



Съфинансиран от
програма „Еразъм+“
на Европейския съюз

2REVIVE

НАРЪЧНИК

„ВТОРИ ШАНС ЗА УСПЕХ

В ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО“



Съдържание

За кого е предназначен този наръчник?	4
1. Част 1. Как да започна наново?	5
1.1. Техники и стратегии за преодоляване на стигмата на провала, за мотивация и самопознаване	7
2. Част 2. Основни елементи на втори шанс в предприемачеството	13
2.1. Указания за повторно стартиране на бизнеса.....	13
2.2. Разбиране на уникалното предложение за стойност на идеите.....	17
2.3. Съвети за (пре)написване на бизнес план.....	20
2.4. Инструменти за стимулиране на бизнеса:.....	26
2.5. Бизнес чеклист.....	27
2.6. Примери за добри практики	30
3. Част 3. Местни ресурси и законодателство	34
Въведение	34
ПОЛША	32
БЪЛГАРИЯ	35
НИДЕРЛАНДИЯ	35
ИТАЛИЯ	36
МАЛТА	36
ХЪРВАТИЯ	36
3.1. Доклади на държавите относно конкретната бизнес среда във всяка държава	37
3.1.1. Местни ресурси и законодателство	37
3.1.1.1. Колко предприятия са успешни?	37
3.1.1.2. Местни ресурси и регулации за стимулиране на втори шанс в предприемачеството	46
ПОЛША	46
БЪЛГАРИЯ	47
НИДЕРЛАНДИЯ	49
ИТАЛИЯ	50
МАЛТА	51
ХЪРВАТИЯ	53
Местно законодателство	54
ПОЛША	54
БЪЛГАРИЯ	55
НИДЕРЛАНДИЯ	56



ИТАЛИЯ	57
МАЛТА	58
ХЪРВАТИЯ	59
3.2. Възможности за динамичен нетуъркинг	60
ПОЛША	60
БЪЛГАРИЯ	60
НИДЕРЛАНДИЯ	61
ИТАЛИЯ	62
МАЛТА	63
ХЪРВАТИЯ	63
3.3. Линкове за допълнителна информация.....	64
ПОЛША	64
БЪЛГАРИЯ	65
НИДЕРЛАНДИЯ	66
ИТАЛИЯ	67
МАЛТА	67
ХЪРВАТИЯ	68
4. Заключение	69
ПОЛША	69
БЪЛГАРИЯ	70
НИДЕРЛАНДИЯ	71
ИТАЛИЯ	71
МАЛТА	72
ХЪРВАТИЯ	73
БИБЛИОГРАФИЯ *	74



За кого е предназначен този наръчник?

Ако сте притежавали бизнес в миналото, провалили сте се и искате да започнете отначало, този Наръчник е за вас:

Защото ще ви помогне да оцените жизнеспособността на новата си бизнес идея.

Ако провалът на предишния ви бизнес опит е унищожил вашата самоувереност, самочувствие и мотивация да продължите, този Наръчник е за вас:

Защото ще ви насочва стъпка по стъпка в процеса на приемане, научаване и възстановяване.

Ако сте млад предприемач, който тепърва стартира бизнес и иска да е готов за всички възможни сценарии, този Наръчник е за вас:

Защото ще ви покаже, че провалът е част от това да си предприемач, така че е по-добре да сте подготвени за него.

Ако сте опитен предприемач, стремящ се към постоянно подобрене, този Наръчник е за вас:

Защото ще ви предложи инструменти, които може да използвате в бизнеса си, за да го подобрите.

Ако никога не сте притежавали бизнес, но винаги сте имали интерес към предприемачеството, този Наръчник е за вас:

Защото ще представи добри и лоши примери за предприемачество, които могат да ви вдъхновят да се впуснете в свое бизнес приключение.

Ако сте ПОО учител/преподавател или управлявате ПОО център/организация или участвате по някакъв начин в ПОО сектора, този Наръчник е за вас:

Защото ще е полезно да включите съдържанието на този Наръчник във вашите обучения, курсове и програми, тъй като то може да даде на обучаемите ви:

- **Ценни съвети за преодоляване на стигмата на провала, за мотивация и постигане на самопознаване;**
- **Приложими примери и ефективни инструменти за повторно стартиране на бизнес;**
- **Обща информация за конкретната бизнес среда във всяка партньорска държава по отношение на законодателство и перспективи за управление на бизнес, оцеляване на предприятия и полезни местни източници за намиране на финансиране, пространства за нетуъркинг и линкове за повече информация.**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

2REVIVE

Project title: "Revival entrepreneurship through
second chance" – 2REVIVE
Project number: 2017-1-PL01-KA202-038525



Част 1

КАК ДА ЗАПОЧНА НАНОВО?

Настоящата ситуация в Европа поставя бившите предприемачи в тежка среда, не само от гледна точка на законодателството, но и от психологическа и социална гледна точка. Има широко разпространено виждане за **стигмата на провала и страха от наказателни санкции**, както и практически трудности, пред които са изправени бивши фалирала предприемачи, които затрудняват повторното им навлизане в бизнеса. В държави, където нивата на стигма се считат за най-високи, изследователите констатираха, че за вече провалил се предприемач е по-трудно отново да започне бизнес. Но преди всичко, какво точно представлява стигмата?

Според Гофман, 1963, стигмата е „феномен на множество нива“, който обхваща макро ниво – социални групи, и микро нива – лицата. Макро нивото прави колективно заключение за последствията от наличие на стигма, а микро нивото носи следите, които се социализират, представяйки преценките на обществото във възприятието за себе си. Изследователите са констатирани, че част от предприемачите, които поради някаква причина решават да прекратят бизнеса си, се сблъскват със стигмата. Специалистите в областта на стигмата и нейния ефект също така посочват, че личните последствия от стигма у предприемачи, преминали през тежко прекратяване на бизнеса на неуспешно начинание са най-важни, тъй като рядко се изучават (Симънс, S., Stigma and Business Failure: Implications for Entrepreneurs' Career Choices). Твърди се, че ако сте предприемач, преживял провал на фирмата си, имате склонност към чувства, свързани със „загуба на репутация, имидж, статус и опит“, което от своя страна затруднява перспективите ви на пазара на труда. Тъй като провалът на едно предприятие основно се свързва с провала на предприемача, който го е създал и управлявал, причината за провала често се прехвърля върху него и се създава стигма.

Според проучвания на целевите групи, проведени от проектния консорциум 2REVIVE в Полша, Италия, България, Хърватия, Малта и Нидерландия в рамките на резултат O1: Проучване на поведенческото отношение към втори шанс в предприемачеството, респондентите основно считат, че виждането на хората около тях за лица, които не са успели в своя бизнес (план) е по-скоро негативно, като един от респондентите казва:



„Дори терапевтът ми е негативен към предприемачи и свързаното с тях поемане на риск“.

Някои респонденти обаче наблюдават промяна в нагласите, като един отговаря:

“Затова днес съм убеден, че хората, които считаме за провалили се предприемачи не са некомпетентни, а само им липсва късмет”.

Следователно резултатите могат да се тълкуват като потвърждаващи цялостното възприятие за провал от страна на обществото.

Изследователите също така посочват, че масмедията са част от процеса на стигматизация, защото когато провалът на един предприемач е публично обявен е най-вероятно да се появи чувството за стигма. Теорията за определяне може да се анализира допълнително, за да обясни защо стигмата има такъв ефект върху лицата.¹ Теорията приема, че хората се опитват да решат защо някой действа по определен начин и следователно определят една или повече причини за неговото поведение (В. Weiner, 1974). Процесът на определяне се състои от три етапа: 1) даден човек трябва да наблюдава чуждото поведение; 2) човекът трябва да определи дали вярва, че поведението е умишлено; 3) човекът трябва да реши дали вярва, че другият човек е бил принуден да се държи по този начин или не. В контекста на стигмата и реакцията на хората към нея, теорията разширява естеството на атрибути, които се придават на стигмата и как това се прилага към начина, по който съжаляват и чувстват нужда да помогнат на обекта на стигмата. Например, помощ се предлага най-често, когато хората приемат, че носителите на стигмата имат малки способности и има обстоятелства и външни пречки, които са отвъд техния контрол.

Според тестването на хипотези обаче (Дженкинс и колектив) предприемачите се считат за отговорни за провала на фирмата си независимо от обстоятелствата, което естествено оказва влияние върху количеството емпатия, което се демонстрира към лицето. Така провалът е факторът, който създава стигма, но респондентите, които разбират провала като **присъщ риск на управлението на бизнес са по-малко склонни да обвинят самия предприемач за провала на бизнеса**. Дженкинс и колектив посочват, че ако се постигне по-голямо разбиране на рисковете, свързани със самостоятелната заетост и притежаването на компания, стигматизирането на провалени предприемачи би намалало. Затова посредством проекта 2REVIVE консорциумът има за цел да промени концепцията за провал и да я нормализира. Следователно, настоящият Наръчник съдържа информация, практически инструменти и техники за повторно стартиране на бизнес по успешен начин и ще бъде популяризиран и използван за промяна на възприятието, не само на целевите групи на проекта, но и на обществото.

¹ Simmons, S., Wiklund, J., Levie, J. (2014). Stigma and Business Failure: Implications for Entrepreneurs' Career Choices. Volume 42, Issue 3, pp 485–505. Retrieved from: https://strathprints.strath.ac.uk/45562/1/04_Paper_SIMMONS.pdf



1.1. Техники и стратегии за преодоляване на стигмата на провала, за мотивация и самопознаване²

● **Техника 1** *Анализирайте грешките си, като запазвате своето самоуважение*

Един от начините да се отърсите от стигмата на провала е да започнете от себе си. Нормално е след неуспешен опит в бизнеса да имате по-ниско самочувствие и съмнения. Отделете си време за почивка и научете урока от своя опит, преди да се впуснете в нова бизнес инициатива. Добра отправна точка би било развитие на ново отношение към вашите слабости. Помнете: важно е как тълкувате негативното събитие. Това тълкуване или ще увреди вашата увереност, или ще ви превърне в по-добра версия на самите вас.

Направете списък на грешките, които сте допуснали в своето бизнес начинание. Идентифицирайте точно грешните ходове, които сте направили, което ще ви помогне да се поучите от провала си и да възвърнете самочувствието си. Най-трудната част в тази техника е, че вероятно все още сте затънали в тази ситуация. В такъв случай, има два основни фактора: да направите **адекватна оценка** на това, което се е объркало, като същевременно запазите **своето самоуважение**. Обикновено, когато е налице самоуважение, човек обвинява външни фактори за провала. Когато пък е успешен, той счита, че успехът се дължи на личните му качества и знания! Поддържането на самоуважението има своя цена. Когато се преструвате, че не виждате грешките си, няма как да се поучите от тях. Но как може да поддържате баланса? Как признавате грешките си, но запазвате самоуважение? Всичко се постига с едно изречение, което трябва да си повтаряте: *Провалих се, но не съм провал*. Това означава, че приемате своя провал, но не идентифицирате себе си с провала.

След като сте приели провала си, съберете кураж и отбележете погрешните стъпки, които сте направили. Преминете през следните ключови точки:

✓ **Пазар:** пазарното проучване е важно за успеха на всяка компания. Задайте си следните въпроси:

- *Направихте ли задълбочено пазарно проучване преди стартирането на бизнеса?*
- *Разработихте ли продукт или услуга, които никой не иска?*
- *Идентифицирахте ли проблем и предложихте ли адекватно решение за него?*

✓ **Клиенти:** ако не познавате клиентите си, е много вероятно и те да не ви познават. Това значително намалява шансовете да им продадете своите стоки или услуги. Помислете за предишния си бизнес опит.

- *Можехте ли да дадете ясно описание на идеалния си клиент?*

² Simmons, S., Wiklund, J., Levie, J. (2014). Stigma and Business Failure: Implications for Entrepreneurs' Career Choices. Volume 42, Issue 3, pp 485–505. Retrieved from: https://strathprints.strath.ac.uk/45562/1/04_Paper_SIMMONS.pdf



- *Имало ли е случаи, в които не сте разпознали потенциален клиент?*
- *Маркетинговата ви кампания наистина ли е била базирана на идеалния клиент?*

✓ **Продажби:** ако няма продажби, няма бизнес. Толкова е просто. Това изглежда очевидно, особено когато погледнете останките от неуспешния си бизнес. Независимо от това, не е толкова лесно да се открият грешки в продажбите, когато сте заети да изграждате бизнеса. Бъдете честни със себе си.

- *Фокусирахте ли се достатъчно върху продажбите?*
- *Имахте ли ясна цел за продажбите си?*
- *Следяхте ли целта си?*
- *Коригирахте ли я при необходимост?*

✓ **Цени:** трябва да формирате цената на своя продукт/услуга на базата на неговата стойност за клиента, а не като разходи плюс желана печалба.

- *Прекалено ниска цена ли изчислихте?*
- *Цената отговаряше ли на реалната стойност на вашия продукт/услуга или просто покриваше разходите за производство?*

✓ **Печалба:** важно е не колко пари сте изкарвали, а колко от тях ще останат, след като покриете разходите си. Стабилните доходи са важни, но печалбата е изключително важна за развитието на вашия бизнес и неговата рентабилност.

- *Фокусирахте ли се върху приходите, вместо върху печалбата?*

✓ **Разходи:** има много неща, за които може да харчите пари, но трябва да се уверите, че ръст в разходите ви отговаря на увеличение на печалбата. Минимизирайте разходите си и инвестирайте само в необходими активи.

- *Отнесохте ли се и инвестирахте ли в неща, от които реално няхахте нужда?*
- *Избрахте ли хубав офис, от който реално няхахте нужда?*
- *Подписахте ли дългосрочни договори за наем на активи, които не ви позволяваха да оптимизирате разходите, когато това беше нужно?*

Горните въпроси са примерни. Може да навлезете в детайли и да сте по-конкретни, може да добавите въпроси или категории, оказали влияние на бизнеса ви. Идеята е да започнете да мислите подробно, като проучвате всяка стъпка от своето бизнес пътуване. След като списъкът ви е готов, вие сте идентифицирали причините за провала си и ще започнете да учите своя урок.



● Техника 2 Вдъхновете се с добри примери

Научаването от грешките винаги е добра идея. Научаването от чуждите грешки обаче също е полезно. Особено когато другият човек е известен или някой, на когото се възхищавате. Има много примери на успешни предприемачи, които са се провалили в бизнеса си, преди да постигнат успех. Разгледайте следната ситуация на провал. Как според вас са реагирали хората, преживели тези разочарования? Идентифицирали ли са себе си с провала? Постигнали ли са успех на по-късен етап от живота си?

1. Уволнен от вестник заради липса на въображение и добри идеи. По-късно идеята му за анимационен герой е оценена като лишена от потенциал.
2. На 22-годишна възраст е репортер и е уволнена, защото не е подходяща за телевизията. След това става водещ, но е отстранена от тази позиция поради нисък рейтинг.
3. Бил е учител по английски, пишещ разкази, за да изкара допълнителни пари. Има идея за книга, но се отказва, след като 30 издателства не я приемат.
4. След създаването на групата тя е отхвърлена от звукозаписна компания, която им казва, че нямат бъдеще в шоу бизнеса.
5. Фалира 5 пъти.
6. Не може да говори до 4-годишна възраст. Не може да чете до 7. Родителите и учителите му го считат за умствено изостанал. Изключен е от училище.
7. Тя била безработна, разведена, без пари и с малко дете. Страдала от депресия и в крайна сметка получавала помощи за безработица.
8. Учителите му казали, че е „прекалено глупав, за да успее да научи нещо“.
9. Първият му разказ е отхвърлен от шестотин различни места.
10. След само едно изпълнение мениджър му казал „Не постигаш нищо. Трябва да се върнеш към карането на камион“.

Бихте ли се обезкуражили в такава ситуация? Мислите ли, че тези хора са провалени?

Сега погледнете долния списък. Разпознавате ли имената? Провал или успех са те? Бихте ли свързали някой от тях с горните ситуации?

1. Уолт Дисни и известния му анимационен герой Мики Маус
2. Опра Уинфри
3. Стивън Кинг и книгата му „Кери“
4. The Beatles
5. Хенри Форд
6. Албърт Айнщайн
7. Дж.К. Роулинг
8. Томас Едисън



9. Джак Лондон

10. Елвис Пресли

Когато виждате провал, е лесно да се обезсърчите. Но когато виждате хората, вероятно мислите за тях като за успели. Техните истории за успех започват с провал, понякога дори два или три един след друг. Те обаче не са позволили на провала да ги определя. Важно е тук да направите разликата между лош период от живота, когато се провалите, както и цялостната ви стойност като човек и професионалист. Опитайте се да резюмирате проваления си бизнес опит в едно или две изречения. Подобен ли е на горните ситуации? Може ли да го включите като номер 11 в списъка? Докъде мислите, че ще ви доведе това? Вярвате ли, че вашият провал е първата глава на история, която в крайна сметка ще постави името ви под номер 11, точно след Елвис Пресли?

Има още много примери за успешни хора, които са се провалили в началото. Ако се нуждаете от вдъхновение, което да стимулира самочувствието ви, може да разгледате тези истории на: <http://2revive.eu/success-storybook/>

● **Техника 3 Научаване от лоши примери**

Провалят се не само неизвестни малки компании. Понякога световно известни големи компании правят последователно няколко лоши решения, които ги водят към фалит. Тези компании са публично изложени и целият свят става свидетел на техния провал. Хубавото е, че са обект на задълбочен анализ, а провалът им се превръща в предупреждение за други предприемачи. По-долу може да видите шест примера за компании, които в един момент са били лидери в своята област.

LA Gear

За 4 години компанията успява да увеличи продажбите си от 11 милиона на 820 милиона долара. Лоша стратегическа стъпка е решението да се представят много от продуктите с такава голяма отстъпка, че клиентите започват да гледат на LA Gear като на нискокачествен бранд. Другата грешка на компанията е, че инвестира много в продукти, които са далеч от това, с което е известна – баскетболни маратонки. Пускат евтини обувки в Walmart и губят фокуса върху това, в което са най-добри.



Polaroid

Компанията постига върха на един бранд – името е както име на продукт, така и синоним на „високо качество“. Това, което я изтласква от пазара, е неспособността да се адаптира към променената реалност – потребителите от 80-те и 90-те вече използват телефоните си, за да правят снимки. Продуктът е музеен експонат в музея на успешни брандове от миналото.

Kmart

Kmart е първата национална верига магазини за хранителни стоки в САЩ и има голям успех. След това започва да се опитва да привлече по-заможна клиентела. От началото на новото хилядолетие Walmart се фокусира изцяло върху стоки с пониски цени, а Target е насочен към клиенти, които имат интерес към новите модни тенденции. Kmart се опитва да се конкурира и с двете компании, като предлага продукти в различни ценови категории. Компанията няма конкретна целева група, клиентите не са лоялни и брандът губи пазарен дял. Компанията фалира през 2002 г.

MySpace

За основателите на социалната мрежа MySpace не е лесно да признаят своята загуба. През 2006 г. и следващите години News Corp. инвестира 580 милиона долара в MySpace, но през това време MySpace отстъпва пред Facebook и в крайна сметка се продава за 34 милиона. Ако сте инвестирали много пари и енергия в нещо, не искате да го продавате, но ако не го направите, може в крайна сметка да загубите пари.

Lululemon

Компанията за йога екипировка Lululemon прави огромна грешка, като обвинява телата на клиентите за дефекти в своите продукти. Основателят на компанията Чип Уилсън отговаря на атаки срещу компанията, че материалът лесно се износва, като критикува жените за това, че са с наднормено тегло, което води до по-бързото износване на клиновете от вътрешната страна на бедрата. Резултатът е истински тайфун в социалните медии и гневни изказвания срещу марката.

Pets.com

Компанията за продукти за домашни любимци не успява да продаде големи количества от най-печелившите си продукти – играчки за животни. Нещата, които най-често се поръчват на сайта – котешки тоалетни и кучешка храна, са тежки и скъпи за транспортиране. Другото, което предизвиква провала на компанията, е решението да разчита на отстъпки, за да привлече клиенти.



Гледайки тези истории на някога могъщи компании, изглежда лесно да идентифицираш погрешните стъпки, които в крайна сметка са довели до провала им. Това са големи компании, вероятно са имали съвет на директорите и много финансови, маркетинг и юридически консултанти, които да предотвратят провала. Но въпреки това не са успели. Фактът, че дори световно известни брандове могат да се провалят, може да излекува самочувствието ви.

Кои са уроците, които може да научите от провала на големите играчи? Представете си, че вашата компания е била също толкова голяма и известна, колкото изброените по-горе. Запишете собствената си история на провала, като посочите факторите, довели до фалит. Опитайте се да бъдете обективни, все едно сте външен анализатор. Сега разгледайте научените от провалите уроци (изброени по-долу) и напишете уроците, които други предприемачи могат да научат от вашия опит. Разпознавате ли своите грешки тук? Или ще ги добавите към списъка?

- **Не губете фокуса си върху това, в което сте най-добри.** Дори и ако решите да диверсифицирате своя продукт или услуга, правете го внимателно.
- **Внимавайте с отстъпките.** Определено може да са начин за привличане на клиенти, но прекаленото намаляване на цената може да доведе до ниска печалба. Ниската печалба ви лишава от средства за покриване на непредвидени разходи или текущи разходи в случай на спад на продажбите.
- **Бъдете последователни.** Ако се опитвате да си създадете име като висококачествен бранд, не правете компромис. Клиентите ви ще се объркат и ще ги отблъснете.
- **Познавайте целевата си група.** Още при планиране на своята бизнес инициатива трябва да имате ясна идея за това към кого ще адресирате своя продукт/услуга. Адаптирайте продукта си към целевата група и останете лоялни към нея. Не се колебайте между различни групи клиенти, защото има риск да загубите всички.
- **Уважавайте клиентите си.** Дори и да не сте съгласни с мнението им, трябва да го вземете предвид и уважавате.
- **Винаги се опитвайте да продавате повече от най-печелившите си продукти.** Това са продуктите, които ви носят печалба. Следователно, трябва да изградите маркетинговата си стратегия около тях.
- **Адаптирайте се към променената реалност.** Ако вече няма търсене за вашия продукт, опитайте се да решите какво може да промените, за да сте в крак с новите тенденции. Не подценявайте тенденциите в своята област и реагирайте.
- **Престанете да инвестирате, когато вече няма смисъл.** Трябва да признаете и приемете провала. Понякога е по-добре да се откажете, отколкото да рискувате да увеличите дълговете си, само защото сте упорити. Преди да инвестирате повече, помислете дали не е по-добре да отстъпите.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

2REVIVE

Project title: "Revival entrepreneurship through
second chance" – 2REVIVE
Project number: 2017-1-PL01-KA202-038525



Част 2

НАЙ-ВАЖНИТЕ СЪПКИ ПРИ ПОВТОРЕН ОПИТ В ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

2.1. Указания за повторно стартиране на бизнеса

✓ Намерете ментор

Предприемачеството е невероятно преживяване, но вероятно вече сте разбрали, че не е за всеки. Макар че може да сте експерт в дадена научна област, управлението на нов бизнес или повторното стартиране на такъв изисква изцяло нов набор от умения и компетенции, които повечето собственици на бизнес придобиват едва по време на работата. Освен ако учите в бизнес училище или сте отраснали в семейна среда, където хората управляват собствените си бизнеси, вероятно имате много за учене.

Менторите и бизнес коучовете могат да ви спестят много време, енергия и ресурси. Менторите са от изключително значение за оформяне на мисленето и действията ви и могат да ви окажат огромна подкрепа в най-натоварените моменти, като ви насочват стъпка по стъпка и ви помагат не само да знаете повече, но и да сте по-търпеливи, оптимистични и издръжливи. Постигането на тази промяна в нагласата може да е безценно и ще ви гарантира допълнителна енергия и по-бързи резултати в новия ви бизнес.

Менторите могат също така да ви обучат да се фокусирате върху следващите си стъпки, вместо да преследвате нерационални мечти и резултати. Те ще ви подкрепят в използване на енергията ви за действията, които са необходими на всяка стъпка.

Не е необходимо да търсите най-добрия ментор в града, защото откриването на човек, който се занимава с коучинг от няколко години, може да ви даде ценна информация за това как да започнете отначало. Такъв ментор може да ви научи на основните неща, които може би не сте знаели или просто сте пропуснали в предишния си опит като предприемач.

Когато избирате с кого да работите, трябва да се уверите, че с това лице се разбирате добре. С ментора ви трябва да се разговаря лесно, а той трябва да е добър слушател, някой, когото уважавате и с когото искате да



работите. Ще искате този човек да изслушва идеите ви, без да ви прекъсва или да налага ограничения, да задава адекватни въпроси и да предлага реални решения. Не се страхувайте, ако менторът ви е от бизнес област, различна от тази, в която планирате да започнете работа. Това може да донесе допълнителни ползи и да ви даде необичайна перспектива, която да ви е от полза. А по-важното е, че може да бъдете по-открити и честни, защото менторът ви не е част от вашата конкуренция. Важно е когато изберете някого, да се придържате към него и да се ангажирате да работите заедно в продължение на поне една година. Менторството е процес, така че трябва да се дефинират дългосрочни очаквания и цели, които да се преследват упорито.

✓ **Определете ценностите си и целта си**

Марк Аврелий, философ-стоик, казва преди 2000 години:

‘Не губи време да спориш какъв трябва да е добрия човек. Бъди добър човек.’

Може би знаете, че много предприемачи правят грешката да вярват в неща, но не действат съгласно това. Предполага се, че ценностите не са обект на договаряне. Ако ценностите ви са надеждни, вашата позиция и имидж трябва да са искрени и надеждни и да са по-добри от тези на конкурентите ви.

Свързването на бизнеса ви с цел ще повиши шансовете за успех на начинанието дори при икономическа криза. Предприемачите със солидни, базирани на цел идеи остават свързани със своите клиенти, които от своя страна ги промотират сред приятели и роднини. Това е една от най-добрите маркетингови практики, които могат да се установят в една фирма.

Да не споменаваме, че ако се обяви извънредно положение по отношение на климата, бизнесите имат огромна отговорност и има големи очаквания към тях да изпълнят своите задължения за устойчивост. Една от най-важните стъпки, които може да вземете предвид, е как да намалите и елиминирате отпадъците в своите процедури и да минимизирате въглеродния си отпечатък. МСП също така имат предимство във веригата на доставки пред големите компании, тъй като за тях е по-лесно да контролират с кого правят бизнес. Уверете се, че прилагате и поддържате мерки за устойчивост и очаквайте същото от всички свои партньори.

Консуматорите в този период на повишена информираност искат да знаят на кого могат да разчитат и кои са пазарните участници, които се грижат повече за хората и планетата.

✓ **Оценете настоящата си позиция**

По време на живота си вероятно сте развили силни способности, придобили сте умения и знания, учили сте от преподаватели, приятели, колеги, шефове, конкуренти и най-вече – от собствения си житейски и бизнес опит. Погледнете какво сте постигнали, как сте се обогатили и какви мрежи, умения и експертни знания вече притежавате. Оценете и изброете всичките си ресурси и доколко те могат да допринесат за успеха ви през следващия период. Надграждайте ги, развивайте ги и инвестирайте в тях.

Докато размишлявате за това, което ви е страст, преди всичко се запитайте: “Защо искам да започна



свой бизнес?” След това направете брейнсторминг за това, което ви притеснява в бизнес сектора и как може да го подобрите. Притежавате ли вече необходимите експертни знания, за да измислите нова бизнес идея? Какво е необходимо, за да съберете цялата информация и ресурси за ново начало? Не се страхувайте да поискате съвет от мрежата си. Постоянно проучвайте, събирайте добри практики и си отбелязвайте всяка важна информация, която досега сте пропуснали. Едно пазарно проучване ще ви даде възможност да разберете дали има възможност за прилична печалба в областта, по която планирате да работите.

Според Каръл Рот и нейната книга „The Entrepreneur Equation“, съществуват 10 нагласи, които всеки предприемач трябва да развие, преди да стартира свой бизнес. Отделете няколко минути, за да ги разгледате:

- 1. Оценявайте критично своята мотивация:** освен да сте наясно коя е основната причина за стартиране на бизнес за вас самите, опитайте се да си отговорите какво ще казвате на своите бизнес партньори, кредитори, клиенти и инвеститори.
- 2. Бъдете готови да имате много шефове:** може да си мислите, че сте свободни и никой не ви контролира като предприемач. На практика, вашите кредитори, инвеститори и клиенти ще бъдат новите ви шефове.
- 3. Оценявайте как работите с другите:** уменията за комуникация и работа с хора са изключително важни в бизнеса. Може да се наложи да се фокусирате върху развитие на уменията си за комуникация, сътрудничество и решаване на проблеми, които ще са необходими, когато работите със счетоводители, адвокати, клиенти и други колеги.
- 4. Сумирайте отговорностите си:** управлението на собствен бизнес понякога се усеща като денонощна работа. Запитайте се дали сте готови за това и дали е необходимо да направите нещо, за да постигнете приемлив баланс между работа и личен живот.
- 5. Подобрете управленските и лидерските си умения:** вероятно вече сте осъзнали от предишния си предприемачески период, че управлението на екип е от изключително значение за успеха на вашия бизнес. Мотивацията на екипа е тясно свързана с неговата производителност и ангажираност.
- 6. Важно е не какво знаете, а кого познавате:** направете списък с различните експерти, с които вече сте в контакт, и търсете възможности за разширяване на мрежата си чрез различни събития, бизнес срещи, семинари и др.
- 7. Бъдете честни за отношението си с парите:** не само в началото, но и през цялата ви дейност, ще трябва да вземате решения относно разходи, инвестиции и др. Ако чувствате, че финансовите ви умения не са достатъчно силни, образовайте се. Търсете ресурси, свържете се с експерти, участвайте в срещи и гледайте видеа или се запишете на онлайн курсове. Всяко усилие може да повиши шансовете ви да стабилизирате бизнеса си.
- 8. Следете себе си:** най-важното – наблюдавайте как се справяте със стреса. Да си собственик на бизнес означава, че трябва да си готов за неочакваното. Да си гъвкав и да управляваш всичко, пред което се изправиш. Ако се стресирате изключително много при непланирано



развитие на обстоятелствата, много е важно съзнателно да започнете да развивате нови механизми за справяне за по-добро управление на стреса. Има различни ресурси и методологии, налични онлайн, но може да поискате подкрепа и от коуч, консултант или например обучител по осъзнатост.

9. Прочетете конкурентите си и пазара: за да брандирате бизнеса си и да убедите хората да го подкрепят, е необходимо да разберете защо и как може да надминете конкуренцията.

10. Тествайте своята скалируемост: много успешни бизнеси разчитат на автоматизация и делегиране. Като лидер трябва да знаете как и на кого да делегирате работа.

✓ Напишете бизнес план

Това е толкова важна и комплексна част, че сме ѝ отделили следващия раздел 2.3. Съвети за написване на бизнес план.

✓ Изградете новия си бизнес с всички необходими стъпки и инструменти:

Както вероятно знаете от предишния си опит, във връзка с официалната регистрация на бизнеса е необходимо да:

- Определете структурата и формата на своя бизнес;
- Да му дадете име;
- Да го регистрирате в определени служби;
- Да получите данъчен номер;
- Да получите разрешителни и лицензи;
- Да създадете фирмена банкова сметка;
- Да регистрирате търговска марка или авторски права.

На първо място, трябва да сте наясно с всички тези необходими стъпки. Ако се нуждаете от съвет, трябва да получите правна консултация или да се свържете с юрист.

Като следваща стъпка е силно препоръчително да започнете да използвате голямо разнообразие от цифрови инструменти за управлението на различни аспекти. Може да потърсите във форуми или да попитате партньорската си мрежа за препоръки, за да разберете кои инструменти и брандове са най-добрият избор. Помислете за следното:

- Счетоводен софтуер за лесно проследяване на разходите;
- Създаване на уебсайт, който може да си направите сами, за да не инвестирате допълнителни финансови ресурси;
- Получаване или създаване на лого – може да намерите безплатни платформи за дизайн на



прости логота. Ако предпочитате професионално такова обаче, е необходимо да наемете графичен дизайнер;

- Създаване на профили в социалните медии и научаване как правилно да ги управлявате (насрочване на постове, ангажиране на последователите, намиране на добра комуникационна стратегия). Ако се нуждаете от обучение за това, може да се обърнете към партньорската си мрежа, към професионалист в областта или да проверите онлайн инструменти и наръчници;
- Създаване на имейл адрес плюс сигурна и добре функционираща облачна платформа за съхранение на вашите документи и файлове;
- Използването на инструмент за управление на проекти също може да е много полезно. Налични са много такива и може да прецените мащаба на бизнеса и колко служители планирате да наемете. На базата на това може да откриете инструмента, чиято структура е най-подходяща за вашите нужди;
- Проучване на най-лесната и ефективна възможност за онлайн маркетинг на вашия бизнес;
- Създаване на календар и отбелязване на важни събития/срещи;
- Създаване на система за обслужване на клиенти;
- Обмисляне на възможността за използване на инструмент за съхранение и подsigуряване на пароли за запомняне на паролите за всичките ви нови регистрации.

2.2. Разбиране на уникалното предложение за стойност на идеите

Да разберете реалната стойност на своята бизнес идея означава да я оцените, да я дадете на друг да я прегледа и подобри, като идентифицира евентуални слабости и съответните мерки за тяхното преодоляване.

Има няколко метода, които могат да ви помогнат да оцените идеите си. Ако сте пропуснали тази част преди стартиране на предишното си бизнес начинание, е добра идея да посветите повече време на изчисляване на реалната стойност на вашия продукт/услуга.

По-долу има няколко метода, които могат да ви помогнат да изчислите стойността на своята бизнес инициатива и да насочат вниманието ви към възможни слабости:

✓ Оценяване с „допускане-отхвърляне“

Този метод действа най-добре в случаи, при които се колебае между няколко идеи. Всяка от тях може да изглежда достатъчно добра, но фокусирането върху правилната измежду тях може да се окаже голямо предизвикателство. Особено ако сте преживели трудностите на провала при първия си опит като предприемач. Първата стъпка за избор на „печеливша“ бизнес идея е да изготвите списък с критерии за определяне дали си струва да се разглежда допълнително съответната идея. Напишете няколко ключови критерия, например:



Таблица 1 Оценяване с „допускане-отхвърляне“

Критерий	Да	Не
Пускането на моя продукт/услуга отговаря ли на бюджета, който съм определил?		
Ще мога ли да пусна моя продукт/услуга в рамките на срока, който съм определил?		
Ще мога ли да предоставя моя продукт/услуга с ресурсите, с които разполагам (човешки/финансови/времеви/материални и др.)?		
Моят продукт/услуга запълва ли пазарна ниша?		
Моят продукт/услуга скалириееум ли е? Ще отговори ли на исканията на клиентите без нужда за постоянно обновяване?		

Може да добавите към списъка толкова конкретни критерии, колкото са необходими според вас. Не забравяйте предишния си опит като предприемач. Може да сте идентифицирали допълнителни ключови критерии, които са специфични за вашата бизнес област и които не сте изпълнили миналия път. След като списъкът е готов, определете праг. Може да е следният: всяка идея, която не успее да изпълни поне 90% от критериите трябва да бъде отхвърлена като нереалистична. За да можете да направите тази оценка, трябва да сте много обективни и сигурни в отговорите, които давате. Тук няма колона „може би“ или „частично“. Само „да“ или „не“. Ако обаче мислите, че идеята ви може да бъде изменена, за да отговори на даден критерий, направете го. Полезно е да включите друг човек в тази оценка – било то бизнес партньор или служител. Помолете го да направи своя собствена оценка. Това може да осигури различна перспектива относно жизнеспособността на вашия продукт/услуга. Сравняването на две или три оценки може да ви помогне да идентифицирате слабост, която не сте видели.

Матрица за оценяване

Този метод е полезен в случаи, при които имате две или три идеи за продукт/услуга или разновидности на един и същи продукт, измежду които е трудно да изберете. За разлика от предишния метод, този ви насърчава за всеки критерий да давате оценка от 0 до 5.

По-долу може да видите пример на матрица за оценяване, която може да изменяте според спецификите на бизнеса си:



Таблица 2 Матрица за оценяване

		КРИТЕРИИ					
		Запълване на пропуск на пазара (0-най-ниска, 5-най-висока)	Разходи/ползи (0-най-ниска, 5-най-висока)	Постижимо с наличните ресурси (0-най-ниска, 5-най-висока)	Има потенциал за скалиране (0-най-ниска, 5-най-висока)	Общ резултат
ИДЕИ	Идея 1						
	Идея 2						
	Идея 3						

Оценете всеки критерий от 0 до 5, като 0 е най-ниският резултат, а 5 – най-високият. Последната колона сумира резултатите от всички критерии. Идеята с най-висок резултат се счита за най-жизнеспособна. Може да добавяте критерии в зависимост от спецификите на вашия продукт/услуга. Не пренебрегвайте предишния си опит. Той може да ви помогне да идентифицирате аспекти, които сте пренебрегвали по-рано, които се оказват изключително важни за развитието на бизнеса си.

✓ SWOT анализ

Класическият анализ на силни страни, слабости, възможности и заплахи (SWOT) е подходяща стъпка след матрицата за оценяване. Той позволява по-задълбочена оценка на идеите, тъй като ги разглежда от различни перспективи.



Таблица 3 SWOT анализ

Силни страни	Слаби страни
<p>Какви са предимствата на тази идея?</p> <p>Какъв ще е положителният ефект от тази идея?</p> <p>Кое кара идеята да изпъкне?</p>	<p>Как може да бъде подобрена тази идея?</p> <p>Кое ще е трудното при тази идея?</p> <p>Кои аспекти на тази идея губят време и ресурси?</p>
Възможности	Заплахи
<p>Защо пазарът ще бъде ентузиасиран относно този продукт/услуга?</p> <p>Какво друго можем да направим с този продукт/услуга?</p> <p>Какви нови тенденции се появяват?</p>	<p>Кои са пречките пред успеха?</p> <p>Какво ни липсва, за да постигнем това?</p> <p>Какви промени се случват в пазарната среда?</p>

След като сте попълнили таблицата с идеите си, дайте от 0 до 5 точки за всяка силна страна и възможност и вземете от 0 до 5 точки за всяка слабост и заплаха. Финалният резултат ще съпостави стойността на различните ви идеи. Отново е добре да ангажирате друг човек в това оценяване, за да имате и непредубедена гледна точка. Когато оценката е готова, помолете членове на екипа/бизнес партньори и дори приятели за предложения за преодоляване на идентифицираните слабости и заплахи. Това ще ви помогне да оформите бизнес идеята си така, че да пасва по-добре на пазара.

2.3. Съвети за (пре)написване на бизнес план

Придържайте се към проста структура

Ключът към успешния малък бизнес, особено на етапа на стартиране, е нещата да са прости и с ниски разходи. Става дума не само за парични разходи, но и за време и енергия. Много предприемачи попадат в капана на това да искат да създадат най-добрия бизнес план в света, особено ако веднъж са се провалили. Определено се нуждаете от страхотен план, ако търсите инвестиции или ре-инвестиции и финансиране, но все пак е препоръчително да тествате идеите си, преди да инвестирате много време, средства и други ресурси.

Като първа стъпка, може да създадете бизнес план от една страница, който обобщава всички аспекти на бизнеса, който ще стартирате (повторно).

Необходимо е да дефинирате:

- Своята визия – Какъв ще е крайният резултат от бизнеса ви?
- Своята мисия – Коя е причината за създаване на компанията ви? Защо съществува вашата компания?
- Своите цели – Какви са целите за постигане на вашата визия и мисия?



- Своите основни стратегии – Как ще постигнете определените цели?

След като сте отговорили на тези въпроси, трябва да изготвите подробен и ориентиран към задачи план за действие за това как ще започнете да изпълнявате целите си.

✓ Използвайте подходяща рамка

Вероятно сте чували за Business Model Canvas – инструмент, който е чудесен за разработване на нов бизнес модел. Тази таблица с 9 отделни полета дава възможност да опишете:

- **Ключови партньори на бизнеса:** като доставчици или допълващи бизнеси;
- **Ключови дейности:** най-важните дейности за изпълнение на предложението за стойност на вашата компания;
- **Ключови ресурси:** активите, които са необходими за поддържане на бизнеса, като човешки, финансови, физически и интелектуални ресурси;
- **Предложения за стойност:** набора от продукти и услуги, които вашият бизнес предлага на клиентите;
- **Клиентски сегменти:** идентифицираните групи от клиенти, които се опитвате да обслужвате;
- **Отношения с клиенти:** вида отношение, което планирате да създадете с клиентския сегмент;
- **Канали:** чрез които може да предоставите предложението си за стойност на своите клиенти;
- **Структура на разходите:** финансовата структура, според която ще функционира компанията ви;
- **Парични потоци:** начинът, по който може да генерирате приходи от различни клиентски сегменти.

Попълването на Business Model Canvas заедно с други колеги и специалисти може да донесе много предимства, като повишена креативност и възможност за открито представяне на различни гледни точки, което може както да улесни важни дискусии, както и да осигури по-добро разбиране за управлението на вашия бизнес.

Друг начин за (пре)написване на бизнес плана ви е да използвате методологията на Logical Framework Approach. Този подход се състои от два етапа: анализ и планиране.

Като част от етапа на планиране следва да подготвите следното:

- Анализ на заинтересованите лица
- Анализ на проблемите
- Анализ на целите
- Анализ на стратегията

Като част от етапа на планиране ще разработите самата матрица на логическата рамка (Logical Framework Matrix), ще планирате дейностите си и ще създадете план за бюджета.

Това е донякъде по-прост и задълбочен анализ на основните елементи на вашия бизнес. Всеобхватният аналитичен етап може да ви помогне да помислите за всички аспекти на дадена област. След попълване



на логическата рамка обаче може да се наложи да навлезете в повече подробности – в тези случаи инструментът Canvas може да е много полезен.

✓ Фокус върху клиента

Разликата между успешния и затрудняващия се бизнес често се свежда до един аспект: кой бизнес може да удовлетвори по-добре своите клиенти. Най-добре представящите се организации разбират, че фокусът върху клиента изисква комбинация от привличане, ангажиране, удовлетвореност и задържане. Изследванията често показват, че бизнес лидерите не познават клиентите си достатъчно добре.

Друг проблем е, че организациите често не спазват обещанията, които са дали на своите клиенти или дори по-обезпокоително – те дори не успяват да изпълнят обещанията, които са дали на своите служители. Според изследователи, за да се подобри фокуса върху клиента, следва да има ангажимент от страна на хората, които стоят начело на организацията.

Как може да станете ориентирани към клиентите?

Преди всичко, трябва да възприемете нагласа, която се фокусира върху клиентите. Това означава да пренебрегнете собствените си нужди и желания и вместо това да се запитате: **как мога да помогна на клиента си?** Може също така да развивате уменията си за фокусиране върху клиентите, докато сте в ситуация, в която вие сте клиент, и да се питате: как ме кара да се чувствам продавачът или доставчикът на услугата? Интересува ли се от моите нужди, положение, приоритети и желания? Или само се интересува от продажбата? Предоставената ми услуга накара ли ме да се чувствам по-добре? Друга много важна практика е да възприемете и демонстрирате поведение, ориентирано към клиентите, което е различно от превключване към фокусирана върху клиента нагласа. Може да задълбочите разбирането си за този стил на поведение, като помислите отново как се отнасят с вас като с клиент. Как се държат продавачите/доставчиците на услуга, какво правят и как го правят? Когато достатъчно сте изострили както нагласата си, така и поведенческото си разбиране, комбинирайте ги! Фокусирайте се върху това да помагате на клиента и го правете по най-добрия за него начин. Бъдете честни и искрени. И винаги спазвайте обещанията си.

✓ Проучване, проучване, проучване

За да напишете страхотен бизнес план, трябва да познавате пазара, конкуренцията, както и собствените си способности и силни страни много добре. Оценяването, преценката и проучването трябва да отнемат приблизително двойно повече време от самото написване на вашия бизнес план.

Какво трябва да включва вашето проучване? Провеждане на анализ на сектора, анализ на целевия пазар и анализ на конкуренцията.

Когато анализирате сектора, следва да оцените общата среда, в която планирате да работите. Погледнете статистики за размера на сектора, продажбите и ръста; разширява ли се, свива ли се или



остава стабилен? Какви са настоящите тенденции в сектора? Има ли промени в целевия пазар или в технологиите, които използва? Може да търсите информация в различни източници: държавни бази данни, секторни бази данни и публикации, данни на търговски асоциации и др.

Анализирането на целевия пазар ще ви помогне да разберете дали на пазара има достатъчно хора, които искат да купят вашия продукт или услуга на цената, която трябва да определите, за да имате печалба. Разбира се, за направата на този анализ е необходимо да познавате потенциалните си клиенти много добре.

Анализът на конкуренцията ще ви даде обща представа за най-важните играчи във вашия сектор. Може да не се конкурирате с всички тях, но е важно да знаете кой е там, кой какво прави и как. Може да проучите тяхната рекламна и промоционална дейност, кампании и материали, начина, по който комуникират и се представят на клиентите. Може със сигурност да идентифицирате какви са добрите практики, какво може да научите от тях и кое бихте могли да направите по-добре. В допълнение, не забравяйте да се огледате, за да идентифицирате доставчиците на своите конкуренти. Анализът на конкуренцията ще ви даде обща представа за най-важните играчи във вашия сектор.

✓ Намиране на кауза за бизнеса ви

Социалната отговорност е един от ключовите фактори за изграждане на успешен бизнес. В бизнеса социалната отговорност се дефинира като корпоративна социална отговорност (КСО), често свързана с големи корпорации, които обикновено имат специален отдел, който управлява дейностите, свързани с КСО. Това обаче не означава, че микро и малките бизнеси не могат да възприемат подобни практики. В днешно време това става все по-приложимо, тъй като клиенти, инвеститори и други важни заинтересовани лица търсят не само най-печелившата възможност за инвестиция, но и такава, която е полезна за обществото като цяло. Като ефект от тази нова тенденция, всички нови бизнеси се стремят да свържат своето начинание с определена социална кауза или дори няколко такива. Поемането на корпоративна социална отговорност означава също постигане на устойчивост на едно бизнес начинание, следователно, когато пренаписвате своя бизнес план, трябва да прецените каква част от финансите ви могат да се инвестират в преследване на социална кауза.

Корпоративната социална отговорност често се бърка с филантропия, което буквално означава любов към човечеството или с други думи - провеждане на частни инициативи в името на общото благо. Филантропията се опитва да адресира първопричината за проблем, както в поговорката: вместо да дава на хората риба, тя ги учи как да ловят риба. Корпоративната филантропия е по-специализиран термин, свързан с бизнеса и тази филантропия включва дарения под формата на финансов принос наред с други ресурси като време, човешки ресурси и др. Инициативите за корпоративна филантропия могат да включват следване на цялостна филантропска програма с управление на различни дарения и ресурси (прилагано предимно в корпорации). Вие като предприемач може да решите дали брандът на вашия бизнес ще се облагодетелства публично от организацията, получаваща дарение.



Филантропията е изключително важна в съвременното общество и също така е много важна за бизнесите по света, особено в настоящата морална и климатична криза. За всички печеливши бизнеси е препоръчително да отделят част от ресурсите си, за да обслужват общото благо или общността.

Тогави може би се питате: каква е разликата между корпоративна социална отговорност и корпоративна филантропия?

Корпоративната социална отговорност следва да е включена в бизнес модела и практиките на компанията. Може да се каже, че тя обхваща корпоративната филантропия, тъй като има дългосрочни цели и програма, която трябва да включва компанията пряко в допринасяне за разрешаване на избран проблем или проблеми в обществото. Например, ако компанията произвежда облекло и използва боя за оцветяване на дрехите, тя трябва да е много внимателна къде изхвърля отпадъците от тази дейност и да стартира програми за намаляване на ефекта върху околната среда и общественото здраве. Ако фирмата не следва такъв план, последиците върху нейния имидж може да са много негативни. От друга страна, ако една фирма не инвестира време в корпоративна филантропия, това няма да окаже влияние върху виждането на клиентите и бизнеса за нея. Това решение няма да има много отрицателни последици върху обществото.

Причини, поради които вашият малък бизнес трябва да е свързан със социална кауза:

✔ За привличане и поддържане на клиентска база

Според проучване, публикувано в Международния журнал за екологична изследователска дейност и обществено здраве (International Journal of Environmental Research and Public Health)³, корпоративната социална отговорност и грижата за околната среда засилват връзката между потребителя и търговеца и общото отношение на клиента към марката/бизнеса става по-положително. Тези констатации могат да доведат до заключението, че ако потребителите са изправени пред избор между две компании, които предлагат сходни услуги/продукти, те биха избрали компанията, която е по-социално отговорна. Потребителите дори могат да считат услугите ви за по-качествени и да инвестират повече средства във вашите услуги/продукти. Ангажираността на вашата компания със социална кауза може да се предаде и на клиентите. С други думи, те могат да развият сходна ангажираност с вашия бранд/бизнес. Вашите клиенти, без които бизнесът ви не може да съществува, са на практика ваши шефове. Задоволяването на техните нужди е ключът към управление на успешен бизнес, така че е добре да изградите бизнес плана си, като знаете и разбирате кои техни нужди може да удовлетворите и как. Клиентите лесно усещат как се отнася с тях дадена компания. Могат да усетят доколко ви е грижа за тях или за дадена кауза. Корпоративната социална отговорност или филантропията на вашата компания трябва да бъдат нещо повече от просто една задача, която е „добре да направим“. Трябва да са ключова мисия в усилията ви за развитие на бизнеса и установяване на връзка с клиентите.

3 Ho, Ching-Wei. (2017). Does Practicing CSR Makes Consumers Like Your Shop More? Consumer-Retailer Love Mediates CSR and Behavioral Intentions. Int J Environ Res Public Health. 14(12): 1558. doi: 10.3390/ijerph14121558 Published online 2017 Dec 12. doi: 10.3390/ijerph14121558



✓ За да се чувстват служителите ценни и за привличане на повече таланти

Докато социалната кауза привлича и запазва вашите клиенти, тя има същия ефект и върху служителите. Според проучване, проведено от Deloitte, „значимата работата, която дава на служителите чувство за цел“ е сред измеренията на неустойчива организация, която стимулира ангажираност.⁴ Осигуряването на социално измерение на вашия бизнес лесно може да привлече нови таланти служители. Вероятно може да се твърди, че повечето компании са в бизнеса, за да изкарват пари, но наличието на визия и отговорност, които са отвъд целта за печалба, може да осигури на компанията ви по-широка цел. Когато компанията ви е създадена с по-великата мисия за помощ на обществото, тази страст е включена в продуктите, услугите, но дори и в служителите и клиентите. Това се вижда в работата на вашия екип и може да доведе до по-голяма креативност, ангажираност и следователно – растеж.

✓ За да намерите нови възможности за развитие

Изграждането на по-лично отношение с клиентите и служителите посредством социалната кауза на вашата компания може да ви помогне да развиете бизнеса си още повече. Например, може да проведете проучване сред своите клиенти и служители, за да разберете от какво се интересуват те. Може да разчитате на факта, че ще имат по-голямо желание да споделят мнението си честно, тъй като самите те са ангажирани с каузата. По този начин може да събирате ценна информация за посоката, в която да поеме компанията ви, да се вдъхновявате и да виждате нови възможности, които по-рано не сте виждали, и така да стартирате дейности, полезни не само за каузата, но и за вашето бизнес начинание.

Всички тези причини могат да допринесат за развитие или пресъздаване на бизнес, който обхваща устойчива социална кауза. Ако се колебаете коя социална, икономическа, екологична или друга кауза да подкрепите чрез своя бизнес, може да се консултирате с организация с идеална цел във вашия регион и да се запознаете с контекста, в който работи тя, както и с проблемите, които се опитва да разреши. Бихте могли също така да използвате източници, свързани с Целите за устойчиво развитие, които идентифицират 17 глобални цели и 169 конкретни, определени от Общото събрание на ООН през 2015 със срок за изпълнение 2030 г. Програма 2030 изисква от всички частни и държавни органи да направят своя принос за постигане на тези цели. Може да изберете да сте тези, които ще осъществят промяна, като ангажирате своя бизнес с една или повече цели. С течение на времето инвестицията ви ще се изплати във финансово и нефинансово измерение и със сигурност няма да съжалявате.

⁴ Deloitte Consulting LLP. (2016). Engaging the workforce/ Deloitte Employee Engagement Perspectives. Retrieved from: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/human-capital/us-cons-engaging-the-workforce.pdf>



2.4. Инструменти за стимулиране на бизнеса:

✓ Редовни проучвания сред клиенти

След като бизнесът ви започне да оперира, напомняйте си да питате клиентите си често посредством различни канали и форми: защо избраха вас и какво им предлагате, а те ценят? Може да сте изненадани, че са привлечени от неща, напълно различни от това, което сте мислели.

Проучванията сред клиенти са от основно значение за силна маркетингова кампания поради две причини: на първо място, те потвърждават това, което отстоявате, и обещанието на марката ви, и второ – създават ново обещание на марката.

Проучванията сред клиенти следва да се провеждат минимум веднъж или два пъти годишно, но може да ги организирате и по-често. Данните, които събирате, ще ви помогнат да структурирате следващите 12 месеца на управление на бизнеса – както по отношение на продукт/услуга, така и по отношение на комуникацията.

Важно е никога да не приемате, че имате информация за клиентите си, без да сте ги попитали. Наистина е необходимо да ги попитате всичко, което искате да знаете: от какво се нуждаят и как може да им го дадете. Може да сте още по-оценени, ако след проучването им дадете обратна връзка и им благодарите за ценния принос.

Също така е добра практика да искате от клиентите си отзиви или препоръки. След като имате няколко такива на уебсайта си или на профилите си в социалните медии, създавате по-голямо доверие, защото тези отзиви идват от други. Така репутацията ви ще бъде допълнително изградена.

✓ Инвестирайте в екипа си

Във всички случаи, в които не работите като едноличен търговец, ще работите с екип. Може да сте сигурни, че за да изградите ангажиран и добре представящ се екип, трябва да сте мотивиращ лидер. Тайната за създаване на проактивен, продуктивен и силен екип е да насърчавате колегите си също да развиват лидерските си умения. Изследванията показват, че най-силните стимули за ангажиране на персонала са силно лидерство и възможности за развитие. Всичко, което трябва да направите, е да демонстрирате силно лидерство и да предлагате на служителите си същата възможност.

Инвестициите в развитието на екипа ви са важни и поради други причини. Организации, които инвестират в образованието и професионалното развитие на своя персонал могат да поддържат персонала си по-мотивиран и ангажиран. Някога Хенри Форд е казал:

„Единственото по-лошо това да обучиш служителите си и те да напуснат е да не ги обучиш и те да останат.“

Има страхотни възможности за учене и израстване по време на професионални срещи, конференции, търговски събития. Служителите ви могат да получат много ценна информация и обратна връзка, което да ги вдъхнови за допълнителното им израстване в тази област. Не е необходимо да изпрацате



хората далеч, за да учат. Може да организирате и вътрешни обучения или придружаване в работата. Например, може да дадете на някого възможност да прекара един ден с колега и да учи от него. Има изобилие от налични онлайн обучения и може някои от служителите ви да имат интерес да отделят време за курс или програма по техен избор и с избрано от тях темпо.

Организациите могат също така да намират много други начини да поддържат служителите щастливи. Някои им позволяват да персонализират работните си места. Възможностите за работа от къщи или гъвкаво работно време също са добре дошли. Някои компании позволяват на служителите да прекарват 20% от времето си в проекти, които според тях си заслужават. Други плащат за семейни почивки или дават платен отпуск от два месеца всяко лято за борба с претоварването. Ако не знаете какво да предложите, най-добре е направо да питате служителите.

Изслушването на служителите и ангажирането им във вземането на стратегически решения не само ще ги накара да се чувстват оценени, но и ще осигури много неочаквани, свежи и креативни идеи и нови перспективи.

✓ Социални медии

Има множество причини, поради които използването на социални медии може да се окаже полезно. Няколко съвета, които могат да ви помогнат да ги постигнете:

- **Споделяйте това, което е модерно:** ако публикувате информация, приложима за вашия клиентски сегмент, ще достигнете до клиентите директно, докато конкурентите ви ще бъдат една крачка назад;
- **Използвайте подходящ език:** в социалните медии трябва да използвате различни видове комуникация и съобщения. Изображенията, видеата и инфографиките правят чудеса;
- **Използвайте платени реклами:** това ще увеличи вашите последователи и абонати, а разширената база може да е много важна за успешна кампания в социалните медии;
- **Използвайте автоматизация:** правилното управление на социалните медии изисква време и енергии. Силно препоръчително е да се запознаете с автоматизацията на определени процеси, като публикуване на постове, съобщения, обновявания.

2.5. Бизнес чеклист

Когато вече сте се провалили в един бизнес, със сигурност трябва да проверите внимателно готовността си да започнете отначало. Независимо дали става дума за изцяло нова инициатива или възраждане на предишна бизнес идея, сега имате опит, който ще ви помогне да използвате различна гледна точка при планирането. По-долу ще откриете чеклист, който ще ви помогне да прецените своята бизнес идея





в повече подробности. Когато слагате отметки, мислете за предишния си бизнес опит. Може би ще идентифицирате нови области за подобрене, върху които трябва да се фокусирате, преди да стартирате наново предприемаческото си начинание.

Таблица 4 Бизнес чеклист

Категория	Да	Не	Коментари
Вашият продукт/услуга			
Анализирали ли сте пазара и нагласите на клиентите?			
Има ли търсене за вашия продукт/услуга?			
Вашият продукт/услуга полезен И необходим ли е?			
Бюджет			
Направили ли сте подробни изчисления за инвестицията си?			
Отделили ли сте бюджет за непредвидени ситуации?			
Идентифицирали ли сте източници на финансиране?			
Екип			
Имате ли служители?			
Вашите служители компетентни и квалифицирани ли са за позициите си?			
Мисията на компанията отговаря ли на ценностите на вашите служители?			
Предлаганите от вас възможности за кариерно развитие отговарят ли на очакванията на служителите ви?			
Мотивирани ли са служителите ви?			
Конкуренция			
Познавате ли конкуренцията си?			
Сигурни ли сте, че няма прекалено голяма конкуренция във вашата област?			
Имате ли големи конкуренти?			
Сигурни ли сте, че вашият продукт/услуга не е идентичен с продукт/услуга на конкуренцията?			
Ако вярвате, че вашият продукт/услуга има уникално предимство, ще имате ли достатъчно ресурси за промотирането му, докато бъде разпознат?			
Ценообразуване			
При изчисляване на цената на вашия продукт/услуга, взехте ли предвид всички разходи за производство?			
Сигурни ли сте, че цената не е твърде висока (следователно има риск от ниски продажби)			



Сигурни ли сте, че цената не е твърде ниска? (следователно има риск от ниска печалба)			
Бизнес модел			
Имате ли ясна бизнес стратегия?			
Изготвили ли сте подробен бизнес план?			
Обмислили ли сте всички възможни пречки на всеки етап от вашия бизнес план?			
Маркетинг			
Има ли достатъчно реклама на вашия продукт/услуга?			
Имате ли ясна маркетингова стратегия?			
Идентифицирали ли сте своята целева група?			
Бюджетът за маркетинг възлиза ли на над 10% от цялата инвестиция?			
Клиенти			
Следвате ли настроенятията на своите клиенти?			
Наясно ли сте, че отношенията и нуждите на клиентите често се променят?			
Адаптирате ли своите маркетингови стратегии според тези промени?			
Имате ли механизми за получаване на обратна връзка от вашите клиенти?			
Срокове			
Сега ли е правилният момент вашият продукт/услуга да бъде на пазара?			
Сигурни ли сте, че не сте подранили? (и следователно има риск от слабо търсене)			
Сигурни ли сте, че не сте закъснели? (и следователно има риск от загуба на пазарен дял)			
Рискове			
Идентифицирали ли сте всички рискове, свързани с производството? (ресурси, оборудване, екип и др.)			
Идентифицирали ли сте търговските си рискове?			
Идентифицирали ли сте финансовите си рискове?			
Взели ли сте предвид рискове, свързани с форс мажорни събития? (пожари, бури, наводнения, обир и др.)			
Разработили ли сте стратегия за мониторинг и смекчаване на риска?			

Отбележете „да“ само ако сте сигурни, че това е отговорът. Ако имате съмнения, запишете ги в колоната „коментари“. Помислете за всяко отбелязано „не“ и за това какво е необходимо да направите, за да го превърнете в „да“. Мислете за всяко „не“ като за област за подобрене и като за нещо, което може да ви е попречило в първия ви бизнес опит.



2.6. Примери за добри практики

- ✓ **Co-working пространства:** когато стартирате или рестартирате бизнес, винаги е добра идея да внимавате с разходите си. Особено ако сте изпитали недостатъците на дългосрочните наеми. В днешно време много компании наемат бюра в co-working пространства, тъй като това оптимизира разходите. Другите предимства на тези места за предприемачите включват:
 - **По-добри възможности за нетуъркинг:** на тези места работят много предприемачи и компании. Съвсем естествено е, че докато сте там, ще си създадете професионални контакти. Co-working пространствата насърчават създаването на общности. Може също така да имате възможност да намерите нови клиенти и да увеличите приходите си, таланта и хората, с които работите. Често в тези пространства се провеждат различни събития – било то лекции, обучения или неформални коктейли. Има и неформални разговори край кафе машините. Всичко това са възможности за създаване на контакти и разширяване на професионалната ви мрежа. Ако нетуъркингът е бил слабо място при предишния ви бизнес опит, co-working пространствата могат да ви помогнат да поразработите над това и да изградите увереност в своите нетуъркинг умения.
 - **По-малко офис разходи:** Когато плащате за работно бюро (бюра), вие получавате напълно оборудван офис, а плащате по-малко, отколкото за традиционен офис. Следователно, това е най-добрият начин да работите в офис с минимална инвестиция. Като работите в co-working пространство, може да управлявате бизнеса си, без да правите разходи, свързани със създаването на офис. Обикновено членовете могат да се възползват от офис оборудването при гъвкави цени за членство според своите предпочитания. По този начин ще спестите от разходи за комунални сметки, тъй като co-working пространствата сами покриват тези разходи. Също така не трябва да се тревожите за комуникация с доставчици на услуги или за ремонти. Ако има някакъв проблем, отговорността за отстраняването му е на собственика. Друго предимство е, че имате бизнес адрес, което е много важно при изпращане и получаване на поща.
 - **Гъвкавост:** co-working пространствата предлагат различни възможности за членство и може да изберете това, което е най-подходящо за вас и вашия бизнес. Възможно е да имате месечен или дори дневен абонамент. Членовете на co-working пространствата също така имат гъвкавост за определяне на графика си и да работят, когато предпочитат. Добре е и по отношение на работните бюра. Може в началото да наемете две бюра, а след това да увеличите до три или четири, когато бизнесът ви се разрасне. Възможно е и обратното – ако трябва да освободите някой от служителите си, лесно може да намалите броя на бюрата и съответно да намалите разходите си.
 - **Възможности за учене:** Co-working пространствата подкрепят редовни събития на общността, които са създадени и разработени така, че да помогнат на членовете им да усвоят нови



умения. Тези споделени офис пространства помагат на членовете да си сътрудничат и да използват възможностите за формално и неформално учене. Много често хората, които работят в споделен офис, се вдъхновяват помежду си и стават ментори по пътя си към успеха.

- **По-добри възможности за наемане на персонал и заетост:** може да откриете следващия си служител в човека, заемащ съседното бюро. Може също така да привлечете клиенти, тъй като ще имате възможност директно да представите своя продукт или услуга на общността в споделеното пространство.

✓ **Crowdfunding (групово финансиране):** може би в предходния си бизнес опит като предприемач сте насочили усилията си върху привличане на един или двама основни инвеститори. Понякога това се оказва трудна задача. Обмисляли ли сте възможността за групово финансиране? То действа по същия начин, но вместо да привлечете един инвеститор, вие се опитвате да привлечете голям брой малки инвеститори. Според дефиницията в Investopedia *„Груповото финансиране е използването на малки суми капитал от голям брой лица за финансиране на ново бизнес начинание. Груповото финансиране използва лесния достъп до много мрежи от хора чрез социалните медии и уебсайтове за групово финансиране, за да събере инвеститори и предприемачи, с потенциал за увеличаване на предприемаческия потенциал чрез разширяване на обхвата на инвеститори отвъд традиционната група от собственици, роднини и рискови инвеститори.“*

Освен по-големия си потенциал за набиране на капитал, платформите за групово финансиране спомагат други важни аспекти на бизнеса:

- **Пазарно проучване:** представянето на вашия продукт или услуга в кампания за групово финансиране ви позволява да получите бърза обратна връзка от реалния свят. Колкото повече потенциални клиенти го виждат и коментират, толкова по-добра представа имате за техните предпочитания. Независимо дали става дума за предпочитание за различен цвят, размер или характеристики, обратната връзка ще ви помогне да адаптирате своя продукт така, че да отговаря на изискванията на пазара. Може също така да предложите различни избори в кампанията си и да видите кое е най-популярно. Коментарите, които получите, ще ви помогнат бързо да адаптирате продукта/услугата към клиентите и да реализирате повече продажби.
- **Популяризиране:** ако кампанията ви е успешна, тя може да допринесе много за вашата популярност. Може да си спечелите безплатна публичност, особено ако вестници, блогъри или социални медии забележат вашия продукт/услуга. Медийното покритие прави легитимно вашето предложение, което от своя страна може да доведе до повече продажби.
- **Привличане на инвеститори:** понякога предишна успешна кампания за набиране на капитал е директен начин за привличане на по-големи инвеститори на ваша страна. Бизнес ангелите и рисковите инвеститори могат да открият потенциал във вашата бизнес идея, като последват кампанията ви в платформа за групово финансиране.



“Проваляй се бързо, проваляй се често” или добрата практика на толерантност към провала

Горепосочените добри практики са приложими за повторно стартиращи предприемачи и биха могли да са им от полза в редуцирането на разходите и намиране на финансиране. Има ли обаче пример за добра практика, който би могъл да промени възприятието на онези хора, общности или цели общества, които все още възприемат провала като слабост? Когато си предприемач, който се бори да стартира повторно свой бизнес, въпреки загубата на самочувствие, мотивация и пари в резултат на неуспеха на предишно бизнес начинание, последното, което ти трябва е осъждащото отношение на околните. Промяната в обществените нагласи (особено негативните такива) е сложен процес, който не може да бъде осъществен за ден или два. И въпреки това, посочването на пример за положителна нагласа към провала може да е необходимата първа крачка към по-толерантно отношение.

Нека разгледаме Силициевата долина. Какви са асоциациите ви, когато чуете това име? Иновации. Бърз растеж. Напредничави умове. Пионери. Вероятно това са най-честите асоциации. Но какво ще кажете за рисковни начинания, експерименти, провали, серийно предприемачество? В съзнанието на предприемачите от Силициевата долина е вкоренено виждането, че не съществува успех без провал, че провалът трябва да бъде почитан, както и че провалът води до иновации много по-често от успехите. Тяхната мантра е „Проваляй се бързо, проваляй се често“, а тази нагласа е двигателят на бързия растеж и успех на региона. Според Матис Росман, предприемач и партньор в компанията RevelX, понятието се отнася към знанието, че „докато се опитва да постигне целта си, човек е обречен да направи много грешки, но същевременно е обречен да усвои нови умения и да достигне до прозрения“. Всъщност, идеята зад това възприятие е човек да се опита да произведе и продаде продукт или услуга, да получи обратна връзка, да го адаптира спрямо нея и, ако сметне, че има висока степен на несигурност за успеха на този продукт/услуга, да го остави и да започне нещо ново.

С други думи, в Силициевата долина съществува високо ниво на толерантност към провала, основно, защото съзнанието на общността там е фокусирано върху следните положителни черти на провала:

- **Учене от опит:** няма как да растеш, ако не се провалиш. Грешките са възможност за учене, които те превръщат в по-добър предприемач. В крайна сметка грешките се отплащат.
- **Иновации чрез експерименти:** поемането на рискове е единственият път към иновациите. Големите пробиви не се случват чрез малки стъпки, а чрез смели скокове.
- **Изграждане на устойчивост:** провалите ти ще те научат да се изправиш и да започнеш отначало. Те те правят по-устойчив по пътя ти към успеха.



- **Адаптивност:** адаптирането към промените те прави по-гъвкав, като подобрява уменията ти да настигнеш и изпревариш конкуренцията.
- **Толерантност към риска:** философията на бързия провал не само повишава възприятието към риска, но и насърчава изграждането на толерантност към риска както между самите предприемачи, така и в обществото. По този начин провалът се разглежда не като стигма, а като постижение.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

2REVIVE

Project title: "Revival entrepreneurship through
second chance" – 2REVIVE
Project number: 2017-1-PL01-KA202-038525



Част 3

МЕСТНИ РЕСУРСИ И ЗАКОНОДАТЕЛСТВО

Въведение

Бизнес средата във всяка от партньорските държави (Полша, България, Малта, Нидерландия, Италия, Хърватия) е специфична, поради местните ресурси, законодателство, програми, фондове, динамични мрежи и други инициативи, налични в държавите. Може да се наблюдава интересно развитие в спектъра на предприемачеството в някои анализирани държави от ЕС, но за всички тях може да се направи едно и също заключение: вторият шанс в предприемачеството все още е доста неизвестна тема и до голяма степен недостатъчно проучена. Следователно трябва да се развият и приложат по-конкретни и специфични мерки и инструменти, за да се стимулират и насърчават неуспешните предприемачи за нови начинания. Настоящият Наръчник е една стъпка напред по пътя към успехи и предизвикателства, които водят към крайната дестинация на търсещите втори шанс предприемачи: УСПЕХ. Именно затова е създаден допълнителен инструмент за подкрепа на предприемачи, които стартират наново бизнес, в рамките на настоящия Наръчник – джобна карта, насочваща предприемачите към успеха (виж в отделно приложение).

Ето кратка информация за това какво да очаквате, когато създавате бизнес в Полша, България, Малта, Нидерландия, Италия и Хърватия:



ПОЛША

Бизнес климатът в Полша по отношение на втория шанс в предприемачеството постоянно се променя. Според индекса „Second chance composite index”, предложен в изследването „Bankruptcy



and second chance for honest bankrupt Entrepreneurs”, изготвено от Ecorys за Европейската комисия – Генерална дирекция „Предприятия и промишленост“ през 2014 г., Полша има индекс от 1.8, което е доста нисък резултат. Въвеждат се обаче важни мерки, които могат да променят тази стойност. Например, програмата „Политика за нов шанс“ е разработена от Министерски съвет, чиято цел е да създаде цялостна система за подкрепа на предприемачи, ориентирана към избягване на фалит чрез изграждане и промотиране на системи за ранно предупреждение и извънсъдебни процедури, наред със съдебни форми за възстановяване и реструктуриране. Програмата също така улеснява повторното стартиране на бизнес дейност. Сред най-важните дейности, наскоро въведени в Полша, са приемането на нов закон за фалит и реорганизация, както и проекта Early Warning Poland. Реализацията на такива мерки ангажира не само държавни институции, но и НПО и университети.



БЪЛГАРИЯ

В България бизнес средата е много динамична, тъй като множество инвеститори са привлечени от гъвкавите възможности за създаване и управление на фирми. Според данни за прилагане на Закона за малкия бизнес през 2016 г. България има „един от най-ниските проценти на лица с бизнес възможности, които се страхуват от потенциален провал“. Според същия документ България се представя малко по-добре от средното ниво за ЕС в показателите за подкрепа за втори шанс (България – 84% и средна стойност за ЕС – 82%), страх от провал (България – 33.3%; средна стойност за ЕС – 40.7%). Ако оставим настрана показателя за страх от провал и разгледаме увеличаващия се брой новорегистрирани фирми и общо активни фирми в България през 2016 г., може да се каже, че повече хора стартират бизнес, защото по-малко хора се страхуват от провал. Публични мерки за втори шанс в предприемачеството са налице в националните стратегии, програми и Търговския закон, макар че е необходима повече информация за реалното прилагане на тези мерки.



НИДЕРЛАНДИЯ

В Нидерландия бизнес климатът е донякъде предизвикателен, но се наблюдават признаци на подобрение за стартиращи нови инициативи. Например, има повишаващ се брой регистрации на нови компании – през 2015 г. са 162 955, а през 2016 г. – 166 820. Тази тенденция показва възстановяване от последната икономическа и финансова криза. Процентът на закрити фирми изостава, а цялостният процент на безработица следва тази тенденция. Най-впечатляващо развиващите се сектори са услугите и строителството, където има голям процент индивидуални предприемачи.



ИТАЛИЯ

Темата за втори шанс в предприемачеството е много приложима към процъфтяващия бизнес климат в Италия. През октомври 2017 г. най-после бе приет национален закон, базиран на мотото „Никога не се отчайвайте, може да рестартирате“, който има за цел премахване на стигмата, свързана с провала, и създаване на нови възможности за предприемачи, които по-рано не са успели да постигнат успех. Броят на затворени през 2017 г. компании в Италия е приблизително 35 000, което показва положителна тенденция в бизнес средата. Между януари и юни 2017г. затварянията са с 15.6% по-малко в сравнение със същия период през 2016 г., като има съществено подобрене във всички сектори и области в страната. В допълнение, налице е интересна частна инициатива в Италия за подкрепа на предприемачи, търсеци втори шанс. Тя се нарича „telefono arancione“ и представлява услуга за подкрепа по телефона за предприемачи, които са преживели бизнес провал или им предстои да закрият компанията си.



МАЛТА

Бизнес средата в Малта е белязана от промени и диверсификация. От традиционна бизнес среда Малта навлезе в областта на био-технологиите, фармацевтиката, здравеопазването, инженерната дейност, логистиката, авиацията, корабоплаването, електрониката, сектора на хотелски и ресторантьорски услуги, ИКТ и софтуерна разработка, както и финансови услуги. Броят на активните компании се увеличава всяка година; към края на 2015 г. броят им е 49 634, а през 2016 г. – 52 949. Има редица местни фондове и програми, които, макар и не конкретно насочени към втори шанс в предприемачеството, могат да се използват за рестартиране на бизнес.



ХЪРВАТИЯ

Бизнес климатът в Хърватия се развива в положителна посока, като през 2014 г. има общо 104 116 активни фирми, а през 2015 г. – 106 221. Има различни видове организации, които предоставят подкрепа за втори шанс в предприемачеството в Хърватия, като: агенции за развитие, търговски камари, бизнес инкубатори, НПО и др. Хърватската търговска камара по-специално помага на предприемачите да намерят бизнес партньори на национално и международно ниво, като осигурява образование за бизнес и предприемачески способности и източници на финансиране. Една от хърватските агенции за развитие реализира програма, насочена към предприемачи със затруднения в управлението на бизнеса си. Целта е да се избегне пазарен провал на перспективни бизнес начинания, както и да се подобри цялостното възприятие, често свързано с трудности в бизнеса.



3.1. Доклади на държавите относно конкретната бизнес среда във всяка държава

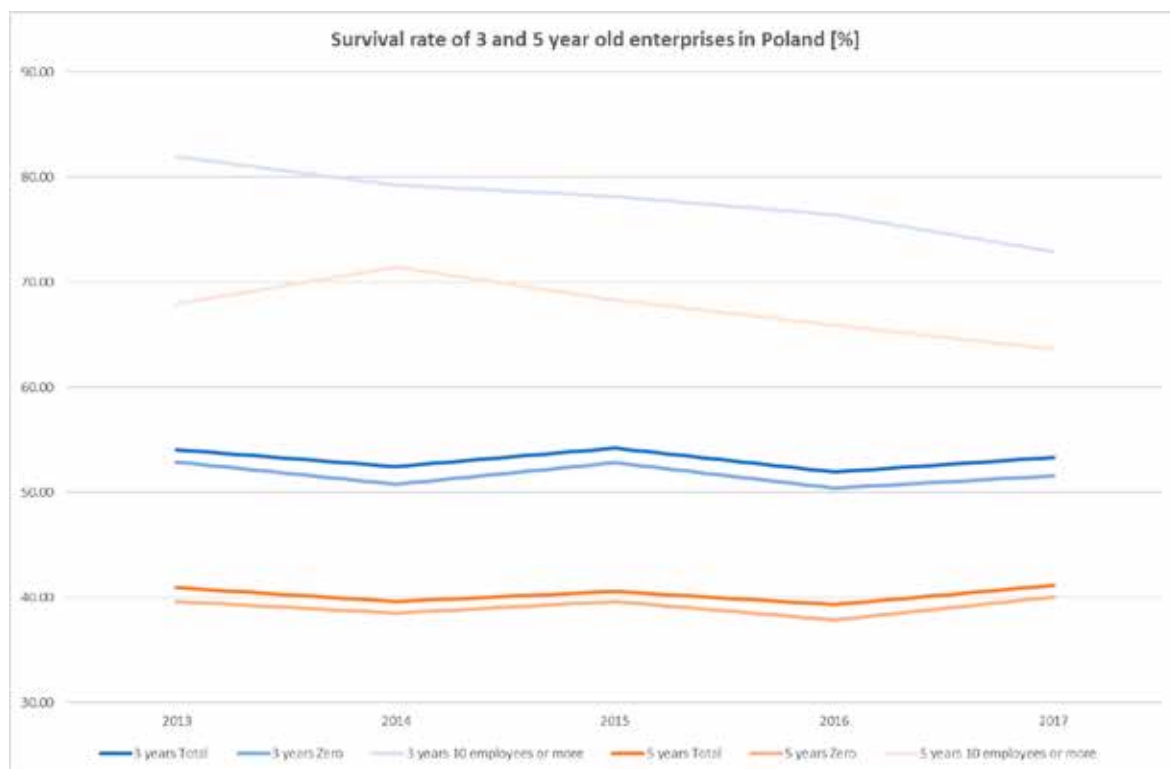
3.1.1. Местни ресурси и законодателство

3.1.1.1. Колко предприятия са успешни?

Статистиката и анализът, представени по-долу, са базирани на различни източници и показатели във всяка партньорска държава. Следователно е трудно да се направи реално сравнение между резултатите и ще е по-ефективно цифрите да се анализират отделно.



ПОЛША



Фигура 1 Процент на оцеляване на 3-годишни и 5-годишни предприятия в Полша (%). (2013 – 2017). Източник: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/entrepreneurship/indicators>

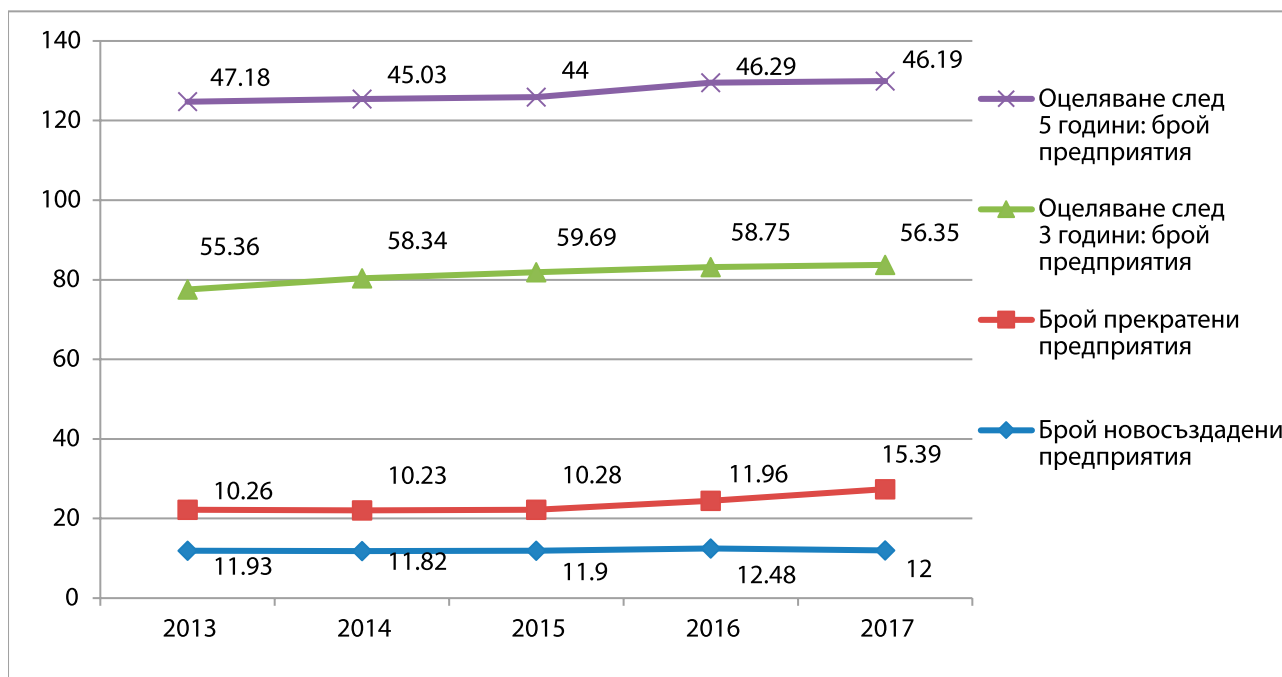
Според данни на Eurostat, процентът на оцеляване на всички полски предприятия през последните години остава стабилен: около 55% още съществуват след 3 години, а около 40% - след 5 години. Показателите за групата на най-малките компании (с един служител) изглеждат сходни, което означава, че условията за тяхното развитие могат да се считат за относително стабилни. Налице е



обаче друга тенденция при по-големите компании (с поне 10 служители): като цяло оцеляват повече (60-80%), но през последните 5 години този процент е намалял с около 10%. Показателите водят до заключението, че ситуацията в Полша трябва да се промени и с помощта на настоящия Наръчник могат да се мотивират повече предприемачи да стартират повторно успешно бизнес начинание. Местните ресурси и инициативи в Полша могат да бъдат двигател на промяната.



БЪЛГАРИЯ



Фигура 2 Бизнес демография в България 2013 – 2017 (%) Източник: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/entrepreneurship/indicators>

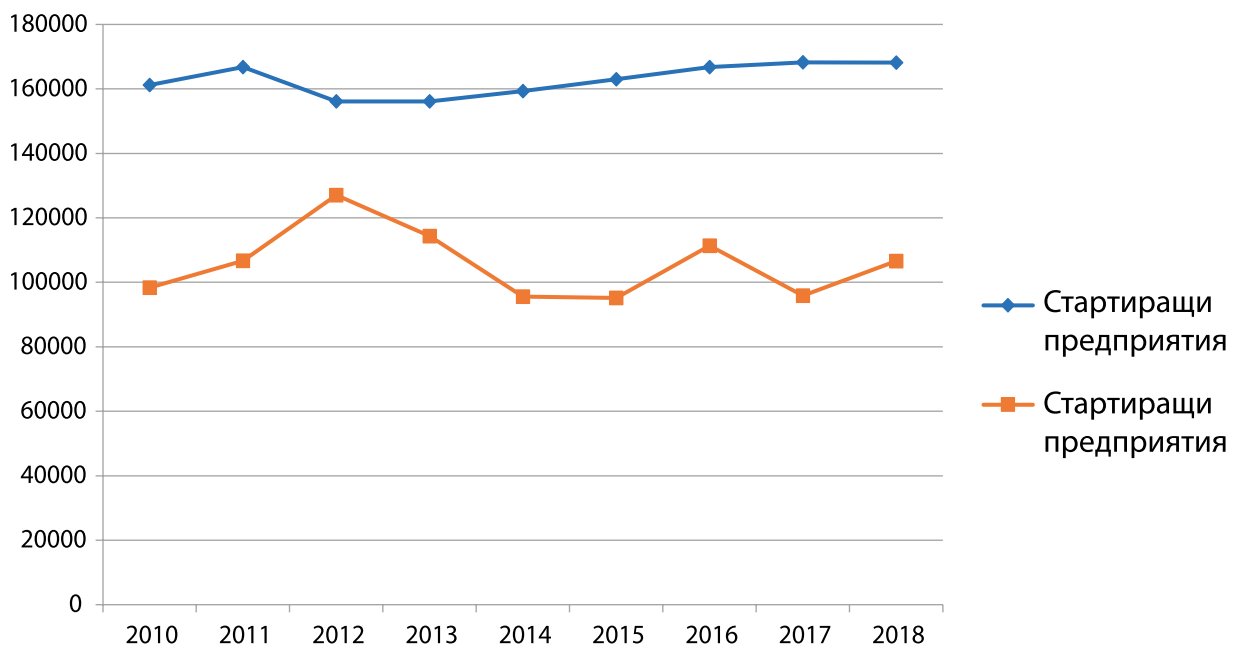
Както се вижда от горната графика, процентът на новосъздадени предприятия (измерван чрез броя новосъздадени предприятия, разделен на броя активни предприятия) е относително стабилен за периода между 2013 и 2017 г., като възлиза на приблизително 12% на година. Прекратените предприятия (измервани като брой прекратени предприятия, разделен на броя активни предприятия) е по-нестабилен, като процентът драматично се повишава от около 10% в рамките на периода 2013 – 2015 до 11.96% през 2016 и 15.39% през 2017 г. Процентът на оцеляване на 3-годишни предприятия и 5-годишни предприятия (измерван като брой предприятия за референтния период, новосъздадени през първата година и оцелели, разделени на броя новосъздадени) за периода 2013 – 2017 леко се различават. 3-годишните предприятия отбелязват ръст в оцеляването до 2015 г. (от 33.36% до 59.69%) и макар че през 2016 г. има лек спад (58.75%), през 2017 г. има по-голям спад, като процентът на



оцеляване намалява до 56.35%. Подобни тенденции се наблюдават за микро и малките предприятия, но с по-малък спад в процента на оцеляване. Тенденциите на оцеляване при 5-годишните фирми са по-стабилни за 5-те години. Има рязък спад в процента през 2015 г. (от 47.18% през 2013 г. до 44% през 2015 г.), но се наблюдава увеличение през следващите 2 години, което достига 46% оцелели фирми след 5-тата си година. Резултатите показват, че по-малко предприятия остават жизнеспособни след 3-тата година, което може да означава, че предприемачите се нуждаят от дългосрочно планиране на развитието на своя бизнес от самото начало. Може да се използва повече помощ под формата на различни местни стимули и фондове, за да могат фирмите да останат печеливши, особено през третата година след създаването им.



НИДЕРЛАНДИЯ



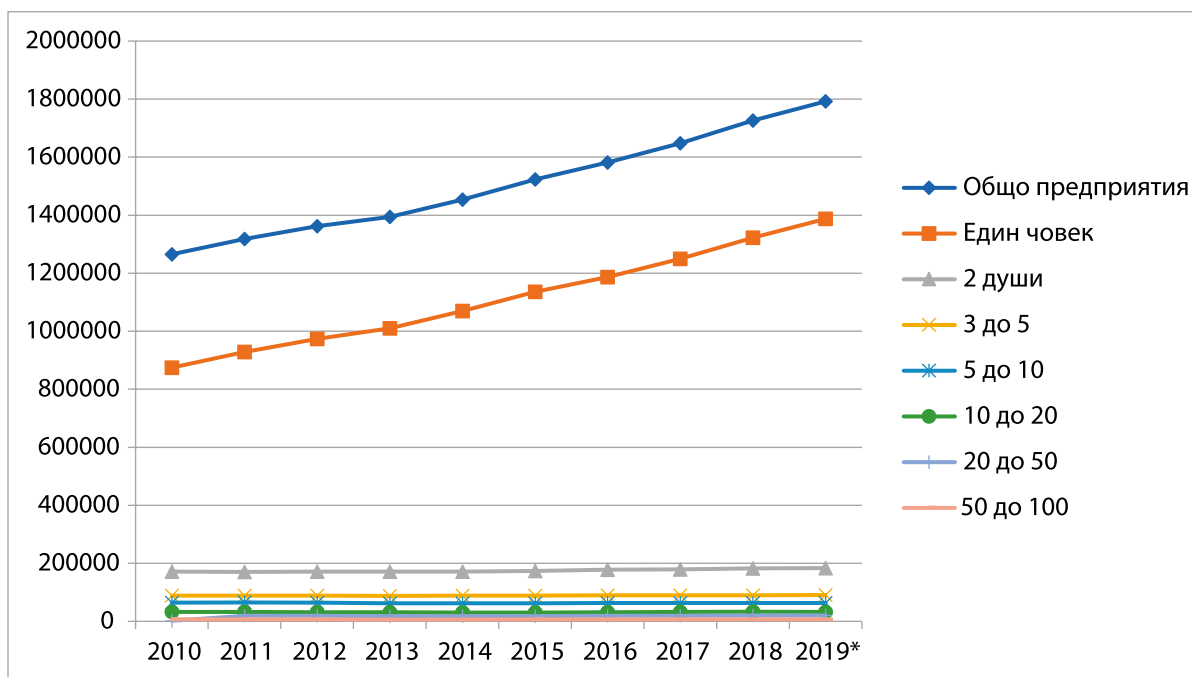
Фигура 3 Стартиращи и закрити предприятия в Нидерландия 2010 - 2018. Източник: www.cbs.nl

В края на 3-тото тримесечие на 2019 г. има общо 1 792 145 регистрирани предприятия в Нидерландия, което е ръст с 307 000 спрямо същото тримесечие 3 години по-рано, което ясно показва признаци за силна конюнктура. По-добър показател за състоянието на икономиката е да се види колко от тези компании все още съществуват след определен период от време, както и за какъв размер бизнеси говорим.

Като цяло, общият обем на бизнесите в Нидерландия се увеличава, както може да се види на фигури 3 и 4. Въпреки това е ясно, че това увеличение до голяма степен се дължи на ръст в бизнеси с един служител. Това изглежда ясна тенденция в Нидерландия, където в края на 2018 г. около 19% от общото



работещо население са независими предприемачи.



Фигура 4 Таблица 2 Размер на предприятията в Нидерландия 2010 - 2019. Източник: www.cbs.nl *3-то тримесечие на 2019 г.

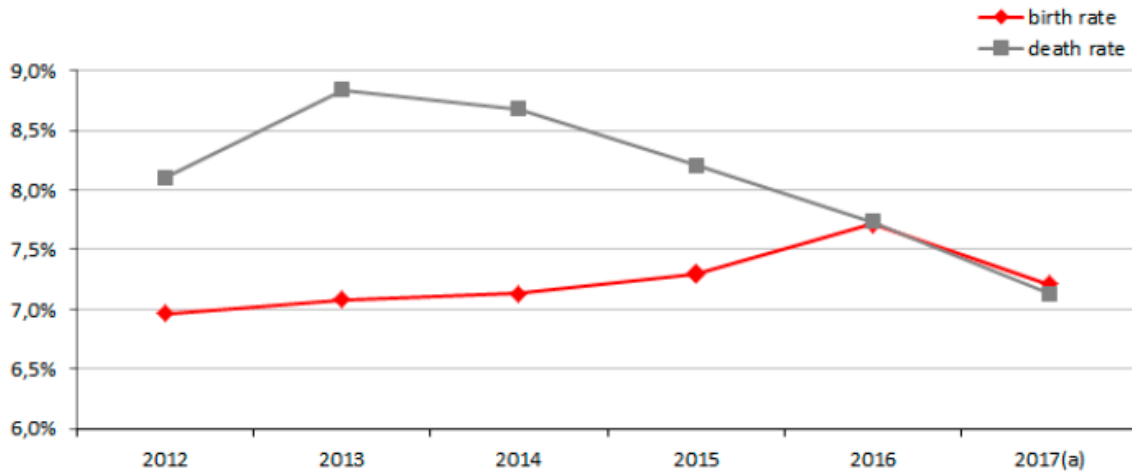
Продължителността на живот на новосъздадените бизнеси се вижда на долната таблица. Независимо от размера на бизнеса, около 60% от новосъздадените бизнеси ще продължават да функционират след 5 години. Тези резултати са доста положителни в сравнение с останалите партньорски държави. Използването на различни ресурси, мрежи за сътрудничество и друга помощ, предоставени на местно ниво, ще помогнат за поддържане на този брой и дори повишаване на процента на оцелели предприятия.



Фигура 5 Продължителност на живота 5 години след стартиране на предприятието в Нидерландия 2014 - 2018. Източник: www.kvk.nl



ИТАЛИЯ



(a) death rate estimates for 2017

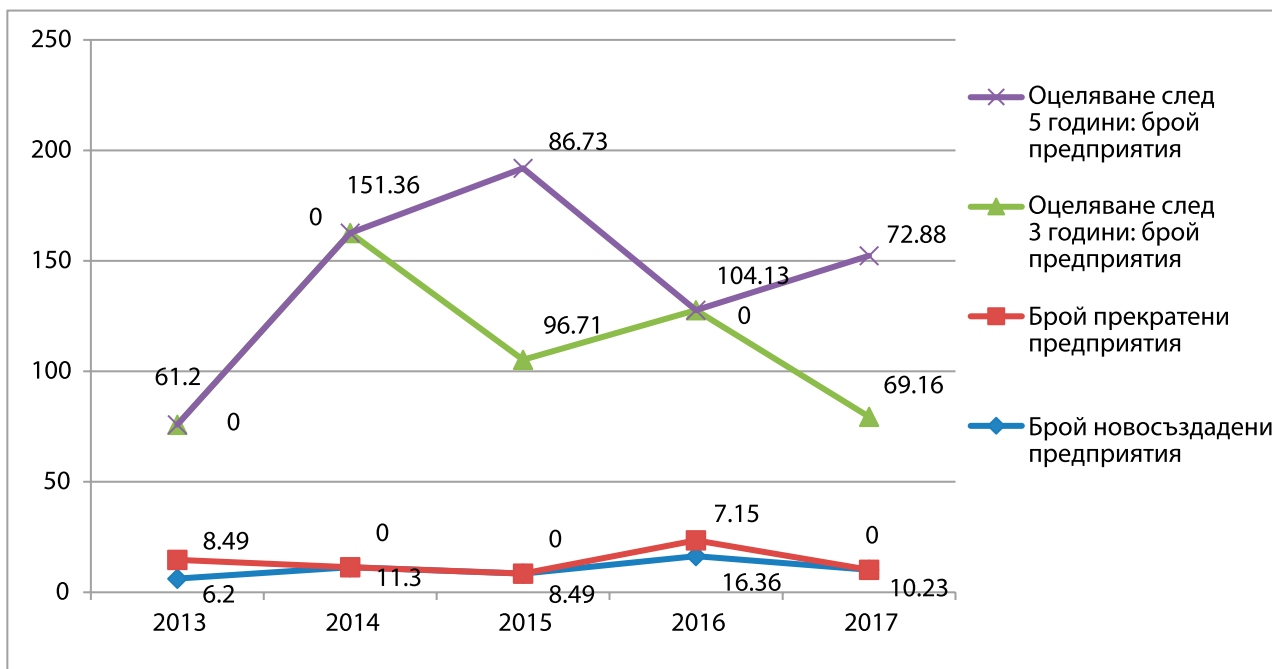
Фигура 6 Процент на създаване и прекратяване на предприятия в Италия, години: 2012-2017.

Източник: ISTAT

През 2017 г. броят на реално новосъздадени предприятия е 276 890, с 20 000 по-малко в сравнение с 2016 г. След положителната тенденция през последните 5 години, процентът на новосъздадени предприятия отчита спад и е равен на 7.2% - 0.5 процентни пункта по-малко в сравнение с предходната година. Процентът на прекратяване продължава тенденцията за прогресивно намаляване, стартирала през 2014 г.: през 2017 г. прекратените предприятия са 273 818, като процентът им възлиза на 7.1% (което е с 0.6% по-малко в сравнение с 2016 г.). Динамиката на двете стойности води до леко положителен нетен оборот през 2017 г. (+0.1%), което променя отрицателната тенденция, отчитана след 2007 г. Тенденциите в Италия показват, че макар че се прекратяват по-малко предприятия, броят на създаваните също е по-нисък. Ако предприемачите, които веднъж не са успели, разполагат с подходящи инструменти, статистиките може да се променят и да се създаде наистина положителна тенденция.



МАЛТА

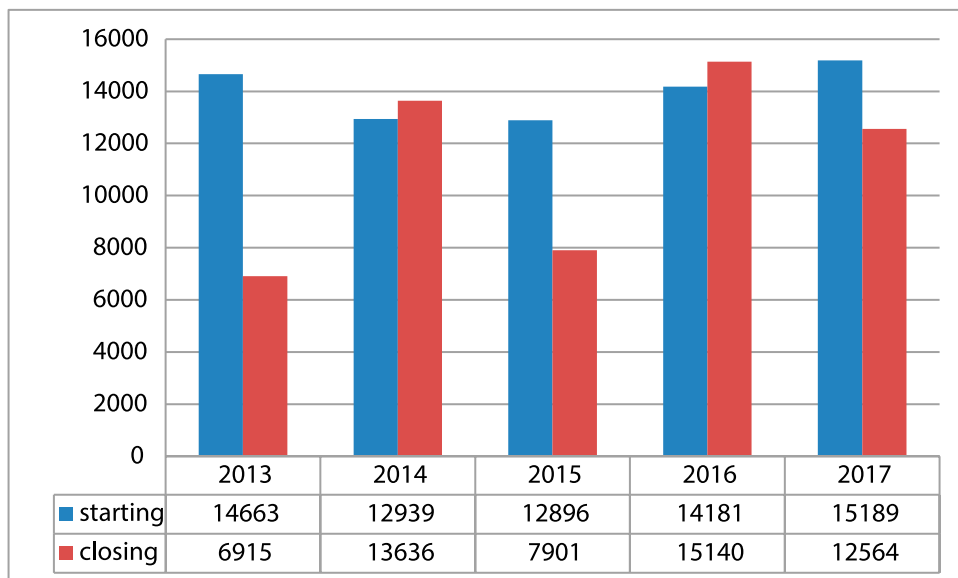


Фигура 7 Бизнес демография в Малта 2013 – 2017 (%) Източник: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/entrepreneurship/indicators>

Представените по-горе данни не могат да доведат до заключение относно конкретни тенденции, тъй като за някои от годините информацията е останала поверителна и затова е отбелязана с 0. Има съществен спад в процента на новосформирани компании от 2016 (16.36%) до 2017 г. (10.23%), но тъй като не може да се съпостави с процента на прекратени предприятия, може да се направи заключение единствено, че е налице доста отрицателна тенденция при новосъздадените предприятия. Процентът на оцеляване на 3-годишни предприятия е доста динамичен, с рязък спад от 104.13% през 2016 г. до 69.16% през 2017 г. Статистическите данни за оцеляване на 5-годишни предприятия не са достатъчни за направата на заключение. Липсата на данни показва, че в момента има недостатъчно изследване на предприемачеството в Малта и е необходимо повече. Повече местна подкрепа под формата на финансиране, нетуъркинг и менторство би могла да стимулира бизнес начинанията и шанса за стартиране на нов бизнес.



ХЪРВАТИЯ



Фигура 8 Стартиращи и прекратени предприятия в Хърватия за 2013 – 2017 г. (брой). Източник: Bisnode, <http://www.poslovni.hr/hrvatska/s-novih-15189-tvrtki-pao-rekord-iz-zlatne-2013-336073>

Икономическият растеж в Хърватия през 2017 г. е видим от данните за новосъздадени действащи бизнеси. Общо 15 189 бизнеси се вписват в съдебния регистър, което представлява ръст от 7.1% спрямо 2016 г. и с 3.6% повече от „златната“ 2013 г. в Хърватия. Добрата новина е, че броят на новосформираните компании надвишава с 20% броя на прекратените (12 564). Броят на прекратените компании през последните години се увеличава, след като Законът за фалита ускорява автоматичното затваряне на компании без дейност от повече от 120 дни.

По отношение на формата на компанията, най-голям е процентът на „дружество с ограничена отговорност“ – почти 52%, макар че привлекателността на този относително евтин начин за стартиране на бизнес бавно намалява. Общо 36 367 прости дружества с ограничена отговорност функционират в Хърватия през 2017 г., като са регистрирани общо 234 967 компании, които извършват търговска дейност (като асоциации, партии, вероизповедания и други институции са 327 121), от които 150 687 са бизнеси, а 84 280 – занаяти. Ако статистиките за занаяти и независима дейност бъдат добавени към споменатите по-горе данни, през 2017 г. са създадени общо 25 680 компании и са закрити 20 829. Цитираните данни показват, че Хърватия бързо се трансформира в икономика на занаятите – тенденция, наблюдавана и в други европейски държави. Новосъздадените бизнеси са доминирани от доставчици на услуги в областта на ИТ и консултирането. Водещият сектор сред компаниите е търговия, със 17.5% от новосъздадените бизнеси, наред с хотелиерство и ресторантьорство, интелектуалния, строителен и производствен сектор. В тези сектори са създадени над 62% от всички



компани, но повече от тях са и прекратени (72%) (Източник: <http://www.poslovni.hr/hrvatska/s-novih-15189-tvrtki-pao-rekord-iz-zlatne-2013-336073>).

☑ ДАНЪЧНИ РЕГУЛАЦИИ

В днешно време предприемачите не се задържат на едно място, като често започват или рестартират свой бизнес или клонове на компаниите си извън държавата, в която живеят. Основен двигател за започването на бизнес в чужбина е наличието на облекчени данъчни регулации. Както отбелязва един от външните участници в проекта: *„С нарастващия брой международни бизнес трансакции ефектът на данъчните регулации е от все по-нарастващо значение“*. Предвид факта, че данъчните режими често се променят, ако имате интерес да започнете бизнес в Полша, България, Малта, Италия, Нидерландия или Хърватия, ви съветваме да следните измененията в данъците на линковете по-долу:



ПОЛША

- Информация за данъчните регулации в Полша: <https://www.podatki.gov.pl/>



БЪЛГАРИЯ

- **Корпоративен данък в България с информация за регистрация за целите на корпоративния данък, водене на счетоводна документация и изготвяне на данъчна декларация за целите на корпоративния данък:** https://europa.eu/youreurope/business/taxation/business-tax/company-tax-eu/bulgaria/index_en.htm
- **Закон за корпоративното подоходно облагане:** <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135540562>
- **Национална агенция за приходите:** <https://nap.bg/page?id=327>
- **Единно звено за контакт (ЕЗК), Република България:** <http://psc.egov.bg/psc-tax-scheme> & <https://mi.government.bg/bg/pages/point-of-single-contact-for-service-providers-50.html> - ЕЗК е портал за електронни административни услуги създаден във всяка държава - членка на ЕС, който да улесни предприемачите стартиращи и желаещи да развият бизнес в сферата на услугите, не само в своята държава, а на територията на целия Европейски съюз.
- **Практически насоки за правене на бизнес в Европа:** https://europa.eu/youreurope/business/index_en.htm
- **Данък върху добавената стойност:** <https://www.minfin.bg/en/790>
- **Закон за данъците върху доходите на физическите лица:** <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135538631>
- **Търговски регистър и регистър на ЮЛНЦ:** <https://www.registryagency.bg/bg/registri/targovski-registar/>



НИДЕРЛАНДИЯ

- **Стартиране на всякакъв тип бизнес (данъчни власти):** https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/ondernemen//onderneming_starten
- **Всеки бизнес първо трябва да бъде регистриран в Търговската камара:** <https://www.kvk.nl/inschrijven-en-wijzigen/inschrijven> (след което информират данъчните власти и регистрират ДДС номер)
- **Уеб сайт, съдържащ всички линкове към всички правила за регистрации/данъци/ ДДС правила и др.:** <https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/internationaal/internationaal-zakendoen-wat-zijn-de-dos-en-donts>



ИТАЛИЯ

- **Министерство на икономиката и финансите – Финансов отдел:** www.finanze.gov.it
- **Данъчна служба:** www.agenziaentrate.gov.it



МАЛТА

- **За малки предприятия:** <https://cfr.gov.mt/en/Small%20Businesses/Pages/SME-Registration.aspx>
- **Работодатели:** <https://cfr.gov.mt/en/Small%20Businesses/Pages/SME-Registration.aspx>
- **Корпоративен данък:** <https://cfr.gov.mt/en/Corporate/Pages/Corporate-Tax.aspx>
- **Международно данъчно облагане:** <https://cfr.gov.mt/en/inlandrevenue/itu/Pages/International-Taxation.aspx>
- **Данъци и митнически правила в ЕС:** https://ec.europa.eu/taxation_customs/business_en



ХЪРВАТИЯ

- **Информация за данъци, регулации и международно данъчно облагане в Хърватия – Министерство на финансите:** <https://www.porezna-uprava.hr/en/Pages/default.aspx>



3.1.1.2. Местни ресурси и регулации за стимулиране на втори шанс в предприемачеството

✓ МЕСТНИ ФОНДОВЕ И ПРОГРАМИ



ПОЛША

● Nowy Start (Нов старт)

Уебсайт: <https://www.parp.gov.pl/component/grants/grants/nowy-start>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Покана за проекти, които имат за цел предоставяне на обучение и консултации за предприемачи (общо поне 1000 души), които са се провалили в предишната си компания и са започнали повторно бизнес дейност. Бюджетът на поканата възлиза на 15 милиона полски злоти и се финансира от Европейския социален фонд по програма POWER 2014-2020. Подадени са 24 проекта, оценяването на които ще приключи до края на 2019 г. След това ще започне реализацията на избраните за финансиране проекти.

● Проект Early Warning Poland

Уебсайт: <https://www.parp.gov.pl/component/site/site/early-warning>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Проектът Early се реализира от PARP и фондация Family Businesses. Тя има за цел подкрепа на предприемачество и развитие на малки и средни предприятия. Най-важната задача на Early Warning е да разработи система, която следва да подпомага компании от всички сектори в справяне с предизвикателства, управление на кризи и възползване от втори шанс в случай на провал. Системата се състои от национална мрежа от консултанти, към които предприемачите могат да се обърнат за помощ при диагностика на състоянието на компанията и които могат да им посочат възможности за подкрепа, национална мрежа от ментори, т.е. опитни предприемачи, които ще работят безвъзмездно с предприемача, като го подкрепят в процеса на възстановяване от кризата, ще му предлагат съвет, както и мрежа от консултанти, които са специалисти в областта на законодателството, свързано с реструктуриране.

● Проект REBORN

Уебсайт: <https://www.interregeurope.eu/reborn/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? REBORN е текущ проект, който ще предоставя на регионите в ЕС възможност за научаване на политики и трансфер на добри практики относно втори шанс в предприемачеството, тъй като в Европа има недостатъчно инструменти и знания, които да помогнат на бизнесите в случай на провал, стимулирайки МСП в ключови регионални сектори, преодолявайки настоящите затруднения и др. REBORN е идеалният инструмент, който да помогне на регион Люблински, Полша, като един от партньорските региони, за засилване на политиките и



положението по отношение на регионално развитие, чрез реализация на планове за подкрепа на „рестартиращи“ чрез по-добро използване на европейския фонд за регионално развитие и други допълващи го фондове за постигане на обща цел. Останалите региони, към които е насочен проектът, са Лигурия, Мурсия, Валония и Централна Унгария.

● Регионални оперативни програми / POWER

Уебсайт: <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka/osobafizyczna/#/3756=Osoba%20fizyczna>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? По регионалните оперативни програми и програма POWER (финансирана от Европейския социален фонд) се реализират стотици проекти, адресирани към лица, опитващи се да започнат собствен бизнес, включително за втори път. Всеки проект има конкретна целева група и подкрепа, като разработване на индивидуален кариерен план с помощта на консултант, специални обучения, стажове, грантове за стартиране на бизнес и менторство. Интересуващите се от тази подкрепа предприемачи, търсеци втори шанс, могат да открият проект, който отговаря на нуждите им.



БЪЛГАРИЯ

● LAUNCHub Ventures

Уебсайт: <https://www.launchub.vc/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Целта на LAUNCHub Ventures е да помогне на предприемачите да превърнат собствените си идеи и визии в успешни компании. Те предоставят не само финансова подкрепа, но и насоки за набиране на капитал и нетуъркинг. LAUNCHub Ventures е фирма за инвестиции с начален рисков капитал, базирана в София, която инвестира в новосформирани компании в България и Югоизточна Европа. Създаден през 2012 г., първият LAUNCHub фонд в размер на 9 милиона евро инвестира активно до 2015 г. и е разпределен на предварителни суми от до 200 000 евро. Предишният фонд е подкрепил 62 новосформирани компании, привлекли над 20 милиона евро при последващо финансиране. Вторият фонд от 18 милиона евро на LAUNCHub Ventures се разширява с инвестиции от 300 000 евро до 700 000 евро, до 2 милиона евро на компания. Предишната финансова история и цялостното представяне на компании – втори шанс се разглеждат много внимателно, когато се решава дали да се финансира и подкрепи техния потенциал.

● Eleven Ventures

Уебсайт: <https://www.11.me/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Eleven Ventures е pre-seed и seed фирма за рисков капитал, базирана в София, България, с фокус върху предприемачи от Югоизточна Европа. Вторият фонд на Eleven Ventures - Founders Fund, сключи първата си сделка за 6 милиона евро. Това е изцяло частен инвестиционен фонд, спонсориран от някои от най-успешните местни предприемачи



и ръководители в областта на технологиите. Той е базиран на общност от основатели, ментори и инвеститори, с амбицията да се превърне в предпочитания начален инвеститор за всички нови предприемачи в Югоизточна Европа. Може да подпомага втори шанс в предприемачеството основно чрез финансови инвестиции.

● Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020

Уебсайт: <http://en.opic.bg/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Програмата предоставя подкрепа за българския бизнес от европейските структурни и инвестиционни фондове за периода 2014-2020 г. ОПИК се фокусира върху адресиране на нуждите, преодоляване на предизвикателствата и използване на възможностите за развитие на българската икономика. Мерките, включени в програмата, имат за цел да допълнят комплексно създаването на устойчиви, дългосрочни конкурентни предимства на български предприятия и да ускорят прехода към икономика, базирана на знания. Подкрепата е фокусирана върху иновации, предприемачество, развитие на капацитет на малките и средни предприятия, енергийна и ресурсна ефективност на бизнесите. Има различни инициативи, стартирани по програмата, като „Промотиране на предприемачеството“, която е подходяща за втори шанс в предприемачеството, „Подкрепа за развитие на иновации от новосформирани компании“, също подходяща за предприемачи, които веднъж не са постигнали успех и искат да започнат нов бизнес; процедура по подход за общностно местно развитие, наречена „Местна инициативна група Котел, Сунгурларе и Върбица – Повишаване на конкурентоспособността на МСП на територията на МИГ чрез въздаване на възможности за местен бизнес, включително чрез диверсификация и алтернативни дейности“, също предназначена за компании, които току-що са били създадени, така че търсец втори шанс предприемач може да създаде отново бизнес, използвайки подкрепа по тази процедура.

● Програма за финансиране на иновативни предприятия (FISP)

Уебсайт: <https://ogf-sofia.com/en/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? FISP е стартирана от Общинския гаранционен фонд за МСП (ОГФМСП) и е новата гаранционна схема, добавена към вече успешната Обща гаранционна схема. Програмата FISP е специализирана гаранционна схема на ОГФМСП и е разработена в изпълнение на Иновативната стратегия за интелигентна специализация на София. Тя има за цел да улесни достъпа на предприемачи и техните новосформирани иновативни предприятия до финансови ресурси във връзка с реализацията и развитието на техните бизнес проекти. Следователно, компанията е много подходяща за предприемачи, които искат да рестартират бизнеса си, тъй като компанията трябва да е създадена не повече от 3 години преди искането за гаранционна подкрепа. ОГФМСП поделя с банката кредитор част от кредитния риск, като гарантира до 50% от размера на главницата на предоставения заем. Гаранцията е допълнително обезпечение на главницата по заема, приемано от банката. Максималният размер на издаваните от ОГФМСП гаранции по този финансов инструмент е 600 000 лв.



НИДЕРЛАНДИЯ

● Qredis Miccocredit

Уебсайт: <https://qredits.nl/krediet/microkrediet>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Това е подкрепена от правителството програма за подкрепа на стартиращи (и рестартиращи) предприемачи със заем, особено по време, когато редовните финансови институции (напр. банки) все още не предоставят кредити. Размерът на кредита може да достигне 50 000 евро и може да се комбинира с коучинг (безплатно) по финансови въпроси, както и с редовно бизнес управление (като намиране на клиенти). Организацията (Qredis) предлага и по-големи кредити, в размер до 250 000 евро, за по-големи компании. Повече информация за схемата може да намерите тук: <https://qredits.nl/krediet/mkb-krediet>

И в двата случая не става дума просто да предадете бизнес и финансов план, които да бъдат отхвърлени или одобрени. По-скоро е процес на сътрудничество, в който получавате насоки за стъпки, които да предприемете, за да бъде по-успешна молбата ви за финансиране. Така се предоставят и обучение и коучинг в най-ранните етапи на развитие на предприятието.

● Borgstelling MKB

Уебсайт: <https://www.rvo.nl/subsidies-regelingen/borgstelling-mkb-kredieten-bmkb/aanvraaginformatie-borgstelling-mkb-kredieten>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Програмата Borgstelling MKB (гаранционен фонд за МСП) е гаранционна схема, подкрепена от правителството, при която стартиращите предприемачи могат при предоставяне на заем да използват тази гаранция за осигуряване на по-добри условия (по-ниски лихви). Предприемачите не могат сами да кандидатстват за тази гаранция – тяхната финансова институция трябва да я получи. Тъй като общата сума на всички заеми с гаранция е ограничена на годишна база, предприемачите трябва да проверяват тази програма в началото на годината.

● Еразъм за млади предприемачи

Уебсайт: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Еразъм за млади предприемачи е трансгранична програма за обмен, която предлага на нови и желаещи предприемачи възможност да учат от опитни предприемачи, които управляват малък бизнес в една от партньорските държави. Обменът на опит се провежда по време на престой при опитния предприемач, което помага на новия предприемач да придобие уменията, необходими за управление на малък бизнес. Приеманият предприемач получава нови бизнес перспективи и има възможност да работи с чуждестранни партньори и да научава за нови пазари. Според мнозина програмата е отворена само за стартиращи предприемачи или такива, които искат да променят настоящия си бизнес, но очевидно е отворена и за предприемачи, търсещи втори шанс. В Нидерландия това скоро ще бъде изрично посочено на уебсайта на програмата!



● NL Groeit (NL Grows)

Уебсайт: www.nlgroeit.nl

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? NL Groeit (NL Grows) е инициатива, подкрепена например от Министерството на икономиката и климата, търговските камари, която предлага инструменти за планиране на бизнес, тестване доколкото сте готови за следващата крачка, и още много. Това, което я прави специална, е, че има мрежа от около 80 предприемачи, които са налични като ментори, за да помагат на предприемачи, включително предприемачи, търсещи втори шанс. Доста от тези 80 ментори имат свой опит с „провал“ и знаят най-добре какво е необходимо за справяне с такива ситуации.



ИТАЛИЯ

● Smart&Smart Italia

Уебсайт: <http://www.smartstart.invitalia.it/site/smart/home.html>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Smart&Smart Italia е субсидирана схема за финансиране на иновативни новосформирани предприятия, базирани в Италия. Общата финансова помощ по схемата възлиза на 200 милиона евро, налични до изчерпване на средствата за иновативни проекти, чиито разходи за инвестиции и/или управление са между 100 000 евро и 1.5 милиона евро. Схемата за финансиране ще покрива такива програми за разходи чрез ипотека с нулев лихвен процент за 70% от общата им стойност. Покритието се увеличава до 80%, когато мнозинството от бизнес сътрудниците и служителите са жени или са под 35-годишна възраст. В допълнение, когато бенефициентът е иновативно новосформирано предприятие, базирано в Южна Италия, 20% от финансирането се конвертира в грантова помощ. Достъпът до мярката е открит за лица с ангажимент за създаване на иновативно предприятие през следващите 60 дни. Новосформирани предприятия на по-малко от 12 месеца също могат да се възползват от услугите за обучение по технически и управленски въпроси, което прави схемата подходяща за търсещи втори шанс предприемачи, които рестартират бизнеса си или създават нов.

● Italia Startup Hub

Уебсайт: <http://italiastartuphub.mise.gov.it/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Italia Startup Hub е програма, която допълва ускорените процедури на Italia Startup Visa, като ги предлага и на лица, които не са граждани на ЕС, но вече притежават разрешително за пребиваване (получено например с цел образование), които възнамеряват да останат в Италия след изтичане на срока му, за да стартират иновативна компания. Тази компания позволява превръщането на повечето видове разрешителни за пребиваване в „разрешително за самостоятелна заетост в иновативно предприятия“ без напускане на територията на Италия и използване на същите опростени мерки като в началната програма. Това прави Hub



полезна за неуспешни предприемачи, включително такива, които са се опитали да развият бизнес в друга държава, тъй като могат да започнат на чисто в Италия.

● Microcredit

Уебсайт: <https://microcredito.gov.it/finanziamenti.html>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Microcredit е финансов инструмент, който има за цел да удовлетвори нуждите от финансово включване на тези, които имат трудности при достъп до традиционни кредити. Това не е просто заем, а интегрирано предложение за финансови и нефинансови услуги. Това, което го разграничава от обикновен заем, е вниманието към всеки човек, което се изразява в приветливи, изслушващи и подкрепящи бенефициенти от началото до край, както и специалното внимание, което се обръща на валидността и устойчивостта на проекта. Инструментът микро кредит, под формата на „предприемачески микрокредит“, е предназначен за всички, които планират да стартират или засилят своята самостоятелна заетост или микро предприятия и срещат трудности да получат банков кредит. Следователно е ценен инструмент за стартиращи или рестартиращи предприемачи.

По-конкретно, възможностите за финансиране са налични за:

- Самонаети лица с ДДС регистрация от не повече от 5 години с максимум 5 служители;
- Отделни компании с ДДС регистрация от не повече от 5 години с максимум 5 служители;
- Компании от лица, професионалисти, опростени ООД и кооперативи, регистрирани по ДДС от не повече от 5 години с максимум 10 служители.

● Resto al Sud

Уебсайт: <https://www.restoalsud.it/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Resto al Sud е инициатива, която подкрепя създаването на нови професионални дейности в 8-те южни региони на Италия. Предлага финансиране в размер на до 200 000 евро за млади професионалисти до 45-годишна възраст. Финансирането покрива 100% от допустимите разходи и се състои от:

- безвъзмездна част в размер на 35% от общата инвестиция;
- банково финансиране в размер на 65% от общата инвестиция, гарантирано от Гаранционния фонд за МСП. Лихвите по заема се покриват изцяло от субсидия.



МАЛТА

● Business First

Уебсайт: <https://businessfirst.com.mt/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Най-добрият начин да започнете бизнес в



Малта е да се свържете с Business First – тъй като там има експерти от всички приложими програми за подкрепа на бизнеса, които могат да ви съдействат по най-добрия начин да стартирате своя бизнес. Те могат да ви консултират относно правилната правна форма, която да създадете. Това е едно от най-важните решения, които трябва да вземете на ранен етап, тъй като ще определи как ще управлявате бизнеса си в бъдещето. Повече информация за различните правни форми може да откриете на: <https://businessfirst.com.mt/en/planning/Pages/business-formation.aspx>

● **Схема за бизнес консултантски услуги 2018-2020**

Уебсайт: <https://www.maltaenterprise.com/support/business-advisory-services>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Схемата за бизнес консултантски услуги има за цел да подкрепя бизнес начинания в Малта, като им предоставя достъп до консултантски услуги, съобразени с конкретните обстоятелства. Схемата има за цел да помогне на предприемачи, мениджъри и собственици на бизнес при формулирането на бизнес стратегии с цел гарантиране на устойчивост и растеж. Бенефициентите получават ваучер за бизнес консултации (валиден за срок от 6 месеца), който могат да използват, за да заплатят на консултант за помощ при адресиране на конкретни трудности или инициативи за развитие в рамките на бизнес начинанието. Ваучерът има парична стойност от не повече от 500 евро за минимум 5 часа консултантски услуги. Допълнително консултации се подпомагат с финансова помощ под формата на данъчен кредит, изчислен в размер на 50% от разходите на бенефициента, до максимална помощ в размер на 2000 евро. По този начин търсещите втори шанс предприемачи могат да получат подкрепа за управлението на своето бизнес начинание.

● **Схема за данъчни кредити за инвестиционна помощ 2014 - 2020**

Уебсайт: <https://www.maltaenterprise.com/support/investment-aid-tax-credits-2014-2020>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Данъчните кредити за инвестиционна помощ имат за цел да поддържат регионалното промишлено и икономическо развитие на Малта. Тази мярка улеснява началните инвестиции, като насърчава създаването на нови предприятия и разширяването и развитието на съществуващи компании. Чрез тези кредити мотивацията на стартиращите повторно предприемачи може да бъде значително стимулирана.

● **Micro Invest**

Уебсайт: <https://www.maltaenterprise.com/support/micro-invest>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Целта на тази схема е да насърчи бизнес начинанията да инвестират в иновации, разширяване и спазване на законови изисквания или развитие на своята дейност. Такива предприятия могат да включват и самонаети лица, които се подкрепят чрез данъчен кредит, представляващ процент от допустимите разходи, включително заплати на нови служители. Чрез тези мерки Micro Invest може да предостави достатъчно подкрепа на нови, опитни и рестартиращи предприемачи.

● **B-Start**



Уебсайт: <https://www.maltaenterprise.com/support/business-start-bstart>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Това е безвъзмездна помощ в размер на до 25 000 евро, която новосформираните компании могат да използват през първите 3 години след създаването си. Тъй като е под формата на безвъзмездна помощ, наистина може да представлява вид финансиране, което стимулира търсеци втори шанс предприемачи, нуждаещи се от допълнителен тласък. Тъй като е сравнително нов вид подкрепа, вероятно при първото стартиране на бизнес предприемачите не са получили такава помощ, така че това представлява допълнителен стимул.



ХЪРВАТИЯ

● Хърватска банка за възстановяване и развитие (HBOR)

Уебсайт: <https://www.hbor.hr/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? В хърватската банкова система HBOR играе ролята на банка за развитие и износ, създадена, за да финансира възстановяването и развитието на хърватската икономика. Програмите за кредити с ниски лихви, дълги срокове за погасяване и без такси са структурирани в 13 групи: младежи, жени и новосформирани предприятия, инвестиции в частния сектор, финансиране за експорт, кредити за купувачи, кредити за доставчици, инвестиционни заеми за развитие на селските райони, финансово реструктуриране, инвестиции в публичния сектор, европейски проекти, оборотен капитал, ESIF Растеж и развитие, ESIF Енергетика, ефективност и публично строителство и ESIF Кредити за публично осветление. За търсеци втори шанс предприемачи се определя, че те се нуждаят от помощ за прекратяване на провален бизнес, например могат да използват кредит за финансово реструктуриране за уреждане на задължения към доставчици, финансови институции и други кредитори (с изключение на свързани лица, освен за нуждите на обичаен и действащ бизнес, ако свързаните лица са съ-длъжници на кредитополучателя). За да се стимулира нов бизнес, могат да се използват други програми, с изключение на тези за младежи, жени предприемачи и новосформирани предприятия, тъй като при тях търсеците втори шанс предприемачи не са сред допустимите потребители.

● Европейски структурни и инвестиционни фондове

Уебсайт: <https://strukturnifondovi.hr/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Ако следите уебсайта <https://strukturnifondovi.hr/>, ще откриете възможност за търсене на конкурс, подходящ за вашия интерес. Като използвате различни филтри, може да търсите по област, вид кандидат, вид конкурс, както и други категории. Предприемаческите програми са налични за всички предприемачи, като всеки конкурс е уникален, а условията за участие и допустимост трябва да бъдат внимателно разгледани.

● Еразъм за млади предприемачи

Уебсайт: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=en>



Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Еразъм за млади предприемачи е трансгранична програма за обмен, която предлага на нови и желаещи предприемачи възможност да учат от опитни предприемачи, които управляват малък бизнес в една от партньорските държави. Обменът на опит се провежда по време на престой при опитния предприемач, което помага на новия предприемач да придобие уменията, необходими за управление на малък бизнес. Приеманият предприемач получава нови бизнес перспективи и има възможност да работи с чуждестранни партньори и да научава за нови пазари. Има 4 местни точки за контакт в Хърватия, които могат да помогнат на предприемачите да участват в програмата: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=5&pid=018&ctr=HR&country=Croatia>. Програмата е отворена за стартиращи предприемачи, за бизнеси, които работят от по-малко от три години, както и за търсещи втори шанс предприемачи, ако имат не повече от 3 години опит в управлението на бизнес.

● Мерки за активна заетост

Уебсайт: <http://mjere.hr/>

Как стимулира втори шанс в предприемачеството? Министерството на труда и пенсионната система и Хърватската служба по заетост реализират поредица от активни мерки за заетост, които имат за цел промотиране на заетост, допълнително образование за служители и запазване на работа. Има 9 мерки за активна заетост. За предприемачите, включително за търсещи втори шанс предприемачи, мерките се състоят от финансова помощ за стартиране на нов бизнес или подкрепя за съ-финансиране на последващо образование на служители или за наем на допълнителен персонал.

✓ Местно законодателство



ПОЛША

● „Polityka Nowej Szansy (PNS)” – Програма „Политика за нов шанс” (NCP) (<https://www.gov.pl/web/przedsiębiorczosc-technologie/polityka-nowej-szansy>)

NCP е национална програма, приета от Министерски съвет на 22 юли 2014 г. Целта ѝ е създаване на всеобхватна система за подкрепа на предприемачи, ориентирана към противодействие на фирмен фалит чрез изграждане и промотиране на системи за ранно предупреждение и извънсъдебни и съдебни форми на възстановяване и реструктуриране, както и улесняване на повторното стартиране на бизнес дейност за лица, преживели бизнес провал. Тази подкрепа се предоставя посредством консултантски и образователни дейности, коучинг, менторство, предоставяне на информация и стимулиране, които имат за цел противопоставяне на стигматизацията на тези лица.

Целта ще бъде постигната посредством следните преки действия:

- 1) превенция на кризисни ситуации в предприятията (системи за ранно предупреждение);



- 2) намаляване на риска от ликвидация на предприятията (извънсъдебни и съдебни форми на възстановяване и реструктуриране);
- 3) ефективна ликвидация на предприятия (законови форми на реструктуриране и ликвидация);
- 4) подкрепа за повторно стартиране на икономическа дейност – т.нар. ново начало.

НСП представлява програма, институционни, организационни и законодателни дейности и представя план за тяхното изпълнение. Наред с това тя определя институциите, отговорни за изпълнение на всяко от действията.



БЪЛГАРИЯ

- **Национална стратегия за подпомагане на МСП 2014 – 2020 и Национална програма за развитие** (<https://www.mi.government.bg/en/themes/national-strategy-for-small-and-medium-sized-enterprises-2014-2020-small-business-act-11-285.html> & <https://www.eufunds.bg/archive2018/archive/documents/1357828564.pdf>)

Националната стратегия за подпомагане на МСП 2014-2020, наричана още „Закон за малкия бизнес“, е политически документ със средносрочно естество, чрез който правителството на Република България демонстрира своята визия за държавна политика за подкрепа на малки и средни предприятия в държавата и хармонизиране на своите политики в тази област с политиката на ЕС.

Националната програма за развитие: България 2020 (NDP BG2020) е водещият стратегически и програмен документ, който представя подробно целите на политиките за развитие на държавата до 2020 г. Визията, целите и приоритетите на NDP BG2020 са дефинирани на базата на социо-икономически анализ, изготвен с тази цел, както и на публични дискусии на всеки етап от изготвяне на документа. Формулираните цели на правителствените политики ще гарантират постигането на ускорен икономически растеж и повишаване стандарта на живот на българските граждани в средносрочен и дългосрочен план.

В посочените по-горе документи се съдържат следните мерки, свързани с втори шанс в предприемачеството:

- назначаване на финансов омбудсман, отговорен за предотвратяване на измами и за улесняване на достъпа на бизнеса до кредитиране;
- възможност за предприемачите да адресират задълженията си в рамките на максимум 3 години.

- **Български търговски закон (www.minfin.bg)**

В Търговския закон са дефинирани следните мерки, които засягат предприемачи, стартиращи повторно бизнес или предприемачи, управляващи бизнеси в затруднение:

- стабилизация на бизнесите преди обявяване на несъстоятелност (проект на предложение);



- възможност за предприемачите да договорят реструктуриране на задълженията и създаване на условия за възстановяване (проект на предложение);
- предсъдебни процедури по несъстоятелност за компании в икономически и финансови затруднения (проект на предложение).

Целта на изброените мерки е да се помогне на съществуващи и неуспешни предприемачи да се възстановят и да преодолеят своите икономически и финансови трудности.



НИДЕРЛАНДИЯ

- **План за действие за амбициозно предприемачество (<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/regeldruk/regeldruk-bij-ondernemers>)**

Предприемачите се нуждаят от пространство, където да развият бизнес, иновации и експерименти. Поради огромното количество правила, предприемачите имат по-малко време и средства за това. Това води до ненужно раздразнение, разходи и пречки. Правителството подкрепя нов подход за намаляване на административната тежест върху предприемачите, като им дава повече възможности за иновации и експериментиране.

Нов подход за намаляване на регулаторната тежест

Правителството иска да постави предприемачите в по-централна позиция и да работи с тях за идентифициране на тези проблеми, които са най-дразнещи в практиката им. Целта е не само да се елиминират ненужни разходи, но и преди всичко да се анализират:

- адекватността на законодателството и регулациите;
- начина на организация на надзор и предоставяне на услуги;
- как правителството може по-добре да помогне на предприемачите да имат възможности за експериментиране, заложи в законодателството и регулациите. Това ще позволи на предприемачите да реагират по оптимален начин на новите социални и технологични развития.

С този нов подход правителството иска да предприеме по-нататъшни стъпки през следващия период за повече възможности за иновация и намаляване на регулаторната тежест за предприемачите.

Начини за справяне с регулаторните пречки

Няколко министерства се справят с регулаторните пречки пред предприемачите. Те постигат това чрез програми за действия с ясно дефинирани цели за подобряване на регулацията и предоставянето на услуги. В допълнение към специфичния и индивидуален подход, възприет от министерствата, има други инструменти за справяне с регулаторен натиск.

Сътрудничество с бизнес сектор

Цял бизнес сектор може да бъде повлиян от прекалено многото правила. Помислете например за сектори като здравеопазването или продажбите на дребно. Представители на тези сектори влизат



в дискусии с различни органи, за да разрешават най-важните си проблеми. Това е познато като персонализиран подход.

Подход към регулаторния натиск около важни моменти в жизнения цикъл на компанията

Както при хората, животът на една компания се състои от важни житейски събития. Помислете за стартиране на бизнес, купуване на сграда или наемане на персонал. Правителството нарича това „житейски събитие“ и иска да намали свързаните с тях регулаторни пречки.

Справяне с регулаторните пречки пред иновации и инвестиции

Регулаторният натиск може да възпрепятства иновациите и инвестициите. Ако предприемачите се чувстват възпрепятствани, те могат да уведомят програмата Room in Rules. Това е програма на Министерствата на икономическите работи, климата и инфраструктурата и благоустройството.

Консултационен комитет за по-добро регулиране за бизнеса

Стратегическият комитет за по-добро регулиране за бизнеса консултира правителството по междусекторни проблеми в съществуващи регулации.

Участие на отделни предприемачи на МСП в изготвянето на нови закони и регулации

Отделните предприемачи на МСП могат да участват в изготвянето на нови закони и регулации от ранен етап. Когато се разработва нов закон или регламент, който може да има съществено влияние върху МСП, се събира панел от отделни предприемачи на МСП. Това се нарича „МСП тест“.

Независима оценка на нови закони и регулации

Консултационният съвет за оценка на регулаторен натиск (ATR) оценява дали новите закони и регламенти са подходящи за справяне с проблемите. Също така преценява дали те не създават нови проблеми. Посредством показания по-горе линк могат подробно да се оценят всички мерки. След това може да се провери какви са наличните политики, какво предстои, както и какви възможности са налице.



ИТАЛИЯ

● Италиански закон за новосформираните предприятия

([http://italiastartupvisa.mise.gov.it/media/documents/Executive Summary Italy's Startup Act 02 03 2016.pdf](http://italiastartupvisa.mise.gov.it/media/documents/Executive_Summary_Italy's_Startup_Act_02_03_2016.pdf))

От края на 2012 г. Италия прилага всеобхватна стратегия за промотиране на създаването и развитието на високотехнологични компании съгласно Указ-закон 179/2012, **„Италиански закон за новосформираните предприятия“**. Законът в подкрепа на иновативни новосформирани предприятия не се прилага за всички новосъздадени компании, а само за тези, които имат ясни характеристики на технологична иновация. Освен това разграничение, не се прави ограничение, свързано със сектора: законът има потенциал да се прилага за компании във всеки икономически сектор, от цифрови технологии до производство, от търговия до земеделие.



Дефиниция за иновативно новосформирано предприятие: компания със споделен капитал (т.е. ограничени дружества, “società di capitali”), включително кооперативи, чиито капиталови дялове – или техен еквивалент – не са листвани на регулиран пазар или на многостранна система за търговия. Тези предприятия трябва също така да отговарят на следните условия:

- да са новосъздадени или да работят от по-малко от 5 години (при всички случаи, след 18 декември 2012 г.);
- да са базирани в Италия или друга държава от ЕС, но поне да имат производствен клон в Италия;
- да имат годишен оборот под 5 милиона евро;
- да не разпределят печалба;
- да имат изключителен или преобладаващ предмет на дейност – съгласно дружествения договор – производство, разработване и комерсиализация на иновативни стоки или услуги с висока технологична стойност;
- да не са създадени в резултат на сливане, отделяне или продажба на компания или клон;

Иновативният характер на предприятието се идентифицира от поне един от следните критерии:

1. поне 15% от разходите на компанията се отделят за ИРД дейности;
2. поне 1/3 от всички служители са докторанти, доктори или изследователи; или 2/3 от служителите имат магистърска степен;
3. предприятието притежава регистриран патент или е собственик и автор на регистриран софтуер.



МАЛТА

● Закон за компаниите – Глава 386 от Законите на Малта

<http://www.justiceservices.gov.mt/DownloadDocument.aspx?app=lom&itemid=8853>

Първоначално приет през 1995 г. и редовно изменян, Законът за компаниите е основният закон, който регулира дейността на компаниите в Малта. Той включва подробности за техните права и задължения, как се основават и прекратяват компаниите, както и какво следва да правят през жизнения си цикъл. Малтийският орган за финансови услуги е основният правителствен орган, отговорен за компаниите, който прилага всички изисквания на този закон. На практика, той е както национален регистър на компаниите, така и техен регулатор. В Малта могат да се основат няколко вида компании – търговски партньорства, частни дружества с ограничена отговорност и публични компании. В закона са посочени всички разлики между тях, както и как се сформират, придобиват и прекратяват. Законът също така посочва, че годишните данъчни декларации и отчети следва да се генерират и подават публично за всеки вид компании. Неспазването на това задължение води до санкции, които също са изброени и обяснени в документа.



ХЪРВАТИЯ

Стратегия за развитие на предприемачеството 2013-2020

<http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf>

Стратегията е пряк отговор на кратък преглед на условията с обща цел повишаване на конкурентоспособността на малките бизнеси в Хърватия. Постигането на общата цел ще се постигне с помощта на мерки, които адресират пет стратегически цели:

1. ПОДОБРЯВАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКИ УСПЕХ

Това означава подобряване на икономическото представяне на малки бизнеси в производствения сектор и сектора на услугите чрез повече инвестиции в НИРД, по-високо ниво на иновация, повишен експорт и допълнително развитие на бизнес мрежи и връзки.

2. ПОДОБРЯВАНЕ НА ПОДХОДА КЪМ ФИНАНСИРАНЕ

Това означава развитие на различни финансови възможности за малки бизнеси и адресиране на финансовите трудности на малките бизнеси.

3. СТИМУЛИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Това означава подкрепа за създаването на нови бизнеси, повишаване на броя на активни компании и засилване на институциите, които подкрепят предприемачи, с цел принос към по-балансираното развитие на хърватските региони.

4. ПОДОБРЯВАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ УМЕНИЯ

Това означава подкрепа на общото развитие на малки бизнес предприятия чрез засилване на тяхното управление, въвеждане и използване на по-високо квалифицирани служители и подкрепа на ученето през целия живот за служители в малки предприятия.

5. ПОДОБРЯВАНЕ НА БИЗНЕС СРЕДАТА

Това означава подобряване на напредъка чрез премахване на административния товар и улесняване на бизнеса в Хърватия.



3.2. Възможности за динамичен нетуъркинг



ПОЛША

● Creative Hub

Уебсайт: <http://creativehub.pl/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Това е франчайз за отворени центрове с три локации в Полша: във Варшава, Краков и Лудж. Може да получите коучинг услуги и подкрепа за контакти, LinkedIn обучение и Moodle уебинари.

● Cybersec

Уебсайт: <https://cybersechub.eu/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Това е бизнес акселератор за ИТ, възможности за микро предприятия за проучване, финансиране, бизнес ангели, сътрудничество, международни искания, обучение и консултантски услуги. Предлагат се възможности за новосформирани или повторно стартиращи предприятия.

● Aula Polska

Уебсайт: <https://aulapolska.pl/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Aula Polska е общност, която предлага редовни срещи по инициативата. Срещите са безплатни и се провеждат средно два пъти месечно, като всеки път се събират 300-350 участници. Срещите са отворени за всеки, който има за цел създаване на екосистема, която да допринесе за иновацията на компаниите и да подкрепя активно икономическо отношение.



БЪЛГАРИЯ

● Entrepreneurs Night Out

Уебсайт: <https://entrepreneurnightout.org>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Entrepreneurs Night Out е нетуъркинг събитие, което има за цел да събере на едно място общност от хора, посветени на бизнеса и предприемачеството. В понеделник вечер Entrepreneurs Night Out събира хора от различни бизнеси, които се събират на различни места, за да обменят опит, идеи и контакти. Няма ограничения за пол, възраст, социален статус, кариера или професия. Всичко, което се изисква, е интерес към бизнеса или личностното развитие. Събитията са безплатни и се провеждат всеки месец.

● My Education Club

Уебсайт: <https://myeducationclub.com/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? My Education Club е платформа, която ви



позволява да се срещате с хора, които могат да ви научат или да помогнат с нещо. Фокусът е върху техните умения и знания, а не върху тяхната автобиография, както е в LinkedIn. Тя е базирана на учене сред равни. Платформата е напълно безплатна за всички потребители. Трябва да се регистрирате и на базата на посочените филтри да откриете своя учебен партньор. Хората могат да преподават онлайн по Skype, Zoom и др. или да се срещат, ако живеят в един и същ град. Регистрирайте се и посочете уменията, които имате, както и новите умения или знания, които искате да придобиете. Така чрез филтрите ще може да намерите човек, който притежава търсените от вас знания/умения и обратното. Тогава започвате да си преподавате взаимно и да обменяте точки под формата на заплащане. Точките са вътрешна валута, която използвате, за да заплащате на своя учебен партньор за неговото преподаване/умения.

● Evenings for Dreamers

Уебсайт: www.move.bg

Какви възможности за взаимодействие предлага? Evenings for Dreamers (Вечери за наивници) е инициатива на MOVE.BG, която предоставя време и място за разговор относно провалите, с които се сблъскват хората, когато реализират великите си идеи. Защото бедите правят хората по-силни и ги учат повече, отколкото самият успех. Тези вечери осигуряват платформа за споделяне на истории на хора с кауза, защото самият процес на постигане на социален ефект от дадена идея е не по-малко важен и вълнуващ от резултата. Мотото е „Да се посмеем заедно на провала, за да не ни се смее той!“.



НИДЕРЛАНДИЯ

● Venture Café Rotterdam

Уебсайт: www.venturecaferotterdam.org

Какви възможности за взаимодействие предлага? Макар че името на Ротердам е включено в наименованието, инициативата е отворена за всички, които искат да се присъединят към кафето и другите събития. Рекламира се като отворена глобална общност от иноватори и разполага с кафене, за да ускорява иновацията в (по-широката) регионална екосистема. Venture Café Foundation предлага също програмиране и връзки, които изграждат отношения между студенти, новосформирани компании, предприемачи, корпорации, инвеститори и други организации. Мисията на фондацията е разширяване, свързване и подкрепа на иновационната общност чрез свободно достъпна мрежа с програмиране, която да помогне на всеки с идея да постигне успех. Предприемачи, които искат да рестартират своя бизнес, са добре дошли на събитията.

● Fuckup Nights

Уебсайт: www.fuckupnights.com

Какви възможности за взаимодействие предлага? Fuckup Nights е глобално движение и поредица от събития, които споделят истории за професионални провали. Всеки месец на събития из страната се събират по трима или четирима души, които се изправят пред зала, пълна с непознати, за да споделят



професионалния си провал. Разказват истории за провалени бизнеси, партньорства, изтеглени от пазара продукти.

На тези вечери, които в Нидерландия се провеждат в Амерсфурт, Амстердам, Леуварден, Маастрихт, Ротердам, Хага, Тилбург и Утрехт, се канят предприемачи, които разказват различни истории за провали, за да ги представят като неизменна част от това да бъдеш предприемач. Освен презентации относно провали, те дават и възможност за социални разговори и споделяне на опит.



ИТАЛИЯ

● Contamination Labs

Уебсайт: <http://clabitalia.it/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? В сътрудничество в Министерството на образованието, университетите и изследователската дейност в края на 2013 г. бе стартиран проект за създаването на Contamination Labs (лаборатории за заразяване) в четири университета в Южна Италия (Региони за конверсия съгласно регионалната политика на ЕС). Целта му е да осигурява на студентите стимулираща среда, в която могат да развият проекти за иновация с бизнес измерение. Contamination Labs са пространства, които насърчават студенти от различни академични области да контактуват, като същевременно стимулират предприемачество, иновация, интердисциплинарна перспектива и нови модели за научаване.

● FIDAPA Italy

Уебсайт: <http://www.fidapa.org/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? FIDAPA BPW Италия (Италианска федерация на жените в артистичните професии и бизнеса) е асоциация от около 11 000 членове в Италия, която е част от IFBPW International Federation (Международна федерация на жените в бизнеса и професиите). Разделена е на 300 подразделения на територията на страната, групирани в 7 региона. FIDAPA BPW Италия е независимо движение с идеална цел. То преследва целите си без дискриминация на базата на етническа принадлежност, език или религия. Целта на федерацията е промотиране, координация и подкрепа за жени, които работят в областта на изкуствата, професии и бизнеса, независимо или в сътрудничество с други органи, асоциации и субекти.



МАЛТА

- **Асоциация на общите търговци и търговците на дребно (GRTU)**

Уебсайт: <http://www.grtu.org.mt/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? GRTU е асоциация на над 7 000 независими частни бизниси, която предоставя подкрепа и организира нетуъркинг събития за своите членове.

- **Business Network International (BNI)**

Уебсайт: <http://maltabni.com/en-GB/index>; <https://www.facebook.com/MaltaBNI/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Това е малтийският клон на една от най-старите и най-големи бизнес мрежи в света с разнообразни групи, наречени „глави“. Членовете ѝ се радват на несравним растеж на бизнеса. BNI осигурява положителна, подкрепяща и структурирана среда за развитието и обмена на качествени бизнес препоръки. Организират се седмични нетуъркинг закуски, на които членовете могат да общуват и да се подкрепят.



ХЪРВАТИЯ

- **BOND**

Уебсайт: <https://bond-hrvatska.hr/>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Мрежата BOND е платформа за цялостно развитие на капацитета и качеството на обслужване на институции за подкрепа на предприемачи, която дава на предприемачите единен подход към бизнес знания, умения, партньори, информация и услуги, свързани със стартирането и развитието на бизнес. По този начин BOND се позиционира и като стратегически партньор за политики и мерки за развитие на предприемачеството в Хърватия. Мрежата BOND също така насърчава стандартизация, специализация и допълнително развитие на институциите за подкрепа на предприятия в мрежата, в която предприемачите могат да използват различни специализирани ресурси, необходими за тяхното израстване и развитие.

- **DanubeChance2.0 - Проект „Справяне с провала за приемане на втори шанс в предприемачеството в дунавския регион“**

Уебсайт: <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/danubechance2-0>

Какви възможности за взаимодействие предлага? Проектът DanubeChance2.0 осигурява иновативна политика, чрез която на фалирала предприемачи в дунавския регион се дава втори шанс. DanubeChance2.0 има за цел да улесни обмена между отговорниците за изготвяне на политики и правителствените агенции; изследователските институти и университетите; предприятия във финансови затруднения, които в момента са в процедура на ликвидация или предприемачи, които



вече са фалирали и са готови за нов старт; бизнес акселератори и обществеността. Конкретните цели на проекта са промотирани на мерки за реструктуриране, повишаване на информираността относно възможности за втори шанс в предприемачеството и подкрепа на екосистеми за повторно стартиране. DanubeChance2.0 стартира на 01.07.2018 г. и ще приключи на 30.06.2021 г.

Проектът ще осигури възможност за повече предприемачи, чиито първи бизнеси са се провалили, да навлязат повторно на пазара чрез 130 часа „смесено“ обучение в „Транснационална академия за опити и грешки“ и стартирането на първата „Инициатива за реструктуриране на бизнес“, които ще осигурят подкрепа за ускоряване на приблизително 60 допустими предприемачи, чиито първи проекти са се провалили.

3.3. Линкове за допълнителна информация



ПОЛША

- **Линк към YouTube видео** (<https://www.youtube.com/watch?v=YjzcGTolwVY>) – Това е проект за втори шанс през 2014, който е много успешен и получава широка промоция, медийно покритие и добри резултати.
- **Европейски проект, стартирал през 2019 г.: „Giving a chance“** (<http://fundacja-cat.pl/eip>) – Съвръзан е с проекта 2REVIVE, тъй като помага за откриване и развитие на най-добрите характеристики на реципиентите, откриване и засилване на предоставените им ресурси и техния потенциал за развитие. Това е проект за младежи, които искат да научат и да се възползват от нови възможности в Европа.
- **Expats second chance business life** (<http://www.intentionalexpat.com/>) – Това е пилотен проект на частна мрежа на име „Internations“, която предоставя контакти и бизнес възможности.
- **Програма на Световната банка** (https://siteresources.worldbank.org/INTGILD/Resources/WBInsolvencyOfNaturalPersonsReport_01_11_13.pdf) – Това е минала програма, която финансира най-добрите идеи/бизнес планове на лица, доказали, че са преживели фалит.
- **Polish-American Freedom Foundation** (<https://en.pafw.pl/program/development-of-local-communities/sector-3-0/>) – Целта е разширяване на знанията и уменията на служители на неправителствени организации, по-специално от малки местни общности, микро и малки компании, които не са успели, както и осигуряването на ефективно използване на такива технологии в ежедневието им работа.



БЪЛГАРИЯ

- **Министерство на икономиката (<https://mi.government.bg/en/>)** – Основната мисия на МИ е да разработва и прилага прозрачна икономическа политика, която защитава националния и обществен интерес и е базирана на европейските принципи. МИ работи за създаване на конкурентна икономика с нисък въглероден отпечатък, което ще гарантира растежа и развитието на България. Други важни задачи на Министерството са промотиране и ускоряване на инвестиции, иновации и конкурентоспособност. Търсеци втори шанс предприемачи и други заинтересовани лица могат редовно да се свързват в МИ, за да научават какви инициативи се планират и дали има нови възможности за собственици на бизнеси.
- **Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП) (<https://www.sme.government.bg/en/>)** – ИАНМСП е административна структура в Министерството на икономиката, която изпълнява държавната политика за стимулиране на предприемачеството, развитие и интернационализация на МСП. Основната цел на Агенцията в областта на интернационализацията е да предоставя подкрепа на българските предприятия за тяхното стабилно развитие, успешна интеграция в европейската и световна икономика и разширяване на тяхното присъствие на целевите пазари.
- **Национална агенция за професионално образование и обучение (НАПОО) (<https://www.navet.government.bg/en/>)** – Стратегическата цел на Агенцията е реализиране на националните и европейски приоритети, свързани с подобряване на достъпа до и качеството на професионалното образование и обучение съгласно нуждите на пазара на труда и изискванията на икономиката в контекста на учене през целия живот. Търсеци втори шанс предприемачи и други заинтересовани лица могат да се свържат с НАПОО, за да участват в обученията за повишаване на квалификацията и др.
- **Проект Entrepreneurial, Innovative & Digital Bulgaria (<https://innovation.besco.bg/>)** – Ако последвате линка, ще откриете списък с иновативни български компании и организации, изготвен от Министерството на икономиката и BESCO. Някои от тези компании са глобални лидери в своята категория, докато други са новосъздадени. Те могат да помогнат за бизнес идеите ви, така че не се колебайте да се свържете с тях!
- **Кампания „Успейте с нас“ (<https://www.predpriemach.com/>)** – Кампания в областта на ИКТ технологиите, интернет маркетинга и уеб дизайна в България. Мисията е от една страна да се обединят опитни предприемачи в ИКТ сектора, за да обменят знания, а от друга – трансфер на знания към нови предприемачи, които нямат специфично образование в областта, както и предприемачи, които търсят решение на своите проблеми. Форумът в сайта е специално разработен в полза на честни предприемачи.



- **Български център за предприемачество**
(<https://www.plovdiv.bg/en/%D0%B1%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8A%D1%80-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2/>) – Това е организация, която свързва ментори от Силициевата долина, САЩ и българската ИТ индустрия за коучинг на български новосформирани компании с потенциал за растеж. Повторно стартиращ предприемач в тази област може да се свърже с центъра, за да участва в програмата за менторство.
- **Фондация „Център за предприемачество и управленско развитие – България“ (CEED България)** (<http://ceed-bulgaria.org/>) – Основната дейност на фондацията е да намира успешни предприемачи като ментори на лица, които искат да развият бизнеса си. Търсещите втори шанс предприемачи могат да потърсят контакт с успешни предприемачи от CEED за обмен на идеи и насоки за създаване на стабилна основа на бизнеса им.
- **DynamiX Lab** (<http://www.dynamixlab.com>) – Фокусът на тази агенция за обучение е върху положителна трансформация на лично, екипно и организационно ниво, което ще доведе до отключване и използване на скрития потенциал и следователно до постигане на върхово представяне.
- **Uspelite.bg** (<https://uspelite.bg/>) – Уебсайт, който се фокусира върху положителни новини, инициативи и събития в България. Той има раздел „Бизнес“, в който често се публикуват новини за предстоящи предприемачески събирания, програми в подкрепа на предприемачи, интервюта с успешни предприемачи и техните трудности. Търсещи втори шанс предприемачи могат да намерят практическа информация за своите бизнес идеи, както и много вдъхновение. Уебсайтът съдържа и много новини за социални каузи и тяхното изпълнение в България.



НИДЕРЛАНДИЯ

- **Всичко за предприемачите на едно място** (<https://ondernemersplein.kvk.nl>) – Този сайт е предназначен за предприемачи, независимо дали са започнали бизнес за пръв път, повторно, искат да го прекратят и т.н. Това е сайт с изключително задълбочена информация за всичко, свързано с предприемачеството. Управлява се от Холандската търговска камара и се обновява ежедневно.
- **Агенция на предприятията в Нидерландия** (<https://www.rvo.nl/financiering-voor-ondernemers>) – Уебсайт на Министерството с пълна информация за всички видове програми за финансова помощ (грантове, заеми и др.) за предприемачи. Информацията е много полезна и за лица, които имат интерес към управление на бизнес (или част от него) в международен



план. Уебсайтът е наличен и на английски език.

- **Център за регионално развитие:**

(<https://www.kvk.nl/regionale-ontwikkelingsmaatschappijen-rom>) – Списък на всички Центрове за регионално развитие в подкрепа на предприемачите. Добро място за намиране на регионална помощ (включително регионална финансова подкрепа).

- **IkGaStarten (<https://www.ikgastarten.nl>)** – Сайт, създаден и поддържан от Rabobank, с много практически съвети, инструменти и места за пряка консултация.



ИТАЛИЯ

- **Contributi Regione (<https://www.contributiregione.it>)** – Най-посещаваният сайт в Италия за европейско финансиране и бизнес инициативи. На линка търсещите втори шанс предприемачи, собственици на новосформирани компании и вече опитни собственици на бизнеси могат да открият повече информация относно подкрепа за развитие и успех на своите бизнес идеи.
- **Fondo di garanzia (<https://www.fondidigaranzia.it/>)** – Fondo di garanzia е публичен гаранционен фонд, който улеснява достъпа до кредити за МСП и професионално заети лица. Той се управлява от Министерството на икономическо развитие.
- **Министерство на икономическото развитие (<http://mise.gov.it>)** – Италианското министерство на икономическото развитие се фокусира върху различни инициативи, включително нови иновативни компании. Налице е специална мрежа за тях, включваща подкрепа за административно опростяване, пазар на труда, данъчни облекчения и закон за фалита. Голяма част от тези мерки се прилагат и за иновативни МСП, т.е. малки и средни предприятия, които работят в областта на технологичните иновации, независимо от момента на създаване или корпоративната цел.
- **Национален фонд за иновации (<https://www.mise.gov.it/index.php/en/news/en/202-news-english/2039363-the-national-innovation-fund-unveiled>)** – Националният фонд за иновации е създаден по инициативата на Министър ди Майо и има начален бюджет 1 милиард евро съгласно Закона за бюджета от 2019 г. Той ще бъде управляван от Cassa Depositi e Prestiti (Фонд за депозити и кредити) чрез координиран контрол с цел единност и умножаване на публичните и частни ресурси за стратегическата област на иновациите.



МАЛТА

- **Malta Enterprise Support Measures and Other Services (<https://www.maltaenterprise.com/support>)** – Тези мерки за подкрепа включват стимули за предприятия, които демонстрират ангажимент за растеж, повишена добавена стойност и заетост. От тези стимули могат да се



възползват предприятия, ангажирани в производство, дейности за развитие на ИКТ, кол центрове, здравеопазване, фармацевтика, биотехнология, авиация и морски услуги, образование и обучение, логистика и много други: <https://www.maltaenterprise.com/support>

- **Бизнес инкубатор Кордин (KBIC) (<https://businessfirst.com.mt/en/starting/Pages/START-UP-SUPPORT--FACILITIES.aspx>)** – KBIC е инкубатор, ориентиран към смесени технологии, управляван от Malta. KBIC предоставя ценово ефективна бизнес среда, професионален имидж с управленски познания, съобразени с нуждите на малките бизнеси.
- **Бизнес инкубатор TAKEOFF (<https://www.um.edu.mt/cebi/takeoff>)** - TAKEOFF е част от CEBI (Център за предприемачество и бизнес инкубация) и е разположен в кампуса за предприемачество в Малтийския университет. Той осигурява работна среда за всеки собственик на нов бизнес и позволява на основателите да достигнат пълния си потенциал. TAKEOFF се фокусира не просто върху стартирането, а по-скоро върху устойчивост и успех. Предоставя услуги (оборудване и подкрепа) за до 60 лица и 30 бизнеса за 3-годишен период на членство.
- **Бизнес групи, асоциации и нетуъркинг за чуждестранни лица в Малта (<https://www.expatriebriefing.com/country/malta/employment-and-business/business-groups-associations-and-networking-for-expats-in-malta.html#>)** – Професионалният нетуъркинг е в основата на бизнес културата на Малта. Има множество групи, клубове, асоциации и други професионални мрежи. Обикновено трябва да се запишете, за да станете член на такава мрежа, както и да плащате годишен абонамент. В замяна ще получите достъп до нетуъркинг събития, публикации, онлайн ресурси и консултантски услуги. Повече подробности за различните възможности може да намерите на горния линк.



ХЪРВАТИЯ

- **Международен център за развитие – Акселератор за европейски проекти – Informo (<https://idc.informo.hr>)** – Международният център за развитие е инициатор на проекти за устойчиво развитие, които насърчават положителна промяна в голям мащаб. Целта на центъра е да работи за териториално, професионално, бизнес и личностно развитие чрез образование, информация, нетуъркинг, сътрудничество и дизайн. Центърът е отворен за всички заинтересовани лица в проекти за развитие на местно, регионално, европейско и международно ниво. Потребителите на центъра са потенциални, стартиращи или опитни предприемачи; безработни лица, особено уязвими групи (млади хора, жени, хора със специални нужди и др.); младежи; местни общности; граждански, частни и публични служители; отговорници за вземане на решения.
- **Бизнес центрове Хърватия (<https://www.aurora.hr/business-center>)** – Хърватия има над 100 бизнес центрове, които предлагат организирана експертна и консултантска помощ на



предприемачи на регионално и местно ниво. Целта им е стимулиране на предприемачество, предоставяне на информация относно налично финансиране и други стимулиращи мерки; подкрепа за изготвяне на бизнес планове; образование на предприемачи и сътрудничество с местната власт за реализация на различни мерки за подкрепа.

- **Бизнес инкубатори Хърватия (<https://www.aurora.hr/business-center>)** – Бизнес инкубатори Хърватия (над 30 инкубатора) се фокусират върху подкрепа на конкретни предприемачи, които стартират бизнеса си. Инкубаторите могат да изпълняват повечето задачи като централите за предприемачи, но инкубаторите с професионална подкрепа дават на предприемачите възможност за използване на бизнес пространство при много изгодни условия (без наем или с намален наем) за ограничен брой години. Често предлагат менторство и неформално образование.
- **HAMAG-BICRO (<https://hamagbicro.hr/>)** – HAMAG-BICRO е хърватската агенция за МСП, иновации и инвестиции, създадена от правителството на Република Хърватска с цел стимулиране на развитието на МСП и промотиране на инвестиции и иновации. Агенцията е независима институция под надзора на Министерството на предприемачеството и занаятите, която се фокусира върху проекти с икономически потенциал, финансови инструменти за подкрепа на инвестиции чрез заеми, гаранции с възможност за комбиниране с лихвени субсидии, капиталови и квази-капиталови финансови инструменти.
- **Министерство на предприемачеството и занаятите (<https://www.mingo.hr/>)** – Министерството предоставя консултации, информация за това как да станете предприемач и от какво се нуждаете, за да стартирате бизнес. В допълнение, на уебсайта му може да откриете информация за местни, национални и европейски покани и търгове за предприемачи.
- **Хърватска икономическа камара (<https://digitalnakomora.hr/>)** – Цифровата камара е платформа за комуникация, разработена от Хърватската икономическа камара и предназначена за бизнеси, публичната администрация и гражданите. Тя предлага седем електронни услуги чрез своето приложение: електронен публичен орган, електронно обучение, електронно законодателство, електронни изложения и промотиране, електронно финансиране, електронни членове и електронна икономическа информация.

4. Заключение



ПОЛША

Полският пазар е много динамично място. Статистиката показва, че има голяма разлика през последните 10 години и особено в сравнение с периода преди Полша да се присъедини към Европейския съюз през 2004 г. Всичко се е променило, основно заради европейските фондове. Полша



е била и все още е един от най-големите бенефициенти в ЕС. 60% от новосформираните компании се провалят след 1-2 години, основно поради факта, че новите бизнес идеи са прекалено сходни и се реализират само най-устойчивите, които оцеляват на пазара в дългосрочен план. Компании, получили подкрепа по време на първия период на безвъзмездна помощ от ЕС, които след това са се провалили или фалирали, могат да получат финансова помощ и по време на втория период, за да рестартират бизнеса си. В този случай трябва да докажат своята устойчивост и др. Инкубаторите, креативните центрове и публичните обучения също допринасят за силно конкурентна и просперираща бизнес среда, която подкрепя втори шанс в предприемачеството. Всички тези нови форми на нетуъркинг за бизнеси и лица създават общност в Полша, която стартира нови устойчиви бизнес начинания.



БЪЛГАРИЯ

Според Справка във връзка със SBA за 2018 г., България остава една от най-добре представящите се държави в ЕС по отношение на „втори шанс“ с резултат над средния за ЕС. Тенденцията за страх от провал също се счита за положителна, тъй като от 25% през 2016 г. е намаляла до 20.9% през 2017 г. Не са въведени обаче съществени мерки за напредък по отношение на втори шанс в страната след 2016 г. В допълнение, държавата има най-слаби резултати в областта на предприемачеството, „сътрудническа администрация“, околна среда и умения и иновации. Според European Innovation Scoreboard за 2019 г., заетостта, бързо развиващите се предприятия в сектора на иновациите, приложенията за дизайн и търговски марки се представят над средното за ЕС. Средният годишен ръст на БВП, процентът от оборот на МСП и новите предприятия също са над средните стойности за ЕС.

Накратко, средата за развитие и повторно стартиране на бизнес в България е обещаваща. Има работещи мерки за търсещи втори шанс предприемачи (честни предприемачи), които не са успели и са фалирали, чрез които могат бързо отново да стъпят на крака. Наред с това, на базата на годишния доклад Doing Business 2019 на Световната банка, България е на 59-то място от 190 държави по лекота на извършване на бизнес, което обикновено включва области като стартиране на бизнес, получаване на разрешително за строеж, прокарване на електричество, регистрация на имот, получаване на кредит и др. В допълнение, през последните 10 години България си е създала репутация на един от водещите ИТ центрове в Европа и все повече мултинационални организации са изградили там своите оперативни центрове и центрове за развитие. Необходими са обаче продължаващи усилия в държавата с цел промотиране на предприемачеството и развитие на иновации, тъй като със стратегическото си местоположение и стабилен ръст на икономиката и демографските показатели, България затвърждава позицията си като привлекателно място за стартиране наново и развитие на бизнес с множество възможности за растеж, получаване на финансова подкрепа, нетуъркинг и менторски услуги.



НИДЕРЛАНДИЯ

В Нидерландия има доста програми за подкрепа и политики за стартиращи предприемачи, но не и конкретно за търсещи втори шанс такива. Да, повечето споменават втори шанс между редовете, но не като специфична целева група. За човек, стартиращ повторно, това може да е затруднение, тъй като не е стартиращ и се нуждае от конкретна информация/подкрепа различна от очевидното.

Когато става дума за политики на централната власт, търсещите втори шанс предприемачи са изрично посочени. Не толкова за подкрепа при бизнес планирането (информация, коучинг и др.), а за гарантиране, че предприемачите могат по-лесно да започнат на чисто (напр. опростяване на дългове). С повишаващия се брой бизнеси с един служител, което може да бъде забелязано в началото на тази глава, си задаваме въпроса дали и как всички тези нови предприемачи започват бизнес доброволно, когато работните места стават все по-гъвкави. Мотивацията, която е от ключово значение за стартиране и управление на предприятие, може да бъде повлияна, когато някой стане предприемач, с всички свързани с това последствия в случай на „провал“.

При липсата на инициативи, например от правителствени агенции и търговски камари, конкретно за търсещи втори шанс предприемачи, засега хората могат да се присъединят към различни неформални мрежи, където да разговарят и да научат нещо различно след първи бизнес опит. Има обаче надежда за по-ясно и формално признаване на търсещите втори шанс предприемачи, особено когато провалът се счита за нормална част от живота на предприемача!



ИТАЛИЯ

На базата на оценка на условията за предприемачество през 2017 и 2018 г. (GEM), данните показват, че има подобрение във възможностите за финансиране на предприемачество. Темпът на НИРД трансфер обаче намалява. Другите фактори не показват съществени разлики в докладите за двете години. Също така е видимо, че през 2018 г. няма фактор, получил повече от 3 точки по скала от 1 до 5.



Фигура 9 Източник: Global Entrepreneurship Monitor (Обяснение: жълто – Италия 2017, червено – Италия 2018. 1: крайно недостатъчно; 5: крайно достатъчно)

Предприемаческата среда на Италия е на 79-то място сред 180 държави по отношение на „икономическа свобода“. Макар че в историята на Италия не липсват световно известни предприемачи, по отношение на бизнеса Италия не може да се сравнява с други големи европейски държави. Изследванията определят, че основните пречки и слабости на системата са неефективна правителствена бюрокрация, неблагоприятни данъчни ставки, ограничителни трудови разпоредби, наред с труден достъп до финансиране. Очевидно националната културна нагласа се характеризира с висока склонност към избягване на риск. Все още няма географска гъстота на новосформирани компании. В момента обаче, започвайки от северна Италия, се създават все повече центрове като място за по-силно предприемаческо присъствие и засилване на start-up културата в страната.



МАЛТА

Малтийската икономика в момента преживява бум с пета поредна година на растеж в държавата. Това от една страна е положително, но все още има значителна социална стигма, свързана с провал в бизнеса, а и като цяло хората обикновено протакат и бавно прекратяват един бизнес, вместо да обявят фалит и да започнат на чисто.

Екосистемата на новосформирани предприятия е много по-динамична днес в сравнение с преди 10 или 20 години. Има много повече мрежи за подкрепа и дори безвъзмездна помощ/финансова подкрепа в сравнение с преди, макар че все още доминират много традиционни банки с отношение към избягване на риска и рядко предоставят необезпечени заеми. Налице е и липса на бизнес ангели и рискови капиталисти, а много от местните предприемачи се обръщат към чуждестранни инвеститори за кредити.

Общата картина обаче е положителна и има надежда, че с големия приток на чужденци в Малта



част от отношенията ще започнат да се променят. Това е дълъг процес и ще е необходимо още едно десетилетие, за да има в крайна сметка по-„приемлива“ среда за търсещите втори шанс предприемачи.



ХЪРВАТИЯ

Според три световно известни проучвания, Хърватия е на следните места:

- Doing business 2018: на 51-во място от 190 държави;
- Global Competitiveness Report 2017-2018: на 74-то място от 137;
- Global Innovation Index 2017 Cornell University: на 41-во място от 127.

Според анализ на Хърватската икономическа камара за бизнес пречките и предложения за подобряване на бизнес климата, трите най-големи бизнес пречки в държавата са: законова сигурност (чести промени в законодателство, неспазване на закони и регламенти, прекалено кратки периоди за адаптиране към ново законодателство), съдебни затруднения (продължителни процедури) и данъчни задължения (нееднозначно тълкуване на данъчното законодателство от страна на компетентните власти, размер на данъчните задължения, чести промени в данъчното законодателство, комуникация с компетентните данъчни власти).

Хърватия има сравнително добре развита система за подкрепа на бизнеса, но със сигурност са необходими допълнителни подобрения под формата на данъчни облекчения, спазване на законовите изисквания и допълнителна финансова подкрепа. Не са разработени конкретни програми за подкрепа, фокусирани върху втори шанс за предприемачеството в Хърватия и не се поддържа статистика за рестартиращи предприемачи. Чрез система от инкубатори за предприемачи, НПО и други подкрепящи институции и чрез използване на различни грантове за предприемачите като цяло, както и нетуъркинг и образование, търсещите втори шанс предприемачи могат да се завърнат в бизнеса и да са конкурентни на пазара с две допълнителни предимства – предишен опит и предприемаческата мъдрост, която вече са натрупали!





БИБЛИОГРАФИЯ *

1. Simmons, S., Wiklund, J., Levie, J. (2014). Stigma and Business Failure: Implications for Entrepreneurs' Career Choices. Volume 42, Issue 3, pp 485–505. Retrieved from: https://strathprints.strath.ac.uk/45562/1/04_Paper_SIMMONS.pdf
2. Jenkins, A., Hellerstedt, K., Hunter, E. and Davidsson, P. (2014). Stigmatization Of Failed Entrepreneurs: Prevalence And Solutions, Frontiers of Entrepreneurship Research, Vol. 34: Iss. 5, Article 2. Retrieved from: <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol34/iss5/2>
3. Weiner, B., Attribution theory. Retrieved from: <https://www.instructionaldesign.org/theories/attribution-theory/>
4. Cope, J. Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. Retrieved from: https://strathprints.strath.ac.uk/27842/2/Cope_JBV2011_entrepreneurial_learning_failure_interpretative_phenomenological_analysis.pdf
5. Giacalone, R. A., Beard, J. W. (1994). Impression Management, Diversity and International Management. American Behavioral Scientist, Vol. 37, №5, 621-636. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0002764294037005004>. Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/record/1994-29585-001>
6. Khelil, N. (2015). The many faces of entrepreneurial failure: Insights from an empirical taxonomy. Journal of Business Venturing 31 (2016) 72–94. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/282914064>
7. Prof. dr. Rebernik, M., Bradac, B. Creative Trainer project, Module 4: Idea evaluation methods and techniques. Retrieved from: http://coherencepisa.df.unipi.it/docs/lectures/Module_idea_evaluation_final%20LEISCHING.pdf
8. Stefanova, M., Georgiev, N., Valtcheva, I., Efremova, S. (2011). Step Forward: Guidelines for the young entrepreneur. Retrieved from: https://www.kauzi.org/images/docs/Step_Forward.pdf
9. Burchell, B., Hughes, A. (2007). The stigma of failure: An international comparison of failure tolerance and second chancing. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/4801098>
10. The British Columbia Institute of Technology Student Association, Entrepreneurial services. (2016). The Idea Evaluation Matrix. Retrieved from: <https://www.bcitsa.ca/beaboss/wp-content/uploads/sites/6/2016/09/The-Idea-Evaluation-Matrix.pdf>
11. Skripak, S. J. (2016). Fundamentals of Business. Retrieved from: <http://hdl.handle.net/10919/70961>
12. Shepherd, D. A., Williams, T. A., Wolfe, T. M., Patzelt, H. (2016). Learning from Entrepreneurial Failure: Emotions, Cognitions, and Actions. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/298791113_Learning_from_Entrepreneurial_Failure_Emotions_Cognitions_and_Actions



13. Komarkova, I., Gagliardi, D., Conrads, J., Collado, A., JRC Science and policy report. (2015). Entrepreneurship Competence: An Overview of Existing Concepts, Policies and Initiatives, Final report. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/entrepreneurship-competence-overview-existing-concepts-policies-and-initiatives-final-report>
14. Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>
15. London South Bank University, Amery Brothers, Vilnius University, INOVA+, INnCREASE. (2018). Entrepreneurial Training for Enterprise Educators project, Best practice report. Retrieved from: <http://eteeproject.org/wp-content/uploads/2018/08/ETEE-best-practice-report.pdf>
16. Long, J. (2017). Why Businesses Committed To A Social Cause Succeed. Retrieved from: https://www.huffpost.com/entry/why-businesses-committed_b_13885476;
17. Lazzari, Z. (2018). The Difference Between Corporate Philanthropy & Corporate Social Responsibility. Retrieved from: <https://smallbusiness.chron.com/difference-between-corporate-philanthropy-corporate-social-responsibility-65129.html>
18. Young Entrepreneur Council. (2018). Giving Back: 6 Ways to Choose a Worthy Cause for Your Business to Support. Retrieved from: <https://www.inc.com/young-entrepreneur-council/giving-back-6-ways-to-choose-a-worthy-cause-for-your-business-to-support.html>
19. Andonova, V., Krusteff, M., Global Entrepreneurship Monitor Bulgaria. National Report on entrepreneurship in Bulgaria. (2016/2017). Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/bulgaria>
20. Global Entrepreneurship Monitor Italy. (2017 – 2018). Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/italy>
21. A World Bank Group Flagship Report: 16th edition. (2019). Doing Business 2019: Training for Reform. Retrieved from: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
22. A World Bank Group Report. (2018). Doing business 2018 Croatia. Retrieved from: <https://www.doing-business.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>
23. WE Forum. (2017 – 2018). Global Competitiveness Report 2017-2018. Retrieved from: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>
24. Cornell SC Johnson College of Business. (2017). Global Innovation Index 2017. Retrieved from: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf



25. European innovation scoreboard 2019. (2019). Report on Bulgaria. Retrieved from: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_en
26. <https://lagear.com/>
27. <https://www.polaroid.com/>
28. https://www.kmart.com/en_us/
29. <https://myspace.com/>
30. <https://www.eu.lululemon.com/en-lu/home>
31. <https://www.pets.com/>
32. Ho, Ching-Wei. (2017). Does Practicing CSR Makes Consumers Like Your Shop More? Consumer-Retailer Love Mediates CSR and Behavioral Intentions. Int J Environ Res Public Health. 14(12): 1558. doi: 10.3390/ijerph14121558
33. Deloitte Consulting LLP. (2016). Engaging the workforce/ Deloitte Employee Engagement Perspectives. Retrieved from: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/human-capital/us-cons-engaging-the-workforce.pdf>
34. UN General Assembly. (2015 - 2016). Sustainable Development Goals (SDGs). Retrieved from: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
35. Investopedia. (2019). Crowdfunding definition. Retrieved from: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp>
36. Ecorys for European Commission - DG Enterprise & Industry. (2014). Bankruptcy and second chance for honest bankrupt Entrepreneurs” study. Retrieved from: https://www.eea.gr/system/uploads/asset/data/9042/Bankruptcy_and_second_chance_for_honest_bankrupt_entrepreneurs_FINAL_REPORT.pdf
37. Early Warning project funded by EU. Retrieved from: <https://www.earlywarningeurope.eu/>
38. Small Business Act fact sheet Bulgaria. (2016).
39. Telefono arancione. Retrieved from: <https://telefonoarancione.it/scheda-del-servizio/>
40. Survival rates of 3-year-old and 5-year-old enterprises in Poland (%). (2013 – 2017). Retrieved from: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/entrepreneurship/indicators>
41. Business demography in Bulgaria (%). (2013 – 2017). Retrieved from: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/entrepreneurship/indicators>
42. Statistics on Starting and closing enterprises and size of enterprises in The Netherlands. (2010 – 2019). Retrieved from: www.cbs.nl
43. Statistics on Life expectancy after 5 years of starting of enterprise in The Netherlands. (2014 – 2018).



Retrieved from: www.kvk.nl

44. Birth and death rates in Italy, Years: 2012-2017, percentage. Source: ISTAT;
45. Business demography in Malta 2013 – 2017 (%). (2013 – 2017). Retrieved from: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/entrepreneurship/indicators>
46. Starting and closing enterprises 2013 – 2017 (number), Croatia. Retrieved from: Bisnode, <http://www.poslovni.hr/hrvatska/s-novih-15189-tvrtki-pao-rekord-iz-zlatne-2013-336073>

** Линковете и ресурсите, предоставени от всички партньори в Част 3. Местни ресурси и регулации, „Местни ресурси и регулации за стимулиране на втори шанс в предприемачеството“, подраздели „Местни фондове и програми“ и „Местни регулации“; „Възможности за динамичен нетуъркинг“ и „Линкове за допълнителна информация“ не са изброени отделно в Библиографията, тъй като може да ги откриете и последвате директно от Част 3. Местни ресурси и регулации.*



People for development



ECQ

European Center for Quality
from the idea to the result



prism



CHAMBER OF COMMERCE
AND INDUSTRY- VRATSA



informo



| acrosslimits

in Dialogue 
inspiring change,
development & growth