., в рамките на извършените два приема, са постъпили 925 проектни предложения, със стойност на финансовата помощ в размер на 2 112 775 519 лева. Общият брой сключени договори за подпомагане е 325, с размер на договорената субсидия 824 906 719 лева.

Подмярка 7.3. „Подпомагане на ширококолентова инфраструктура, включително нейното създаване, подобрене и разширяване, пасивна ширококолентова инфраструктура и мерки за достъп до решения чрез ширококолентова инфраструктура и електронно правителство“ Подмярка 7.3 изпълнява цели не само на ПРСР, но и на Националния план за развитие на електронното управление (Национален план за развитие на е-правителство). Тя е съгласувана и с Националната стратегия за развитие на ширококолентовия достъп в България и подпомага дейността на Държавната агенция за електронно управление, която е единствен бенефициент по подмярката. Прилагането на мярката стартира през м. май 2019 г.

Подмярка 7.6. „Проучване и инвестиции, свързани с поддържане, възстановяване и подобряване на културното и природно наследство на селата“ През 2018 г. по подмярката не е обявяван прием за подбор на заявления за подпомагане. През годината са сключени 16 договора, с размер на финансовата помощ 9 909 170 лева. Разплатени са публични средства в размер на 12 791 421 лева. 94 За целия период на прилагане на подмярката са постъпили общо 348 заявления за предоставяне на финансова помощ, с общ размер на заявените инвестиции 209 752 376 лева. Към 31 декември 2018 г. са сключени 89 договора за подпомагане, с общ размер на субсидията 50 599 536 лева.

Мярка 8 „Инвестиции в развитие на горските райони и подобряване жизнеспособността на горите“

Подмярка 8.3 „Предотвратяване на щети по горите от горски пожари, природни бедствия и катастрофични събития“ В периода юли - октомври 2018 г. по подмярката е обявен първият прием на проектни предложения, с бюджет от 33 363 992 лева, проведен през системата „ИСУН 2020“. Допустими за подпомагане са въвеждането и подобряването на превантивни дейности за намаляване на опасността от горски пожари и въвеждането и подобряването на превантивни дейности за намаляване на опасността от вредители, болести, природни бедствия и катастрофични събития в горските територии. Постъпили са 37 заявления, с обща стойност на заявената субсидия от 57 690 674 лева, които към края на 2018 г. са в процес на разглеждане и одобрение.

Подмярка 8.4 „Възстановяване на щети по горите от горски пожари, природни бедствия и катастрофични събития“ През 2018 г. е проведена първата процедура за прием на проекти по подмярката през системата „ИСУН 2020“, с бюджет от 15 646 400 лева. Подпомагането е насочено към възстановяване на горите, пострадали от горски пожари, природни бедствия, катастрофични събития, болести и вредители, защита на околната среда и адаптиране към промените в климата. Приети са 14 заявления, на обща стойност 5 946 658 лева. Към 31.12.2018 г. подадените заявления са в процес на разглеждане и оценка.

Подмярка 8.6 „Инвестиции в технологии за лесовъдство и в преработката, мобилизирането и търговията с горски продукти“ През 2018 г. е обявена и първата процедура за прием на проекти през ИСУН 2020 по подмярката, с бюджет от 35 204 400 лева. Подкрепата цели подобряване на конкурентоспособността и създаването на нови работни места в горския сектор, както и подобряване състоянието на горите, тяхното опазване и устойчиво стопанисване. Постъпили са 197 заявления за подпомагане, с общ размер на финансовата помощ 79 373 910 лева, които към края на 2018 г. са в процес на разглеждане. Мярка 9: Учредяване на групи и организации на производителите В периода 15 юни – 4 септември 2018 г. е обявен първият прием на заявления за подпомагане по подмярката, с бюджет в размер на 14 793 044 лева. Подкрепата е насочена към насърчаване и подпомагане учредяването на групи и организации на производители в земеделския сектор, към подкрепа на производството и доставките на висококачествени земеделски продукти, отговарящи на европейските стандарти и пазарните изисквания, както и към улесняване на достъпа до пазара на малки и средни стопанства. През 2018 г. са постъпили 38 заявления, с обща стойност на заявената субсидия от 32 228 355 лева. Сключени са 7 договора, с размер на финансовата помощ 5 438 315 лева. Разплатените средства възлизат на 248 259 лева. Мярка 14 "Хуманно отношение към животните" Мярката се прилага в две подмерки - 14.1 „Плащания за хуманно отношение към животни в сектор едри преживни животни“ и 14.2 „Плащания за хуманно отношение към животни в сектор дребни преживни животни“. 95 Подмярка 14.1 „Плащания за хуманно отношение към животни в сектор „Едри преживни животни“ Допустими за подпомагане по подмярката са земеделски стопани с животновъдни

стопанства, отглеждащи говеда и биволи. Помощта се предоставя за покриване на допълнителни разходи или пропуснати доходи, свързани с изпълнение на доброволни ангажименти за хуманно отношение към допустимите за подпомагане животни и покрива само онези задължения, които надвишават задължителните стандарти и други задължителни изисквания, наложени чрез националното законодателство. Поетите ангажименти по подмярката следва да се изпълняват за срок от минимум пет години. Спазването на изискванията по отношение на поетите ангажименти подлежи на ежегодни проверки. През 2018 г. по подмярка 14.1 са извършени плащания в размер на 3 032 491 лева.

Подмярка 14.2 Плащания за хуманно отношение към животни в сектор „Дребни преживни животни“ Бенефициенти по подмярката са земеделски производители с животновъдни стопанства, в които се отглеждат овце и кози. Правилата за предоставяне на подпомагане са аналогични с тези на подмярка 14.1. Изплатените средства по подмярка 14.2 през 2018 г. възлизат на 852 926 лева.

Мярка 19 – Водено от общностите местно развитие

Подмярка 19.1 “Помощ за подготвителни дейности” За периода на прилагане на подмярката са сключени 101 договора на обща стойност 5 085 080 лева, по които се предвижда изпълнение на дейности от 180 общини, обхващащи население от 2 300 000 жители и територия от 74 433 кв. км (78% от територията на селските райони на страната). Чрез изпълнените дейности от бенефициентите са организирани и проведени около 1 200 публични събития (конференции, семинари, срещи, обучения и др.). Обща стойност на изплатените средства до края на 2018 г. с натрупване е 3 886 069 лева.

Подмярка 19.2 „Прилагане на операции в рамките на стратегии за Водено от общностите местно развитие” За периода на прилагане на мярката са проведени два приема на заявления за подпомагане. При първия прием, извършен през 2016 г., са постъпили 53 заявления за подбор на МИГ, от които за изпълнение са одобрени 40 стратегии за ВОМР, ангажиращи средства от следните източници: • ЕЗФРСР (ПРСР) - 112 435 465 лева • ЕФРР (ОПОС) - 3 146 994 лева • ЕФРР (ОПИК) - 29 779 468 лева • ЕСФ (ОПРЧР) - 21 742 545 лева Одобрените стратегии обхващат 74 общини от селските райони на страната, в рамките на които от помощта ще бъдат облагодетелствани 1 047 819 жители. През 2017 г. през системата „ИСУН 2020“ е извършен втори прием по подмярка 19.2., в рамките на който са подадени 70 заявления за подпомагане. Одобрени за изпълнение на стратегия за ВОМР са 25 МИГ, обхващащи 43 общини с територия 22 203 кв. км. и население 619 026 жители. Средствата по одобрените стратегии са в размер на общо 164 132 884 лева, от които от: 96 • ПРСР - 92 558 875 лева (69 419 156 лева за проекти към стратегиите за ВОМР по подмярка 19.2 „Прилагане на операции в рамките на стратегии за Водено от общностите местно развитие” и 23 139 719 лева за управление на МИГ и популяризиране на стратегиите за ВОМР по подмярка 19.4 „Текущи разходи и популяризиране на стратегии за ВОМР) • ОПОС - 10 326 415 лева • ОПИК - 27 512 614 лева • ОПРЧР - 23 581 345 лева • ОПНОИР - 10 153 635 лева Броят на постъпилите проектни предложения по различните мерки на МИГ са 479. За 2018 г. чрез ИСУН 2020, в статус „Приключени“, са постъпили 72 процедури по подмярката, на обща стойност 38 876 786 лева.

Подмярка 19.3 „Подготовка и изпълнение на дейности за сътрудничество на МИГ“ Бюджетът по подмярката възлиза на 12 712 700 лева. През месец август 2018 г. е открит прием за проектни предложения, разделен в две процедури – „Подбор на проектни предложения за подготвителни дейности за подготовка на проекти за сътрудничество“, с бюджет в размер на 399 994 лева и „Подбор на проектни предложения за изпълнение

на проекти за сътрудничество“, с бюджет 1 599 975 лева. Съгласно Регламент (ЕС) 1305/2013 кандидатстването по подмярката е текущо. В рамките на първия краен срок за прием на проектни предложения, приключил в края на м. август 2018 г., в системата „ИСУН 2020“ са регистрирани 10 проектни предложения, от които 8 за подготвителни дейности и 2 за сътрудничество, които впоследствие са оттеглени. Одобрени за финансиране са осем проектни предложения, с одобрена безвъзмездна финансова помощ в размер на 344 089 лева.

Подмярка 19.4 „Текущи разходи и популяризиране на стратегия за водено от общностите местно развитие“ Съгласно чл. 12, ал. 1 от Наредба № 1 от 2016 г. за прилагане на подмярка 19.4 ежегодно до 30 септември местните инициативни групи подават заявление за одобрение на планирани дейности и разходи за следващата календарна година. По подмярката за 2018 г. са одобрени 63 бюджета, на обща стойност 11 522 857 лева. Разплатени са авансовите плащания за 2018 г. и регулярно се изплащат извършените от местните инициативни групи разходи. Към 31.12.2018 г. на МИГ са възстановени средства в размер на 5 372 311 лева.

20. Финансиране на предприемачеството

Системата за подпомагане на стартирането все още до голяма степен зависи от публичната подкрепа, особено стартиращото финансиране. Инструментите за финансиране са по-слабо развити, отколкото в други европейски страни. Финансирането на рисков капитал и бизнес ангели за нови и растящи фирми все още е доста под средното за ЕС. През 2015 г. правителството създаде мениджър на финансови инструменти (Фонд на фондовете), отговарящ за всички финансови инструменти, съфинансирани от европейските структурни и инвестиционни фондове. Напредъкът обаче беше бавен през 2016 г. и първите споразумения с местните финансови институции, подписани през 2017 г., бяха за скромни суми (ЕС, 2017а). Следователно достъпът до финанси остава пречка пред развитието на приобщаващото предприемачество в България. Въпреки че съществуват някои мерки, обхватът на тези мерки е насочен само към някои целеви групи, по-специално младежи и жени. Следва кратък преглед на основните инициативи за финансова подкрепа, свързани с приобщаващото предприемачество:

- процедурата Подкрепа за предприемачество, финансирана по ОПРЧР 2014-2020 г., има за цел да подкрепи амбициозните работници (включително млади предприемачи до 29 години) чрез:

1. Информация и мотивация за предприемачество.
2. Осигуряване на обучение за развитие на предприемачески, управленски и бизнес знания и умения и разработване на бизнес идеи и бизнес планове за управление на независим бизнес.
3. Съвети за разработване на бизнес идеи и оценка на жизнеспособността на бизнес идеите и бъдещите предприемачи.
4. Менторство при подготовка за управление на стопанска дейност; подпомагане на достъпа до мрежи, които насърчават развитието на бизнеса.
5. Насоки за финансиране на дейността от налични финансови източници, включително финансови инструменти на ОПРЧР, правна помощ и др.

- Техностарт - Насърчаване на иновационната дейност на младите хора в България. Проектът се провежда в рамките на Националната стратегия за насърчаване на МСП, приоритетни области „Предприемачество“ и „Умения и иновации“ под отговорността на Министерството на икономиката (Министерство на икономиката). Техностарт 2 2016-2018 е единственият проект в България, изцяло фокусиран върху нови предприемачи от университети в най-ранния етап от развитието на техния бизнес. Основната цел на проекта е да предостави безвъзмездни средства до 10 000 EUR за създаване на стартиращи фирми от студенти от бакалавърска степен, магистър и докторанти. Общият бюджет на проекта е 151 854 евро. Чрез подкрепата на програмата Техностарт 2 16 нови предприемачи в индустрията и научноизследователската и развойна дейност успяха да започнат собствен бизнес (ЕС, 2017d). Technostart 3

продължи тенденцията и предостави финансиране на 14 проекта през 2017 г. (Министерство на икономиката, 2017b). • Развитие на ферми и предприятия. Тази мярка е насочена към насърчаване на стартирането и развитието на селскостопански дейности от селските райони от младите земеделски стопани; насърчаване на създаването и запазването на работни места и намаляване на сезонните колебания в заетостта. Министерството на земеделието, храните и горите отчете, че 1 373 земеделски стопани са били подпомогнати с общо 28 809 464 евро през 2016 г. по мярка „б.1. Подкрепа за стартиране на млади земеделски производители” от ОП на развитие на селските райони (Министерство на икономиката, 2017а). Към декември 2017 г. 37 млади земеделски стопани бяха подкрепени с изцяло изпълнени проекти, 1 542 млади земеделски производители са видели проектите си избрани (в процес на разработка) от план за подкрепа на 3 060 млади земеделски стопани (ЕС, 2017е). • През 2016 г. Министерството на труда и социалната политика и Управителят на Фонда за финансови инструменти в България подписаха Финансово споразумение с инвестиционна стратегия за изпълнение на всички финансови инструменти по ОПРЧР 2014-2020. Формулиран е финансов инструмент, фокусиран върху младежкото предприемачество (за хора до 29 години) (Министерство на икономиката, 2017а). Обявена е обществена поръчка за избор на финансови посредници за прилагането на инструмент за финансиране на микрокредити с общ риск с бюджет от 50 милиона лева (около 26 милиона евро), осигурен от ОПРЧР 2014-2020. Инструментът ще комбинира публични и частни микрокредити за насърчаване на предприемачеството, включително за определени уязвими групи (Министерство на труда и социалната политика, 2017 г.). • Насърчаване на предприемаческите идеи в области, свързани с европейските и регионални предизвикателства. Тази мярка осигурява подкрепа за развитието на бизнес идеи за жени предприемачи и хора под 29 или над 50 години, които са заинтересовани да започнат собствен бизнес. Тя е насочена към създаването и растежа на предприятията в специфични области, включително творческа и културна индустрия, фирми, разработване на нови продукти и услуги, свързани със застаряването на населението, предоставяне на грижи и здравни услуги и социални предприятия.

Предлага се и микрофинансиране, като повечето предложения са насочени към младежите. Европейската комисия счита, че участието на България в програмата „Еразъм за млади предприемачи“ и средствата за микрофинансиране за стартиращи фирми „дават положителни стимули, които подчертават като цяло благоприятната ситуация в тази област на политиката“ (ЕО, 2014 г.). Някои пропуски остават по отношение на достъпа до финансиране, особено за някои групи. Достъпът до финансиране за стартиране на бизнес е още по-голямо предизвикателство за предприемачите с увреждания, с малък или никакъв трудов опит, ниски нива на спестявания и обезпечение (OECD / EU, 2014). Подобни проблеми срещат младежите и дългосрочно безработните. Освен чрез реструктурирани и систематизирани политики, финансирането на усилията за интеграция на ромите идва главно чрез инструментите на Европейския социален фонд и безвъзмездните средства на ЕИП и Норвегия. Те се подкрепят от Европейската комисия и международните организации. Оскъдното финансиране се осигурява от държавния бюджет и в повечето случаи е съфинансиране на основни субсидии, предоставени от гореспоменатите финансови механизми (проект SERCo, 2016)

Обучение по предприемачество в учебните програми на университетите

Първият университетски курс по предприемачество е стартиран в България в УНСС през 1991 г. През 2016 г. студенти в 104 дисциплини получават образование по предприемачество, а допълнителна актуализация на 376 учебни програми беше отчетена по тази мярка през 2016 г. (Министерство на икономиката, 2017а). •

Насърчаване на предприемачеството сред младите хора и предоставяне на услуги. Тази мярка се осъществява чрез Национална програма за младежта, подпрограма 1 „Развитие на мрежата от младежки информационни и консултантски центрове“, под отговорността на Министерството на младежта и спорта. Мярката има за цел да предложи обучение за стимулиране на младежкото предприемачество и да развие бизнес умения сред младежи до 29 години. Накратко, има редица персонализирани мерки за развитие на умения за предприемачество. Въпреки това, повечето от тях са малки инициативи и малко подходяща подкрепа се предлага на групи, различни от младежта. Забележително предизвикателство е, че не винаги е определен подходящ бюджет за изпълнение. Друг е въпросът, че съществуващите мерки не използват опита на дългогодишните институции в областта на предприемачеството. Тези организации са се поучили от миналия опит и обикновено си сътрудничат в международен план

21. Политики за качеството: Защитени марки

През 2018 г. подадените от Асоциацията „Традиционни сушени месни продукти“ искат малки изменения в спецификациите на ТСГ (гарантирани традиционни специалитети) „File Elena“, TSG „Role Trapezitsa“, TSG „Lukanka Panagyurska“ и TSG „Kayserovan vrat Trakia“, бяха оценени по националната процедура.

Спецификацията на заявлението за ЗНП „Iztochnobalkanska svinia“ е оценена в рамките на националната процедура.

В съответствие с предвидените процедури за регистрация на нови производители в регистрите на производителите на защитени наименования по Наредба № 16 от 2007 г., през 2018 г. в регистрите на производителите на ЗГУ „Българско розово масло“ 7 нови производители бяха регистрирани.

След национална процедура, със заповед на министъра на земеделието, храните и горите са одобрени два нови контролера на продукти с PGI, TSG и PDO.

Националната процедура се провежда за обработка на заявлението-спецификация на кандидатите за ЗНП "Българско кисело мляко" и "Българско бяло саламурено сирене" и придружаващата документация, за да бъдат изпратени двете досиета на Европейската комисия за разглеждане и получаване вписването на двете имена в Европейския регистър на защитените наименования за произход и защитените географски указания.

В ход е националната процедура за обработка на две отделни заявления за вписване на Лютеница Първомай като защитено географско указание в Европейския регистър на защитените наименования за произход и защитените географски указания.

През 2019 г. ЕК вписа защитеното наименование за произход „Странджански манов мед“ в Европейския регистър на защитените наименования за произход и защитените географски указания.

През май 2019 г. е приета Наредба № 4 / 28.05.2019 г. за условията и реда за използване на факултативния термин за качествен „планински продукт“ и за официалния контрол на използването му. Съгласно въпросната наредба фермерите в планинските райони имат право да поставят на етикетите си обозначението „планински продукт“.

Анализ на опасност и критични контролни точки (HACCP)

Анализът на опасността и критичните контролни точки или HACCP е систематичен превантивен подход към безопасността на храните от биологични, химични и физически опасности в производствените процеси, които могат да доведат до опасност на готовия продукт и проектира мерки за намаляване на тези рискове до безопасно ниво.

Системата HACCP, основана на науката и систематична, идентифицира специфични опасности и мерки за техния контрол, за да се гарантира безопасността на храните. HACCP е инструмент за оценка на опасностите и създаване на системи за контрол, които се фокусират върху превенцията, а не разчитат главно на тестване на крайния продукт

Анализ на опасност и критични контролни точки (HACPP)

Анализът на опасността и критичните контролни точки или HACCP е систематичен превантивен подход към безопасността на храните от биологични, химични и физически опасности в производствените процеси, които могат да доведат до опасност на готовия продукт и проектира мерки за намаляване на тези рискове до безопасно ниво. Системата HACCP, основана на науката и систематична, идентифицира специфични опасности и мерки за техния контрол, за да се гарантира безопасността на храните. HACCP е инструмент за оценка на опасностите и създаване на системи за контрол, които се фокусират върху превенцията, а не разчитат главно на тестване на крайния продукт

HACCP се основава на седем принципа:

1. Проведете анализ на опасността

Тук оценявате вашите процеси и определяте къде могат да бъдат въведени опасностите. Опасностите могат да бъдат физически (т.е. замърсяване с метал), химични (т.е. може ли почистващият продукт да замърси продукта, има ли токсини, които биха могли да замърсят продукта?) Или биологични (в какви моменти бактериите или вирусите могат да заразят вашия продукт?). Ще трябва да се уверите, че разполагате с експертен опит, за да направите точна оценка на опасностите. Това означава, че ако нямате достатъчен опит в организацията си, ще трябва да идентифицирате външни ресурси, които можете да използвате за извършване на анализ на опасността.

Идентифицирането на опасността се извършва на два етапа, първо идентифицирането на опасностите, след това оценка на опасността. Оценката на опасността е определяне на степента на риск за потребителя от идентифицираната опасност. След като опасността бъде идентифицирана и оценена, екипът трябва да идентифицира критичните контролни точки. Това са точки, в които опасността трябва да бъде контролирана или тя ще представлява риск за крайния потребител.

2. Определете критичните контролни точки

На какви стъпки във вашия процес могат да се прилагат контроли за предотвратяване или премахване на идентифицираните опасности? Това са вашите критични контролни точки. За всяка критична контролна точка ще определите превантивната мярка. Как ще предотвратите опасността?: Използване на специфична температура, pH, време, процедури?

Определете максимална или минимална граница за температура, време, pH, ниво на сол, ниво на хлор или друга характеристика на обработката, която ще контролира опасността. Това е критичната граница за ЦК. Ако тази граница някога е надвишена трябва да се предприемат коригиращи действия и да се контролира всички засегнати продукти.

3. Установете критични граници

Следващата ви стъпка е да установите критерии за всяка критична контролна точка. Какви критерии трябва да бъдат изпълнени, за да се контролира опасността в този момент? Минимална температура ли е? Има ли регулаторни ограничения, които трябва да спазвате за тази контролна точка?

4. Създайте процедури за наблюдение

Какво ще измервате и как ще го измерите? Трябва да наблюдавате процеса в критичната контролна точка и да съхранявате записи, за да покажете, че критичните граници са спазени. Можете ли да извършвате непрекъснат мониторинг на контролната точка? Ако не, колко често ще трябва да се извършват измерванията, за да се покаже, че процесът е под контрол?

Мониторингът, който се провежда в критичните контролни точки, е от съществено значение за ефективността на програмата НАССР. Програмата за мониторинг ще се състои от физически измервания или наблюдения, които могат да бъдат извършени своевременно, за да предоставят информацията във времева рамка, която ви позволява да предприемете действия и контрол на продукта, ако възникне ситуация извън контрол.

5. Установете коригиращи действия

Ще установите какви действия трябва да се предприемат, ако критичната граница не бъде спазена. Това ще бъде идентифицирано предварително за всяка ССР. Действието трябва да гарантира, че не се пуска опасен продукт. Трябва да има и оценка на процеса, за да се определи причината за проблема и да се отстрани причината.

Предприетите действия или действия имат две цели - да контролират всеки несъответстващ продукт, който е резултат от загубата на контрол, както и да се идентифицира причината, да се отстранят и да се предотврати повторната поява на ситуацията. Определяйки коригиращите действия преди да се случи ситуация извън контрол, вие сте готови да предприемете действия бързо, ако и когато това се случи.

6. Създайте процедури за водене на записи

Ще определите какви записи са необходими, за да покажете, че критичните граници са спазени и системата е контролирана. Адрес на регулаторните изисквания и включва записи от развитието на системата и работата на системата.

7. Създайте процедури за проверка

Планът НАССР трябва да бъде утвърден. След като планът е налице, уверете се, че той е ефективен за предотвратяване на идентифицираните опасности. Тествайте крайния продукт, проверете дали контролите работят както е планирано. Извършвайте текуща проверка на системата. Контролно-измервателното оборудване контролира ли се? Какво показват коригиращите действия? Поддържат ли се записи, както се изисква?

Системите за управление на безопасността на храните достигат отвъд критичната контролна точка за анализ на опасностите и също така включват принципи на системите за управление, подобни на тези, установени в ISO 9001. Ще изградите система за управление на качеството и непрекъснато подобрене във вашата организация. Тя ще

достигне отвъд системите за контрол, за които говорихме по-горе, и до това как планирате и управлявате качеството в организацията си.

- Глобален пазар
- Увеличаване на инцидентите с хранителни патогени
- Появяват се нови патогени
- Необходимост от защита на марките, контрол на рисковете

За да се защитят, многонационални производители на храни, търговци на дребно и бакалии молят своите доставчици.e.rs да въведат система за управление на безопасността на храните.

Глобалната инициатива за безопасност на храните GFSI е определила редица програми за сертифициране на системи за управление на безопасността на храните, всички от които са базирани на HACCP.

GLOBALG.A.P. Сертификация за производители

GLOBALG.A.P. ви предлага един основен продукт: GLOBALG.A.P. Сертифициране, налично за 3 обхвата на производство: Растения, Животновъдство, Аквакултура и състоящо се от общо над 40 стандарта. Кликнете върху GLOBALG.A.P. за да започнете процеса на сертифициране днес.

Имате възможност и за стъпаловиден подход през localg.a.p., Което ви помага да се подготвите за GLOBALG.A.P. Сертифициране и ви осигурява по-лесен достъп до местните пазари.

Ако искате да надстроите съществуващия си GLOBALG.A.P. Сертификат за демонстриране на вашия ангажимент за напредък на добри селскостопански практики към вашите търговци на дребно и купувачи, GLOBALG.A.P. + Add-On ви предлага доброволни добавъчни модули, за да подобрите основния продукт и да го адаптирате по-добре към вашата среда.

GLOBALG.A.P., Стандартизаторът за прилагане на добри земеделски практики във фермата, кани всички да участват в този процес. Въз основа на вашия интерес и индивидуални връзки с GLOBALG.A.P. можете да взаимодействате по различни начини. Заедно ние изграждаме стандарти, които могат да бъдат проверени и използвани за надлежна проверка.

Този GLOBALG.A.P. политиката се прилага за всички стандартни дейности и услуги за развитие. Това е насока за вземане на решения и стратегическото привеждане в съответствие на нашия GLOBALG.A.P. Стандарти или свързани въпроси

Стандартната настройка може да бъде достатъчно изчерпателна само ако са ангажирани всички заинтересовани страни. На обществеността, както и на съответните заинтересовани групи се предоставят разумни възможности за участие в управлението, осигуряването и мониторинга и / или оценката на стандарт

22. Трансфер на знания и иновации

Трансфер на знания и научни продукти и професионално обучение През 2018 г. в създадените 51 демонстративни полета са организирани 36 открити дни за запознаване

на земеделските производители с нови сортове растения, породи животни, селскостопански машини, технологични решения, поливна техника и растителнозащитни мероприятия. Поделенията на ССА са участвали със свои разработки в над 51 различни изложения и панаири от национален и местен характер. През годината са проведени 66 броя научно-практически конференции, семинари, симпозиуми и кръгли маси. Учените от ССА са участвали в 13 краткосрочни курса за повишаване квалификацията на селскостопанските специалисти и фермери. В Центъра за професионално обучение към ССА са проведени общо 10 курса (7 курса „Фермер – производител на селскостопанска продукция”, 2 курса „Фермер – земеделец” и 1 курс по „Агроекология”), като са обучени 126 земеделски производители. През годината са направени голям брой консултации, свързани с технологиите в растениевъдството, животновъдство и хранителната промишленост.

9.1.3. Квалификационна структура на учените и обучение на докторанти
Общият брой на научните работници в ССА към края на 2018 г. е 494, разпределени по академични длъжности и с научни степени, както следва: професори - 79, доценти - 171, главни асистенти - 127 и асистенти - 117, с образователна и научна степен „доктор” - 397 учени и с научна степен „доктор на науките” - 11. Съотношението между хабилитирани и нехабилитирани учени в ССА е 1,02. През 2018 г. са хабилитирани 14 учени, от които 7 са придобили академична длъжност „професор”, а други 7 – „доцент”. През годината 26 асистенти са заели академична длъжност „главен асистент”. В рамките на 2018 г. в Националната агенция за оценяване и акредитация са внесени документи за разкриване на процедура за програмна акредитация за обучение в ОНС „доктор” по нова за Академията докторска програма „Лозарство” от професионално направление „Растениевъдство” в Института по лозарство и винарство – Плевен. В научноизследователски институти на ССА са зачислени 6 докторанта и 5 асистента в докторантура. Общо през отчетния период се обучават в ОНС „доктор” 95 докторанта. Успешно защитили дисертационните си трудове и получили дипломите си за придобита ОНС „доктор” са 18 докторанта.

9.1.4. Специализирана научна периодика
ССА издава пет научни списания – „Bulgarian Journal of Agricultural Science”, „Растениевъдни науки”, „Животновъдни науки”, „Почвознание агрохимия и екология” и „Икономика и управление на селското стопанство”. Внедрени са уеб базирани платформи за индексирание на техническите изисквания към световните бази данни на публикуваните в списанията статии.

9.1.5. Международно сътрудничество
в областта на селскостопанската наука
През 2018 г. научноизследователските институти и опитните станции на ССА са взели участие по тематики от взаимен интерес в съвместни изследователски проекти, международни семинари, конференции, консултативни срещи, специализации в чужбина, прием на чуждестранни учени и др. През годината са изпълнявани общо 73 международни договорености, от които 25 на двустранна основа. Институтите на Академията са изпълнявали 8 проекта, финансирани и подпомагани от различни международни институции – Организацията по прехрана и земеделие (ФАО), Международния център по генетично инженерство и биотехнология (МЦГИБ), Международната агенция за атомна енергия (МААЕ), Международния център за подобряване на царевичата и пшеницата (СИММИТ) и др. 164 През 2018 г. са изпълнявани съвместни проекти по програма „Хоризонт 2020” на ЕС, проекти по програмите за „Трансгранично сътрудничество между България и Румъния” и „Трансгранично сътрудничество между България и Гърция”, проекти по програма „Здравеопазване и потребители” с Европейската служба за безопасност на храните (EFSA). Учени от ССА са национални координатори или участници в 7 проекта по програма COST на ЕС в областите: „Храни и Земеделие” и „Науки за земята и околната среда”. Отделно научноизследователските институти към ССА са изпълнявали 59 дистрибуторски и търговски договори с Турция, Русия, Румъния, Украйна и др. През годината е осъществено научно-техническо сътрудничество с Алжир, Виетнам, КНР, Кипър, Кралство Мароко, Молдова, Монголия, Румъния, Украйна и др.

9.2. Съветническа

дейност Съществена част от държавната политика за предоставяне на консултантски услуги за осигуряване подходящо ниво на технически и икономически знания и умения в земеделския и горския сектор с цел прилагане на ОСП и повишаване конкурентоспособността на българския производител в единния европейски пазар се реализира чрез Националната служба за съвети в земеделието (НССЗ). НССЗ предлага комплексен „пакет от консултантски услуги“, включващ консултации от създаването на стопанството до неговото пълно обслужване в агрономически, животновъден и аграрикономически аспект, организира и провежда обучения за земеделските стопани. Дейностите на НССЗ са разнообразни и се допълват, за да предоставят различни услуги и информацията да достигне до по-широк кръг от хора. Новите електронни услуги навлизат и за земеделските стопани. През 2018 г. стартира подаване на проектни предложения по мерките от ПРСР 2014-2020 г. чрез Информационна система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България 2020 (ИСУН 2020). Службата подпомага трансфера и приложението на научните и практическите достижения в областта на земеделието и по този начин оказва съдействие за усъвършенстване на връзката „научни изследвания – съвети в земеделието – земеделски бизнес“. През 2018 г. са увеличени дейностите, свързани с организиране на демонстрационни събития, с цел подобряване на взаимното обучението и обмен на знания между земеделските стопани и засилване на връзката между тях. НССЗ провежда професионални обучения за земеделските стопани в областта на земеделието, курсове, семинари, информационни дейности и обучения по ключови компетентности чрез лицензирания Център за професионално обучение (ЦПО) към Службата. Провеждат се изнесени приемни (консултантски дни) в различни населени места, които са отдалечени от областните центрове, с цел улесняване достъпа на земеделските стопани до предлаганите консултантски услуги. НССЗ разпространява сред земеделските стопани полезна информация и популяризира добрите практики по кандидатстването и изпълнението на проекти по ПРСР. Чрез създадените „фермерски кръгове“ се повишава ефективността на предоставяните от Службата консултации и се достига до по-голям брой земеделски стопани. Всички консултации, които НССЗ предоставя, са безплатни за земеделските производители. През 2018 г. общо 12 194 лица са получили 72 865 консултации от експерти на НССЗ. Направени са и 2 625 посещения на място в земеделските стопанства. Броят на консултираните лица намалява с 24% спрямо предходната година, а предоставените консултации в офиса и на място в земеделските стопанства - с 21%. По-голяма част от лицата, получили консултации, се възползват от предлагания от НССЗ цялостен пакет от съветнически услуги. Фигура V.2. Общ брой предоставени консултации и консултирани лица в офиса и на място за периода 2016 - 2018 г. Източник: НССЗ Целевите групи, към които основно са насочени дейностите на НССЗ са: земеделски стопани, които вече са започнали своята земеделска дейност (в тази група преобладават малките земеделски стопанства); лица, които искат да започнат земеделска дейност; лица, живеещи в селските райони, включително и собственици на гори. Фигура V.3. Предоставени консултации по вид за 2018 г. Източник: НССЗ 98 997 92 785 72 865 19 298 16 067 12 194 0 20 000 40 000 60 000 80 000 100 000 120 000 2016 2017 2018 брой консултации консултирани лица 18% 40% 31% 11% Други консултации: 13 152 бр. ПРСР 2014-2020: 29 186 бр. Специализирани: 22 566 бр. Схеми за директни плащания, пазарни мерки и национални схеми за подпомагане: 7 961 бр. 166 През 2018 г. експертите на НССЗ са предоставили 7 840 консултации по теми, касаещи третия Национален план за действие по изменение на климата (НПДИК) за периода 2013-2020 г. Консултирани са 4 431 лица – с 8% по-малко в сравнение с 2017 г., по теми, касаещи различни видове дейности с пряк или косвен ефект върху намалението на емисии на парникови газове. Основните консултации, които е предоставила НССЗ през 2018 г., са свързани с възможностите за подпомагане по ПРСР 2014 - 2020 г., особено по подмерки 6.1 „Стартова помощ за млади земеделски стопани“;

4.1.2 „Инвестиции в земеделски стопанства по Тематична подпрограма за развитие на малки стопанства“ и 6.3 „Стартова помощ за развитието на малки стопанства“, както и специализирани консултации в областта на растениевъдството, животновъдството и аграрната икономика. Фигура V.4. Разпределение на предоставените специализирани консултации през 2018 г. по вид Източник: НССЗ 9.3. Професионални обучения .

В Центъра за професионално обучение към НССЗ се провежда обучение на лица над 16 години за придобиване, разширяване и усъвършенстване на професионалната квалификация с цел подобряване на пригодността за заетост, подпомагане на професионалната кариера и индивидуалното развитие. През 2018 г. в ЦПО са обучени 20 фермери на тема „Агроекология“. 9.4. Подобряване на връзката „научни изследвания – съвети в земеделието - земеделски бизнес“ През 2018 г. са проведени 113 съвместни информационни срещи-семинари и мероприятия с университети, където са дискутирани специализирани теми, възможностите за подпомагане на земеделските стопани по мерките от ПРСР 2014-2020 г. и по схемите за директни плащания - кампания 2018, с участието на учени и експерти от НССЗ, ССА, Аграрния университет – гр. Пловдив, Тракийския университет – гр. Ст. Загора, Русенския университет "Ангел Кънчев", Областните дирекции на БАБХ и други организации. 34% 15% 28% 7% 8% 8% Растениевъдство Животновъдство Аграрна икономика УПЗДЗЕС ПДЗП 167 Провеждането на информационни семинари с демонстрации в стопанствата на клиенти на НССЗ стартира като добра практика от 2016 г. Семинарите с демонстрации за 2018 г. са 27 на брой. Към информационните събития през 2018 г. са проявили интерес и са взели участие над 2 300 земеделски стопани. Тези съвместни дейности и мероприятия по своя характер представляват специализирано обучение, изцяло ориентирано към нуждите на земеделските стопани. Най-много са проведените съвместни мероприятия в сектор „растениевъдство“ - 50%, следвани от тези в сектор „животновъдство“ - 42% и в областта на аграрната икономика - 21%. 9.5. Информационно осигуряване През 2018 г. експертите на НССЗ са участвали в 264 информационни мероприятия (124 информационни срещи, 98 семинари, 27 семинари с демонстрация и 15 други мероприятия). Изготвени и разпространени са 145 броя информационни материали (календар на земеделския стопанин, образователни листовки, диплянки, брошури). Чрез изнесените приемни земеделските стопани получават актуална информация и съвети за възможностите за финансиране по ПРСР 2014 - 2020 г., схемите за директни плащания и националните схеми за подпомагане на място в региона. През 2018 г. са проведени 1 092 изнесени приемни, като са били консултирани 3 145 лица. Продължават да функционират създадените „27 фермерски кръга“. В тях през годината са взели участие 348 земеделски стопани. Целта на „фермерските кръгове“ е да разпространява сред земеделските производители полезна информация и да популяризират добрите практики по кандидатстването и изпълнението на проекти по ПРСР. 9.6. Агрохимични анализи Направленията на лабораторната дейност на Центъра за изпитване и оценка на пригодността и качеството на почвите (ЦИОПКП) към НССЗ са свързани с изискванията за подобряване на дейността и повишаване конкурентоспособността на стопанствата. ЦИОПКП е в помощ на малките и на младите земеделски стопанства при получаване на консултантски пакети от експертите на НССЗ. В Центъра се извършват агрохимични анализи на почвени проби за киселинност, усвоими фосфор и калий, минерален азот (амонячен и нитратен), общ азот в почви, определяне на активен калций, определяне на хумус и определяне на норма за варуване на кисели почви. През 2018 г. в лабораторията са постъпили 2 036 почвени проби от 1 078 лица, на базата на които са изработени 2 033 броя проби за 10 158 определения (анализи). Въз основа на извършените анализи са изготвени 1 256 препоръки за торене. Дейност на НССЗ по мярка 2 „Консултантски услуги, услуги по управление на стопанството и услуги по заместване в стопанството“ от ПРСР 2014 - 2020 г. През 2016 г. стартира прилагането

на подмярка 2.1.2 „НССЗ Консултантски услуги за малки земеделски стопанства” по мярка 2 „Консултантски услуги, услуги по управление на стопанството и услуги по заместване в стопанството” от ПРСР за периода 2014 - 2020 г., като НССЗ е единствената определена на този етап съветническа организация и одобрена от ЕК да предоставя консултантските услуги на малките земеделски стопанства. По подмярка 2.1.2. НССЗ предоставя безплатно на малките земеделски стопанства шест основни консултантски пакета, допринасящи както за икономическо развитие на малките земеделски стопанства чрез модернизация и технологично обновление, така и за подобряване на опазването на околната среда и борба с климатичните промени. 168 Общият брой на подадените заявления за получаване на консултантски пакет по подмярка 2.1.2 през 2018 г. е 768, с 44% по-малко в сравнение с 2017 г. Дейност на НССЗ по мярка 6 „Развитие на стопанства и предприятия” от ПРСР 2014 - 2020 г. През 2018 г. е извършен прием на заявления за предоставяне на консултантски пакет А2Б на млади земеделски стопани по подмярка 6.1 „Стартова помощ за млади земеделски стопани” от мярка 6 „Развитие на стопанства и предприятия” от ПРСР 2014 - 2020 г. Консултантският пакет А2Б включва информация и съвети относно: създаването и развитието на стопанствата на младите земеделски фермери (в т.ч. изготвяне на бизнес-планове и основа информация за проектно предложение по подмярка 6.1.); задълженията на равнище стопанство, произтичащи от законово установените изисквания за управление и/или стандартите за добро земеделско и екологично състояние; селскостопанските практики, от полза за климата и околната среда; политиката за водите; изискванията, относно пускането на пазара на продукти за растителна защита; стандартите за безопасност на труда и стандартите за безопасност в стопанствата. В периода на прием на проекти по подмярка 6.1 са подадени 1 658 заявления, въз основа на които експертите на НССЗ са изготвили 930 проектни предложения, от които 717 за растениевъдни стопанства, 148 за животновъдни стопанства и 65 – за смесени стопанства. Сред стопанствата, за които са изготвени проектни предложения, 91% обработват до 5 ха. Към датата на кандидатстване 408 стопанства отглеждат култури или животни по биологичен начин или са в преход към биологично производство, а към датата на второто плащане 526 стопанства планират да станат и/или да продължат да се занимават с биологично земеделие. Към датата на второто плащане се очаква да бъдат създадени допълнително нови работни места в 760 стопанства на младите фермери.

Трансфер на знания и научни продукти и професионално обучение

През 2018 г. в 51 демонстрационни полета бяха организирани 36 дни на отворени врати, за да се запознаят фермерите с нови сортове растения, породи животни, селскостопанска техника, технологични решения, напоителна техника и мерки за растителна защита.

Агенциите на АА са участвали в над 51 различни изложби и панаири от национален и местен характер със своята работа. 66 научно-практически конференции, семинари, симпозиуми и кръгли маси бяха проведени през годината. 154. Учените от АА са участвали в 13 краткосрочни курсове за обучение на селскостопански специалисти и земеделски производители. Общо 10 курса са проведени в Центъра за професионално обучение на АА (7 курса „Земеделски производител - производител на селскостопанска продукция“, 2 курса „Земеделски производител“ и 1 курс „Агроекология“), като са обучени 126 фермери.

През годината бяха проведени голям брой консултации, свързани с технологиите в растениевъдството, животновъдството и хранително-вкусовата промишленост.

Квалификация на учените и обучение на докторанти

Общият брой на изследователите в АА в края на 2018 г. е 494, разпределени по академични длъжности и по научни степени, както следва: професори - 79, доценти - 171, главни асистенти - 127 и асистенти - 117, с образователни и научни степен "доктор" - 397 учени и с научна степен "доктор на науките" - 11. Съотношението между хабилитирани и нехабилитирани учени в АА е 1,02.

През 2018 г. са били хабилитирани 14 учени, 7 от които са придобили академичната длъжност „професор“, а останалите 7 - „доцент“. През годината 26 асистенти на преподаватели заемат академичната длъжност главен асистент.

В рамките на 2018 г. Националната агенция за оценка и акредитация представи документи за откриване на програма за акредитация на програма за обучение при доктора на медицинските сестри по новата докторска програма по лозарство за Академията за растениевъдство към Института по лозарство и вино - Плевен. 6 Докторанти и 5 докторанти се записват в научноизследователски институти на АА. През отчетния период 95 докторанти се обучават на образователно ниво докторска степен. 18 докторанти успешно защитиха дисертациите си и получиха докторски степени.

Специализирани научни периодични издания

Селскостопанска Академия публикува пет специализирани списания - „Българско списание за наука за селското стопанство“, „Растениезнание“, „Науки за развъждане на животни“, „Почвознание, агрохимия и екология“ и „Икономика и управление на земеделието“. Прилагат се уеб-базирани платформи за индексирание на техническите изисквания към световните бази данни на статии, публикувани в списания

Международно сътрудничество в областта на селскостопанската наука

През 2018 г. изследователските институти и изследователските станции на АА са участвали в теми от взаимен интерес в съвместни изследователски проекти, международни семинари, конференции, консултативни срещи, специализации в чужбина, прием на чуждестранни учени и други.

През годината са изпълнени общо 73 международни споразумения, от които 25 са двустранни.

Институтите на Академията са реализирали 8 проекта, финансирани и подкрепени от различни международни институции - Организацията на храните и земеделието (FAO), Международния център за генетично инженерство и биотехнологии (ICGIB), Международната агенция за атомна енергия (IAEA), Международният център за подобряване на царевича и пшеница (SIMMIT) и други.

През 2018 г. бяха реализирани съвместни проекти по програма „Хоризонт 2020“ на ЕС, проекти по Трансграничното сътрудничество между България и Румъния и Трансгранично сътрудничество между България и Гърция, проекти по програма „Здраве и потребители“ с Европейската служба, Орган за безопасност на храните (EFSA).

Учените от АА са национални координатори или участници в 7 проекта на COST в ЕС в следните области: Храна и земеделие и Науки за земята и околната среда.

Отделни научноизследователски институти в АА са изпълнили 59 договора за дистрибуция и търговия с Турция, Русия, Румъния, Украйна и др. 155

През годината бе осъществено научно-техническо сътрудничество с Алжир, Виетнам, КНР, Кипър, Кралство Мароко, Молдова, Монголия, Румъния, Украйна и други.

Подобряване на връзката "Научни изследвания - Съвети в селското стопанство - Земеделски бизнес"

През 2018 г. бяха проведени 113 съвместни информационни срещи, семинари и събития с университети за обсъждане на специализирани теми, възможности за подпомагане на земеделските производители по мерките по ПРСР 2014-2020 и схеми за директни плащания - кампания 2018, с участието на учени и експерти от NAAS, SAS, Аграрен университет-Пловдив, Тракийски университет - Стара Загора, Русенски университет „Ангел Кънчев“, Регионални дирекции на БФСА и други организации.

София Тех Парк

София Тех Парк е първият научно-технологичен парк в България, създаден с цел да се превърне в платформа за обмен на знания и идеи между научните среди, бизнеса, държавата и обществото.

Мисията му е да се превърне в престижна локация за световните, регионални и национални изследователи и иновативни компании в България и на Балканите. Да доизгради системата за подпомагане на иновациите и новите технологии чрез подкрепата на предприятия, които да подсилват икономиката на знанието у нас. Да обедини в едно усилията на бизнеса и науката, като се фокусира основно върху развитието и осъществяването на проекти в трите фокусни области на научно-технологичния парк – ИКТ, науки за живота и чиста енергия.

Паркът цели да засили конкурентоспособността на науката и предприемачеството в България чрез подобряване обмена на знания между академичните среди и бизнес общността. Да действа като платформа за развитието на стартиращите компании и иновативните идеи и катализира процеса на комерсиализация на научните изследвания.

Приоритетни области

Приоритетните области за развитие и дейност на София Тех Парк са информационни и комуникационни технологии, науки за живота, зелени енергии, образование, предприемачество, иновации, подкрепа на стартиращия бизнес.

Лабораторен комплекс

Лабораторният комплекс е един от **основните елементи** на научно-технологичния парк. Състои се от **11 лаборатории** и се управлява от **независимо сдружение**, учредено специално за тази цел. Членове на сдружението са водещи академични институции като Софийски Университет, Технически Университет – София, Медицински Университет – София. Повече информация за **Сдружението за научноизследователска и развойна дейност** може да намерите [тук](#)

Лабораториите **извършват независима и съвместна научно-изследователска дейност**, резултатите от която ще бъдат широко разпространявани.

Бъдещето работи тук...

Инкубаторът на София Тех Парк е мястото, където иновативни стартиращи компании срещат възможности да разработват своите продукти, услуги и прототипи в трите основни области на науката в парка – информационни технологии, науки за живота и зелени енергии.

За стартиращите компании София Тех Парк също е и домакин на акселераторски програми и фондове за рискови инвестиции (Venture Capital Funds), които подпомагат и инвестират в развитие на идеите и превръщането им в готови решения за пазара.

Компаниите могат да извършват тяхната развойна дейност благодарение на технологиите в Лабораторния комплекс, което дава уникална синергия и възможности за развитие на идеите и чрез партньорствата, които София Тех Парк има с водещи университети и учени

Агро-био Институт – Селскостопанска академия, София

AgroBioInstitute (ABI), в Селскостопанската академия е водещият изследователски център в България в областта на растителните и агробиотехнологиите. Дейностите на ABI включват широк спектър от фундаментални и приложни изследвания, насочени към различни области на биоикономиката, свързани с характеризирани и използване на национални биоресурси. Институтът и неговите научни служители притежават най-модерно изследователско оборудване и ноу-хау за прилагане на съвременни експериментални методи и подходи. ABI е акредитиран за обучение на докторанти в области „Генетика“ и „Растителна защита“

Подходящи проекти по програми на ЕС

<http://www.bulvitis-db.com/>

<http://plantbiotech.bg/en/>

Академия Пендара

Фондация за местна храна, Пловдив-<https://pendara.bg/p/akademiy-pendara-2020-v-sofiya/>

Предлага обучения за производители на храни с издаден сертификат

LocalFood.bg"

23. Визия за бъдещето на Общата селскостопанска политика след 2020 г. – акценти:

I. Общ преглед

1. Нарастващите предизвикателства в световен мащаб изискват ОСП да продължи да бъде силна и адекватно финансирана общностна политика.
2. За постигане на желаните резултати от предстоящия процес на модернизиране и опростяване, политиката трябва да запази досегашния си балансиран подход, основаващ се на два стълба с конкретни цели и сфери на подпомагане чрез взаимно допълващи се инструменти. Възможността за трансфер между двата стълба трябва да бъде запазена.
3. С цел гарантиране на дългосрочна стабилност и предвидимост за селскостопанския сектор считаме, че в контекста на обсъжданията на ОСП след 2020 г. фокусът следва да бъде върху подобряване на сегашната структура и мерки на политиката и интегрирането им с други политики, а не върху преразглеждането на основната политика.
4. Общата селскостопанска политика трябва да е пазарно ориентирана, с опростени правила и гарантирано финансиране за тяхното прилагане, основана на принципите на солидарност и социална справедливост. Тя трябва да бъде гъвкава и прозрачна, да осигурява оптимално оползотворяване на предоставените за нейното реализиране финансови средства и да покаже на обществеността необходимостта и ефективността от инвестирането на обществени средства за нейното реализиране.

5. Проблем за фермерите и за администрацията представлява и непрекъснатото усложняване на прилаганите схеми и мерки за подпомагане. Считаме, че са необходими реални и ефективни действия за опростяване на ОСП.
6. С цел минимизиране на изкривяванията в конкурентоспособността между земеделските стопанства в ЕС е необходимо въвеждането на регулация, която да подпомогне процеса към действително сближаване между държавите членки и осигуряване на равнопоставени условия на ниво ЕС.
7. Европейският фонд за гарантиране на земеделието и Европейският земеделски фонд за развитие на селските райони трябва да си взаимодействат с останалите Европейски структурни и инвестиционни фондове по ефективен и опростен начин, с цел интегрирано развитие на териториите.

Развитие на селските райони

1. Подпомагането по Втори стълб трябва да продължи, като доказана и целенасочена политика за подобряване на живота в селските райони, чрез предоставяне на нови възможности и услуги за населението.
2. Следва да бъде поставен акцент върху модернизацията на технологиите, внедряване на иновации и обмена на опит и знания, отразяващ значимостта на жизнеспособността и конкурентоспособността на земеделските стопанства, ефективно използване на природните ресурси, за насърчаване постигането на екологичните и социални цели на ОСП.
3. Необходимо е да бъде осигурена по-голяма гъвкавост при прилагане на мерките, отговарящи на националните специфики, което ще подобри насочването на финансовата подкрепа и ще доведе до намаляване на дисбаланса в развитието между селските и градските райони.
4. Ролята на земеделския производител в хранителната верига следва да се засили чрез осигуряване на допълнителни стимули за сдружаване.
5. Мерките за по-добро управление на използваните ограничени природни ресурси и стимулирането на практики, щадящи околната среда, насочени към опазване на биоразнообразието и водите, следва да допълват подкрепата за развитието на биологичното земеделие и производство. Като доброволни мерки, те могат да допълват задължителния екологичен компонент на директните плащания.

Подходът „отдолу-нагоре“ на местните инициативни групи (подходът ЛИДЕР) трябва да бъде насърчаван, за да се преодолее заплахата от застаряване и демографската криза.

24. Мрежи

Започнете работа в мрежа. Мрежата е чудесен начин за осъществяване на нови бизнес контакти. Често организирано като закуска, обяд или социални събития, това е възможност за опознаване на други местни бизнесмени и ако се работи правилно, в крайна сметка може да доведе до повече възможни общи. В близост около вас ще има много официални и неформални мрежи. Вашата местна търговска палата може да бъде добра отправна точка, но има и много международни, национални и местни мрежи и е добре да опитате няколко, за да видите коя е най-подходяща, преди да се ангажирате с такса за присъединяване. Много местни инициативи за подкрепа на бизнеса, браншови организации, фермерски фестивали, пазари, събития, състезания, изложения, панаири допринасят за изграждането на мрежи и разширяват подкрепата с общи проекти, обучения, нови пазарни възможности, подкрепа за иновативни идеи и достъп до

международна база от експерти. Това е възможност за трансфер на знания, умения и иновативни идеи.

Как да достигнем до тях?

https://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action_en
https://enrd.ec.europa.eu/networking/nrn-profiles/bulgarian-rural-network_en
<https://ruralnet.bg/>
<https://ruralnet.bg/?lang=en>
<https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en>
<https://www.smart-akis.com/index.php/network/eip-agri-thematic-networks/>
<https://www.slowfood.com/tag/balkans/>
<https://www.facebook.com/www.bioferma.org/>
<https://www.eitfood.eu/entrepreneurship/projects/Seedbed>



<https://www.balkanet.eu/>

Източници на информация:

1. <https://www.mzh.government.bg/bg/politiki-i-programi/programi-za-finansirane/>
2. <https://www.eufunds.bg/en>
3. <https://www.mi.government.bg/en/pages/msp-info-220.html>
4. <http://www.brra.bg/>
5. <https://gemorg.bg/>
6. <https://www.investbg.government.bg/bg/pages/2-registration-of-a-company-175.html>
7. <https://www.eufunds.bg/archive2018/index.php/bg/programen-period-2014-2020/operativni-programi-2014-2020/itemlist/category/3308-programa-za-razvitie-na-selskite-raioni-2014-2020%20>
8. <https://www.dfz.bg/bg/prsr-2014-2020/>
9. <https://www.mlsp.government.bg/dokumenti-3>
10. <https://www.mlsp.government.bg/zakoni>
11. <https://finansirane.eu/>
12. <https://www.vertex42.com>

13. <https://initiativeyoung.com/>
14. <https://www.bi-gd.org/site/>
15. <https://agrohub.bg/?lang=en>

Приложение:

**БИЗНЕС ПЛАН ЗА ПОЛЗВАНЕ НА ФИНАНСИРАНЕ
(ЗА СТАРТИРАЩ БИЗНЕС)**

КАНДИДАТ ЗА ФИНАНСИРАНЕ

Наименование:
ЕИК/ЕГН:

ОПИСАНИЕ НА БИЗНЕС ПРОЕКТА

Опишете накратко своя бизнес и проекта, за който търсите финансиране, като посочите как желаното финансиране ще допринесе за развитието на дейността Ви.

Посочете дата на стартиране на дейността -

Посочете очаквания период (в години) на експлоатация на лизинговия актива (при кандидатстване за финансов лизинг)-

ОПИТ В ДЕЙНОСТТА

Опишете накратко Вашият опит в областта на предлаганите продукти/услуги, как и къде е придобит.

БИЗНЕС ПРОГРАМА

Описание на бизнес процесите

Месечни данни за капацитет, себестойност и крайни цени на продукцията/услугите/стоките:

Преди осъществяване на бизнес проекта:

Вид продукт/услуга	Мярка	Количества		Себестойност	Продажна цена
		Капацитет	Реален обем		

След осъществяване на бизнес проекта:

Вид продукт/услуга	Мярка	Количества		Себестойност	Продажна цена
		Капацитет	Планиран обем		

Необходими суровини и материали:

За стартиране на дейността:

Вид	Количество	Ед. цена лв.	Общо лв.	Доставчик
Общо:				

За производството (средномесечни):

Вид	Количество	Ед. цена лв.	Общо лв.	Доставчик
Общо:				

Ще ползвате ли някакви данъчни облекчения във връзка с осъществяваната дейност и какви са те?

Съществуват ли някакви законови разпоредби, които ограничават възможността Ви свободно да определяте цените или ограничават печалбата?

ПАЗАРНА СРЕДА

Дистрибуция

Къде ще се предлагат продуктите/услугите? Отбележете в първата колона и посочете конкретно във втората колона:

<input type="radio"/> В града/селото	
<input type="radio"/> В общината	
<input type="radio"/> В областта	
<input type="radio"/> В региона	
<input type="radio"/> В страната	
<input type="radio"/> В чужбина	

Как ще се предлагат продуктите/услугите? Отбележете в първата колона и посочете конкретно във втората колона:

<input type="radio"/> В собствен магазин (помещение)	
<input type="radio"/> В магазин (помещение) под наем	
<input type="radio"/> Чрез собствена търговска мрежа	
<input type="radio"/> Чрез чужда търговска мрежа	
<input type="radio"/> Чрез собствена дистрибуторска мрежа	
<input type="radio"/> Чрез чужда дистрибуторска мрежа	
<input type="radio"/> Друг начин (опишете)	

Конкуренция

Кои други търговци предлагат същите или подобни продукти/услуги/стоки на територията, на която ще ги предлагате и Вие?

В какви аспекти считате, че превъзхождате конкурентите си – цена, качество, местоположение, друго? Пояснете на какво се базира мнението Ви – източници на информация, лични проучвания, публични сведения.

Реклама

Как ще рекламирате Вашите продукти и/или услуги/стоки?

ФИНАНСОВ ПЛАН ЗА БИЗНЕС ПРОЕКТА И СТРУКТУРАТА НА ФИНАНСИРАНЕ

I. ПРЕДОПЕРАТИВНИ РАЗХОДИ – ДО СТАРТИРАНЕ НА ДЕЙНОСТТА

Посочете общата сума на всички първоначални разходи, които е необходимо да се извършат преди реалното започване на дейност. Не включвайте разходи за придобиване на активи с инвестиционно предназначение.

	ВИД РАЗХОД	ЛЕВА
1	Суровини и материали	
2	Ел.енергия, вода, горива, отопление	
3	Разходи за основен ремонт	
4	Възнаграждения на персонала и осигурителни вноски по тях	
5	Наеми	
6	Транспорт	
7	Телекомуникации (телефон, факс, поща)	
8	Застраховки	
9	Реклама и промоции	
10	Осигуряване на финансиране – първоначални такси и др.	
11	Разходи за инсталиране на машини и оборудване	
12	Други административни разходи	
13	Други предоперативни разходи /моля посочете какви/:	
	СУМА НА РАЗДЕЛ I - ПРЕДОПЕРАТИВНИ РАЗХОДИ	

II. НЕОБХОДИМ ОБОРОТЕН КАПИТАЛ

Посочете прогнозните данни за разходите след започване на дейност – средно за месец. Не включвайте разходи за придобиване на активи с инвестиционно предназначение.

	ВИД РАЗХОД	ЛЕВА
1	Производствени разходи	
1.1.	Суровини и материали	
1.2.	Ел.енергия, вода, горива, отопление	
1.3.	Разходи за текущ ремонт и поддръжка	
1.4.	Възнаграждения на производствен персонал и осигурителни вноски по тях	
1.5.	Други производствени разходи/моля посочете какви/:	
2	Административни разходи	
2.1.	Възнаграждения на управляващите и осигурителни вноски по тях	
2.2.	Възнаграждения на административен персонал и осигурителни вноски по тях	
2.3.	Наеми	
2.4.	Транспорт	
2.5.	Телекомуникации (телефон, факс, поща)	
2.6.	Застраховки	
2.7.	Рекламна дейност и промоции	
2.8.	Осигуряване на финансиране – първоначални такси и др.	
2.9.	Разходи за инсталиране на машини и оборудване	
2.10.	Други административни разходи /моля посочете какви/:	
3	Финансови разходи	
3.1.	Изплащане на лизинг (главница)	
3.2.	Изплащане на лизинг (лихва)	
3.3.	Изплащане на други заеми	
3.4.	Такси за банково обслужване	
3.5.	Други финансови разходи	
	СУМА НА РАЗДЕЛ II – НЕОБХОДИМ ОБОРОТЕН КАПИТАЛ	

III. СТОЙНОСТ НА ПРОЕКТА И ИЗТОЧНИЦИ НА ФИНАНСИРАНЕ

Посочете всички елементи на бизнес проекта и посочете тяхната цена. Уточнете каква част от цената ще покриете със собствени средства или съответно със заеми от трети лица и кои са те.

	Елемент от проекта	Обща стойност /ЛЕВА/	Собствени средства /ЛЕВА/	Заемни средства /ЛЕВА/	Източници на заемните средства
1	Земя и сгради				
2	Машини и оборудване				
3	Транспортни средства				
4	Обзавеждане				

5	Други капитални инвестиции					
6	Предоперативни разходи <i>/нанесета сумата изчислена в раздел I/</i>					
7	Капитални инвестиции <i>/Сума на редове от 1 до 6/</i>					X
8	Необходим оборотен капитал <i>/Нанесете сумата изчислена в раздел II/</i>					
9	Общо необходим капитал за осъществяване на проекта <i>/Сума на редове 7 и 8/</i>					X

IV. ПРОГНОЗЕН ПАРИЧЕН ПОТОК

Прогнозирайте предстоящите постъпления и разходи във връзка с дейността през първите 12 месеца. Всеки вид приход/разход посочете в месеца, за който се отнася. Изчислената за даден месец наличност парични средства в края на периода, нанесете в следващия месец, в показател наличност парични средства в началото на периода.

	Показатели	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
A	Наличност парични средства в началото на периода												
	Входящи парични потоци												
1	Постъпления от дейността												
2	Други постъпления <i>/моля пояснете в забележка/</i>												
3	Постъпления от продажба на дълготрайни активи												
4	Постъпления от получени заеми												
B	ОБЩО ПОСТЪПЛЕНИЯ												
	Изходящи парични потоци												
	Плащания за суровини, материали, стоки, офис консумативи												
	Плащания за ел.енергия, вода, гориво, отопление												
	Плащания за заплати												

	Плащания за осигуровки																			
	Плащания за наем																			
	Плащания за транспорт																			
	Плащания за телефон, факс, поща																			
	Плащания за застраховки																			
	Плащания за реклама и промоции																			
	Плащания за ремонтни услуги																			
	Плащания за други външни услуги																			
	Плащания за админ. услуги (разрешителни, членски внос и др.)																			
	Плащания за покупка на ДМА																			
	Плащания за данъци																			
	Плащания по лизинг																			
	Плащания по заеми																			
	Други финансови плащания (такси, комисиони)																			
	Други плащания/моля пояснете в забележка/																			
В	ОБЩО ПЛАЩАНИЯ																			
Г	ЧИСТ ПАРИЧЕН ПОТОК ЗА МЕСЕЦА (Б-В)																			
Д	Наличност парични средства в края на периода (А+Г)																			

Подпис
на
лицето:

Дата:

ОБРАЗЕЦ**ДРУЖЕСТВЕН ДОГОВОР
НА**.....
/името на дружеството/

Днес, 202.... г., в гр.,

1., ЕГН, лична карта номер издадена от МВР гр. на
..... г. Живуц в гр., ул.2., ЕГН, лична карта номер издадена от МВР гр. на
..... г. живуц в гр., ул.наричани по-нататък **"СЪДРУЖНИЦИ"**,
сключиха този договор в съответствие с разпоредбите на Търговския закон, както следва:**ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ****Чл. 1** (1) Страните учредяват с настоящия договор дружество с ограничена отговорност - ООД /наричано по-долу за краткост "дружество"/ като юридическо лице по правото на Република България.

(2) Дружеството се създава въз основа на Чл. 63 и сл., Член 113 и сл. от ТЗ

(3) Настоящия договор представлява едновременно и устав на дружеството. При тълкуването на устава трябва да се търси волята на страните и целта на тълкуваната разпоредба.

ФИРМА, СЕДАЛИЩЕ И АДРЕС НА УПРАВЛЕНИЕ**Чл. 2.** (1) Фирменото наименование на дружеството е "....." ООД, което се изписва и на латиница /транслитерация/ : ".....".Ltd.

(2) Фирменото наименование на дружеството и адреса на управлението му се посочват във всички негови документи.

Чл. 3. (1) Седалището на дружеството е в гр.

(2) Адресът на управление на дружеството е в гр., ул.

ПРЕДМЕТ НА ДЕЙНОСТ**Чл. 4.** (1) Дружеството има следния предмет на дейност:
.....
.....

(2) Дружеството може да открива клонове и представителства и да участва в дружества с местни и чуждестранни лица в страната и в чужбина.

СРОК**Чл. 5.** Дружеството се образува за неопределен срок.**КАПИТАЛ****Чл. 6.** (1) Капиталът на дружеството е в размер на 5 000 (пет хиляди) лева, разпределен в 50 (петдесет) дяла, всеки един с номинална стойност 100 (сто) лева.

(2) Капиталът на дружеството е внесен изцяло.

ДЯЛОВЕ**Чл. 7.** Съдружниците участват в капитала на дружеството с дялове, както следва:

1. – 25 (двадесет и пет) дяла по 100 лева, или общо 2500 (две хиляди петстотин) лева, представляващи 50 % от капитала на дружеството

2. - 25 (двадесет и пет) дяла по 100 лева, или общо 2500 (две хиляди петстотин) лева, представляващи 50 % от капитала на дружеството

Чл. 8. Към момента на подаване на заявлението за вписване на този дружествен договор в търговския регистър е внесен пълният размер на капитала.**УПРАВЛЕНИЕ И ПРЕДСТАВИТЕЛСТВО****Чл. 9.** (1) Органи на дружеството са:

1. общо събрание;

2. управителя.

(2) Управителя може да не е съдружник.

Чл. 10. (1) Общото събрание се състои от съдружниците.

(2) Управителят участва в заседанията на общото събрание със съвещателен глас, ако не е съдружник.

Чл. 11. (1) Общото събрание:

1. изменя и допълва дружествения договор;

2. приема и изключва съдружници, дава съгласие за прехвърляне на дружествен дял на нов член;
3. приема годишния отчет и баланса, разпределя печалбата и взема решение за нейното изплащане;
4. взема решения за намаляване и увеличаване на капитала;
5. избира управителя, определя възнаграждението им и ги освобождава от отговорност;
6. взема решения за откриване и закриване на клонове и за участие в други дружества;
7. взема решения за придобиване и отчуждаване на недвижими имоти и вещни права върху тях;
8. взема решения за предявяване на искове на дружеството срещу управителите и назначава представител за водене на процеси срещу тях;
9. взема решения за допълнителни парични вноски;
10. взема решения за преобразуване, прекратяване и ликвидация на дружеството.

(2) Всеки съдружник има толкова гласа в общото събрание, колкото е неговият дял в капитала.

(3) Решенията по точки 1, 2, и 4 на ал.1 се вземат с единодушие от всички съдружници. Изключваният съдружник не гласува. Останалите решения се вземат с мнозинство повече от 1/2 от капитала.

(4) Съдружниците могат да гласуват чрез представител само при изрично писмено пълномощно освен за съдружници - юридически лица и законни представители.

Чл. 12. (1) Общото събрание се свиква от управителя най-малко веднъж годишно.

(2) Управителят е длъжен да свика общото събрание и по писмено искане на съдружниците с дялове над 1/10 от капитала. Ако управителят не свика събранията в 2-седмичен срок, съдружниците, поискали свикването имат това право.

(3) Управителят е длъжен да свика общото събрание веднага щом загубите на дружеството надхвърлят 1/4 от капитала.

Чл. 13. (1) Общото събрание се свиква с писмена покана, получена от всеки съдружник най-малко 7 дни преди датата на заседанието, в която се посочват: датата, часа и мястото на провеждането му, и дневния ред.

(2) Заседанието на общото събрание е редовно, ако всички съдружници са поканени по реда на предходната алинея и са представени толкова от дяловете, колкото са необходими за образуване на мнозинство за вземане на решения по въпросите от дневния ред.

(3) Заседанията се ръководят от съдружник, избран с обикновено мнозинство.

(4) На заседанието се води протокол, в който се записват разискванията и решенията.

Чл. 14. (1) Общото събрание може да взема решения по нетърпящи отлагане въпроси неприсъствено, ако всички съдружници са заявили писмено съгласието си за решението.

(2) Решенията на общото събрание, които се отнасят до вписванията по чл.119, ал.2 от Търговския закон, трябва да бъдат вписани в търговския регистър.

Чл. 15. Дружеството се управлява и представлява от управителя.

Чл. 16. (1) Управителят се избира от общото събрание на съдружниците за срок от три години. Той организира и ръководи дейността на дружеството съобразно закона и решенията на общото събрание.

Дружеството ще се управлява от:

1., ЕГН, лична карта номер издадена от МВР гр. на г. Живуц в гр., ул. и

(2) Управителят:

1. представлява дружеството пред трети лица;

2. изпълнява функциите, възложени му от общото събрание на съдружниците;

3. ръководи с грижата на добър търговец дейността на дружеството и осигурява стопанисването и опазването на неговото имущество;

4. определя и контролира разходите на дружеството и ги представя на общото събрание за одобрение;

5. сключва трудови договори с работниците и служителите в дружеството;

6. извършва и други действия, свързани с нормалното функциониране на дружеството.

Чл. 17. (1) Без съгласие на дружеството управителят няма право:

1. да извършва от свое или от чуждо име търговски сделки;

2. да участва в събирателни или командитни дружества и в дружества с ограничена отговорност;

3. да заема длъжност в ръководни органи на други дружества.

(2) Ограниченията по предходната алинея се прилагат, когато се извършва дейност, сходна с тази на дружеството.

(3) При нарушаване на задълженията по ал.1 управителя, когато не е съдружник, може да бъде уволнен без предизвестие и няма право на обезщетение. Той дължи обезщетение за причинените на дружеството вреди.

ПРАВА И ЗАДЪЛЖЕНИЯ НА СЪДРУЖНИЦИТЕ

Чл. 18. Всеки съдружник има право:

1. да участва в управлението на дружеството по реда, предвиден в този договор;

2. да бъде уведомяван за дружествените дела по всяко време, да преглежда книгата, да получава разяснения за дейността, състоянието и отчетността на дружеството от другите съдружници и от служителите в него;

3. да работи за осъществяване предмета на дейност на дружеството и да получава възнаграждение за труда си;

4. да участва в разпределението на печалбите;

5. да получи ликвидационен дял.

Чл. 19. Всеки съдружник е длъжен:

1. да внесе или изплати дяловата си вноска;

2. да изпълнява решенията на общото събрание;

3. да участва в управлението на дружеството;

4. да оказва съдействие при осъществяване на неговата дейност

5. да участва в покриване на претърпени от дружеството загуби в съответствие с дяловото си участие.

ПРЕХВЪРЛЯНЕ НА ДЯЛОВЕ

Чл. 20. (1) Дружествените дялове могат да се прехвърлят и наследяват. Прехвърлянето на дружествен дял от един съдружник на друг се извършва свободно, а на трети лица - при спазване на изискванията за приемане на нов съдружник. (2) Прехвърлянето на дружествен дял се извършва с нотариално заверени подписи на договора и се вписва в търговския регистър.

(3) Правоприемникът е отговорен солидарно с праводателя си за дължимите към момента на прехвърлянето вноски срещу дела в капитала на дружеството.

(4) Разделянето на един дружествен дял се допуска само със съгласието на съдружниците.

ПРИЕМАНЕ НА НОВ СЪДРУЖНИК И ИЗКЛЮЧВАНЕ НА СЪДРУЖНИК.

Чл. 21. Нов съдружник се приема от общото събрание по негова писмена молба, в която той заявява, че приема условията на дружествения договор. Решението за приемане се отразява в търговския регистър.

Чл. 22. По решение на общото събрание новоприети съдружници могат да участват в капитала на дружеството с непарични вноски: недвижими имоти, вещни права върху такива имоти или обекти на интелектуална собственост, при спазване разпоредбите на чл.72 от Търговския закон.

Чл. 23. (1) Общото събрание може да изключи съдружник, когато:

1. не е изплатил или внесъл дела си;
2. не изпълнява решенията на общото събрание;
3. действа против интересите на дружеството.

Чл. 24. Неплащането или невнасянето на дела е основание за изключване на съдружник от дружеството. Съдружник, който не е изплатил или внесъл в определения срок дела си, дължи законна лихва и обезщетение за превишаващите вреди.

(2) В случаите на чл. 23, ал.1, т.1, общото събрание може да даде допълнителен срок за издължаване, след изтичането на който съдружникът се смята за изключен. Той губи правото си върху направените вноски. Управителят уведомява писмено съдружника за решението на общото събрание.

(3) В случаите по чл. 23, ал.1 точки 2 и 3 съдружникът може да бъде изключен след писмено предупреждение.

ДРУЖЕСТВЕНИ КНИГИ

Чл. 25. (1) Дружеството води:

1. книга за дяловете - в нея се вписват размерите на дяловете на всеки съдружник, направените вноски и всички промени по тях;
 2. протоколна книга за решенията на общото събрание.
- (2) Управителите отговарят за редовното водене и правилното съхранение на дружествените книги.

УВЕЛИЧАВАНЕ И НАМАЛЯВАНЕ НА КАПИТАЛА

Чл. 26. Увеличаването на капитала се извършва чрез:

1. увеличаване на дяловете;
2. записване на нови дялове;
3. приемане на нови съдружници.

(2) Съдружниците могат да увеличават дяловете си, съразмерно с притежаваните при увеличаването на капитала на дружеството.

Чл. 27. Капиталът може да бъде намален до определения в чл.117, ал.1 от ТЗ минимален размер с решение за изменение на дружествения договор при спазване изисквания на чл.150 и чл.151 от Търговския закон.

БАЛАНС, ПЕЧАЛБИ И ЗАГУБИ

Чл. 28. (1) Отчетният период за стопанската дейност на дружеството за-почва на 1 януари и завършва на 31 декември на текущата година. По изключение, първата стопанска година на дружеството започва от деня на учредяването и завършва на 31 декември.

(2) В края на всяка стопанска година управителят съставя подробен опис на имуществото и баланс за стопанската дейност на дружеството.

(3) Балансът, заедно с доклада на управителя, се представя на общото събрание на съдружниците.

(4) Годишният счетоводен отчет на дружеството се проверява от един проверител - дипломиран експерт-счетоводител, избран от общото събрание на съдружниците преди изтичането на календарната година.

Чл. 29. (1) Печалбата на дружеството се разпределя по решение на общото събрание.

(2) Загубите на дружеството се покриват от допълнителни вноски на съдружниците, определени от общото събрание, и внесени по реда, определен от Търговския закон.

Чл. 30. Съдружниците не могат да искат дяловете си, докато дружеството съществува. Те имат право само на част от печалбата, съразмерно с дяловете си.

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ПАРИЧНИ ВНОСКИ

Чл. 31. (1) При временна необходимост от парични средства или за покриване на загуби, по решение на общото събрание, съдружниците могат да бъдат задължени да направят допълнителни парични вноски в определен срок. Допълнителните вноски следва да са съразмерни на дела в капитала на всеки съдружник.

(2) Допълнителните парични вноски не се отразяват в капитала на дружеството.

(3) Общото събрание определя размера и начина на плащане на лихвите по направените от съдружниците допълнителни вноски.

(4) За невнасяне на допълнителните вноски в определения срок съдружниците отговарят като за невнасяне на дялове.

ПРЕКРАТЯВАНЕ НА УЧАСТИЕТО В ДРУЖЕСТВОТО

Чл. 32. (1) Участието на съдружника се прекратява:

1. при смърт или поставяне под пълно запрещение;
2. при изключване;
3. при обявяване в несъстоятелност.

(2) Съдружникът може да прекрати участието си в дружеството с писмено предизвестие, направено най-малко 3 месеца преди датата на прекратяването.

(3) Имуществените последици се уреждат въз основа на счетоводен баланс към края на месеца, през който е настъпило прекратяването.

ПРЕКРАТЯВАНЕ И ЛИКВИДАЦИЯ НА ДРУЖЕСТВОТО

Чл. 33. Дружеството се прекратява:

1. по решение на съдружниците, взето с мнозинство 2/3 от капитала;
2. чрез сливане или вливане в акционерно или друго дружество с ограничена отговорност;
3. при обявяване в несъстоятелност;
4. по решение на съда в предвидените в Търговския закон случаи.

ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Чл. 34. Всички спорове между съдружниците или между дружеството и съдружниците, свързани с тълкуването или изпълнението на дружествения договор се решават чрез преговори, а ако не бъде постигнато съгласие - от Софийския градски съд.

Чл. 35. За неуредените в този договор въпроси се прилагат разпоредбите на Търговския закон.

Чл. 36. Този договор е съставен в 4 еднообразни екземпляра - един за вписване в търговския регистър, един за архива на дружеството и по един за всеки от съдружниците.

СЪДРУЖНИЦИ:

1)

2)