

*„Всички преуспели личности, с които съм се срещнал,
единодушно заявяват, че биха предпочели да имат една
страхотна идея и никакви пари, отколкото един милион
долара и никакви идеи“*

Дан Кенеди

РЪКОВОДСТВО ЗА ПРЕДПРИЕМАЧИ, ПРИ СТАРТИРАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС

Цел на Ръководството:

Стартирането на собствен бизнес в края на второто десетилетие на 21 век е нелека задача. Повечето пазарни ниши, предлагащи атрактивни възможности за бизнес и носещи добри печалби вече от отдавна са заети. На пръв поглед като се започне от големите международни търговски компании, опериращи на множество пазари чрез търговските си подразделения и се стигне до дребните квартални магазинчета и лавки изглежда, че не можем да намерим своето място на пазара стартирайки собствен бизнес. Това обаче не е точно така. На пазара винаги има място още нови, стартиращи търговски предприятия. Именно това е чара на наложилите се във времето в обществото основни принципи на пазарна икономика и свободна конкуренция. Членството на Република България в Европейския съюз отвори нови възможности пред предприемачите от които да се възползват. Навлизането на български стоки и услуги на общия пазар на европейския съюз е вече факт. Въпрос на време е стартиращите предприемачи и техните бизнеси да се възползват от тази инерция.

Не на последно място следва да се подчертае, че с напредването на информационните технологии светът за кратко се глобализира. В обръщение в световния търговски обмен са стоки и услуги, които само до преди 10 -20 години бяха невъзможни. Използването на интернет и възможността за онлайн търговия отварят пред стартиращите бизнеси неограничени възможности. Може смело да се каже, че пред предприемачите от всички възрасти и народности е открита перспективата, да продават стоките си на всички световни пазари.

Настоящото ръководство има за цел да даде най-обща представа какви основни стъпки следва да извърши всеки предприемач при стартиране на собствен бизнес.

Посочените в него стъпки и последователност са основни, но не всички са задължителни. Разбира се, не може да се стартира собствено предприятие и да се извършва стопанска дейност, ако търговецът не бъде вписан в Търговския регистър към Агенция по вписвания и регистриран в Националната агенция по приходите.

Други, посочени в настоящето ръководство стъпки като консултация с маркетингов експерт, консултация с адвокат, консултация със счетоводител са само препоръчителни. Това обаче, не прави тези стъпки по-малко важни от задължителните, защото изслушването и/или възприемането на експертно мнение може да предпази стартиращия предприемач от много, понякога и фатални грешки, при започването на собствена търговска практика.

Посочената в съдържанието на настоящето ръководство информация ще ви даде най-обща представа какви трябва да бъдат първите ви действия при стартирането на собствен бизнес в Република България.

Желаем Ви успех!

Съдържание:

1. Понятие за предприемачество;
2. Основни въпроси, които възникват пред предприемача преди стартиране на собствен бизнес;
3. Консултация с маркетингов експерт;
4. Консултация с адвокат;
5. Консултация със счетоводител;
6. Изготвяне на бизнес план;
7. Подаване на документи пред Търговски регистър към Агенция по вписвания;
8. Подаване на документи пред НАП;

I. Понятие за предприемачество

Предприемаческата дейност се извършва в различни организационни форми. Изборът на едни или други форми е следствие от съответните организационни форми за бизнес. В този смисъл се дават различни приоритети на предприемачеството в зависимост от това, дали се осъществява в рамките на една колективна фирма или голяма корпорация.

И все пак предприемачеството навсякъде, независимо в каква организационна форма се извършва, има общи характеристики. Съвсем определено може да се твърди, че предприемачи и предприемачество може да има и в държавния и в частния сектор. Общото за предприемачите навсякъде е нововъведението като стремеж и цел в конкурентната борба, а предприемаческата дейност е носител на предприемаческия риск.

И все пак, задаваме си въпросите: Знаем ли наистина какво означава да си предприемач, какво представлява той, как мисли и действа? А какво ли го мотивира? Какво означава да даваш всичко от себе си, за да намериш по-добро решение на даден проблем и да направиш света дори малко по-добър?

Нека да разгледаме официалните дефиниции от речниците за думата „*предприемач*“:

- Според световната свободна интернет енциклопедия Уикипедия „**Предприемачът**“ е човек, който извършва предприемачество - поемане на нова инициатива с цел печалба и развитие. Думата произлиза от *предприемам нещо*, т.е. започвам да се занимавам с нещо.

Широко разпространено е разбирането, че има 2 вида бизнесмени - предприемачи и управители на бизнес. Първите започват или подкрепят нов бизнес, а вторите поемат управлението му, когато той вече е зрял и стабилен. Това се дължи на факта, че уменията, необходими за двата вида дейности, са различни. Докато новият бизнес има нужда от агресивно пробиване на нова ниша, развитото предприятие има нужда от стабилно и устойчиво управление.

В съвременната икономика на предприемачите се отдава особено голямо значение, тъй като те генерират икономически растеж и конкурентоспособност на националните икономики. Уникалните продукти (стоки и услуги), които често са резултат от предприемаческа дейност, са продукт, който има своя собствена пазарна ниша, сравнително независима от международната финансова конюнктура.

- Според Български тълковен речник – предприемачът е „Човек, който се захваща с работа, която носи доходи.“

- Според дефиниция в онлайн речник – предприемачът е „Човек, който организира и управлява предприятие и по-специално бизнес, обикновено със значителна инициатива и риск.“

Която и дефиниция да изберем обаче истината е, че предприемачът е човек, който вижда *възможност* там където другите хора виждат само *проблеми*.

Истинските предприемачи са визионерите, иноваторите, изобретателите и хората с мотивация да променят бъдещето ни към по-добро.

Предприемачите променят утрешния ден. Това са хора на всякаква възраст, които вярват, че могат да направят нещо полезно за дадено общество или вече съществуващ бизнес. Те вярват, че идеята, продукта или услугата, която имат е различна и по-добра от наличните в момента. Поставят цели и са решени на всичко, за да ги постигнат. Преминават през всякакви изпитания и трудности, вдъхновени от изгарящото ги желание за промяна.

Предприемачите не се страхуват да мечтаят. Те знаят, че всички големи постижения започват от една идея, най-напред реализирана в собствените им умове. Виждат къде и кое може да бъде направено по-добре, виждат възможност във всеки проблем и ситуация. Те са готови да изменят нещата, които не им харесват, вместо да се оплакват, че нещо не е както трябва. Предприемачите рискуват. Предприемат ходове с висок риск за тяхната съдба в името на дадена мечта, залагайки бъдещето си на карта. Те се провалят постоянно, правят грешки и изостават, но това, което ги различава е, че всеки път продължават. Стават, изчистват прахта от раменете си и започват отначало. Те се учат от грешките си, анализират опита си и извличат най-ценното от него, така че следващият път, когато предприемат нещо ново са по-опитни, по-силни и по-уверени в себе си.

Предприемачите обичат това, което правят. Те действат с любов и страст. Мисълта, че продуктът или услугата, над които работят, ще направят нечий живот по-добър, ги радва и изпълва с желание и мотивация. Те са навсякъде – във всички страни, градове и села. Те движат световната икономика и напредъка на нашето общество чрез иновациите, които въвеждат.

Предприемачите вярват в идеята си, вярват в промяната и в по-доброто бъдеще на човечеството. **Освен че вярват, те действат!** Правят нужното за промяната и не се спират пред нищо.

II. Основни въпроси, които възникват пред предприемача преди стартиране на собствен бизнес

При стартиране на собствен бизнес предприемачът трябва да съобрази действията си с действащата в Република България нормативна уредба. Бъдещият предприемач трябва да се съобрази и запознае с някои основни въпроси които възникват в процеса на основаване на собствен бизнес. Основните от тях са:

- Мога ли да бъда предприемач?
- Кои са силните и слабите ми страни?
- Какво да правя, каква предприемаческа идея да реализирам за да постигна успех?
- Откъде да получа информация!
- Какво ми казва невидимата ръка на пазара?
- Как да формулирам целите си?
- Колко пари ще ми трябва и откъде да ги намеря?
- Каква правна форма да избира?
- Как да стартирам бизнес – сам или в сдружение?
- Как да избира местоположение на търговското си предприятие?
- Как да регистрирам търговска фирма и да получа необходимите ми за работа лицензи и разрешителни?

Отговорите на тези основни въпроси са предмет на разглеждане в настоящото Ръководство.

III. Консултация с маркетингов експерт

Консултацията с маркетингов експерт е важна, но не задължителна стъпка при стартирането на собствен бизнес. Не е задължителна, защото всеки предприемач е индивидуалност, изтъкана от своите лични качества, образование, професионализъм и практически опит натрупан по емпиричен път. Това, което е известно и лесно за един предприемач, може да се окаже напълно непонятно за друг.

Маркетинговият експерт е професионалистът, пред когото можете да поставите всички свои въпроси свързани с търговските продажби, пазарите и функционирането им.

Но, какво всъщност представлява маркетинга?

Ролята на маркетинга е да проучи, какво за отсрещната страна е стойностно и какво е готова тя да даде, за да бъде осигурено желаното активно поведение. Пазарът е съвкупност от всички настоящи и потенциални потребители на даден продукт. Продавачите, който го предлагат и Посредниците, който създават допълнителни предпоставки за сключване на сделката.

Маркетинга се интересува от крайния потребител.

Маркетинга представлява начина на мислене, според който без потребител няма стопанска дейност. Когато работи за формиране на своите клиенти, фирмата работи за своите печалби.

Маркетинга е концепция, система от възгледи и принципи за създаване, развитие и реализация на продукти, съобразени с пазарните условия и предпочитания на купувачите.

Маркетинга е социален и управленски процес при който индивидите и групите получават това от което имат нужда и потребност, чрез обмен на продукти и стойност помежду си.

Освен посочените по-горе характеристики маркетингът е:

1. Управленска концепция – организацията, ръководенето, планирането, контрола и регулирането на стопанския живот трябва да се основават на пазарни оценки.

2. Начин на действие - осигурява конкретни организационни, методически, информационни и др. инструменти и техники с които се осъществяват маркетинговите дейности.

3. Процес на стратегическо и тактическо планиране и контрол.

4. Интегрирана система – маркетинга обединява всички останали звена от фирмата. Те трябва да се съобразяват с предписанията на маркетинга.

5. Търси се единство между ориентацията на бизнеса към потребителите и преследването на максимално високи печалби.

6. Маркетинга е едновременно процес на изучаване на пазара, приспособяване на продукта към пазара и формиране на пазара.

7. Маркетинга обединява в себе си дейности по:

- създаване на нови продукти;
- реализация на съществуващите;
- стимулиране на производители и потребители;
- ценообразуване;
- различни по вид комуникации.

Всички те са подчинени на една обща стратегия и цел.

8. Чрез маркетинга освен постигане на висока печалба може да се търси постигане на др. цели – увеличаване обема на продажбите, съответно увеличаване на пазарния дял, повишаване на имиджа на фирмата и продуктите, изместване на конкуренцията или свиване на нейния пазарен дял, постигане на лидерска позиция.

9. Маркетинга е творческа дейност.

С какво всъщност ще Ви помогне маркетинговия експерт?

На първо място трябва да изложите бизнес идеята си пред маркетинговия консултант. Разкажете му всичко, относно плановете си за започване на бизнес. Например: как се е родила идеята, защо смятате, че тя може да бъде реализирана успешно и да носи печалба; разполагате ли с капитал; къде смятате да ситуирате производството или услугите си; какви са целевите Ви групи потребители и пазари и т.н.. Предоставянето на тази информация ще даде възможност на маркетинговия консултант да добие пълна представа за вашата идея, което пък ще му помогне при извършването на анализа за да Ви даде правилните съвет, от гледна точка на отдалечен от Вас и независим експерт.

Маркетинговият експерт ще Ви даде информация в следните насоки:

1. Анализ на отрасъла (сектора) в който искате да реализирате предприемаческата си идея;
2. Анализ на пазара – клиенти, размер и цикъл на продажбите;
3. Сегментация на пазара и целеви пазар;
4. Анализ на конкуренцията – съществуващи и потенциални конкуренти;
5. Външни въздействия върху пазара;
6. Маркетингова стратегия, маркетингов план;
7. Ценообразуване:
 - Приходи и методи за ценообразуване, основни критерии;
 - Калкулативни методи за ценообразуване;
 - Ценообразуване по формулата „разходи плюс“;
 - Ценообразуване по метода на променливите (преките) разходи;
 - Ценообразуване „от печалбата“;
 - Пазарно ориентирани методи и подходи на ценообразуване;
 - Ценообразуване „от конкуренцията“;
 - Ценообразуване на базата предполагаеми конкурентни цени – „тръжно ценообразуване“;
 - Ценообразуване „от търсенето“;
 - Ценообразуване на основата на психологични фактори
8. Дистрибуция;
9. Промоция и реклама;
10. План за продажбите.

Изложеното по-горе показва по недвусмислен начин, че макар и не задължителна стъпка, консултацията с маркетингов експерт може да бъде от изключителна полза за всеки предприемач и за всеки стартиращ бизнес.

IV. Консултация с адвокат

Типична черта в народопсихологията на българина е, „че всеки разбира от всичко“. Тази черта особено ярко се открил и беше подхранвана в годините на т. н. „социализъм“ и „пост социалистическият преход“, през които поради натрупаните дефицити от стоки и услуги хората бяха принудени сами да се справят със ситуацията. Емблематични са примерите с мъже надвесени пред отвореният капак на личния си автомобил за да го ремонтират, защото имаше дефицит на автосервизите и

автоуслугите или жени приведени над шевните машини да шият дрехи, защото просто липсваха качествени такива в търговската мрежа.

Но, какво всъщност представлява правото?

В правото, няма място за самообучение и творчески импровизации. **Право** в политиката и юриспуденцията се нарича система от социални правила и норми, които потвърждават, забраняват или разрешават определен вид поведение или взаимоотношения между хора или организации.

Това недвусмислено означава, че когато пред Вас възникне какъвто и да било проблем от правно естество е необходимо да го консултирате с компетентен юрист. Най-удачно е този проблем да бъде поставен за разглеждане пред компетентният в съответната сфера адвокат.

Стартирането на собствен бизнес е сериозна стъпка за предприемача, ето защо, той трябва да изследва всички аспекти на предприемаческите си намерения, включително и от правно естество.

Да, наистина в общественото пространство и най-вече интернет пространството изобилства от информация за това как да се регистрира фирма и какви документи са нужни за това. Тази информация обаче, едва ли ще ви бъде достатъчна за да реализирате точно идеите, които Вие имате за вашия бизнес.

С какво всъщност ще Ви помогне в бизнеса един адвокат?

1. На първо място, ще ви даде правилния съвет какво е нужно от правна гледна точка за да се стартира един бизнес;
2. Ще Ви препоръча каква правно организационна форма да изберете за регистрация на вашето търговско предприятие като правен субект – ЕТ, СД, ООД или АД;
3. Ще посочи пред Вас предимствата и недостатъците на всяка една от тези организационни форми;
4. Ще Ви подготви необходимите документи за регистрация на търговеца пред Търговски регистър към Агенция по вписвания;
5. Може да подаде вместо Вас документите по електронен път, като това ще Ви спести време и енергия и ще заплатите по-ниски държавни такси за вписване;
6. Адвокатът може да ви бъде полезен в документооборота при практическото стартиране на бизнеса:
 - да Ви изготви договор за наем на производствено помещение, офис или магазин;
 - да извърши правен анализ на имот (сграда или терен), който желаете да закупите;
7. Адвокатът ще ви даде нужната информация, относно разрешителните и лицензионни режими, относими към Вашата търговска дейност;
8. Адвокатът ще Ви консултира относно необходимостта за издаване на патенти, регистрирането на търговски марки, географски обозначения и т.н. пред Патентното ведомство, както и ще изготви и ще подаде нужните за това документи;
9. Адвокатът може да Ви даде съвет относно външотърговските и митническите режими на отделните страни и общности, в случай че търговската Ви дейност е свързана с внос и износ на стоки.
10. Адвокатът ще Ви подготви необходимите търговски книжа и договори, необходими за ежедневната Ви търговска дейност;
11. Не на последно място адвокатът може да Ви даде правилните съвети във връзка с трудовоправните отношения в самото търговско предприятие – трудови договори, длъжностни характеристики, заповеди и т.н.

Списъкът от дейности, в които правната помощ ви е необходима е безкраен. Ето защо, консултирането с адвокат преди започване на самостоятелен бизнес и последващото ползването на адвокатски услуги е изключително важно.

V. Консултация със счетоводител

Един от най-важните аспекти на бизнеса е стриктното водене на финансите. За тази цел, предприемачът следва да си осигури помощ от експерт, като задължително назначи на трудов договор или си наеме на хонорар счетоводител.

Работата на счетоводството е не само да обработва целият документооборот, акумулиран от търговската дейност, но и да предоставя необходимата информация на фискалните органи на държавата.

Ето защо е необходимо, още преди стартирането на бизнеса предприемачът да направи консултация с експерт счетоводител

Какво всъщност представлява счетоводството?

Технически погледната **Счетоводството** е систематично регистриране, периодично представяне във финансови отчети и анализ на сделките на предприятието в паричен измерител. То се осъществява при спазването на определени правила, наричани често Общоприети счетоводни принципи. Счетоводството позволява на дадена компания да анализира финансовите си резултати от бизнеса въз основа на различни показатели като например нетната печалба (печалбата за периода).

В днешно време счетоводството често се описва като „езикът на бизнеса“, тъй като е средството за представяне на отчетна финансова информация за активите, пасивите, капитала, приходите и разходите и паричните потоци на дадено предприятие, която информация може да се използва от различни групи от хора – потребители на информация, за вземане на икономически решения.

С какво всъщност ще Ви помогне в бизнеса счетоводителя?

1. На първо място ще регистрира търговската Ви фирма пред данъчните органи, а именно Националната агенция по приходите на Република България;
2. Ще води счетоводната сметка на предприятието Ви;
3. Ще води регистрите на активите и пасивите;
4. Ще изготвя сметкоплана на предприятието:
 - Сметки за капитала;
 - Сметки за дълготрайни активи;
 - Сметки за материални запаси;
 - Сметки за разчети;
 - Сметки за финансови средства;
 - Сметки за разходи;
 - Сметки за приходи;
 - Задбалансови сметки.
5. Месечно осчетоводяване на документация и информация, съгласно приложимите Национални и Международни счетоводни стандарти;
6. Организиране отчитане на корпоративни данъци и ДДС;
7. Комуникация и представителство пред данъчната администрация;
8. Изготвяне на междинни финансови отчети за целите на управлението;
9. Годишно счетоводно приключване и изготвяне на годишен финансов отчет и данъчна декларация;

10. Обработка на заплати;
11. данъчни консултации;
12. Данъчна защита.

В заключение следва да се посочи, че преди започването на собствен бизнес предприемачът задължително следва да извърши консултация с експерт счетоводител, който да му разясни основните параметри по счетоводното отчитане на бизнеса, който се кани да започне.

Предварителната консултация със счетоводител може са спести та предприемача значителна загуба на време и ресурси, а много често и да предотврати налагането на тежки санкции от страна на данъчните органи.

VI. Изготвяне на бизнес план

Какво всъщност представлява Бизнес планът?

Най-общо казано **Бизнес планът** е документ, обобщаващ намеренията на дадено предприятие за определено начинание. Бизнес плановете се използват за управление и планиране в рамките на предприятието, както и за да убедят външни организации, например банки или венчър капиталисти, да инвестират средства в начинанието.

Какво трябва да съдържа един Бизнес план?

Всеки Бизнес план е различен, като съдържанието му зависи както от вида бизнес, който се развива или ще се развива, така и от капацитета (икономически, управленски и организационен) на предприятието, което ще го реализира.

Най-общото типово съдържание на Бизнес планът е следното:

1. Въвеждаща страница

Въвеждащата страница съдържа: име и адрес на фирмата, телефон, факс, електронна поща, както и име и адрес на предприемача, телефон, факс, електронна поща.

2. Резюме

Резюмето съдържа кратко описание на търговското предприятие (фирмата) и представяне на мисията. Описват се накратко продуктите, услугите и целевите пазари. Представят се основните цели и маркетингова стратегия. Представят се операционните параметри. Представя се управленския и техническия опит на мениджърите. Поставят се накратко финансовите параметри и необходимостта от финансиране.

В обобщение може да се каже, че в резюмето се посочва квинтесенцията на Бизнес плана, т.е. резюмето съдържа екстракт от всички негови елементи.

3. Съдържание на Бизнес плана

Съдържанието на бизнес плана съдържа широко разяснение на заглавията и подзаглавията на всяка секция от изложението.

4. Мисия и цели

Мисията на фирмата представлява очертанието на това, което предприемачът ще се опита да осъществи и което е представено като формулиран израз на усещането за целева ориентация.

Мисията е формулировка, имаща за цел фокусиране на вниманието върху същественото в Бизнес плана, тази формулировка обобщава специфичните предимства и възможности на предприемача във връзка с пазарите/клиентите, които би обслужвал. Т.е. мисията определя позицията на бизнеса в обществото.

5. Описание на бизнеса/предприятието

Описват се продуктите, притежавани патенти или търговски марки; размер на бизнеса; потенциал за бъдещо развитие; уникални характеристики на бизнеса.

6. Маркетингов анализ

Включва общоикономически анализ, анализ на конкуренцията; прогноза за пазарните възможности.

7. Маркетингов план

Включва продуктова стратегия; стратегия на ценообразуване; дистрибуционна стратегия; промоция и реклама; план за продажбите.

8. Оперативен план

Включва производствен процес; локация; помещения; машини и оборудване; доставки.

9. Организиране и управление

- Структура на собствеността и правна форма на бизнеса;
- Роля на предприемача в управлението;
- Описание на управленския екип – квалификация, опит и т.н.;
- Осигуряване на бизнеса с персонал;
- Персонал – длъжностни характеристики и заплащане;
- Организационна структура на управлението.

10. Информационно осигуряване

Излага се в синтезиран вид източниците, от които е събрана целия обем информация, касаеща конкретния бизнес план.

11. Оценка на риска

Включва предвиждане на потенциалните проблеми; Прогнозирани препятствия и алтернативни пътища за развитие.

12. Финансов план

- Инвестиционни разходи и първоначален оборотен капитал;
- Амортизационен план;
- Погасителен план;
- Разход за труд;
- Калкулиране на себестойността на продуктите/ услугите;
- План за продажбите и доставките;
- Прогнозни приходи и разходи;
- Прогнозни парични потоци;
- Инвестиционна оценка на проекта

13. Времеви график

За мероприятията и решенията се изготвя времеви график. В него се планират задачите, като същите се разпределят във времето.

14. Приложения

Прилагат се съответните документи.

VII. Подаване на документи пред Търговски регистър към Агенция по вписвания

Защо трябва да бъде извършена регистрация на търговски субект?

Всяко физическо лице, което се занимава или ще се занимава като самостоятелен субект с търговска дейност (съгласно чл. 1 от Търговския закон (ТЗ)), с изключение на лицата по чл. 2 от ТЗ, е длъжно да поиска да бъде вписано от Търговския регистър (ТР) към Агенция по вписвания (АВп.), съгласно чл. 4 от Закона за търговския регистър (ЗТР). На вписване подлежат и всички последващи промени и обстоятелства, подлежащи на вписване, както и прекратяването на дейността на едноличния търговец.

Целта на ТР е да направи публично достояние онази част от обстоятелствата, свързани с дейността на търговците, която има важно значение за правната сигурност на търговския обмен, защитата на интереса на трети лица и законосъобразното учредяване на субектите на търговското право.

Кай е компетентният орган за регистрация?

ТР се води и поддържа от А.Вп. към министерство на правосъдието. ТР е електронна база данни, съдържаща обстоятелствата, вписани по силата на закон, и актовете, обявени по силата на закон, за търговците и клоновете на чуждестранни търговци.

Службите по регистрация поддържащи ТР, осъществяват функциите си по ЗТР на територията на съдебния район на съответния окръжен съд (за София – Софийски градски съд). Заявленията за вписвания и промени в обстоятелствата се подават в която и да е териториална служба по регистрация на АВп. По седалището на окръжните съдилища.

Компетентен орган, който разглежда заявленията е длъжностното лице по регистрация към съответната териториална служба.

Кои са оправомощените лица, които могат да поискат вписване?

Вписване в ТР като едноличен търговец може да поиска всяко дееспособно физическо лице, което има местожителство в страната, съгласно чл. 56 от ТЗ. Дееспособни са лицата, които са навършили 18 години и не са поставени под запрещение. Гражданството на лицата няма значение за вписването им в ТР. „местожителство в страната означава, вписване в регистрите на населението по смисъла на Закона за гражданската регистрация (ЗГР).

Нужно ли е да се направи резервиране на фирма?

Изискването за изключителност (уникалност) на фирмата е въведено в чл. 11 от ТЗ. Фирмата е наименованието под което търговецът упражнява занаята си и се подписва. Всяка фирма освен предписаното от закона необходимо съдържание може да включва означение за предмета на дейност, участващите лица, както и свободно избрана добавка. Фирмата трябва да отговаря на истината, да не въвежда в заблуждение и да не накърнява обществения ред и морала. Търговецът изписва фирмата си задължително на български език. Той може да я изписва допълнително и на чужд език.

Фирмата на ЕТ трябва да съдържа без съкращения личното и фамилното или бащиното име, с което е известен в обществото, както и означението ЕТ.

Предвидена е възможност всеки да може да запази фирма преди подаване на заявление за вписване. За целта заявителят прави справка дали друго лице няма права върху избраната от него фирма чрез търсене в регистрираните дела, списъка на запазените фирми, постановените откази и подадените заявления. Справките са безплатни и могат да се правят чрез интернет страницата на ТР или по друг начин в зависимост от технологичната готовност на АВп..

Запазването на вече избрана фирма се извършва въз основа на заявление по образец „Д1“ от Наредба № 1. Заявлението се подава лично от заинтересованото лице или от негов представител.

Кой може да подаде заявление в службата по регистрация?

Заявлението за вписване заедно с приложените документи, се подават в която и да е териториална служба по регистрация на АВП. По седалището на окръжните съдилища. Подписът върху заявлението се поставя в присъствието на длъжностното лице от службата по регистрация на АВп. По седалището на окръжните съдилища. Подписът върху заявлението се поставя в присъствието на длъжностното лице от службата по регистрация, приемащо заявлението, като се проверява и самоличността на подписващия се.

Заявлението може да се извърши от:

1. Търговеца;
2. Друго лице в предвидените от закона случаи;
3. Адвокат с изрично пълномощно, съставено съгласно изискванията на Закона за адвокатурата.

Какви са правни последици от вписването на търговеца?

След регистрацията на Търговеца в Търговски регистър следва данъчната му регистрация;

Съгласно чл. 82, ал. 3 от ДОПК, данните по чл. 81, ал. 1 от ДОПК за лицата, вписани в ТР, и за лицата, вписани в регистър БУЛСТАТ, се вписват служебно от съответната компетентна териториална дирекция въз основа на данните от търговския регистър, съответно от регистър БУЛСТАТ.

Регистрацията на търговецът като осигурител в националния осигурителен институт се извършва пак служебно, въз основа на данните в регистъра и в базите данни на НАП по чл. 80, ал. 1 ДОПК.

Настоящото Ръководство е изготвено с учебна цел по Проект: „ТРАНСГРАНИЧЕН ЦЕНТЪР ЗА МЛАДИ ПРЕДПРИЕМАЧИ” № 2014ТС1615СВ006-2015-1-133, Финансиран по Програма за Трансгранично сътрудничество Република България – Бивша Югославска Република Македония и не може да бъде публикувано или използвано без изричното разрешение на партньорите по проекта.

БЛАГОДАРИМ ВИ ЗА ВНИМАНИЕТО

**РЕГИОНАЛЕН ЦЕНТЪР ЗА ЕВРОИНТЕГРАЦИЯ
КЮСТЕНДИЛ**

EVROINTEGRACIA_KN@ABV.BG

0878 435 068

*The presentation is co-financed by EU through the INTERREG – IPA Cross-border Programme
CCI2014TC16ISCB006*

This presentation has been produced with the assistance of the European Union. The content of this presentation is the sole responsibility of Regional Centre for European Integration – Kyustendil and can in no way be taken to reflect the views of the European Union