

УПРАВЛЕНИЕ НА МАЛКАТА ФИРМА

Този наръчник е изготвен с финансовата помощ на Европейския съюз. Изложените в него възгледи са на изпълнителя и по никакъв начин не отразяват официалната позиция на Европейската комисия.

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД	3
1 СНАБДЯВАНЕ	5
2. ПРОИЗВОДСТВО И УСЛУГИ	8
3. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖБИ	13
4. СЕБЕСТОЙНОСТ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ	18
5. СЧЕТОВОДСТВО	23
6. УПРАВЛЕНИЕ НА СЧЕТОВОДСТВОТО	27
7. ПЛАНИРАНЕ НА ДЕЙНОСТТА НА ФИРМАТА	56
8. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОФИСА	72

УВОД

Независимо от вида на вашия бизнес – дали произвеждате някакво изделие, дали предлагате услуга или сте търговец, вие изпълнявате някои основни дейности, които са характерни за един бизнесцикъл. По-долу ви предлагаме принципна схема на един бизнесцикъл:



За да успеете в бизнеса си, вие трябва много умно и интелигентно да осъществявате всяка една от дейностите – така, че всяка направена стъпка да води до увеличаване на вашата печалба: “умното” снабдяване да осигури закупуване на нужните количества стоки и материали на по-ниски цени; правилното водене на счетоводството да помага за непрекъснато следене и намаляване разходите на фирмата; да се постигат по-големи продажби като се развива активно маркетинга на фирмата; да се планират паричните потоци така, че фирмата да не остане без парични средства; да се осигуряват инвестиции за растеж на бизнеса.

Вашата основна цел в бизнеса е постигане на по-висока печалба.

Но как да стане това? Пътищата са много и различни. Вие трябва предварително да определите пътя, който да следвате, за да ви доведе до целта, към която се стремите, за да можете да постигнете по-голяма печалба – дали това ще бъде завземане на определен пазарен дял, дали това ще е достигане на определена печалба за годината или намаляване на разходите до определен размер. Тази цел трябва да определяте периодично (обикновено се прави ежегодно) и след изтичане на периода да правите рекапитулация на постигнатото - как сте се движили към вашата цел, какво от планираното сте успели да свършите и какво не сте постигнали, да определите причините за допуснатите пропуски.

ПОМНЕТЕ!

ЕДНО ОТ УСЛОВИЯТА ЗА УСПЕШЕН БИЗНЕС Е ДА ОПРЕДЕЛИТЕ ПРАВИЛНО ЦЕЛТА НА ФИРМАТА И РЕДОВНО ДА ПРАВИТЕ ОТЧЕТ НА ДОСТИГНАТОТО.

Важно е да знаете, че всяка дейност в бизнеса се подчинява на четири основни изисквания:

- ↳ всяка дейност трябва да се планира,
- ↳ всяка дейност трябва да се изпълни така, както е планирана,
- ↳ всяка дейност трябва да се контролира, за да може да се изпълни както е планирана,
- ↳ след приключване на дейността тя трябва да се анализира, за да могат да се предприемат мерки за нейното подобряване.

Помнете!

За да се развива бизнесът ви, всяка дейност, която извършвате, трябва да съдържа елементите на управленския цикъл:

**Планиране ⇒ изпълнение ⇒ контролиране ⇒
анализиране и подобряване**

След като знаем как трябва да подхождаме към всяка дейност, нека пристъпим към първата стъпка на бизнеса ни – “умното” снабдяване.

1 СНАБДЯВАНЕ

Началото на всеки бизнес цикъл се поставя от снабдяването със стоки и материали. Вие купувате стоки или влагате материали в нови изделия и ги продавате с печалба на пазара.



Вашата крайна цел е да получите по-голяма печалба.

Ако продавате добре – увеличавате приходите си, ако се снабдявате добре – намалявате разходите си.

КАК ДА КУПУВАМЕ

1. Анализирайте нуждите на фирмата си.
2. Намерете подходящия доставчик.
3. Поискайте оферти от други доставчици.
4. Преговаряйте за условията и след това купувайте.
5. В момента на доставяне на стоките, проверявайте количеството, качеството и цената по описа на доставените стоки.
6. Ако имате оплаквания, съобщете ги незабавно на доставчика.
7. Проверявайте фактурите според придружаващия списък, когато ги получите.

МИСЛТЕ!

УПРАВЛЕНИЕ НА ЗАПАСИТЕ

Управление на запасите означава да контролирате непрекъснато запасите си от стоки, суровини и детайли. С добро управление на запасите вие можете:

- ✓ да бъдете сигурен, че няма да останете без стоки на склад;
- ✓ да бъдете сигурен, че не държите на склад прекалено голямо количество от дадено изделие.

ПРАВИЛА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЗАПАСИТЕ

ПРАВИЛО 1 – ПРОВЕРЯВАЙТЕ РЕДОВНО ЗАПАСИТЕ СИ

ПРАВИЛО 2 – ПОДРЕДЕТЕ ЗАПАСИТЕ СИ ДОБРЕ, ТАКА ЧЕ ДА СЕ ВИЖДАТ И БРОЯТ ЛЕСНО

ПРАВИЛО 3 – КОГАТО РАЗЛИЧНИТЕ ВИДОВЕ СТОКИ СЕ УВЕЛИЧАТ НА БРОЙ, РАЗДЕЛЕТЕ ГИ В ОТДЕЛНИ ГРУПИ

ПРАВИЛО 4 – КОГАТО БРОЯТ НА РАЗЛИЧНИТЕ ВИДОВЕ ИЗДЕЛИЯ ПРЕВИШИ 20, ЗАПОЧНЕТЕ ДА ВОДИТЕ ПРОСТА ОТЧЕТНОСТ

УПРАВЛЕНИЕ НА ЗАПАСИТЕ ПО ВИДОВЕ

Производителите, доставчиците на услуги, както и търговците на дребно могат да използват система за управление на запасите по видове. При този метод за всяко различно изделие се прави отделен картон.

Изделие: батерии		Праг за поръчка: 100		
Покупна цена: 20 лв				
Продажна цена: 22.5 лв		КАРТОН НА ИЗДЕЛИЕ		
Дата	Данни	Входящи	Изходящи	Остатък
1 юни	Закупени	200	-	200
3 юни	Продадени		20	180
4 юни	Продадени		20	160
8 юни	Продадени		30	130
11 юни	Продадени		10	120
16 юни	Продадени		20	100 За поръчка!

УПРАВЛЕНИЕ НА ЗАПАСИТЕ ПО СТОЙНОСТ

Най-лесният начин да записвате наличностите си е да използвате книга за управление на запасите като тази:

Книга за управление на запасите				
Месец: януари 2003 г.				
Дата	Описание	Увеличение	Намаление	Налична стойност
1 януари	Начало			43 250
2 януари	Продажби		3 200	40 050

3 януари	Покупка от „Пламяк“ АД	3 000	43 050
----------	---------------------------	-------	--------

Записваните данни в тетрадката са същите като на стоковия картон, с изключение на това, че се отбелязва стойността, а не бройката.

Не забравяйте - контролирайте запасите си!

1. Проверявайте получените стоки и материали по количество и качество.
2. Складирайте ги така, че да ги съхраните добре и да можете лесно да ги проверявате.
3. Водете отчетност на движението на материалите и стоките в склада.
4. Правете периодична проверка на наличностите в склада.

2. ПРОИЗВОДСТВО И УСЛУГИ

ПРОИЗВОДСТВО

Производството е процес, при който материали или части се преработват и/или събират, за да се превърнат в продукти, като се използват работници (труд), машини, инструменти и енергия.

ЕТАПИ НА ПРОИЗВОДСТВОТО

ЕТАП 1 – СНАБДЯВАНЕ И СКЛАДИРАНЕ

ЕТАП 2 – ПЕРЕРАБОТКА

ЕТАП 3 – СГЛОБЯВАНЕ

ЕТАП 4 – ДОВЪРШИТЕЛНИ РАБОТИ

ЕТАП 5 – ИНСПЕКТИРАНЕ

ЕТАП 6 – ОПАКОВАНЕ

Всеки етап от производството е свързан с разходи. Някои от тези разходи са неизбежни, тъй като не може без материали, труд и енергия да произведете един продукт. Много е важно да произвеждате стоките си с минимални загуби. Загубите повишават стойността на продукта и намаляват възможната печалба.

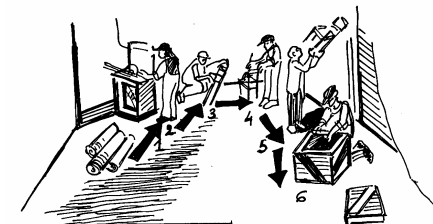
**НАМАЛЕТЕ РАЗХОДИТЕ СИ КАТО НАМАЛИТЕ ЗАГУБИТЕ НА ВСЕКИ ЕТАП –
И ПЕЧАЛБАТА ВИ ЩЕ СЕ УВЕЛИЧИ.**

НАМАЛЯВАНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА МАТЕРИАЛИ

НАМАЛЯВАНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ТРУД

ОРГАНИЗАЦИЯ НА РАБОТНОТО ПРОСТРАНСТВО

Доброто разположение означава по-малко движение и манипулации на продукта през отделните етапи на производствения процес, а и по-малко разкарване на хората. Лошото разположение налага обратното.



ОРГАНИЗАЦИЯ НА РАБОТНОТО МЯСТО

В повечето малки предприятия работните места представляват пълна бъркотия. Ако не вярвате, огледайте се наоколо. Готовите изделия са смесени с части, които предстои да се монтират. Инструментите не са на мястото си. Работниците непрекъснато търсят онова, с което трябва да работят в момента. На такова работно място е необходимо много повече време, за да се монтира едно изделие, отколкото на едно добре подредено работно място.

БЕЗОПАСНОСТ

Безопасните условия на труд са изключително важни, както за вас, така и за работниците ви. Като собственик или управител вие сте отговорен за нараняванията и болестите, причинени от ниската безопасност или пренебрегването на рисковете, на които сте изложени вие и работниците ви. Съществуват много мерки, които можете да вземете, за да предпазите живота и здравето на вашите работници. Много от тях не изискват допълнителни средства.

НАМАЛЯВАНЕ РАЗХОДИТЕ ЗА МАШИНИ

СНИЖАВАНЕ НА МАШИННОТО ВРЕМЕ

Машините струват пари, понякога много пари. Когато сте платили много пари за една машина, трябва да я използвате възможно най-добре. В много производства престоят на машините е по-дълъг от действителната им работа. Защо се случва така?

Освен лошата организация, често машините не работят с правилната скорост, инструментите не са наточени както трябва и работниците не са достатъчно добре обучени да използват пълноценно машините.

Нека разгледаме един пример как се губи време при един обикновен 8-часов работен ден, от 8 до 17 часа, с един час обедна почивка от 12:30 до 13:30 ч. При оптимално използване на оборудването то работи 8 часа, без престои. В действителност обаче работникът може да закъснее с 15 мин, да спре за една цигара, което означава, че спира и настройва след това машината, налага му се да носи готова продукция, машината се разваля и т.н. От такива дребни прекъсвания се получава следното:

Работникът закъснява	15 мин. (8:00 – 8:15)
Машината се пренастройва	15 мин. (9:45 – 10:00)
Работникът отива да изпуши една цигара	15 мин. (10:00 – 10:15)
Работникът отнася готовата продукция	15 мин. (12:15 – 12:30)
Машината се поврежда	50 мин. (15:00 – 15:50)
Работникът спира малко по-рано	10 мин. (16:50 – 17:00)
Общо престой на машината:	120 мин. = 2 часа

Ако управлението се подобри и работникът прави само по една почивка за кафе от 10:00 до 10:15, след което са необходими още 15 минути за настройване на машината, то времето за използване се увеличава до 7 ч. и 30 мин., а престоят пада до 6% от работното време.

ПОДДЪРЖАНЕ НА МАШИНИТЕ

Поддържане на машините означава грижа за машините и оборудването, включително транспортните средства. Колкото по-скъпа е една машина, толкова по-важна е поддръжката ѝ.

ПРЕМЕСТВАНЕ НА МАШИНИТЕ

Както казахме по-рано, в някои производства отнема повече време да се докарат материалите до машината и да се поставят на машината, отколкото да се нарежат и обработят.

СЪКРАЩАВАНЕ СТОЙНОСТТА НА ЗАМРАЗЕНИЯ РАБОТЕН КАПИТАЛ

Парите са най-важният актив при управление на фирмата. Парите ви дават възможност да купувате материали, да плащате на работниците и служителите си, както и всички останали разходи като наеми, осигуровки, телефон и др.

При започване на фирмената си дейност, сте използвали парични средства за закупуване на машини, инструменти, оборудване и други *дълготрайни активи*. Това означава, че парите ви са затворени в тях за дълго време.

Останалата част от паричните средства е *работен капитал*. Вие го използвате за закупуване на материали и детайли, за плащане на заплати и други сметки.

РАБОТЕН КАПИТАЛ



КУПУВАНЕ НА
МАТЕРИАЛИ



ПРОИЗВОДСТВО НА
СТОКИ



ПРОДАЖБА НА СТОКИ



ПОВЕЧЕ
РАБОТЕН КАПИТАЛ

НАМАЛЕТЕ ЗАМРАЗЕНИЯ
РАБОТЕН КАПИТАЛ ЧРЕЗ:



**КУПУВАНЕ НА
ПО-МАЛКО МАТЕРИАЛИ**



**БЪРЗА ДОСТАВКА НА
ЗАКУПЕНИТЕ СТОКИ**



**ОГРАНИЧАВАНЕ НА
ПРОДАЖБИТЕ НА КРЕДИТ**

**УВЕЛИЧЕТЕ ПЕЧАЛБАТА СИ КАТО ИЗПОЛЗВАТЕ ПО-РАЦИОНАЛНО
РАБОТНИЯ СИ КАПИТАЛ.**

НЕ ГО ЗАМРАЗЯВАЙТЕ!

НЯКОИ ПРАКТИЧЕСКИ ПРАВИЛА:

За да оптимизирате отделните етапи на производствения процес:

1. Осигурете "умно" снабдяване с материали и стоки, както бе посочено в раздел "Снабдяване" – така ще намалите замразения капитал.
2. Планирайте производството така, че да използвате максимално машините и работната ръка и да намалите максимално престоята на машини и работници.
3. Осигурете редовно поддържане на машините, за се намали престоя им.
4. Осигурете организация на работните места така, че да няма кръстосани транспортни потоци на материалите и на готовата продукция.
5. Поддържайте работното помещение подредено и чисто.

3. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖБИ

Маркетингът означава да разберете какво искат клиентите и да ги накарате да харесват вашите изделия или стоки, да ги продават, да ги доставят на купувачите и да получават пари за тях.



РАЗБЕРЕТЕ КАКВО ИСКАТ КЛИЕНТИТЕ!

ПРОИЗВЕДЕТЕ,
ОПРЕДЕЛЕТЕ ЦЕНАТА,
РЕКЛАМИРАЙТЕ И
ПОЗИЦИОНИРАЙТЕ
ПРОДУКТА.

РЕАЛИЗИРАЙТЕ
ПЕЧАЛБА!

КАК ДА РАЗБЕРЕМ КАКВО ИСКАТ КЛИЕНТИТЕ

Хората на бизнеса трябва да знаят кои са техните клиенти. Те трябва да знаят правилните отговори на редица въпроси:

- За кого е предназначен продуктът?
- На кого се опитват да продават?
- Какъв дизайн, цвят, размери и т.н. харесват клиентите?
- Къде са клиентите? Кога купуват те?
- Какво количество им трябва, колко могат да си позволят и колко можем да им продадем?
- Каква цена биха си позволили да платят за този продукт?

МАЛКО ИЛИ МНОГО НА БРОЙ РАЗЛИЧНИ СТОКИ?

ПРОМОЦИЯ И РЕКЛАМА

Промоцията включва всички начини, по които можете да повлияете на хората, за да купуват стоките ви.

Целта на рекламата е да съобщите на хората какво предлагате за продажба, така че те да поискат да купуват вашите стоки вместо тези на конкурентите ви.

ДИСТРИБУЦИЯ

Дистрибуция означава да се доставят стоките от производителите до крайните потребители.

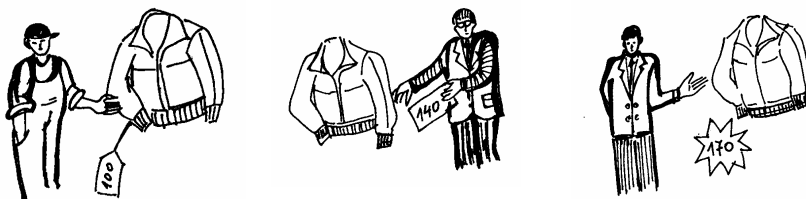
Какво се продава	Кой е клиентът	Къде	Място за продажба	Брой места за продажба	Продава се от
Евтени дрехи	По-бедни хора	Цялата страна	Магазини, пазари и др.	Голям брой	Продавачи, а от собственика - на закупчиците на големи магазини
Скъпи кожени изделия	Заможни хора, туристи	Столицата, места, посещавани от туристи	Универсални магазини, хотели, бутици	Малък брой	Директно от собственика
Шоколади и сладки	Всеки, особено деца	Главно в градовете	Магазини, пазари, улични продавачи	Много на брой	Продавачи, търговци на едро и дребно
Домашни потреби	Домакинства със среден доход	Главно в градовете	Универсални магазини и магазини за домашни потреби	Не много на брой	Продавачи, собственик (големи поръчки)
Метални прозорци	Строители	Главно големи градове	Търговци на едро, строителни предприемачи	Не много на брой	Собственика, продавач, по каталог
Специализирани инструменти и бои	Фирми от машиностроенето и производство на пластмаси	Столица, няколко големи града	Специализиран магазин	Малко на брой	Собственика, технически персонал
Стандартни маси и столове	Държавни учреждения, училища, институти, фирми	Главно големите градове	Отдели по снабдяване, държавни и общински органи.	Малко на брой	Собственика, продавач

НАЧИНИ НА ДИСТРИБУЦИЯ

Производител – Търговец на едро – Търговец на дребно – Потребител

Производител – Търговец на едро – Потребител

Производител – Потребител



**КОЛКОТО ПО-ДЪЛГА Е ВЕРИГАТА,
ТОЛКОВА ПО-ВИСОКА Е КРАЙНАТА ЦЕНА.**

ПРОДАЖБИ

Колкото повече знаете за своите клиенти и това, което искат те, толкова повече ще продавате и ще увеличавате печалбата си.

За да продавате успешно, трябва да познавате много добре своите конкуренти – производители и търговци, които предлагат на пазара същите продукти и услуги като вашите.

Продажби на дребно

Първата стъпка към увеличаване на продажбите е да привлечате повече хора във вашия магазин.

Хората ще купуват от магазини, които:

- продават стоки с качеството, което им е необходимо, на най-ниските цени;
- продават стоки, които другите търговци не предлагат.

Ако видите, че някои магазини работят по-добре от вас, не тръгвайте просто да копирате – **измислете нещо по-добро от тях.**

ПРОДАЖБИ НА ЕДРО

Производителите или доставчиците на услуги, които добре познават своите пазари, работят по-успешно от тези, които не знаят много за пазарите си. Най-успешните бизнесмени са тези, които изучават пазара и се подготвят така, че да отговорят на търсенето. Намерете отговор на тези въпроси като направите просто проучване на пазара.

Предлагайте нещо различно от конкурентите си, например различни размери, различни цветове или различна опаковка. Но не бъдете прекалено различен, освен ако не сте сигурен, че това ще се продава.

ПАЗАРНО ПРОУЧВАНЕ ОЗНАЧАВА:

ОТСТЪПКИ

Независимо дали сте търговец на едро или извършвате услуги, вие трябва да имате изработена ваша схема при какви случаи бихте могли да давате отстъпки на клиентите и в какъв размер да бъдат те.

ДА ГЛЕДАТЕ,
ДА ПИТАТЕ,
ДА РАЗГОВАРЯТЕ И
ДА СЪБИРАТЕ
ИНФОРМАЦИЯ.

ОТЧЕТИ ЗА ПРОДАЖБИТЕ

Добрите отчети за продажбите са изключително важни. Те са толкова по-важни, колкото повече са видовете стоки или продукти, които продавате.

От продажбените отчети може да извлечете много информация, която да ви помогне да увеличите продажбите и подобрите бизнеса си.

ОТЧЕТ ЗА ПРОДАЖБИТЕ

Дата	Продажби на изделие А		Продажби на изделие В	
	Брой	Стойност	Брой	Стойност
01.05.	10	500	22	352
02.05.	3	150	25	400
03.05.	30	1500	10	160
Общо:	43	2150	57	912

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТИ КАК ДА ПРОДАВАТЕ ПО-ДОБРЕ:

Помнете, че "клиентът е господар". За да имате много клиенти и да ги задържите, вие трябва:

1. Да предоставите на клиентите изделия, стоки и услуги, от които те се нуждаят, с качеството, което им е необходимо.
2. Да предоставяте на клиента изделия, стоки и услуги на цена, която те са готови да платят.
3. Да се стремите да формирате правилно цената на вашите изделия, стоки и услуги. Стремете се да намалявате разходите си.
4. Да уточните при какви условия ще давате отстъпки на вашите клиенти. Калкулирайте ги предварително!
5. За да могат вашите клиенти да оценят достойнствата на вашите продукти, услуги и стоки, рекламирайте ги активно и така, че да покажете най-добрите им страни.
6. За да бъдат доволни вашите клиенти, отнасяйте се с тях с най-голямо внимание. Обучете персонала си да се отнася с клиентите внимателно и вежливо. Нека клиентите ви почувстват, че вие ги цените.
7. Поддържайте вашия магазин и офис чисти, приветливи и добре организирани.
8. Организирайте добра отчетност и периодично анализирайте продажбите.

4. СЕБЕСТОЙНОСТ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ

СЕБЕСТОЙНОСТ

Определяне на себестойността означава да пресметнете колко струва производството и продажбата на всеки един отделен продукт или услуга.

Много фирми, малки и дори по-големи си навличат неприятности, защото не знаят какви са техните разходи.

АКО ПОЗНАВАТЕ ДОБРЕ КАКВИ СА РАЗХОДИТЕ ВИ, ЩЕ МОЖЕТЕ:

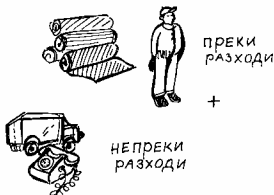
- ДА ОПРЕДЕЛЯТЕ РЕАЛНИ ЦЕНИ,
- ДА ГИ НАПРАВИТЕ ОПТИМАЛНИ
- ДА ВЪВЕДЕТЕ ПОДОБРЕНИЯ.

Информацията, която е необходима за определяне на себестойността, "излиза" от счетоводната ви система. Преди да пристъпите към определяне на себестойността, счетоводството ви трябва да е в добро състояние.

ВИДОВЕ РАЗХОДИ

Във всеки бизнес има два вида разходи:

- директни (преки) разходи; и
- непреки разходи.



Преки разходи + непреки разходи =
общи разходи

Преки разходи са тези, които се отнасят **конкретно** към производството на дадено изделие и "стават част от него". Те биват:

- *преки разходи за материали* – включват всички разходи за суровини и материали, които пряко се влагат в производството;
- *преки разходи за труд* – включват всички разходи за заплати и осигуровки, които плащате за труда на работниците.

Непреки разходи (режийни разходи) - това са разходи, които правите за производство на продукта или услугата, но не можете точно да определите каква част е отишла за единица изделие или за конкретната услуга. Те също се делят на:

- *непреки разходи за материали и*
- *непреки разходи за труд.*

КАК ДА ОПРЕДЕЛИМ СЕБЕСТОЙНОСТТА НА ИЗДЕЛИЕТО, СТОКАТА, УСЛУГАТА

За да можете да определите себестойността на произвежданото изделие, трябва да се направи следното:

1. Да се определят преките разходи за материали:

2. Да се определят преките разходи за труд:

3. Да се определят непреките разходи за труд и материали.

Това е най-трудната част при определяне на себестойността.

Тъй като не може да се определи точно какви са непреките разходи, които трябва да се включат в себестойността на всяко отделно изделие, прието е те да се изчисляват *като процент, който се начислява върху стойността на преките материали и прекия труд.*

<p>непреки разходи за материали =</p> <p style="text-align: center;">общи месечни непреки разходи</p> <p style="text-align: center;">----- X 100 %</p> <p style="text-align: center;">средни месечни преки разходи за материали</p>

- Изчислете непреките разходи за труд като процент към средните преки разходи за труд

непреки разходи за труд =	
$\frac{\text{общи месечни непреки разходи}}{\text{средни месечни преки разходи за труд}} \times 100 \%$	

С така определените проценти се калкулира себестойността на всяко изделие, което ще се произвежда.

+	Преки разходи за материали	
	% непреки материални разходи	материални разходи
+	Преки разходи за труд	
	% непреки трудови разходи	трудови разходи
=	Себестойност на произвежданото изделие	

ЦЕНООБРАЗУВАНЕ

Ценообразуване означава да определите на какви цени да продавате продуктите или услугите си.

При пазарната икономика цената на това, което се продава - продукт, услуга, стока - се определя от пазара. Вие не може да продавате на цени, които са много по-високи от цените, установени на пазара. За да може един собственик да определи на каква цена да продава, той трябва да има информация за това какви са пазарните цени на същия продукт и да знае точно колко му струва производството на този продукт, т.е. да знае колко е себестойността на продукта. *Разликата между пазарната цена и себестойността ще формира печалбата на собственика.* Разполагайки с информация за себестойността и печалбата си, собственикът ще може да реагира във всеки момент при промяна на пазарната цена - или чрез намаляване на печалбата, или чрез намиране на пътища за намаляване на себестойността. По този начин той ще **управлява** бизнеса си и печалбата, която получава.

СЕБЕСТОЙНОСТ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ

Като знаете какви са разходите ви, ще имате добра основа за определяне на цените си. Тогава ще можете да се конкурирате с други производители или търговци и да работите с печалба. Печалбата е необходима, за да поддържате бизнеса си в добро състояние.



Високи цени
↓
малки продажби
↓
ниска печалба



Ниски цени
↓
големи продажби
↓
ниска печалба



Правилни цени
↓
добри продажби
↓
добра печалба

Пазарът е този, който определя на каква цена може да продават стоките и изделията си.

Вие може дори да не правите изчисления на себестойността на стоките и изделията, след като имате информация за пазарната цена. Но тогава няма да знаете дали продавате с печалба или сте на загуба; с каква точно печалба продавате. **В този случай вие няма да можете да управлявате бизнеса си и вероятността да фалирате е много голяма.**

5. СЧЕТОВОДСТВО

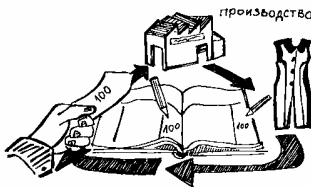
Основната цел на бизнеса е получаване на **печалба**.

Счетоводството е една от дейностите с особено значение за вашата фирма. Не само защото то определя данъците, които трябва да се платят, но и дава финансовите резултати на фирмата.

Да се води счетоводство означава да се записват всички сделки, възникващи от стопански дейности, които могат да се изразят с пари, т.е. да можете да следите движението на вашите пари – колко са получени във фирмата и колко са излезли от фирмата; да имате яснота във всеки един момент какви пари дължите на вашите доставчици и колко пари ви дължат вашите бизнес партньори

На базата на счетоводните данни вие ще можете реално да определите какви са вашите приходи и разходи и каква е вашата печалба.

Законът за счетоводство определя задължителните счетоводни документи, които трябва да се води една фирма. Те обикновено се обработват от счетоводителя на фирмата.



Какви са книгите, които можете да водите?

Една част от счетоводните книги и документи се оформят от счетоводителя на фирмата. Такава е *книгата за приходи и разходи*. Книгата за приходи и разходи е главната книга, в която се отразява почти цялата информацията, свързана с дейността на фирмата.

Спомагателните книги се използват за записване на данни, които ще ви помогнат да запомните важната информация на фирмата, например сметки или заплати, които предстои да се плащат. Една част от спомагателните книги се изискват от закона за счетоводство, а друга част е препоръчително фирмата да води, за да улесни работата си и да има във всеки момент необходимата ѝ информация.

Не е никак трудно да се водят посочените книги. Ако разполагате с компютър, воденето на спомагателните книги е много просто и лесно. Трябва само да създадете посочените таблици и ежедневно да нанасяте в тях необходимата информация. Може да ползвате и специализирани програми.

Главните книги обобщават информацията от спомагателните книги и позволяват да се направи анализ на дейността на фирмата.

1. КНИГА ЗА ОТРАЗЯВАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ ОТ КАСОВИЯ АПАРАТ

В тази книга се съхраняват дневните отчети от касовия апарат. Ежедневно, след приключване на работа се приключва и касовия апарат. От него се извежда отчет за дневните продажби, съгласно Наредбата за касовите апарати. Този отчет се залепва на отделен лист в книгата за отразяване на продажбите от касовия апарат. Книгата трябва да бъде прошнурована и пронумерована.

2. ГЛАВНА КАСОВА КНИГА

В касовата книга се записва всяко движение на пари във фирмата – при осъществяване на плащане и при получаване на пари, в резултат на сделки, авансови плащания и др. Касовата книга се приключва всеки ден.

Воденето на такава книга е необходимо, за да можете да следите парите, които постъпват в касата на фирмата и плащанията. Тази книга не трябва да се отъждествява с книгата за отразяване на продажбите от касовия апарат.

Трябва да въведете правило във фирмата: всяко получаване на пари в касата да се документира с приходен касов ордер, а всяко плащане на пари в брой от касата да се документира с разходен касов ордер.

ВАЖНИ ПРАВИЛА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ПАРИТЕ В БРОЙ

- Не си позволявайте и не разрешавайте на членове на семейството Ви да вземат пари от касата, освен ако това не е тяхно възнаграждение. Ако все пак това се случи, трябва да се подпише документ – разходен касов ордер за взетите пари.
- Плащайте на себе си и на членовете на Вашето семейство заплати както на всички останали служители.
- Ако Вие или член на семейството Ви вземе стока от магазина или фирмата, тя трябва да бъде платена както от всеки друг купувач.
- Винаги пазете достатъчно пари в банката, за да можете да посрещнете нормалните нужди на фирмата.

3. ДНЕВНИК НА КЛИЕНТИТЕ

Дневникът за клиентите се използва за следене на тези плащания от клиенти, които трябва да дойдат по банков път или при продажба с отсрочено плащане, т.е. парите, които не получаваме веднага при продажба, а с известно закъснение. Този дневник ще ни помогне да следим кой кога ни е платил и има ли клиенти, които ни дължат пари.

5. ДНЕВНИК НА ДОСТАВЧИЦИТЕ

По същия начин водите и книга на доставчиците, в която отбелязвате вашите плащания към доставчиците и сумите, които остават да дължите.

6. ВЕДОМОСТ ЗА ЗАПЛАТИ

В нея се вписват всички данни, свързани със заплащането на вашите работници. Обикновено ведомостите се изготвят от счетоводителя на фирмата.

7. КНИГА ЗА МАТЕРИАЛНИТЕ ЗАПАСИ

Тази книга се използва за отразяване на материалите, които се използват при производство и при извършване на услуги или при изписване на стоките, които се продават в търговията.

Тази книга следи движението на отделните материали/стоки, които купувате и продавате /или влагате в производството/.

Определянето на стойността на изразходваните материали ще стане по следния начин:

	Стойност на началните запаси от материали
+	стойност на закупените през месеца материали
-	стойност на наличните в края на месеца материали
=	разход за материали през месеца

8. КНИГА ЗА ДЪЛГОТРАЙНИТЕ АКТИВИ

Дълготрайните активи на фирмата са машините и съоръженията, които фирмата закупува.

Закупуването на машини обикновено е свързано с плащането на сравнително големи парични суми, защото машините са скъпи. Но всеки собственик на предприятие трябва да знае, че купуването на една машина не представлява разход за фирмата в момента на купуване. На практика разходът за дълготрайните активи се разпределя на части през периода на ползването им. Каква част от всеки актив ще се признае като разход за даден период се определя от данъчната законова уредба - в частност от Закона за корпоративното подоходно облагане.

След като вие закупите някаква машина, т.е. дълготраен актив, за нея вие трябва да направите заедно с вашия счетоводител т.н. индивидуален амортизационен план на дълготрайния актив.

АМОРТИЗАЦИОНЕН ПЛАН на закупен компютър

1. Вид на актива	компютър
2. Инвентарен номер	1
3. Дата на закупуване	01.03.2004 г.
4. Стойност на актива	1500
5. Полезен срок на ползуване	2 години
6. Изхабяване /амортизация/ в % за година	50 %
7. Изхабяване в лв за година	750 лв

За да определите какъв ще е общия разход за всички машини, които е закупила фирмата в началото на всяка година, информацията от картоните на отделните машини /дълготрайни активи/ се обобщава в т.н. *обобщен амортизационен план* на фирмата.

Помнете!

Поне един път в годината трябва да се прави инвентаризация на наличните дълготрайни активи.

Всички помощни книги са ви необходими, за да можете да управлявате бизнеса си. Информацията от тези книги периодично трябва да се обобщава и анализира, за да може да управлявате бизнеса си успешно. Как ще става това, ще научите в следващия раздел - *Управление на счетоводството*.

6. УПРАВЛЕНИЕ НА СЧЕТОВОДСТВОТО

Управление на счетоводството означава да използвате информацията от счетоводните книги, както и други данни, за да разберете навреме дали бизнесът ви се развива добре или зле.

Добрите сметки и отчети ще ви помогнат да вземате по-добри решения и да ръководите по-добре фирмата си. Не трябва да бъдете непременно счетоводител, за да разберете основите на управлението на счетоводството

Управлението на счетоводството ви дава възможност да разберете:

- ⇒ Какви пари са постъпили и как са похарчени през определен период от време. Също така виждате дали фирмата ви е на печалба или на загуба.
- ⇒ Какви пари или други активи притежава фирмата и какво дължи към дадена дата.
- ⇒ Как и кога ще постъпят средства във фирмата, как и кога те ще бъдат изразходвани през следващите няколко месеца.

Горната информация ще имате, ако периодично във вашата фирма вие съставяте:

- ↪ Отчет за приходите и разходите
- ↪ Балансов отчет
- ↪ План и отчет за паричния поток



Тази глава ще ви помогне да свържете тези три документа. Тогава ще можете да ги използвате, за да управлявате по-добре фирмата си.

ВАЖНО!

Обикновено счетоводните документи на фирмата се оформят от нает счетоводител. Съществува порочна практика това да се прави само в края на годината, когато трябва да се подават данъчните документи. За да можете за управлявате умно бизнеса си, вие трябва да изисквате от вашия счетоводител **ежемесечно да оформя счетоводните документи** и да ви ги представя, за да можете да ползвате информацията от тях своевременно.

ОТЧЕТ ЗА ПРИХОДИ И РАЗХОДИ

Отчетът за приходи и разходи ви дава информация дали за определен период от време (например три месеца, шест месеца или година) фирмата е на печалба или на загуба и дали приходите на фирмата са повече или по-малко от разходите.

ПРИХОДИ	-	РАЗХОДИ	=	ПЕЧАЛБА
----------------	----------	----------------	----------	----------------

Каква печалба сте реализирали през определен период ще можете да определите от *Отчета за приходи и разходи* на базата на информацията от вашата **Книга за приходи и разходи**.

КНИГА НА ПРИХОДИТЕ И РАЗХОДИТЕ

Книгата на приходите и разходите отразява хронологично (по дати) всички приходи и разходи, направени във фирмата. Видът на книгата е посочен по-долу.

Обикновено тази книга се оформя от счетоводителя на фирмата, но не е трудно и вие самите да я попълвате. Тя е много важна за фирмата, защото дава основната информация за определяне на печалбата - в нея се отразяват всички приходи и всички разходи, които фирмата прави. Ако вие сами попълвате книгата, ще можете във всеки един момент да имате информация за печалбата на фирмата, която ще бъде отразена в колона 16.

Видът на книгата за приходи и разходи е следният:

КНИГА ЗА ПРИХОДИ И РАЗХОДИ

№ по ред	Документ			РАЗХОДИ ЗА ДЕЙНОСТТА									ОБЩО РАЗХОДИ	Приходи	Приходи – Разходи
	Вид	№	Дата	Разходи за м-ли	Външни услуги	Запла-ти	Аморти-зации	Дру-ги	Финан-сови	Извън-редни	Да-нъци	Сто-ки			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	ОБЩО:														

Информацията, която е необходима, се взема от следните книги:

- Книга за материалните запаси,
- Ведомости за заплати,
- Инвентарна книга,
- Книга за отразяване приходите от касовия апарат.

**ВЗЕМАЙТЕ
НЕОБХОДИМИТЕ
ДАНИИ ОТ
СПОМАГАТЕЛНИТЕ
КНИГИ.**

Как става обобщаването на информацията от отделните книги?

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА МАТЕРИАЛИ (КОЛОНА 5)

Как ще можем най-лесно да определим колко са наличните материали в края на всеки отчетен период (например в края на месеца) и колко материали сме използвали за производството?

Ако фирмата се занимава с търговия – как ще се определи колко са наличните стоки в края на месеца и какво количество стоки от всеки вид е продадено? Какъв е общия разход за стоки през месеца?

Единият начин е като измерим или преброим наличните материали или стоки. Това е най-точният начин, но той отнема много време.

Затова се използват записите, които сме направили в *книгата за материалните запаси*.

В раздела за счетоводството посочихме, че за всеки материал или стока се води отделна страница, в която се записват закупените и вложени в производство материали и закупените и продадени стоки.

В края на месеца вие трябва да обобщите какви материали сте закупили, колко са изразходваните материали и колко са останалите материали.

За да се определи колко са наличните материали в края на периода се използва обобщението на остатъците в графа "Остатък" на книгата за материални запаси. За това може да се използва следната помощна таблица, в която се описват останалите материали.

Налични материали в края на периода:

№	Вид материал	Количество	Стойност, лв
---	--------------	------------	--------------

**МАТЕРИАЛНАТА
КНИГА
ДАВА ПРОМЕНИТЕ В
СТОЙНОСТТА НА
МАТЕРИАЛНИТЕ
ЗАПАСИ.**

		(От графа "Остатък" на книга за материални запаси)	(От графа "Остатък" на книга за материални запаси)
1.	Плат	70	700
2.	Подплата	110	220
3.	Копчета	120	60
4.	Конци	100	100
	Общо материали:		1 080

Налични материали в края на месеца: 1080 лв

Получената обща стойност на материалите записваме като крайна наличност на материалите за дадения период. Това ще бъде и началната наличност за следващия период, например за началото на следващия месец.

Вече можем да определим в книгата за приходи и разходи какъв е разходът за материали през периода, след като вече имаме информация за:

- ✓ наличните материали в началото на периода - това са наличните материали в края на предходния период - в случая това са 2080 лв. Тази наличност е нанесена в книгата за приходи и разходи в графа "Разход за материали";
- ✓ закупените през месеца материали (от книгата за приходи и разходи) и
- ✓ наличните в края на периода материали - крайната наличност от книгата за материални запаси. Тази крайна наличност, в случая - 1080 лв, нанасяме в книгата за приходи и разходи

Как ще определим разхода за материали?

При това положение разходът за материали ще бъде, както бе посочено по-горе:

Начална наличност + закупени материали – крайна наличност =				разход за материали
2080 лв	+	2500 лв	-	1080 лв = 3500 лв

В книгата за приходи и разходи в реда "Общо", графа "Разходи за материали", получената обща сума на разходите за материали - 3500 лв - е изчислена като се използва тази формула а не като се съберат всички нанесени в колона "Разход за материали " цифри.

Така полученият разход за материали трябва да бъде равен на материалите, които са получени сумирайки наличностите от графа "Разход" на книгата за материални запаси. Нека проверим това!

За да се определи разхода на материали, добре е да направите следната таблица, в която да се обобщят данните от колона "Разход" от страниците за всеки материал в книгата за материалните запаси.

№	Вид материал	Количество (От графа "Разход" на книга за материални запаси)	Стойност, лв (От графа "Разход" на книга за материални запаси)
1.	Плат	190	1900
2.	Подплата	210	420
3.	Копчета	2100	1050
4.	Конци	130	130
	Общо разход за материали:		3500

От тази обобщена таблица се вижда, че разходът за материали за месец април е 3500 лв.

Разходът на материали за периода получихме като използвахме информацията от книгата за материални запаси.

Кой начин за определяне на разходите за материали ще използвате, зависи от вашата преценка.

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ЗАПЛАТИ (КОЛОНА 7)

След като сме определили разходите за материали, ще определим разходите за заплати. Тези разходи ще вземем от разплащателните ведомости, с които се изплащат заплатите.

За фирмата разходите за заплати са:

- разходи за възнаграждения по трудови договори,

- всички изплатени суми по граждански договори и
- осигуровките за сметка на работодателя.

Възнаграждението на едноличния търговец и неговите осигуровки не са разход за фирмата.

За останалите правни форми на търговските дружества, разходите за възнаграждение на собствениците ще бъдат разход на фирмата, ако собствениците са назначени по трудов договор, работят по граждански договор, имат договор за управление и контрол. В противен случай възнаграждението на собственика не е разход за фирмата.

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА АМОРТИЗАЦИЯ / ИЗХАБЯВАНЕ НА МАШИНИТЕ (КОЛОНА В)

Разходите за изхавяването на наличните машини и съоръжения ще вземете от попълнената *Инвентарна книга*.

Машините и оборудването, което ползвате във фирмата, рано или късно ще се износат. Стойността на гладачната машина, която сте купили е например 3000 лв. След малко повече от три години ежедневна употреба тази гладачната машина ще се изхаби и стойността ѝ ще бъде нулева.

Ползването на тази машина ви струва 900 лв годишно. Това са пари, които излизат от фирмата. Това намаляване на стойността означава "амортизация".

Когато купувате нова машина, записвате в инвентарната си книга стойността, на която я купувате. В края на всяка година изваждате 30% за амортизация.

Погледнете по-долу инвентарната книга:

ИНВЕНТАРНАТА КНИГА ДАВА ИНФОРМАЦИЯ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА СТОЙНОСТТА НА ОБОРУДВАНЕТО

АМОРТИЗАЦИЯТА = НАМАЛЯВАНЕ СТОЙНОСТТА НА ОБОРУДВАНЕТО ВИ

Шевна машина 2003 г.	Гладачна машина 2002 г.
Цена 900 лв	Цена 3 000 лв
Амортизация на година..... 270 лв	Амортизация на година 900 лв
Стойност в края на 2003 г. 630 лв	Стойност в края на 2002 г. .. 2 100 лв
2004 г. 360 лв	2003 г. .. 1 200 лв
2005 г. 90 лв	2004 г. .. 300 лв
2006 г. 0 лв	2005 г. . 0 лв

Кроячна машина 2004 г.	Компютър 2004 г.
Цена 5 600 лв	Цена 1500 лв
Амортизация на година 1 680 лв	Амортизация на година 750 лв
Стойност в края на 2004 г. 3 920 лв	Стойност в края на 2004 г. 750 лв
2005 г. 2 240 лв	2005 г. 0 лв
2006 г. 560 лв	
2007 г. 0 лв	

Обобщеният вид на отделните страници на инвентарната книга се дава от таблицата по-долу:

Вид на актива	Инв. №	Дата на закупуване	Покупна стойност	Амортизация за годината в %	Амортизация за годината в лв
1. Компютър	3	02.01.2004 г.	1500	50 %	750
2. Шевна машина	2	03.01.2003 г.	900	30 %	270
3. Гладачна машина	1	02.01.2002 г.	3000	30%	900
4. Кроячна машина	4	02.01.2004	5600	30%	1680
ОБЩО			1100		3600

За 2004 г. общата амортизация ще бъде 3 600 лв.

Само за един месец амортизацията ще е 300 лв. (3600 : 12 месеца = 300 лв).

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ПРИХОДИТЕ (КОЛОНА 15)

От книгата за отразяване на продажбите, регистрирани чрез касовия апарат, в края на месеца се обобщават всички приходи от продажби чрез касовия апарат. Това може да стане като се използва следната таблица:

Дата	Отчет №	Сума (лв)	Забележка
01.04.04	320	500	
02.04.04	321	350	
.....			
.....			
30.04.04	345	120	
Общо за месеца:		6 300	

За месеца приходите от продажби, регистрирани чрез касовия апарат, са 6 300 лв.

В същата колона нанасяме и приходите от продажби чрез фактури, платени по банков път, но те не се обобщават, а се нанасят за всеки документ (фактура) хронологично. Важно е да се знае, че издадена фактура, която ще се плаща по банков път, се нанася в книгата за приходи и разходи *в момента на издаване*, а не когато се получи плащането.

След като сме обобщили информацията от спомагателните книги, може да попълним **книгата за приходи и разходи** за месец април - нека фирмата има следните регистрирани приходи и разходи:

Книга за приходи и разходи

№	Дата	Фактура №	Издадена от фирма	Предмет на доставката	Стойност лв	Отразена в графа от книгата за приходи и разходи
1.	02.04.	23	ЕТ "Петров"	Ремонт касов апарат	35 лв	Външни услуги - № 6
2.	04.04.	55	ЕТ "Иванов"	Материал и	2 000 лв	Разходи за м-ли -№ 5
3.	05.04.	0044444444	"Енергоснабдяване" АД	Ел. ток за м. 03	46 лв	Външни услуги -№6
4.	07.04.	66	СД "Петров и сие"	Материали	500 лв	Разходи за м-ли – № 5
5.	07.04.		Ведомост за заплати	Заплати на персонала	750 лв	Заплати - №7
6.	07.04.	Вн. бележка	Булбанк	Осигуровки	295 лв	Заплати - №7
7.	22.04.	Ф-ра 35	"ИМПУЛС" ООД	Продажба на продукция	600 лв	Приходи - №15
8.		м. април	Касов апарат	продажби	6 300 лв	Приходи - № 15
9.		м. април	Амортизация		300 лв	Амортизация - № 8
10	23.04	Вн. бележка	Данък за автомобил	данък	60 лв	Данъци - № 12
11.	23.04	Вн. бележка	Патентен данък	данък	300 лв	Данъци № 12
12.	25.04	Разх. ордер	Командировка	командировка	140 лв	Други - № 9

Освен това, след направената месечна инвентаризация на материалите, т.е. извършено е преброяване или измерване на наличните в склада материали и стоки, е установено, че фирмата разполага към 01.04.2004 г. с материали за 1080 лв. Същата стойност на наличните материали установихме и по начина описан по-горе без да се прави инвентаризация. Ако спецификата на бизнеса ви позволява, е добре да правите инвентаризация на наличните стоки и материали месечно.

Нанасяме в книгата за приходи и разходи, в графа "Разходи за материали" начална наличност от 2080 лв.

След това започваме да нанасяме хронологично всички извършени във фирмата операции:

На 02.04.04 г. е извършен ремонт на касовия апарат, за който сте платили 35 лв срещу предоставена фактура от фирма ЕТ"Петров". В книгата за приходи и разходи този разход ще отразите в графа № 6 – разходи за външни услуги.

На този ден няма други направени разходи. След приключване на касовия апарат за деня регистрирания от него приход ще се отрази в книгата за приходи и разходи в графа 15 - приходи.

По този начин се отразяват всички направени разходи във фирмата и всички регистрирани приходи.

- **разходите** - за ремонт на касовия апарат, за електричество, за заплати и осигуровки. Нанасяме ги ежедневно в съответните графи, към които се отнася разходът. Точно в коя графа е отнесен всеки отделен разход, е посочено в горната таблица.
- **приходите** - от дневните продажби, регистрирани чрез касовия апарат и продажбите, по които плащането се извършва по банков път - на издадената фактура № 35. Помнете, че когато се издаде фактура от вашата фирма, приходът по тази фактура се отразява като такъв в момента на издаване на фактурата, а не когато се получи плащането по тази фактура.

**ПРИХОДИТЕ ОТ
ПРОДАЖБИ СЕ
РЕГИСТРИРАТ КАТО
ПРИХОД НА ФИРМАТА
В МОМЕНТА НА
ИЗДАВАНЕ НА
ФАКТУРАТА, А НЕ
КОГАТО КЛИЕНТЪТ
ПЛАТИ ДОСТАВКАТА
ИЛИ УСЛУГАТА.**

След като са нанесени всички приходи и разходи, в края на месеца в графа "Разходи за материали", отново отбелязваме наличните на 30.04.2004 г. материали - 1080 лв.

Тогава разходът за материали през периода 01 - 30.04.2004 г. ще бъде:

2080 лв	+	2500 лв	-	1080 лв	=	3 500 лв
начална наличност		покупки през месеца		наличност в края на месеца		разход за материали

След сумиране на отделните графи, в последната колона - № 16, - се записва печалбата за съответния период

От книгата за приходи и разходи се вижда, че към 30.04.2004 г. печалбата за месеца е 1 774 лв.

Дотук посочихме как използваме обобщената информация от спомагателните книги за попълване на следните графи: № 5 ("Разходи за материали"), № 7 – заплати; № 8 – амортизации и № 7 – заплатата. За попълване на останалите графи информацията се взема директно от първичните документи.

В кои колони трябва да запишем отделните възникващи във фирмата разходи?

Разходи за материали (колона 5)

Отчитат се вложените материали и суровини, съгласно *книгата за материалните запаси.*

Възможно е отчитането да стане като в тази колона се записва :

- в началото на периода – стойността на наличните материали;
- записват се всички фактури и други документи, с които се доставят материали;
- в края на периода се отбелязват отново наличните материали.

вложени материали за периода =

налични в началото + доставени - налични в края на периода

Външни услуги (колона 6)

Това са:

- транспортни услуги,
- пощенски услуги,
- сервизни услуги,
- консултантски услуги,

- счетоводно обслужване,
- ксероксни услуги,
- имуществени данъци,
- застраховки,
- местни данъци.

Разходи за персонала (колона 7)

Това са:

- заплатите и всички доплащания:
- изплатени болнични за сметка на фирмата,
- социални осигуровки,
- възнаграждения по граждански договори,
- социални и здравни осигуровки за сметка на фирмата при граждански договори.

ЗАПОМНЕТЕ!

ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕТО И ОСИГУРОВКИТЕ НА ЕДНОЛИЧНИЯ ТЪРГОВЕЦ НЕ СА РАЗХОД ЗА ФИРМАТА.

В тази колона не се включват разходите за възнаграждение и осигуровки на собственика, ако е едноличен търговец.

Разходи за амортизации (колона 8)

Посочват се разходите съгласно обобщения амортизационен план на фирмата, както е обяснено по-горе.

Други разходи (колона 9)

Това са:

- командировки,
- представителни разходи,
- участия в изложби и панаири,
- стипендии на учащи се,
- литература,
- обезценка на материални запаси,

- несъбираеми вземания, платени глоби и неустойки, липси на материални запаси без вина на материално отговорното лице, законни фири, дарения;
- отчетна стойност на бракувани стоки и себестойност на бракувана продукция без вина на материално отговорното лице;
- други разходи.

Финансови разходи (колона 10)

Това са:

- лихви по взети заеми,
- отрицателни разлики от продажба на ценни книжа, т. е разликата между цената, по която продаваме ценните книжа и покупната им цена в случаите, при които продажната цена е по-ниска от покупната,
- отрицателни курсови разлики от валутни операции,
- банкови такси и комисионни.

Извънредни разходи (колона 11)

Това са разходи, които не са свързани с дейността на фирмата, а са възникнали случайно и не се очаква да възникнат отново в близко бъдеще:

- загуби от стихийни бедствия,
- загуби от кражби и ограбвания от неизвестен извършител.

Данъци (колона 12)

- патентен данък,
- данък върху печалбата (корпоративен данък)

Стоки /Отчетна стойност на продадените стоки (колона 13)

В тази графа се посочва какъв е разходът за продадените стоки в търговията. Определянето на стойността на стоките, които са продадени се определя по начина, по който определихме стойността на материалите, които сме вложили в производството - отчетната стойност на продадените стока определяме от продаденото количество, умножено по покупната му стойност.

$$\text{отчетна стойност на продадена стока} = \text{количеството на продадената стока} \times \text{покупната стойност}$$

В книгата за разходите се посочва отчетната стойност на всички продадени стоки за отчетния период.

Общо разходи (*колона 14*)

В колона 14 се пренасят всички разходи, нанесени за съответната дата.

Приходи (*колона 15*)

В колона 15 се посочват приходите съгласно *книгата за приходи*, т.е. всички приходи, постъпили чрез касовия апарат, както и по банков път. Възможно е да не се попълва книгата за приходи, а всички приходни фактури на фирмата да се изписват в тази книга хронологично.

Печалба (*колона 16*)

Колона 16 дава дохода на собственика (или печалбата на фирмата) за съответния период.

Сега *Книгата за приходи и разходи* изглежда така:

Наръчник: **Управление на малката фирма****КНИГА ЗА ПРИХОДИ И РАЗХОДИ**

	Документ			РАЗХОДИ ЗА ДЕЙНОСТТА									ОБЩО РАЗ- ХОДИ	При- ходи	Приходи - Разходи
	Вид	№	Дата	Разходи за м-ли	Външни услуги	Запла- ти	Аморти- зации	Дру- ги	Финан- сови	Извън- редни	Да- нъци	Сто- ки			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1.	Налични материали		01.04	2080											
2.	Фактура	23	02.04		35								35		
3.	Фактура	55	04.04	2000									2000		
4.	Фактура	44	05.04		46								46		
5.	Ведомост		07.04			750							750		
6.	Вн. бележка		07.04			295							295		
7.	Фактура	66	07.04	500											
8.	Фактура	35	23.04											600	
9.	Налични материали		30.04	1080											
10.	Амортизаци						300						300		
12.	К. апарат		м.април											6300	
13.	Данъци		23.04								60		60		
14.	Командир.							140							
	ОБЩО:			3500	81	1045	300	140			60		5126	6900	1774

Запомнете - от въведената стриктна финансова отчетност във фирмата зависи дали ще имате своевременна, вярна и точна информация, която ще ви помогне да вземете най-правилните решения при управлението на вашата фирма.

А това означава по-голяма печалба.

ЗАПОМНЕТЕ!

ТОЧНА ФИНАНСОВА
ОТЧЕТНОСТ
→ ТОЧНА ИНФОРМАЦИЯ
→ ПРАВИЛНИ РЕШЕНИЯ.



ОТЧЕТ ЗА ПРИХОДИ И РАЗХОДИ

Книгата за приходи и разходи позволява много лесно да се състави ОТЧЕТ ЗА ПРИХОДИ И РАЗХОДИ на фирмата. Той е основния счетоводен документ, който дава информация за печалбата на фирмата. Видът на отчета за приходи и разходи е следният:

ОТЧЕТ ЗА ПРИХОДИ И РАЗХОДИ			
за периода 01.04-30.04 2004 г.			
РАЗХОДИ		ПРИХОДИ	
1. Разходи за материали -	3500	1. Приходи от продажби -	6900
2. Разходи за заплати	750		
3. Разходи за осигуровки	295		
4. Външни услуги	81		
5. Разходи за амортизации	300		
6. Разходи за стоки			
7. Други разходи			
8. Финансови разходи			
ПЕЧАЛБА	1924		
	Общо: 6900		Общо 6900

Очевидно съставянето на отчета е много лесно след като сме водили добре книгата за приходи и разходи на фирмата.

БАЛАНСОВ ОТЧЕТ

Балансовият отчет показва финанското състояние на фирмата в определен момент от време. Показва какво притежава фирмата и какво дължи към този момент или с други думи - активите и пасивите на фирмата.

Пасивите на фирмата дават представа за това откъде са дошли парите, с които работи фирмата. Това са парите, които фирмата "дължи" на собственика - собствения капитал на фирмата; парите, които се дължат на кредитори - доставчици, банка и др. и натрупаната печалба.

Активите на фирмата дават представа за какво са изхарчени парите, какво е купено с тях. Активите отразяват това, което фирмата притежава.

Това, което фирмата притежава	Това, което фирмата дължи
Активи	Пасиви
Касова наличност	Кредитори (на които фирмата дължи пари)
Банкова наличност	Заеми (дължими на банката)
Длъжници (които дължат пари на фирмата)	
Стокови запаси	Собствен капитал
Оборудване	Печалба

Подобно на отчета за приходи и разходи и балансовия отчет на фирмата се съставя с помощта на помощните книги на фирмата - касовата книга, книгата за материалните запаси, инвентарната книга, книгата на доставчиците и книгата на клиентите.

1. *Касовата* книга дава наличностите на пари в касата и в банката .

Нека приемем, че към 30.04.2004 г. в касата на фирмата има 2 000 лв
в банката има 8 210 лв

2. От *Книгата на материалните запаси* можем да определим какви налични материали има фирмата и каква е тяхната стойност. В случая към 30.04.2004 г. има налични материали за 1080 лв - от обобщената графа "Остатък" на книгата за материални запаси.

3. Какви пари дължат клиенти на фирмата – информацията за това може да се получи като се обобщят данните от книгата на клиентите.

Нека данните от тази книга бъдат следните към 30.04.2004 г.:

<u>Клиент</u>	<u>Дължимата сума</u>
1. ЕТ "ИВИ - Иванов"	300 лв
2. ООД "РИАЛ"	400 лв
3. ООД "ПЛАМ"	700 лв
Общо	1400 лв

4. От *инвентарна книга* може да се определи какви пари са дадени за закупуване на машини и каква е стойността на машините към момента, след като се приспадне изхбяването, т.е. амортизацията им.

Както бе посочено по-горе закупените машини са на стойност 11 000 лв.

До момента, 30.04.2004 г., изхбяването им се получава като се събере изхбяването на всяка машина по отделно.

Машина	Покупна стойност	Изхбяване (амортизация)			Остатъчна стойност към 30.04.04 г.
		2002 г.	2003 г.	2004 г.	
1. Гладачна машина	3000	900	900	300	900
2. Шевна машина	900		270	90	540
3. Кроячна машина	5600			560	5040
4. Компютър	1500			250	1250
	11000	900	1170	1200	7730

За 2004 г. изхбяването е само за четирите месеца от м. януари до м. април. На практика това е една трета от изхбяването, което пресметнахме по-горе за цялата 2004 г.

5. Какви пари вашата фирма дължи на доставчици - тази информация ще се получи като се обобщят данните от *книгата на доставчиците*:

Доставчик	Дължимата сума
1. ЕТ "Иванов"	860 лв

ОПРЕДЕЛЯНЕ СТОЙНОСТТА НА СОБСТВЕНИЯ КАПИТАЛ

Собственият капитал на фирмата е капиталът, който вие сте внесли във фирмата за да може да се започне работа.

Вероятно имате най-обща представа относно това колко средства сте вложили вие самите в бизнеса си. Обаче не сте доволни от грубата сметка, която трябва да въведете на книга, тоест във фирмена тетрадка (бизнес-тетрадка). В този случай трябва да отбелязвате всяка промяна в сумата от парични средства, която сте вложили в бизнеса, както е показано.

СОБСТВЕН КАПИТАЛ

Вложени от мен средства, когато започнах през 2001 г.	6 000 лв
--	----------

Допълнително вложени през 2002 г.	5 800 лв
--------------------------------------	----------

Общата сума пари, която сте вложили във фирмата към 30 юни 2002 г. е 11 800 лв. Фирмата ви "дължи" тези пари. Това е *пасив* за фирмата.

Печалбата, която сте натрупали през годините също е ваш капитал. Тя е единствения източник за увеличаване на парите на собственика.

През годините на работа на фирмата печалбата е била :		БИЗНЕС-ТЕТРАДКАТА ВИ ДАВА ЦИФРАТА ЗА КАПИТАЛА НА СОБСТВЕНИКА
2001 г.	800 лв	
2002 г.	1200 лв	
2003 г.	2500 лв	
2004 г.- от началото на годината до 30.04.2004 г. -	<u>3500 лв</u>	

КАК ДА СЪСТАВИТЕ БАЛАНС

Сега имаме всички необходими цифри за да си съставим следния баланс:

Балансов отчет към 30 април 2004 г.

Активи		Пасиви	
Каса	2 000	Кредитори	860
Банка	8 210	Капитал на собственика	11 800
Длъжници	1 400	Печалба до 2004 г.	4 500
Материални запаси	1 080	Печалба за 2004 г.	3 500
Оборудване	11 000	/01-04 .2004г./	
Минус /амортизация/	3 270		
Балансова стойност на активите	7 730		
	20 660		20 660 лв

Както се вижда двете страни на балансовия отчет завършват с една и съща сума.

Те са **в баланс**.

ПЛАН НА ПАРИЧНИЯ ПОТОК

Планът на паричния поток е план, който показва как мислите, че ще тече паричният поток към фирмата (какви постъпления на пари ще има във фирмата) и навън (какви плащания от фирмата към различни контрагенти), месец по месец през един бъдещ период.

За да се предпази фирмената дейност от затруднения, фирмата трябва да разполага с достатъчно касови средства да се плащат ежедневни разходи като например за заплати, за доставчици, за наем и електричество. Много фирми са фалирали, защото са нямали достатъчно касови средства дори да са имали пълни книга с поръчки. Ако клиентите не плащат навреме и доставчиците не искат да чакат и ако банката не помогне, фирмата изпада в затруднение.

Планът на паричния поток ви помага да прогнозирувате или оцените бъдещата касова ситуация. Информацията за съставяне плана на касовия ви поток идва от различните спомагателни счетоводни книги, които вие водите. Като анализирате какво се е случило през изминал период, ще можете да предвидите какво може да се случи в бъдеще. Колкото по-дълго съхранявате данни, толкова по-добри ще бъдат прогнозите ви.

Често е достатъчно да напишете план на касов поток за следващия шестмесечен период. Но не чакайте да изтече шестмесечния период и тогава да напишете следващата си прогноза. Седнете след три месеца и се опитайте да направите преценка за следващ шестмесечен период. Погледнете таблицата. Това е пример на план на паричен поток. Показваме ви как се попълва стъпка по стъпка. Следвайте указанията от следващите няколко страници.

ПЛАНЪТ НА ПАРИЧНИЯ ПОТОК Е ПРОГНОЗА НА БЪДЕЩОТО КАСОВО ПОЛОЖЕНИЕ

КАК ДА СЪСТАВИТЕ КАСОВИЯ СИ БЮДЖЕТ

1. Налични пари в началото на месеца

Колко пари имате в касата и в банковата си сметка в началото на януари? Съберете сумите и въведете общо 2 000 лв на първия ред както е показано.

КАСА: 1000 ЛВ +
ТЕКУЩА СМЕТКА: 1000
ЛВ

	януари	февруари	март	април	май	юни
Налични пари в на на месеца	2 000					

Сега погледнете **приходите**.

2. Касови продажби

Проверете предишните си касови продажби от копията от касовите приходи в архива и се опитайте да пресметнете сумата от касови продажби, която ще направите през всеки месец.

ЩЕ ИМАТЕ ЛИ
ДОСТАТЪЧНО **КАСОВА**
НАЛИЧНОСТ ВСЕКИ
МЕСЕЦ ПРЕЗ
СЛЕДВАЩИЯ
ШЕСТМЕСЕЧЕН
ПЕРИОД?

	януари	февруари	март	април	май	юни
Касови продажби	6 000	6 000	6 000	6 300	6 500	11 700

3. Продажби на кредит

Отново направете справка в Дневника за продажби колко сте продавали на кредит през всеки месец от изминалата година. Пресметнете сумата, за която мислите че ще продавате на кредит (т.е. сумата, за която вие ще издавате фактури,но няма да получите плащането веднага, а с известна отсрочка) през всеки един от следващите шест месеца.

	януари	февруари	март	април	май	юни
Каса от кредитни продажби	2000	2000	2000	1700	1500	

Тези суми използвате, когато изчислявате касата, получена от продажби на кредит за всеки месец. Например, ако клиентите ви платят един месец след като са получили фактурата ви, можете да попълните реда "Каса от кредитни продажби" както следва:

	януари	Февруари	март	април	май	юни
Каса от кредитни продажби	1800	2000	2000	2000	1700	1500

Помнете: ако направите продажби на кредит през предишния месец, ще трябва също да включите получени касови средства от тези продажби през януари – тук посочената сума от 1800 лв през м. януари е осъществени продажби през м. декември предходната година, за които плащанията се получават през м. януари от настоящата година.

4. Други постъпващи пари

Ако очаквате да получите касови пари (пари в брой) в резултат на продажба на машина или друг актив, въведете предвидената сума в колоната от месеца, когато очаквате касовото постъпление. Например продавате стара шевна машина през март за 400 лв.

	януари	февруари	март	април	май	юни
Други парични постъпления			400			

Сега разгледайте **плащанията**.

5. Касови покупки

Опитайте се да пресметнете колко ще похарчите за суровини и части през следващите шест месеца: например януари 5000 лв, февруари 4750, март 5 000, април 2 500, май 4550, юни 6 250. Опитайте се да отчетете колко от тези покупки ще платите по касов път. Въведете сумите в реда за касови покупки както е по-долния пример:

	януари	февруари	март	април	май	юни
Касови покупки	5 000	4750	5 000	1700	2500	5 000

6. Заплати

Разгледайте ведомостта и определете колко хора наемате и колко ще бъдат заплатите им всеки месец, какви граждански договори очаквате да сключите във фирмата, какви ще са осигуровките, които ще платите. Въведете общата сума за всеки месец така:

	януари	Февруари	март	април	май	юни
Заплати	996	996	996	996	996	1196

7. Средства, ползвани за нуждите на собственика

Когато попълвахме книгата за приходи и разходи и изготвихме отчета за приходи и разходи, беше посочено, че заплатата на собственика - едноличен търговец - и неговите осигуровки не са разход за фирмата.

Когато изготвяме плана и отчета за паричния поток, в него се посочват всички пари, които са излезли от касата без да се интересуваме дали те са разход или не са разход.

Затова, пресметнете колко пари ще изтегляте от фирмата всеки месец като ваша заплата. Въведете го така:

	януари	февруари	март	април	май	юни
Собственик	300	300	300	300	300	300

8. Други

Въведете ваша преценка за това колко смятате да харчите всеки месец за всички други разходи, които нормално възникват при ръководене на фирма (стопанска дейност): например наем, телефон, застраховка, електричество.

	януари	февруари	март	април	май	юни
Други	500	500	600	500	400	400

9. Планирани инвестиции

Ако планирате нови инвестиции, пресметнете кога и колко ще платите

Нека сте планирали да закупите нова машина през м. февруари и машината струва 5000 лв.

	януари	февруари	март	април	май	юни
Планирани инвестиции		5000				

Въведохме всички суми (цифри), необходими да попълним нашия бюджет за касов поток. Той изглежда както следва:

ПЛАН ЗА ПАРИЧНИЯ ПОТОК- ПЪРВИ ВАРИАНТ

	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни
Начална наличност	2 000	2 554	-1 442	-288	4 366	8 220
Постъпления						
От продажби	6 000	6 000	6 000	6 300	6 500	11 700
Кредитни продажби	1 800	2 000	2 000	2 000	1 700	1 500
Продажба машина			400			
Общо постъпления	7 800	8 000	8 400	8 300	8 200	13 200
Плащания						
Материали	5 000	4 750	5 000	1 700	2 500	5 000
Заплати	996	996	996	996	996	1 196
Заплата собственик	450	450	450	450	450	450
Други	800	800	800	500	400	400
Инвестиции		5 000				
Общо плащания	7 246	11 996	7 246	3 646	4 346	7 046
Месечен баланс	554	-3 996	1 154	4 654	3 854	6 154
Наличност в края на месеца	2 554	-1 442	-288	4 366	8 220	14 374

От така разработения план за паричния поток се вижда, че планираната инвестиция през м. февруари ще доведе до недостиг на парични средства през м. февруари и м. март.

Ако тази инвестиция бъде направена през някои от следващите месеци, например м. април то проблеми с разплащанията няма да има.

Тогава планът за паричния поток ще има следния вид:

ПЛАН ЗА ПАРИЧНИЯ ПОТОК - ВТОРИ ВАРИАНТ

	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни
Начална наличност	2 000	2 554	3 558	4 712	4 366	8 220
Постъпления						
От продажби	6 000	6 000	6 000	6 300	6 500	11 700
Кредитни продажби	1 800	2 000	2 000	2 000	1 700	1 500
Продажба машина			400			
Общо постъпления	7800	8000	8400	8300	8200	13 200
Плащания						
Материали	5 000	4 750	5 000	1 700	2 500	5 000
Заплати	996	996	996	996	996	1196
Заплата собственик	450	450	450	450	450	450
Други	800	800	800	500	400	400
Инвестиции				5000		
Общо плащания	7 246	6 996	7 246	8 646	4 346	7 046
Месечен баланс	554	1 004	1 154	-346	3 854	6 154
Наличност в края на месеца	2 554	3 558	4 712	4 366	8 220	14 374

От този пример се вижда, че планирането на паричния поток във фирмата е от особено важно значение за успешното управление на бизнеса.

Помнете!

Фирмата може да бъде на загуба през кратък период от време, но **никога не трябва да остава без налични пари**, с които да може да работи.

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТИ:

За да имате добър поглед върху бизнеса си и финансовото състояние на фирмата:

- ↪ Планирайте за определен от вас период очаквания паричен поток и очакваната печалба на фирмата.
- ↪ Обобщавайте информацията от спомагателните счетоводни книги ежемесечно.
- ↪ Сравнявайте планираните показатели и реално получените резултати от дейността на фирмата.
- ↪ Анализирайте получените отклонения от планираното - те ще ви дадат поглед върху възможностите на фирмата за намаляване на разходите и за скритите резерви.

**СЧЕТОВОДНАТА ИНФОРМАЦИЯ СЛУЖИ НА УМНИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ
ДА УПРАВЛЯВА БИЗНЕСА СИ,
А НА ПОСРЕДСТВЕНИЯ –
ДА РЕГИСТРИРА ТОВА, КОЕТО СЕ СЛУЧВА ВЪВ ФИРМАТА.**

7. ПЛАНИРАНЕ НА ДЕЙНОСТТА НА ФИРМАТА

Нищо в света не остава непроменено завинаги. Някои фирми с години се развиват в една посока и собствениците им се издържат добре от тях, докато в един момент разбират, че нещо трябва да се промени.

Това става защото:

- Потребителите не искат повече вашите стоки – искат нещо ново или нещо по-добро.
- Появили са се други фирми, които по-активно рекламират своите продукти отколкото вашата фирма.
- Машините и оборудването ви са остарели, струва по-скъпо да работите с тях и да спирате често, за да ги поправяте. Трябва да бъдат подменени.
- Бизнесът ви расте и е необходимо да решите как трябва да расте и доколко.

Ако сте мъдри, ще започнете да мислите за бъдещето дълго преди да се наложи да предприемете нещо, така че да има време да се подготвите. Повечето от дните ви са заети с управление на фирмената дейност, но има вечери и друго време, когато можете да спрете и да се попитате: "А сега накъде оттук нататък"?

Трябва да започнете да правите планове за продажбите и разходите за месеци напред и да мислите за новите инвестиции, които трябва да направите, за да осъществите плановете си.

Колкото по-рано започнете да мислите за бъдещето, толкова повече време ще имате да се огледате, да потърсите съвети и да намерите най-добрия начин да го направите.

БЪДЕТЕ МЪДРИ:

**МИСЛЕТЕ ЗА
БЪДЕЩЕТО СИ.**

ЗАПИТАЙТЕ СЕ:

**"КЪДЕ ОТИВАМ
ОТТУК НАТАТЪК?"**

ПЛАНИРАНЕ НА ПРОДАЖБИ И РАЗХОДИ

Планирането е обмисляне на това, което възнамерявате да направите в бъдещ период от време, за да постигнете определена цел и как възнамерявате да достигнете тази цел.

Планирането за вашия бизнес е подобно на това, което правите, когато се отправяте на път. Преди да тръгнете, вие планирате или се замисляте над три неща:

- 1) *Къде искате да отидете:* Преди всяко пътуване, вие мислите къде искате да отидете, например от Стара Загора до Велико Търново.
- 2) *Как ще отидете до там.* Вие обмисляте подробно как ще отидете до избраната от вас дестинация, например с кола, с автобус, с влак. Ще изберете също така и по кой път ще минете – през Шипка или през Хаинбоаз.
- 3) *Колко време ще трае пътуването ви и какво разстояние ще преминете.* Например пътят през Шипка е по-кратък като време и разстояние, но е по-труден и рисков.

ПЛАНИРАНЕТО
НА БИЗНЕСА
Е КАТО ПЛАНИРАНЕТО
НА ЕДНО ПЪТУВАНЕ.

Когато трябва да планирате бъдещето на вашия бизнес, постъпвате по същия начин:

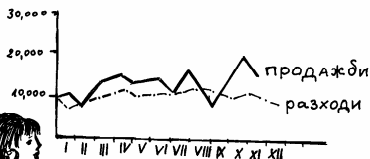
- 1) Вие обмисляте или прогнозируете докъде искате да стигне вашия бизнес, например мислите следващата година продажбите ви да се увеличат до 100 000 лв .
- 2) След това обмисляте как ще го постигнете, например като продадете повече от изделията, които произвеждате – костюми за работно облекло – или ще добавите ново изделие – зимни костюми работно облекло.
- 3) Най-накрая обмисляте колко дълго ще ви отнеме това и какво трябва да постигнете, например какви продажби трябва да правите всеки месец, по колко трябва да произведете, за да изпълните заявките и договорите, които имате.

ВАШИЯТ БИЗНЕС ПЛАН

Трябва да направите план за развитието на вашия бизнес през следващата година или, ако бизнесът ви расте бързо, за следващите три години. Запишете вашия план. Това, което записвате трябва да се основава на най-добрата преценка за това, което по ваше мнение ще постигнете с ресурсите, които имате във фирмата, например с машините, работниците и паричните средства, с които разполагате, *плюс вашите собствени способности.*



БИЗНЕС ПЛАН



Вашият бизнес план е преценката ви за възможните продажби, разходи и печалба, които можете да постигнете.

Вие преценявате какво е възможно да се случи с три основни части на вашата стопанска дейност:

- Продажбите;
- Преките разходи и
- Непреките разходи

**ВАШИЯТ БИЗНЕС
ПЛАН ПРЕДСТАВЛЯВА
ПРЕЦЕНКАТА ВИ ЗА
БЪДЕЩИТЕ
ПРОДАЖБИ,
РАЗХОДИ И
ПЕЧАЛБА**

Ако пресметнете тези три елемента реалистично и точно, ще придобиете представа каква печалба можете да постигнете.

ПРЕЦЕНКА НА ПРОДАЖБИТЕ

Седнете и пресметнете какви продажби вярвате, че е възможно да осъществите през следващата година, тоест за 12-месечен период от 1 януари до 31 декември. Това правите като се базирате на сведенията си за продажбите от предходната година, както и на проведените разговори и очакваните договори за следващата година. Когато правите това, вие изготвяте така наречената *прогноза на продажбите.*

Най-важното за всяка прогноза на продажбите е, че когато всичко върви добре, трябва да е възможно да достигнете цифрата, която сте пресметнали. Ако не е възможно, това не е прогнозиране, това е мечтаене. Например, ако сте в

бранша производство на работно облекло и сте продали 1500 бр. за предишната година – от тях 800 бр. са летни работни облекла по 45 лв. (общо продажби 36 000 лв) и 700 бр. зимни работни облекла по 63 лв (общо продажби 44 100 лв) , - тогава е възможно следващата година вашата фирма да продаде 1800 изделия при извънредни продажби и при известен късмет, но няма да бъде разумно да правите планове да продадете 5 000 работни костюма. Това не е реалистично. Фирмата ви няма работниците, машините или дори парите да разшири производството толкова бързо.

Необходимо е да се прогнозира очаквания брой работни костюми, които ще продадете през следващата година, както и тяхната стойност. Да приемем, че се спирате на прогнозна цифра на продажби за следващата година 1800 бройки. През последната година сте подобрили качеството на работните костюми с използване на по-качествени платове. В следствие на това сте продали повече от тях през последните няколко месеца на годината. Следователно преценявате, че може да увеличите цената на 65 лв. за костюм за следващата година за зимните работни облекла и на 48 лв за летните работни облекла.

Прогнозата ви за продажби за следващата година е:

**ЗА ДА НАПРАВИТЕ
ПРОГНОЗА НА
ПРОДАЖБИТЕ:**

1. ПРЕСМЕТНЕТЕ **КОЛКО ИЗДЕЛИЯ ЩЕ ПРОИЗВЕДЕТЕ И ПРОДАДЕТЕ.**
2. ИЗЧИСЛЕТЕ **ЦЕНАТА.**
3. УМНОЖЕТЕ БРОЯ **НА ИЗДЕЛИЯТА ПО ЦЕНАТА**

Пресметнат общия брой зимни работни облекла 800	X	Продажна цена 65 лв	=	Очаквани продажби за следващата година 52 000 лв
Пресметнат общия брой летни работни облекла 1000	X	Продажна цена 48 лв	=	Очаквани продажби за следващата година 48 000 лв
Общ брой работни облекла 1800				Общо очаквани продажби през годината <u>100 000 лв</u>

След като получите тази цифра, трябва да решите какви трябва да бъдат продажбите ви през всеки месец от годината. Знаете, че продажбите не са еднакви през всеки месец. Очаквате по-голяма поръчка през септември за зимно работно облекло, а през януари капацитетът ви не е запълнен напълно. Независимо от това вие правите сметка, че поръчката за м. септември ще изпълнявате няколко месеца по ред – от м. юни до м. септември. По поръчката за м. септември сте договорили авансово плащане в размер на 30%. Първият етап от изготвянето на бизнес плана ви е да попълните цифрите на месечните продажби както е показано по долу. През м. юли ще получите парите от продажба на 30 бр. зимни работни костюми и 30% от авансовото плащане на септемврийската поръчка от 500 зимни работни костюма. През м. септември по договора ще получите остатъка от плащането по сделката - 70% от продажбата на 500 бр. зимни работни костюми. Вашата прогноза за продажбите по месеци изглежда така:

РАЗПРЕДЕЛЕТЕ ОБЩАТА ЦИФРА НА ПРОДАЖБИТЕ ПО МЕСЕЦИ.



ВПИШЕТЕ ЦИФРИТЕ В БИЗНЕС ПЛАНА СИ.



I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Общо
8000	8000	8000	8000	8000	11700			22750	8650	8650	8000	100 000

ПРЕСМЯТАНЕ НА ПРЕКИТЕ РАЗХОДИ

Следващият етап е да се пресметнат разходите за производство или *преките разходи*. Това са разходите за труд и материали, използвани при изработването на облеклата. Първо нека да разгледаме производствения ви план. Възнамерявате да произведете 1800 комплекта работно облекло за 12 месеца. Вие няма да можете да произвеждате през месеца количествата, които ще продавате. За да успеете да изпълните поръчките си, ще трябва да ги подготвяте няколко месеца по ред.

ПРЕСМЕТНЕТЕ **ПРЕКИТЕ РАЗХОДИ:** СТОЙНОСТТА НА ТРУДА И МАТЕРИАЛИТЕ.

Произвеждайки всеки месец еднакво количество продукция и натоварвайки машините и работниците равномерно вие ще имате най-ниски производствени

разходи. При положение обаче, че няма да имате ежемесечно постъпления от продажби, вие може да имате проблеми с разплащанията.

Това на свой ред означава нужда от заем и по този начин извънредни плащания по лихви. Така че, въпреки че изработването на 134 комплекта зимно работно облекло и 166 броя лятно работно облекло месечно ще означава най-нисък производствен разход, това не означава най-ниски общи разходи. Освен това работниците трябва да имат всяка година платен триседмичен отпуск, така че през трите летни месеца ще трябва да назначите на срочен договор още един работник.

Вие знаете, че с трима работника можете да произведете заплануваните бройки за месец без да им плащате за извънредно работно време. През летните месеци ще наемете работник за три месеца, когато вашите работници ще ползват платен годишен отпуск.

Съставяте следния производствен план:

Месец	Производство	Продажби	Забележка
Януари	166	166	
Февруари	166	166	
Март	166	166	
Април	166	166	
Май	166	166	
Юни	133	32	Един работник в отпуск през този период
Юли	133		
Август	133		
Септември	133	500	
Октомври	133	133	
Ноември	133	133	
Декември	166	166	

**СЛЕД КАТО ЗНАЕТЕ
ПРОДАЖБИТЕ И
ПРЕКИТЕ РАЗХОДИ,
МОЖЕТЕ ДА
ПРЕСМЕТНЕТЕ
ОЧАКВАНАТА
БРУТНА ПЕЧАЛБА.**

Сега разгледайте производствените разходи. Часовата ставка, включително платения отпуск и всички допълнителни плащания е 3,00 лв, а вашите данни от последните няколко месеца са показали, че необходимото време, за да се произведе един комплект работни облекла, е 2 работни часа за летните работни костюми и 3 часа за зимните костюми.

През месеците юли - септември разходът за труд ще се увеличи поради назначение на четвърти работник, тъй като през трите месеца ще има по един работник в платен отпуск. Реално в производството ще работят пак по трима работника.

Сега можете да изчислите разходите за труд на един работен костюм:

- От януари до юни $3,00 \text{ лв} \times 2 \text{ ч.} = 6 \text{ лв}$
- От юли до септември $3,75 \text{ лв} \times 3 \text{ ч.} = 11,25 \text{ лв}$
- От септември до декември $3,00 \text{ лв} \times 3 \text{ ч.} = 9 \text{ лв}$

Умножете тези разходи по броя на работните костюми, които планирате да произведете всеки месец, за да изчислите месечните си разходи за труд.

Също така сте изчислили, че материалите (плат, копчета, конци и др.) възлизат на 35 лв за зимен работен костюм и 25 лв за летен работен костюм. Доставчиците ви са гарантирали, че няма да повишат цените тази година. Умножете материалните разходи по броя на костюмите, които планирате да произведете за всеки месец.

Сега вече можете да съставите следната таблица:

Месеци	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Общо
Продажби	8000	8000	8000	8000	8000	11700			22750	8800	8750	8000	100000
Минус Производ- ствени разходи за:													
Труд	996	996	996	996	996	1197	1867	1867	1867	1197	1197	996	15168
Материали	4150	4150	4150	4150	4150	4655	4655	4655	4655	4655	4655	4150	52830
Брутна печалба	2854	2854	2854	2854	2854	5848	6522	6522	16228	2948	2898	2854	32002

ПРОДАЖБИТЕ МИНУС ПРЕКИТЕ РАЗХОДИ ДАВАТ БРУТНАТА ПЕЧАЛБА

ИЗЧИСЛЯВАНЕ НА НЕПРЕКИТЕ РАЗХОДИ

Сега трябва да пригответе преценката за вашите *непреките разходи*. Най-големите непреки разходи са за началник производство, който получава 500 лв месечно. Така че непреките разходи за труд са 500 лв.

Следват всички режийни разходи. Като разгледате сметките си от предходната година откривате следното:

Застраховка	200
Пощенски р-ди	900
Телефон	800
Електричество	1800
Вода	180
Канцеларски м-ли	420
Командировки	840
Разни	820

Разгледайте всички разходи един по един. Ще има известно увеличение поради инфлацията (да приемем 10% годишно) и поради факта, че имате повече работа.

Застраховка

След разговор със застрахователния агент научавате, че разходите ви ще се увеличат на 250 лв. Можете да платите на две вноски от по 175 лв през март и през септември.

Пощенски разходи

Не се очаква повишение на пощенските разходи. Допускате 900 лв за пощенски разходи годишно или по 75 лв месечно.

Телефонни разговори

Очаква се увеличение с 20%. Допускате 80 лв плюс 20% увеличение за телефонни разходи или 96 лв всеки месец.

Електричество

Предвижда се увеличение с 10%, освен това предвиждате още 10% за нараснало потребление. Така ще стигнете до 1 800 лв плюс 20% или 2 160 лв за следващата година, което прави по 180 лв на



всеки месец.

Вода

Нямате сведения за повишаване цената на водата, но вие пресмятате, че трябва да допуснете 10% увеличение, да кажем 200 лв общо или 50 лв на всеки три месеца.

Канцеларски материали

Предвиждате увеличение от 20%, до 504 лв. Излиза по 42 лв месечно.



Командировки

Тези разходи могат да се запазят на същото ниво като предходната година: 840 лв годишно, или 70 лв месечно.

Разни

Ще се повишат съобразно инфлационния процент (10%). Решавате да заложите 900 лв за разни или 75 лв месечно.



Сега сте готови да попълните бизнес плана както следва:

Наръчник: Управление на малката фирма

Месеци	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Общо
Продажби	8000	8000	8000	8000	8000	11700			22750	8800	8750	8000	100000
<i>Минус производствени разходи за:</i>													
Труд	996	996	996	996	996	1197	1867	1867	1867	1197	1197	996	15168
Материали	4150	4150	4150	4150	4150	4655	4655	4655	4655	4655	4655	4150	52830
Брутна печалба	2854	2854	2854	2854	2854	5848	-6522	-6522	16228	2848	2898	2854	32002
<i>Минус непреки разходи:</i>													
Заплати	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Застраховки			250										250
Пощенски	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900
Телефон	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1152
Електричество	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2160
Вода			50			50			50			50	200
Канцеларски	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	504
Командировки	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
Разни	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900
Общо непреки разходи	1038	1038	1088	1038	1038	1088	1038	1038	1088	1038	1038	1088	12856
Дава: Нетна печалба	1816	1816	1516	1816	1816	4760	-7560	-7560	15190	1810	1860	1816	19096

Бизнес планът ви показва, че ще реализирате нетна печалба от 19 096 лв през 12-те месеца. Освен това трябва да се заплати вашия труд, да натрупате резерви, така че да финансирате бъдещо разширение и да имате резервни средства в случай на непредвидени обстоятелства.

Горното е един прост пример как се изготвя бизнес план. Започва с прогноза за продажбите и след това се прави производствен план. Отчитат се промените в персонала, средата и всякакви други промени и на тяхна основа се оформя общ план за вашия бизнес за следващия "период на планиране", който обикновено е година.

Този план има важна роля. С него може да контролирате как работи бизнеса ви. Всеки месец може да изготвяте бизнес отчет какво точно се е случило, и да сравнявате продажбите, разходите и печалбите с цифрите, които сте написали в плана. Тогава може да решите какво действие да предприемете за да подобрите бизнеса си.

СЛЕД КАТО ЗНАЕТЕ
КЪДЕ ИСКАТЕ ДА
ОТИДЕТЕ,
ПРОВЕРЯВАЙТЕ ДАЛИ
СТЕ НА ПРАВИЛНИЯ
ПЪТ.

Ако ви се наложи да кандидатствате за получаване на кредит от банка, вие ще трябва да разработите друг вид бизнес план, на базата на който ще ви бъде отпусне исканата сума. Този бизнес план ще бъде много по-обширен и ще съдържа повече допълнителна информация в сравнение с така разработения план. Вие ще трябва да дадете подробно описание на фирмата си, на нейната история, структурата и управлението, ще трябва да направите маркетингово проучване на дейността, за която търсите кредитиране, ще трябва да обосновате реалността на продажбите си, начина на формиране на себестойността на продукцията, принципите на ценообразуване, да подготвите прогнозен план за паричния поток и прогнозен отчет за приходи и разходи.

Елементите, които включва един такъв бизнес план са:

- Резюме
- Представяне на фирмата и текуща дейност
- Стратегия и развитие на фирмата
- Маркетингов план на фирмата
- Производствен план на фирмата
- Организация и управление
- Оценка на риска
- Финансов план
- Времеви график на мероприятията и решенията
- Приложения

Когато ви се наложи да разработвате за първи път бизнес план, който ще представяте пред някоя институция, е добре да потърсите помощта на консултанти.

Но помнете! Консултантите не трябва да разработят вашия бизнес план, а само да ви напътстват и да ви помагат да изложите своите виждания в искания вид.

НОВИ ИНВЕСТИЦИИ

С времето машините, оборудването, превозните средства, дори сградите се износват или остаряват морално. Настъпва време, когато трябва да се прави подмяна, ако искате да поддържате производителността. Ако се справяте добре, бизнесът ви ще се разраства. Ще се нуждаете от повече машини, повече превозни средства, по-големи сгради.

Когато стане трудно да се оперира с някоя машина, работата ѝ не е задоволителна или започва често да се поврежда, трябва да се запитате: "Не е ли време да купя нова машина?".

Работниците на машините скоро ще започнат да се оплакват от трудностите, които срещат. Ще се случват все повече аварии.

Трябва също да поддържате добра отчетност за производителността на машините. Тогава ще е лесно да се види кога намалява производителността на една машина.

Да предположим, че сте собственик на шприц за пластмасови детайли, който произвежда по 1 000 детайла на ден. През изминалата година работниците на шприца се оплакват от трудности; броят на некачествени детайли расте.

Повредите и сметките за ремонт на машината нарастват и дневната производителност сега е около 700 детайла на ден.

Продавателите детайлите по 0,20 лв на бройка. През изминалата година сте продавали по 5 000 детайла за една работна седмица, което ви е донесло по 1000 лв на седмица. Сега със средно 700 бройки на ден, машината произвежда 3 500 детайла седмично. Приходът е спаднал на 700 лв седмично, така че губите по 300 лв всяка седмица или 14 400 лв за година от 48 работни седмици. Това са много пари. Ако сте реализирали печалба от 30% при производителност 5 000 бройки на седмица (т.е. 3 00 лв), вие вече не работите с печалба. Дошло е време да замените шприца с нов.

КОГАТО ВОДИТЕ
ОТЧЕТНОСТ ЗА
ПРОИЗВОДИТЕЛНОСТТА
НА МАШИНИТЕ И
ОБОРУДВАНЕТО,
МОЖЕТЕ ДА РАЗБЕРЕТЕ
КОГА ТРЯБВА ДА
МИСЛИТЕ ЗА НОВИ.

ПРЕДИ ДА НАПРАВИТЕ
ИНВЕСТИЦИЯ:
СЪБЕРЕТЕ
ИНФОРМАЦИЯ,
СРАВНЕТЕ ЦЕНИТЕ,
ОПИТАЙТЕ ДА ВИДИТЕ
МАШИНАТА В
ДЕЙСТВИЕ

Първо трябва да съберете информация за нови шприцове за пластмасови детайли от различни марки и да сравните цените и производителността им. Добре е, ако можете да видите някои от шприцовете как работят или да прочитате мнението на хора, които са ги използвали.

Съвременен шприц сигурно ще работи по-добре от стария, какъвто сте имали. Ако шприца, който харесвате, струва 50 000 лв включително транспортните разходи, вносни мита и монтаж и може да произвежда 6000 детайла за петдневна работна седмица, ще получите 2500 детайла повече на седмица, отколкото сте произвеждали със стария шприц, т е . 500 лв на седмица повече или 24 000 лв повече за година от 48 работни седмици.

Това прави голяма разлика. Ще можете да възстановите средствата, които сте инвестирали в нова машина за две или три години, а разходите по поддръжка ще бъдат по-малко. Ще имате по-малко повреди и по-висококачествени пластмасови детайли.

Не всеки случай е така ясен както този, който дадохме като пример. Затова е много важно да следите производителността на машините, колко често се налага да ги ремонтирате и колко ви струва това. Тогава ще разполагате с редовна информация, за да можете да сравните старата с новата машина и да решите кога да я подмените.

ИЗБОР НА НОВИ МАШИНИ

Не всички собственици на малки фирми имат технически познания, за да могат да направят избор измежду много различни машини, които се предлагат на пазара и може да са много по-модерни от онези, които познават.

Често те биват убеждавани от търговски представители да закупят машини и друго оборудване, които са твърде големи или не са най-подходящи за нуждите им. Търговците може да бъдат по-заинтересовани да направят по-големи продажби, отколкото да продадат това, което е най-добро за вас. Бъдете предпазливи! Ако направите лош избор, харчите вашите пари.

ИМАТЕ ЛИ НЕОБХОДИМИТЕ ПОЗНАНИЯ ДА ПРЕЦЕНИТЕ КОЕ Е НАЙ-ПОДХОДЯЩО ЗА ВАС?

Когато купувате важна за вашето производство машина, вие купувате за денс, но и за в бъдеще. Някои от въпросите, които трябва да си зададете са:

- Машина ли искате или част от оборудване от същия тип; със същата производителност като тази, с която разполагате ли?
- Мислите ли че ще има същото или по-голямо търсене на вашите изделия през следващите 5 години?
- Съществува ли някакавъ по-нов процес, по-евтин и по-лесен за работа (с по-малко квалифицирани работници), който се използва

сега вместо старата ви машина и процес? Ще могат ли работниците ви да работят с новата машина без допълнително обучение? Ако не, къде могат да бъдат обучени? На място ли? Във фирмата на производителя ли?

- Новата машина ще работи ли със сегашните суровини? Ако не, ще можете ли лесно да закупите новия вид суровини и на каква стойност?
- Има ли фирма във вашата страна или наблизо, която да предлага новата машина, която възнамерявате да закупите? Можете ли да отидете и да я разгледате, когато работи и да се осведомите?

Когато получите оферти за новата машина или оборудване, ще трябва:

- ↪ Да получите писмена гаранция за производителността и качеството на произведената продукция. Дори тогава, пак проверете при някой, който е ползвал такава машина;
- ↪ Да проверите датата на доставка. Не вярвайте на обещания, които изглеждат примамливи;
- ↪ Да купите достатъчно резервни части и се уверете, че са онези, от които най-много се нуждаете. Осведомете се има ли сервиз и резервни части във вашата страна или наблизо;
- ↪ Да получите подробни инструкции по експлоатацията и поддръжката на машината;
- ↪ Да се уверите, че получавате най-добрите условия за инсталиране и пускане в действие;
- ↪ Да се опитате да получите съвет от бизнес-център, технически институт или консултант.

Помнете: Купуването на ново капитално оборудване е много сериозно нещо и ако не внимавате, може да похарчите много пари – **вашият пари!**

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТИ

1. **Не подценявайте процеса на планиране във фирмата.** Това е една от най-важните управленски функции, за да имате успешен бизнес
2. Реалистичната прогноза за продажбите на вашия план гарантира успеха на бъдещата ви дейност. Когато планирате, трябва да изхождате от това, което **реално можете да продадете**, а не от това, което можете да произведете. Планирането ви ще бъде най-точно, ако имате сключени договори за продажби.
3. На базата на плана за продажбите направете производствения план. Той ще ви покаже възможно ли е да се произведе планираното количество изделия, като го обезпечите с материали, които трябва да доставите, с капацитет на производственото оборудване и с човешки ресурси.

В търговията прогнозните продажби трябва да се обезпечат със снабдяване със съответните номенклатури стоки.
4. **Използвайте разработения план, за да направите необходимите ви анализи:**
 - Анализирайте дали очакваната печалба ви удовлетворява.
 - Направете анализ на очакваните "тесни" места при изпълнение на прогнозния план, за да можете да ги отстраните.
 - След като изтече планирания период, направете анализ на получените резултати и ги сравнете с планираните.

**ПЛАНИРАНЕТО Е НЕОБХОДИМО.
НАПРАВЕТЕ ГО РЕЗУЛТАТНО.
ТО ЩЕ ПОМОГНЕ ДА УВЕЛИЧИТЕ ПЕЧАЛБАТА СИ.**

8. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОФИСА И ДОКУМЕНТАЦИЯТА

Офисът е информационният център на вашия бизнес. Това е първата точка на контакт между клиентите и вашият бизнес, както и място за съхранение на вашите счетоводни книжа и останалите писмени документи на фирмата ви.



КОНТАКТИ С КЛИЕНТИ

Видът на вашия офис, магазин или работилница, ако нямате отделен офис, определя първото впечатление, което вашия бизнес прави на хората, с които контактувате – клиенти, доставчици, партньори. Не допускайте той да бъде разхвърлян и занемарен. Не е необходимо да хвърляте много средства за скъпи ремонти или нови мебели – достатъчно е да го поддържате чист, подреден и приветлив.

Човекът, който ви помага във вашия офис най-често е този, който отговаря на телефонните обаждания или посреща вашите посетители. Обучете го да го прави възможно най-вежливо и приветливо. Не допускайте лошото му настроение да се отрази на отношението му към хората, с които влизате в контакт – клиенти или доставчици. Често дори гласът по телефона е първото впечатление, което хората си създават за вашия бизнес. Помнете - служителят, който отговаря на телефона или посреща клиентите ви, може да създаде или развали репутацията, за чието утвърждаване упорито работите. Неумението да се води разговор, било то лице в лице или по телефона, може да направи клиентите нетърпеливи и дори като резултат да донесе загуби на бизнеса ви.



Изисквайте от вашите служители:

- винаги да посрещат приветливо, с усмивка вашите клиенти и партньори, да ги поздравяват ясно и учтиво;
- да обръщат внимание на клиентите и да показват интерес към това, което казват;
- да отговарят бързо и точно на техните въпроси;
- когато отговарят на телефона, да вдигат бързо слушалката и винаги да започват с името на фирмата и поздрав, например: "Фирма "ПРИМА", добър ден!"; винаги да изпълняват обещанията си да се обадят на клиентите, колкото се може по-бързо.*

ПЪРВОТО ВПЕЧАТЛЕНИЕ ЗА ВАШАТА ФИРМА МОЖЕ ДА БЪДЕ СЪЗДАДЕНО ОТ НАЧИНА, ПО КОЙТО СЕ ОТГОВАРЯ НА ТЕЛЕФОННО ОБАЖДАНЕ.

БИЗНЕС-ПИСМА

На всеки, който управлява малък бизнеса, може да се наложи да кореспондира с клиенти и доставчици чрез писма. Бизнес-писмото често също са оказва първото впечатление, което оставяте у хората по отношение на вашия бизнес.

За да съставяте добри бизнес-писма, запомнете следните основни точки:

- Много важно е как изглежда писмото. Прегледайте го как е оформено и как е поднесена информацията в него. Добре ли изглежда? Четливо ли е? Подредена и четлива ли е самата бланка на писмото с вашите данни?
- Обмислете добре целта на всяко едно писмо, което пишете. Дали писмото е молба за отпускане на пари, поръчка на стоки, оплакване от лошо обслужване или искане на заем? Заявете целта ясно и точно.
- Започнете писмото с основната идея и избягвайте да го пълните с любезни, но излишни думи.
- Преди да започнете да пишете писмото, набележете си цялата съществена информация. Най-лесния начин да го направите е да изредите основните си идеи и да построите параграфите на писмото около тях.

ПОМНЕТЕ: ПЪРВОТО ВПЕЧАТЛЕНИЕ ЗА ВАШИЯ БИЗНЕС МОЖЕ ДА СЕ СЪЗДАДЕ ОТ ОФОРМЛЕНИЕТО НА ПИСМОТО ВИ.

* Ако се интересувате повече как да подобрите обслужването на клиентите си, потърсете наръчника "Обслужване на клиентите", издаден от АРИР – Стара Загора.

СЪХРАНЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИЯ

Офисът е мястото, където съхранявате всички писмени документи и отчети за вашия бизнес. Много е важно да има ред в документацията ви, така че вие и служителите ви да могат да намират необходимите неща бързо.

Това означава, че трябва да създадете някаква система на подреждане и съхранение на различните типове писмени документи: писма, фактури, разписки, поръчки и т.н. Всеки тип документ трябва да има свое собствено място. Редът е основен фактор за ефикасното управление на вашия бизнес.

**РЕДЪТ ВЪВ ВАШИЯ ОФИС
СЪЩО ОФОРМЯ ПЪРВОТО
ВПЕЧАТЛЕНИЕ, КОЕТО
ОСТАВАТЕ У КЛИЕНТ,
КОЙТО ВИ Е ПОСЕТИЛ
ЛИЧНО.**

КАРТТЕКИРАНЕ

За да събирате и съхранявате документацията за вашия бизнес, вие трябва да си съставите архив от различните типове документи. Не е необходимо да се хвърлят много пари за това.

Класьорите за документи са добри, но скъпи. По-евтини са обикновените папки. Добре е да има отделна папка за всеки вид документ.

Много е важно да подреждате документите по дати. Отбелязвайте датите на документите при подреждането - правете го всеки ден. Документите трябва да бъдат разпределени в различни папки под различни наименования. Може да имате различни папки за следните направления:

**ПОДРЕЖДАЙТЕ
ДОКУМЕНТИТЕ СИ
ВСЕКИ ДЕН**

ЗАПЛАТИ

Информацията за изчисляване възнагражденията трябва да включва списък с имената на работниците заедно с техните данни, брутно възнаграждение, осигуровки, удържки и нетна сума за получаване. Подреждайте ведомостите за заплати и всички свързани със заплащането справки (болнични, декларации за НОИ, справки и удостоверения) в хронологичен ред.

КОМАНДИРОВКИ

Когато се налага служителите ви да пътуват и фирмата поема командировъчните, трябва да се съхраняват копия от заповедите за командировка, а в счетоводните разделие съответните разходооправдателни документи.

ДАННИ ЗА ФАКТУРИРАНЕ

Трябва да се съхраняват данни за всяка изпълнена работа (например подробности за вложени труд и материали или поръчката на клиента, съдържаща неговите изисквания).

КОПИЯ ОТ ИЗДАДЕНИ ОТ ВАС ФАКТУРИ

Когато издадете фактури, две копия трябва да подредите по азбучен ред в папка "Неизплатени Фактури" Това е важно защото представлява парите, които ще постъпят във вашата фирма, когато клиентът плати. Когато клиентът плати, на двете копия се слага печат "Платено". Едното копие от фактурата се предава на счетоводителя, а другото остава за вашия архив – или в папка "Платени", или на кочана с фактури.

ФАКТУРИ ОТ ДОСТАВЧИЦИ

Това са фактурите, които сте получили от доставчиците на материали или стоки или от фирми, които са ви предоставили услуги (например ремонт на транспортни средства, сметката за електричество, фактура за канцеларски материали). Тези фактури се подреждат по азбучен или хронологичен ред. Добре е да се поддържат две папки:

- Фактури, неплатени на доставчици; и
- Фактури, изплатени на доставчиците.

**СЪХРАНЯВАЙТЕ
ФАКТУРИТЕ ОТ
ДОСТАВЧИЦИТЕ В
ОТДЕЛНА ПАПКА.**

След като се извърши разплащането, се поставя бележка на неплатената фактура от кого е разрешено плащането и това, че е проверена. След това фактурата се премества в папка *Платени фактури на доставчици* отново по азбучен ред според имената на доставчиците.

ДАНЪЧЕН АРХИВ

Тук се съхраняват всички документи, свързани с данъците на фирмата и тяхното плащане.

АРХИВ НА ПИСМА

Дори в най-малкия офис трябва да има папки на входящите писма и копия от изпратените отговори. Писмата се подреждат по дати или по азбучен ред според първата буква на клиента.

**СЪХРАНЯВАЙТЕ ДОБРЕ
БИЗНЕС ДОКУМЕНТИТЕ
СИ.**

БИЗНЕС АРХИВ

Трябва да закупите още много папки, в зависимост от големината и вида на фирмата. Няма да описваме това подробно, но има едно специфично досие, което трябва да отбележим, тъй като е много важно за бизнеса ви. Нарича се **“Бизнесът”** и се ползва за съхраняване на оригиналите на всички важни документи, отнасящи се до фирмената дейност като учредителни документи, съдебна регистрация, годишни отчети, протоколи от заседания на управителния съвет, застрахователни полици и важни договори. Архивът с оригиналите трябва да се съхранява на сигурно място, а копията могат да се архивират с другите документи.

ОФИС ТЕХНИКА

Има много технически средства, които мога да са в помощ на работата в офиса (например калкулатори, компютри, принтери, копирни машини, факс апарати). Тази техника понякога е много скъпа. Когато преценяваме дали да закупим някоя от тях, трябва да преценим добре дали можем да използваме ефективно тази техника. Когато разширявате дейността си, може да помислите, че е необходимо да инвестирате в копирна машина. Уверете се обаче, че имате достатъчно работа, за да е изгодна една такава покупка; иначе продължавайте да носите на специализирано ателие това, което имате за копиране, докато количеството материали за фотокопиране нарасне.

Днес е добре да закупите колкото се може по-скоро компютър. Той ще ви помогне много в съхранение и организиране на информацията за вашата фирма.

**ВАШИЯТ ОФИС СЪЗДАВА ПЪРВОТО ВПЕЧАТЛЕНИЕ,
КОЕТО ХОРАТА ПРИДОБИВАТ ЗА ФИРМАТА ВИ.**

ОРГАНИЗИРАЙТЕ ГО ЕФЕКТИВНО!



Изданието се финансира по
Програма ФАР "Икономическо и социално сближаване" на Европейския съюз -
"Инициативи на пазара на труда"
Проект BG 0102.05.05.085
"Подкрепа на предприемачи за развитие на сектора на МСП в Стара Загора",
изпълняван от **Агенция за регионално икономическо развитие – Стара Загора**
ул. Ген. Столетов, Стара Загора 6000, тел. 042 605007, факс 042 638 075,
ел. поща: office@szeda.bg; Интернет: www.szeda.bg