



ПОСОБИЕ
ДЛЯ

НАЧИНАЮЩИХ
РЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ



Unlock Your Potential



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

1-е издание

Доминика Шпачкова (разделы 1—4)
Томаш Рыба (разделы 5—10 и приложение)
Редактирование и организация: Гана Галиова
Графическое оформление и верстка: Шимон Хлоупек, Ekografika.cz
Напечатано на чешском, английском и русском языках

2-е издание

Корректурa и стилистика текста: Зузана Йинёва
Графическое оформление и верстка: Таня Никлова Кинцлова
Напечатано на чешском, английском и русском языках

Пособие для начинающих предпринимателей возникло при поддержке Европейского социального фонда в рамках Операционной программы «Прага — Приспособляемость»

© 1-е издание GLE 2009 — Все права защищены.
© 2-е, переработанное и дополненное издание GLE 2015 — Все права защищены.

Содержание:

- 1 **ВВЕДЕНИЕ** 5
- 2 **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПУТЬ** 6
- 3 **КАК ПРОВОДИТСЯ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА?** 11
- 4 **КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ КЛИЕНТА?** 17
- 5 **СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ** 26
- 6 **УСПЕШНОЕ РАСКРУЧИВАНИЕ СВОЕГО БИЗНЕСА** 29
- 7 **МОГУ ЛИ Я ОТКРЫТЬ СВОЕ ДЕЛО В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ?** . . . 31
- 8 **ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
ИЛИ ОБЩЕСТВО?** 33
- 9 **ФИНАНСЫ** 41
- 10 **КАК ПЛАТИТЬ НАЛОГИ?** 49
- 11 **КАК БЫТЬ С БУХГАЛТЕРИЕЙ?** 53
- 12 **СУММИРОВАНИЕ ШАГОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ
ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ИЛИ УЧРЕЖДЕНИЯ
ХОЗЯЙСТВЕННОГО ТОВАРИЩЕСТВА/ОБЩЕСТВА** 56
- 13 **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** 58
- 14 **СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ** 60
- 15 **ПРИЛОЖЕНИЕ**
«КАКУЮ СУММУ НАЛОГА Я ДОЛЖЕН БУДУ УПЛАТИТЬ?» 61
- 16 **ССЫЛКИ** 72

1

ВВЕДЕНИЕ

«Пособие для начинающих предпринимателей» было создано общественно-полезной организацией GLE o. p. s. в рамках проекта «Предпринимательская деятельность как выход из социальной эксклюзии», который реализовывался в период с декабря 2008 по март 2011 при поддержке Европейского социального фонда в рамках Операционной программы «Прага – Приспособляемость». В 2015 году в рамках продолжения проекта «Предпринимательская деятельность как выход из социальной эксклюзии-II» текст был переработан и дополнен, вновь при поддержке Европейского социального фонда в рамках Операционной программы «Прага – Приспособляемость».

Цель пособия – донести до читателя информацию о возможностях ведения предпринимательской деятельности в Чешской Республике, о том, что необходимо для открытия своего дела (юридическая, финансовая сторона, написание хорошего бизнес-плана), чтобы он смог лучше сориентироваться в данной проблематике. Пособие не преследует цель создания конкуренции специализированным публикациям подобной направленности. Перед вами, скорее, базовая инструкция из разряда «с чего начать».

Пособие состоит из двух частей. Первая часть, подготовленная для 1-го издания Доминикой Шпачковой, была переработана для 2-го издания Йиткой Неснидаловой и Луцией Вацлавковой. В ней вы узнаете о преимуществах и недостатках ведения предпринимательской деятельности, о том, как сориентироваться в мире рынка, конкуренции и маркетинга, как придумать услугу или изделие, которое привлечет внимание большого количества людей. Во второй части, составленной Томашем Рыбой и актуализированной Йиткой Неснидаловой и Михаэлой Чапковой, более подробно рассмотрены юридические вопросы, связанные с открытием своего дела, а также вопросы финансирования, составления бюджета, уплаты налогов и т. п. Обе части дополнены практическим приложением «Какую сумму налога я должен буду уплатить?», где вы сможете найти формулы, которые помогут вам при исчислении конкретных отчислений.

Мы надеемся, что в пособии вы найдете полезную информацию, которая вам поможет принять решение, по какому пути двигаться дальше. Ведь именно предпринимательство может стать одним из них...

2

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПУТЬ

Прежде чем приступить к теме ведения предпринимательской деятельности, позвольте мне рассказать Вам свою собственную историю. Я – предприниматель. У меня есть небольшой интернет-магазин, а также я веду семинары. Мой предпринимательский путь был весьма извилист, мне даже несколько раз пришлось менять направление деятельности. Я училась методом проб и ошибок. Ошибалась то тут, то там. Но на протяжении всего периода моих бизнес-начинаний я была убеждена, что если буду делать то, во что верю, то многим людям в мире будет намного лучше. Эта мысль меня поддерживала и в таких ситуациях, когда я оказалась без денег или не получилось должным образом выполнить заказ. Бывали моменты, когда было очень тяжело, и иногда я упрекала себя за то, что вообще связалась с предпринимательством.

Да, предпринимательство – это не прогулка в райском саду.

Сейчас, по прошествии лет, у меня есть пусть небольшой, но постоянный доход. Я многому научилась, познакомилась с новыми и увлеченными людьми. У меня теперь больше свободного времени, а за работу я берусь тогда, когда есть желание. Свобода, которую дает мне мое дело, намного важнее мыслей о миллионах крон. Кроме того, в перерыве между ответами на электронные письма и упаковыванием товара в бандероли, я всегда могу приготовить еду, постирать и позаботиться о домашнем хозяйстве.

Предпринимательство – это путь. Иногда это путь к высшим целям: для некоторых цель – иметь больше времени, для других – больше денег.

На удивление, для большинства предпринимателей деньги не главная мотивация при ведении предпринимательской деятельности. Финансы не были и не являются движущим мотором. Многие предприниматели мотивированы желанием полнее проявить свои умения и качества, чем им позволяет работа по найму. Одни хотели усовершенствовать то, что их не устраивало в обществе, другие – оказать лучшие услуги либо дать людям то, в чем они сами чувствовали недостаток.

Например, известны истории предпринимателей, у которых было весьма специфическое хобби, а рынок на тот момент не мог им предложить в достаточном количестве то, в чем они нуждались. И вот они решили изменить ситуацию, начав импортировать либо производить нужный товар. В итоге, некоторые из них таким образом разбогатели. При этом первоначальным намерением этих предпринимателей было помочь другим людям, сделав продукт доступнее.

ПОПРОБУЙТЕ ОТВЕТИТЬ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

- Что для вас в предпринимательстве важнее всего?
- Чего вы хотите добиться?
- К какой цели вас должно привести предпринимательство?

2.1

Каковы преимущества и недостатки предпринимательства?

ПРЕИМУЩЕСТВА

Предпринимательство несет в себе целый ряд преимуществ. Вам не нужно выполнять чьи-то указания. Никто не вмешивается в вашу работу и не заставляет вас совершать определенные действия в определенное время. Будучи предпринимателем, вы сам себе хозяин. В большинстве случаев вы постоянно учитесь чему-то новому и, в итоге, развиваете много умений. Спустя какое-то время, свое дело может принести вам намного больше свободного времени, чем обычная работа по найму. Во многих случаях вы можете работать из дома. Например, достаточно часто этой возможностью пользуются программисты, графические дизайнеры, архитекторы, а также владельцы интернет-магазинов.

НЕДОСТАТКИ

С другой стороны, предпринимательство несет с собой и хлопоты. Иногда приходится работать дольше, иногда не получается заработать достаточно денег. Серьезными недостатками для начинающих предпринимателей являются стресс и давление. Или, например, большая ответственность либо необходимость научиться правильно организовывать свою работу.

Разумеется, это не полный список всех плюсов и минусов, для каждого предпринимателя они свои. Однако если начинающий предприниматель заранее осознает все риски, связанные с ведением предпринимательской деятельности, то многие недостатки можно уменьшить либо полностью их избежать.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, В ЧЕМ ЕГО ПОЛЬЗА:

Напишите на листе бумаги, какую выгоду вам может принести предпринимательство. Чем может быть предпринимательство полезно в вашей жизненной ситуации?

2.2

Есть ли у меня необходимые качества? Могу ли я быть предпринимателем?

Для того, чтобы свое дело не обременяло, а приносило радость и пользу, важно научиться организовывать не только свое время, но и средства, а в случае необходимости и людей, с которыми вы сотрудничаете. Предприниматель напоминает жонглера, который должен суметь удержать в воздухе одновременно восемь мячиков, не уронив их. А если уж они упали, то он снова должен подбросить их вверх. Начинающему жонглеру не избежать падений. Но после несколько месяцев тренировок он уже освоил основное движение и начинает использовать различные трюки. Такое же правило действует и в бизнесе. Вы должны одновременно заниматься финансами, бухгалтерией, рекламой, непосредственно работой и в довершение улыбаться клиентам.

Начинающий жонглер знает, что ему под силу, а что пока нет. Если он научился жонглировать с тремя мячиками, пора пробовать жонглировать и с четырьмя. А в бизнесе? Важно понять, что человек уже умеет, а что нет. Не бойтесь узнать, что вы, как начинающий предприниматель, пока не умеете. Осознание слабых сторон поможет сконцентрировать на них свое внимание и избежать неприятностей. Постепенно вы начнете работать над их устранением, и предпринимательство, скорее всего, станет для вас делом, приносящим радость, а не вызывающим стресс.

ТЕСТ НА ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВАЖНЫХ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАЧЕСТВ

На следующей странице вы можете пройти небольшой тест на оценку важных для предпринимательства качеств и умений.



ЧТОБЫ ВЫЯСНИТЬ, КУДА ВЫ ХОТИТЕ ИЛИ МОЖЕТЕ РАЗВИВАТЬСЯ, ОТВЕЬТЕ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ

- Вы когда-нибудь работали в области, в которой хотите вести предпринимательскую деятельность?

- Проходили ли вы какое-либо обучение в сфере бизнеса? Может, у вас есть экономическое образование?

- Вы готовы работать сверхурочно?

- Вы готовы к тому, что в начале предпринимательской деятельности ваш доход может быть немного меньше, чем тот, к которому вы привыкли?

- Вы умеете справляться со стрессом?

- Ваша семья готова оказать вам поддержку? (в плане времени, финансов?)

- Какие умения вы считаете важными для достижения успеха в бизнесе? Вы когда-нибудь занимали должность менеджера?

- Вы когда-нибудь трудоустраивали людей?

- Знакомы ли вы с основами маркетинга?

Каковы результаты вашего теста? Что вы о себе узнали? Что вы уже умеете? Чему еще хотите научиться? Не позволяйте сомнениям овладеть вами, если оказалось, что вам еще надо многому научиться. Никто из предпринимателей сразу всё не знал. Каждый шаг за шагом всему учился. К счастью, на сегодняшний день существует огромное количество бизнес-литературы, в которой вы найдете рекомендации и советы «как начать». Данное пособие также послужит вам базовой инструкцией.

Чтобы ваше вступление на путь предпринимательства было успешным, неплохо бы знать, на каком уровне вы находитесь и что умеете. В следующем подразделе мы поговорим о том, что такое хорошая бизнес-идея, как к ней прийти и что она с собой несет.

2.3

Хорошая бизнес-идея

Предпринимательство напоминает путь. Еще до отправления в путь, мы в большинстве случаев знаем, куда хотим попасть, и тщательно готовимся к дороге. Однако всё равно первый шаг – это понять, где мы хотим оказаться.

В бизнесе идея играет огромную роль. Не любая, а хорошая идея. Открыть ресторан — это хорошая идея, и вы можете достичь успеха. Если ресторан будет особенным, то вы добетесь еще большего успеха.

Что касается хороших идей для бизнеса, то тут не всё так просто. Вы не можете «высидеть» такую идею у компьютера либо делать ставку на то, что вас осенит в течение недели. Хорошая идея приходит сама. Это может произойти, когда вы проснетесь утром, пока вы будете чистить зубы или сидеть за рулем автомобиля. Идея может прийти на ум и при исследовании рынка, но об этом подробнее в другом разделе.

Хорошая бизнес-идея (или план) характеризуется тем, что услуга или продукт на рынке пока не присутствуют или они могут заполнить «нишу» на рынке, удовлетворив тем самым спрос. В следующем разделе вы узнаете, реалистична ли ваша идея, нужна ли она клиентам. Вы также исследуете конкурентов, чтобы выяснить, сколько людей уже ведут подобный бизнес.

3

КАК ПРОВОДИТСЯ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА?

Если у вас есть хорошая идея, то полдела уже сделано. Теперь дело за малым. Как уже было сказано, предпринимательство напоминает путь. Первой частью этого пути является планирование. Важно составить бизнес-план, который будет служить путеводителем, если в процессе ведения предпринимательской деятельности вы не будете знать, что делать дальше.

Для составления бизнес-плана необходимо собрать определенную информацию касательно ваших будущих клиентов, конкурентов и ситуации на рынке. Чем больше информации получится собрать заранее, тем лучше пойдет ваш бизнес. Вам будет проще принимать решения в критических ситуациях, вы ограничите риски и лучше спланируете раскручивание своего дела. Такой сбор информации обычно называют исследованием рынка.

Исследование рынка вовсе не должно быть делом сложным, трудным и дорогостоящим. В начале предпринимательской деятельности всё можно делать просто. Если вы хотите открыть ресторан, то достаточно встать перед помещением, которое вы подыскали, и посчитать, сколько людей пройдет мимо. Сделайте несколько подсчетов в разное время. Вы насчитали десять людей за час? Двадцать людей? Сто людей? Сколько из них реально может заглянуть в ваш ресторан?

Если вы располагаете временем, подготовьте опросник и уже с ним задавайте вопросы прохожим: Какой ресторан они бы с удовольствием посетили? Что заказали бы? Как должен выглядеть их любимый ресторан? Зафиксируйте все ответы, включая те, которые оказались для вас неожиданностью. Люди могут вам дать огромное количество советов, и, возможно, какая-то из этих идей принесет вам крупную прибыль. Особенно если речь идет об информации, которую вы слышали от нескольких опрошенных вами людьми.

Благодаря такому исследованию вы получите достаточное количество информации о рентабельности вашего будущего ресторана. Если вы обнаружите, что поток людей рядом с выбранным вами местом недостаточный, то найти другое место намного проще, нежели пытаться привлечь новых клиентов в пустой ресторан.

Если вы хотите вывести на рынок какой-то продукт, то изготовьте несколько пробных экземпляров и раздайте их бесплатно людям. После этого поинтересуйтесь, что им понравилось и не понравилось при использовании товара, что следовало бы, на их взгляд, поменять. Узнайте у них, за сколько бы они приобрели ваш продукт и порекомендовали ли бы другим покупателями. Таким образом вы получите ценную информацию. Возможно, вы поймете, что вам хочется свое изделие переделать, изменить или улучшить.

В интернете или библиотеке, а также на официальных сайтах министерств найдется огромное количество информации. Имеет смысл время от времени просматривать специализированные журналы и общаться с различными профессиональными объединениями и ассоциациями. Однако всё зависит от направления деятельности. Если вы хотите заняться оказанием услуг массажа, то достаточно выяснить, сколько массажистов работает в вашем районе и по какой цене они предлагают свои услуги. Если вы хотите выйти на международный уровень, то на исследование рынка вам понадобится больше времени, т. е. будет необходимо собрать большое количество информации. Вдохновением может послужить пример успешного бизнесмена из города или деревни, расположенной в другой области, который добился успеха в интересующей вас сфере.

При анализе рынка необходимо исследовать три его части: конкуренты, рынок как таковой и клиентов. Начнем с конкурентов.

3.1 **Кто ваши конкуренты?**

В данном подразделе мы займемся исследованием конкуренции. А также попробуем использовать слабые стороны конкурентов в свою пользу. Независимо от того, на какой услуге или изделии вы решите сконцентрировать свое внимание, очень маловероятно, что у вас не будет конкурентов. Стоит только поискать в интернете или глянуть прессу. Помимо этого, необходимо узнать, как себя ведут конкуренты, находящиеся рядом с вами. Будучи начинающим предпринимателем, вы, скорее всего, будете стремиться охватить лишь свое ближайшее окружение, а не весь мир.

Прежде чем начать свое дело, вы можете нанести своим конкурентам визит и выспросить их об услуге или изделии, которое сами хотите предлагать. Внимательно изучите всё: не только, что конкуренция делает, но и что не делает.

ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ КОНКУРЕНЦИИ БУДЬТЕ ГОТОВЫ ОТВЕТИТЬ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

- Какие изделия продают ваши конкуренты?
- По каким ценам?
- Предоставляют ли они скидки?
- Как выглядят их рабочие помещения?
- Как они ведут себя с клиентами?
- Какова их реакция на ваш вопрос: «Как ваши успехи?»
- Чего им, с вашей точки зрения, не достает?
- Сколько людей посещает их магазин?
- На сколько хорошо конкуренты снабжены товаром?
- Кто является целевым клиентом для ваших конкурентов?

Разумеется, что некоторые из перечисленных вопросов вы зададите тем, кто предлагает услуги, а некоторые тем, кто предлагает изделия. Получив нужные ответы, вы будете иметь более точное представление о том, как себя ведет ваша конкуренция, и чего ей, возможно, не достает. Попробуйте выяснить, какие ошибки допускает конкуренция. И, в конечном счете, задумайтесь над тем, как ее ошибки можно использовать в свою пользу.

Если ваши конкуренты в чем-то ошибаются, то вы можете привлечь большое количество клиентов уже тем, что не будете повторять ошибки конкурентов.

В случае, если слабые стороны у конкурентов обнаружить не удалось, попробуйте задуматься над тем, в чем ваше отличие и преимущество перед ними. Речь может идти и о мелочи, например, вы оказываете услугу немного быстрее или услуга в чем-то отличается от подобной услуги, предлагаемой другими. Это не требует никаких дополнительных денежных затрат, но благодаря такому анализу вы сможете привлечь в разы больше клиентов.

Например, в Чешской Республике не так много ресторанов, в которых посетителям предлагают воду из-под крана. Если вы введете это в своем ресторане, то порадуете тем самым многих клиентов, которые к вам с удовольствием будут возвращаться, потому как вы предложили им что-то сверх стандарта.

3.2

Как исследовать рынок?

Помимо конкуренции, необходимо также знать рынок. Рынок – это место, где одна сторона продает, а вторая – покупает. При этом в данном процессе участвуют деньги: за сколько продавец продаст, а покупатель купит. Предпринимателю следует знать, как ведет себя рынок, какова ситуация на рынке в целом или в его отдельном сегменте.

И СНОВА, КАК И В ПРЕДЫДУЩЕМ РАЗДЕЛЕ, ВЫ МОЖЕТЕ ПОДУМАТЬ НАД СЛЕДУЮЩИМИ ВОПРОСАМИ:

- Существует ли для моего товара рынок?
- Насколько этот рынок велик?
- Сколько потенциальных клиентов существует в данной области?
- Когда изделие лучше всего продается, во время какого сезона?
- Как будет развиваться ситуация на рынке в следующем полугодии?
А в следующем году?
- Речь идет о развивающемся рынке? Или же рынок уже насыщен и многие предприниматели предлагают подобные услуги?

Не следует забывать о том, что рынок разделен на меньшие части, т. е. сегменты. Вы же не будете одновременно заниматься продажей автомобилей, продажей продуктов питания, и в придачу к этому еще и финансовым консалтингом. Вы не сможете должным образом сконцентрироваться ни на одном виде деятельности, и такой подход вызовет недоверие клиентов.

Максимально сосредоточьтесь на той категории клиентов, которых вы хотите привлечь. Если вы будете пытаться предлагать свой товар множеству людей, которые являются представителями различных групп покупателей (различных сегментов), то, в итоге, ваш товар, скорее всего, не понравится никому.

Вы добьетесь большего успеха, если сосредоточитесь на одном или двух отдельных сегментах. Это позволит вам предложить привлекательный товар и стать ведущей фирмой на рынке. Концентрация внимания на одном сегменте вовсе не означает, что вы не сможете привлечь клиентов из других сегментов. И, наоборот, при отсутствии определенной направленности есть риск, что вы вообще не привлечете никаких клиентов.

3.3

Как составить профиль клиента?

В триединстве рынок – конкуренция – клиенты последние являются самой специфической составляющей. Без них мы бы не продали ни одного изделия, не оказали ни одну услугу. Каждый клиент особенный, но с любым клиентом можно выстроить отношения. При анализе клиентуры важную роль играет профиль клиента. Знать о клиентах всё невозможно. Поэтому необходим простой, быстрый и эффективный способ, который позволит выяснить, купит ли данный клиент ваш товар или нет.

Каждый клиент особенный. Более того, предпочтения и склонности любого клиента могут меняться. Однако всех клиентов, которые между собой в чем-то схожи, можно разделить на группы. Их объединяют общие привычки, увлечения, друзья, одинаковый опыт.

Если вы составите четкое описание своего клиента, то вам будет намного проще сделать рекламу и вы сможете успешно продать свой товар или услугу. Как же составить такой профиль?

ДЛЯ ЭТОГО ОТВЕЬТЕ НА НИЖЕ ПЕРЕЧИСЛЕННЫЕ ВОПРОСЫ:

КТО?

- Кто ваши клиенты? Их пол, возраст, профессия?
- Каково их семейное положение?
- Каков их доход?
- Если ваш покупатель – фирма, то где она находится? Каков ее оборот?
- Какие из предлагаемых фирмой товаров являются для нее основными? Каковы затраты фирмы?

ЧТО?

- Что клиенты покупают и в каком количестве?

ПОЧЕМУ?

- Почему клиенты будут покупать именно ваш товар?
- Кто принимает решение о покупке?
- Кто влияет на их выбор?

ГДЕ?

- Где клиенты делают покупки?
- Они покупают непосредственно у поставщика? Или через посредника?

КАК?

- Они расплачиваются наличными или банковской картой? Заранее или по факту передачи товара? Или же в рассрочку?
- Требуют ли они скидки?
- Будут ли они настаивать на скидке за количество товара?

КОГДА?

- Когда ваши клиенты делают покупки?
- Сколько времени у них уходит на принятие решения касательно покупки товара?
- Как часто они покупают данный товар?

Подробно ответив на данные вопросы, вы получите четкое представление о том, кем является ваш клиент, что для него важно, и, главное, почему он будет покупать именно ваш товар. Вы сможете опереться на данную информацию при подготовке презентационного и рекламного материала. Подробнее о рекламе и продвижении вы узнаете на следующих страницах.

4

КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ КЛИЕНТА?

Если вы уже определились, чем хотите заниматься, и провели предварительное исследование рынка, то можете приняться за видоизменение товара, чтобы он соответствовал требованиям ваших клиентов, чтобы они хотели его приобрести и чувствовали необходимость в нем. Всегда намного проще подогнать свой продукт под клиента, нежели заставлять своих клиентов покупать продукт, который им не подходит.

Далее мы расскажем, как использовать информацию, полученную при исследовании рынка, и как правильно преподнести клиенту информацию о предлагаемых товарах и услугах.

Существует общее правило: при привлечении внимания клиента необходимо следить за тем, чтобы правильная информация предоставлялась правильному человеку с использованием правильного метода.

ПРИ ПРИВЛЕЧЕНИИ ВНИМАНИЯ КЛИЕНТА ВЫ МОЖЕТЕ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ СЛЕДУЮЩИМ АЛГОРИТМОМ:

- **Шаг № 1 – Как изготовить товар на заказ?** – выбрать правильного человека.
- **Шаг № 2 – Какие преимущества следует указать?** – выбрать правильную информацию.
- **Шаг № 3 – Какие существуют возможности рекламы и продвижения?** – сделать правильную рекламу.

4.1

Как изготовить товар на заказ?

При исследовании рынка мы выяснили, как работают конкуренты, какова ситуация на рынке в целом или в одном из сегментов. Вероятнее всего, вы уже решили для себя, на каком конкретном типе клиента вы сосредоточите свои усилия. Готовый профиль клиента будет для вас очень полезен. Если вы предложите клиенту сделанный специально под него продукт, вы будете в более выгодном положении, чем ваши конкуренты. Такой продукт будет для вашего клиента намного привлекательнее и интереснее.

Большую ошибку совершают те предприниматели, которые стремятся предлагать свои услуги всем без разбора – всем жителям деревни или города, молодым и пожилым. В итоге, такой продукт в большинстве случаев не будет интересен никому.

4.2

Какие преимущества следует указать?

Выбирая информацию, которую вы предоставите будущему клиенту, необходимо быть внимательными и аккуратным. Постарайтесь предоставить своему клиенту правильную информацию. Если вы хотите продать клиенту машину семейного типа, то при продвижении следует делать акцент, прежде всего, на ее безопасность и вместительность.

ИЗУЧИТЕ СВОЙ ПРОДУКТ. МОЖЕТЕ ПОРАЗМЫШЛЯТЬ НАД СЛЕДУЮЩИМИ ВОПРОСАМИ:

- Какими преимуществами обладает ваш продукт по сравнению с другими?
- Какие качества присущи вашему продукту?
- Сколько, напр., времени или денег можно благодаря ему сэкономить? Что он даст вашему клиенту?
- В чем жизнь вашего клиента будет проще, если он приобретет ваш продукт?
- Повлияет ли приобретение вашего продукта на престиж клиента?

Когда список будет составлен и доработан, еще раз пройдитесь по нему и задумайтесь, являются ли сведения, указанные в нем, действительно преимуществом для клиента. Смогут ли эти сведения заставить клиента принять решение в пользу приобретения предлагаемого товара.

Клиент покупает товар по многим причинам, например, чтобы облегчить себе жизнь или порадовать себя, чтобы меньше работать или поднять свой престиж. На основании профиля клиента, который вы держите в руке, вы можете точно определить, что ваш клиент ищет и что для него важно. Воспользуйтесь этой информацией и сформулируйте преимущества так, чтобы они понравились вашему будущему клиенту.

Уделите достаточное количество времени и сил выяснению того, какими преимуществами обладает ваш продукт. В случае стеклопакетов не обязательно делать акцент на том, что тепло не будет уходить через окна. Лучше подчеркнуть, что при актуальных ценах на энергию благодаря стеклопакетам можно сэкономить 5 000 Кч. Такого рода сведения будут более убедительными для вашего клиента нежели сообщение о том, у него дома тепло уходит через окна.

КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ВОЗМОЖНОСТИ РЕКЛАМЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ?

В рамках первых двух шагов мы поговорили о том, как преподнести правильную информацию правильным клиентам. Третий шаг, который мы рассмотрим, касается возможностей дешевого продвижения. Мы все очень хорошо знаем о рекламе из жизни. Мы сталкиваемся с ней в телевидении, газетах, журналах, на плакатах, на автобусных остановках и т. п. Но реклама – весьма дорогое удовольствие.

Что же делать начинающему предпринимателю, который хочет заявить о себе, но не имеет на это достаточно средств в бюджете? Какие существуют возможности, если предприниматель, напр., может для начала инвестировать в продвижение товара 20 000 Кч?

И что, собственно, является самым важным?

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Огромное количество предпринимателей занимаются продвижением и рекламой товара лишь от случая к случаю, руководствуясь внезапно пришедшими в голову идеями. Они не следят за тем, сколько клиентов было привлечено благодаря рекламной компании и оправдала ли она затраченные средства. Начинающим предпринимателям не помешает взять карандаш в руку и посчитать, сколько они хотят вложить в рекламу и какие будут их первые шаги в этом направлении.

Лучше всего составить маркетинговый план, в котором будут детально спланированы отдельные шаги и будет расписано, когда и что предприниматель должен делать, как долго будет длиться каждое отдельное мероприятие и сколько на него понадобится средств.

В различных отраслях план, безусловно, будет выглядеть по-разному. Но в большинстве случаев предпринимателям следует включить в свой бюджет базовые расходы на визитки и сайт. Визитки стоят в пределах нескольких сотен крон, но имеют значительный эффект с точки зрения налаживания связей. Собираясь куда-нибудь, захватите с собой визитки. Тогда вы сможете дать визитку каждому, с кем познакомитесь. Может быть, кому-то вы понравитесь настолько, что у вас попросят десять визиток, чтобы порекомендовать вас своим знакомым. Нельзя упустить такую ценную возможность только потому, что их у вас при себе не окажется.

Еще один недорогой способ продвижения товара – это бывать на людях. Посещайте выставки и ярмарки, станьте членом профессиональной организации, где вы познакомитесь с новыми людьми, установите сотрудничество, получите советы, как в данной сфере правильно продвигать товар и привлекать клиентов. Договоритесь, например, с другим предпринимателем, что будете посылать друг другу клиентов. Вы также можете договориться с работающим в той же сфере загруженным коллегой, что он будет за комиссионные посылать своих клиентов к вам.

Еще один из способов – напечатать купоны, например, на скидку 10 % или 20 % на ваши продукты или услуги. Клиент с радостью воспользуется скидочным купоном или даст его своим знакомым. Ведь этот купон поможет им сэкономить. Разработайте и другие варианты: программу вознаграждения за верность, скидки при покупке товара на определенную сумму и т. п.

Огромное количество информации о том, как рекламировать и продвигать товар вы найдете в интернете. Для начинающего предпринимателя будет полезен, к пример, сайт www.navolnenoze.cz, где можно найти множество дельных советов и рекомендаций.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Что такое интернет-маркетинг?

Как подсказывает уже само название, интернет-маркетинг представляет собой использование маркетинга в интернете. Вы также можете встретить термин «онлайн-маркетинг». Одно дело – создать свой сайт или интернет-магазин, и совсем другое – раскрутить его. Другими словами, продвинуть, чтобы о нем узнала ваша целевая группа или максимальное количество ваших потенциальных клиентов. Давайте поэтому остановимся на вопросе, как использовать инструменты интернет-маркетинга для привлечения внимания клиентов с целью увеличения продаж ваших товаров или услуг.

Создание доверительных отношений

Прежде чем мы приступим к описанию основных особенностей отдельных инструментов интернет-маркетинга, необходимо подчеркнуть, что независимо от вида вашей деятельности, предпринимаемые вами шаги должны вести к укреплению доверия между вами и вашими клиентами. Создание доверительных отношений является неотъемлемой частью и краеугольным камнем успешных продаж. Хороший бизнесмен никогда не относится к клиентам как к безыменным существам, а действует так, чтобы вызвать у клиента ощущение, что он интересен и ему рады. Более того, всемирно признанный бизнесмен и оратор-мотиватор Брайан Трейси призывает продавцов представлять своего клиента человеком, готовым потратить миллион крон.

Опытный и умелый продавец создает свою базу данных клиентов, с которыми поддерживает контакт онлайн или лично, и в случае необходимости способен адаптировать свое предложение под клиента, согласившись пойти ему навстречу и сделав максимум для того, чтобы тот остался доволен. Не зря поговорка гласит: «Клиент всегда прав». Разумеется, речь не идет о раболепии или о том, что продавец должен неизменно скакать под дудку клиента. Мы говорим о уверенном в себе продавце, который действует порядочно и предупредительно по отношению к своим клиентам и способен их где-то побаловать.

КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА?

Создание сайта

Сайт – это визитная карточка предпринимателя, информационный канал о продаваемом товаре и инструмент продаж в случае, если непосредственно через сайт можно заказать или купить товар, услугу. При создании сайта вам необходимо решить три основных вопроса:

1. Какой будет контент?

Никто за вас не наполнит сайт информацией. Вы сами должны знать, чего хотите. Если нет необходимости в частой актуализации контента, то вам достаточно сделать для клиентов простой, т. е. статический сайт (без базовых знаний HTML-кода вы, конечно, сами не справитесь с внесением изменений, но расходы на создание такого сайта меньше). Если вы хотите часто изменять контент, добавлять какие-то тексты или фотографии, неплохо иметь сайт с системой редактирования, войдя в которую вы сможете легко актуализировать контент без знания языка программирования HTML.

2. Какое доменное имя вы выберете, т. е. адрес сайта, который вводится в адресную строку (напр., www.gle.cz)?

У вас может быть свой собственный домен в формате <http://www.gle.cz> (т. е. доменное имя 2-го уровня), либо домен от поставщи-

ка веб-хостинга в формате <http://gle.webnode.cz> (т. н. поддомен или доменное имя 3-го уровня). У доменов могут быть различные доменные зоны: .cz (национальная доменная зона), .com, .net, .info, .org, .eu.

Приобрести свободное доменное имя обойдется примерно в 200 Кч/год, при этом его необходимо регулярно продлевать.

3. Кто вам предоставит (веб-)хостинг, т. е. место для хранения контента сайта?

Любой контент, который отображается на сайте, должен где-то храниться, чтобы у всех был к нему доступ. Хостинг стоит примерно 1 000 Кч/год. С определенными ограничениями можно найти и бесплатный хостинг, но здесь вы рискуете, т. к. нет гарантий, что всё будет работать без сбоев. Фирмы, предоставляющие веб-хостинг, часто предлагают заодно и возможность зарегистрировать у них домен или легко создать собственный сайт. Принять решение, каким хостингом воспользоваться, вам может помочь сайт www.hostingy.cz.

Как всё организовать?

Напрашивается несколько вариантов. Вы всё можете организовать сами – приобрести доменное имя и веб-хостинг, самостоятельно создать сайт, используя язык программирования (напр., HTML, CSS, PHP) или установив на свой сайт готовую систему редактирования (напр., WordPress) для создания и редактирования сайта.

Вы также можете воспользоваться какими-нибудь комплексными веб-услугами т. н. генераторов сайтов. Ряд провайдеров предлагают бесплатный веб-хостинг, легкий способ создания сайта (по шаблону), доменное имя (напр., <http://bytyletna.webnode.cz>). Если потом клиент захочет иметь собственное доменное имя или какие-то дополнительные услуги (напр., больше места, интернет-магазин, больше адресов электронной почты и др.), то за них ему уже придется доплатить. Пример: www.webnode.cz, www.webgarden.cz, www.estranky.cz и др.

А можно довериться профессионалам, обратившись за созданием сайта к специализированной фирме или специалисту. Вы можете взять приобретение домена и поиск веб-хостинга на себя, либо всё это сделает специалист. Выбирая фирму, полезно руководствоваться отзывами других клиентов.

Перечисленные способы можно по-разному комбинировать. Регистратора доменного имени и веб-хостинг можно поменять. Но если у вас доменное имя от веб-хостинга (доменное имя 3-го уровня) и сайт был сгенерирован, то произвести изменения будет намного сложнее, чем в случае, когда у вас свой собственный сайт или сайт от специализированной фирмы. Самой популяр-

ной системой редактирования для администрирования сайта в настоящее время является WordPress (практически четверть всех сайтов в интернете). Некоторые провайдеры веб-хостинга предлагают предварительную установку системы редактирования на ваш домен.

КОПИРАЙТИНГ

Альфой и омегой эффективности сайта являются его контент и наглядность. Во-первых, людям понравится, если они смогут быстро и легко найти именно то, что они ищут, и, во-вторых, они непременно отдадут должное регулярной актуализации контента, который для них будет интересен и полезен. Самыми просматриваемыми типами контента на сегодняшний день являются видео, статьи и исследования на конкретном примере (кейс-стади). Написание текстов может не быть вашим коньком. Для этого есть специалисты, которых называют копирайтерами. Они способны создавать тексты, с которыми вы попадете в яблочко. Копирайтинг, таким образом, представляет собой написание текстов, которые призваны привлечь внимание клиентов, заинтересовать и вызвать у них желание приобрести рекламируемое изделие или услугу. Также необходимо уметь использовать ключевые слова, которые потом зафиксируют поисковики в интернете. Написание текстов требует определенной ловкости – умения ярко и метко описать миссию предпринимателя, что он делает, для кого он это делает и почему клиенту следует покупать именно у этого продавца. Написание текстов должно соответствовать общему «имиджу» компании. Если речь идет о компании, которая ориентирована, скорее, на молодых людей, то тексты будут более легкие, с юмором и т. п. Если же речь идет о компании с многолетней традицией, то тексты должны этому соответствовать, вызывая чувство профессионализма, традиции и безопасности. На сегодняшний день мы совершенно невольно ассоциируем многие компании с их слоганами. Вспомните хотя бы очень успешную рекламу чешской минеральной воды Mattoni со слоганом *«Где есть жизнь, там есть Mattoni»*.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Социальными сетями в Чешской Республике пользуется большое количество людей (сведения за 2015-й год говорят о четырех миллионах пользователей), поэтому игнорировать данную возможность интернет-маркетинга, несомненно, не лучшая стратегия продаж. К социальным сетям относятся, прежде всего, Facebook, Twitter и LinkedIn.

Facebook

Благодаря социальным сетям вы можете общаться со своими клиентами, информировать их о новинках и заинтересовать своими продуктами.

Для того, чтобы зайти на www.facebook.com, необходимо создать аккаунт, регистрация несложная и бесплатная. Зарегистрированные пользователи могут добавлять к себе в «друзья» других пользователей (необходимо, чтобы вторая сторона приняла ваш запрос на добавление в друзья), писать свои собственные посты и читать посты друзей. В данной социальной сети можно также общаться в чате со своими друзьями, делиться постами, документами, фотографиями, видео и иным контентом. Пользователи могут высказывать свое мнение по поводу различных сообщений, фотографий и др. (писать комментарии) либо «лайкать» их, нажав на кнопку «Мне нравится». Зарегистрировав свой собственный личный профиль, вы можете также создать страничку, посвященную вашей деятельности. При этом необходимо помнить, для чего служит Facebook. В первую очередь, речь идет об инструменте, который при условии правильного использования обладает силой для привлечения и информирования ваших потенциальных клиентов. Помимо действий, которые можно делать абсолютно бесплатно, социальная сеть Facebook предлагает предпринимателям также множество платных услуг, которые служат для привлечения внимания потенциальных клиентов. Привлечь внимание можно при помощи контента. Чтобы контент заставил пользователя снова и снова посещать вашу страничку, он не должен быть статичным, а потому требует вашего постоянного участия. В случае создания аккаунта с целью продвижения бизнеса необходимо внимательно ознакомиться с условиями страницы. Не все действия разрешены провайдером.

Помимо создания страницы фирмы полезным может быть и написание постов/комментариев, создание событий. Фирма таким образом может бесплатно попасть в сознание большого количества потенциальных клиентов (при условии, что вы умеете работать с Facebook и регулярно актуализируете свой профиль или страничку). Кроме того, Facebook предлагает возможность размещения платной рекламы, преимуществом которой является таргетинг и различные возможности оплаты (за количество показов либо кликов).

Реклама в поисковиках

Вы заметили, что при вводе в поисковик запроса сначала отображаются выделенные ссылки, обозначенные как реклама, а иногда некоторые результаты поиска отображаются справа от основной поисковой выдачи? Это т. н. контекстная реклама, которой можно воспользоваться для того, чтобы привлечь клиентов на сайт либо представить их вниманию специальное предложение. Речь идет о платной услуге, плата за которую может рассчитываться, исходя из количества показов на выгодной позиции при поиске либо из количества кликов, когда посетитель кликает на отображенную ссылку и переходит на сайт. Прежде чем предприниматель решит настроить данные услуги и воспользоваться ими, ему следует задуматься над тем, чего он ждет от рекламной кампании. Хочет ли он

напомнить своим клиентам о себе или же он хочет увеличить посещаемость сайта. Цена зависит от провайдера услуги, а также от других факторов, напр., от популярности запрашиваемого слова и т. п. Чаще всего предпочтение отдают сервисам контекстной рекламы Sklik от поисковика Seznam и Adwords от поисковика Google.

Прямая адресная рассылка

Прямая адресная рассылка – это рассылка презентационных и рекламных материалов по почте (напр., в виде письма) или на адрес электронной почты. В случае прямой адресной рассылки необходимо соблюдать действующее чешское законодательство, в частности, Закон «Об услугах информационной компании» и Закон «Об электронной коммуникации», которые имплементируют Директивы ЕС и устанавливают два режима для отправки презентационных и рекламных материалов, т. н. режимы «опт-ин» и «опт-аут». В случае электронных писем законодательство запрещает рассылку коммерческих сообщений лицам, не выразившим желания их получать, если только у вас нет четкого согласия от владельца адреса электронной почты на осуществление такой рассылки. Наиболее часто используемым инструментом прямой адресной рассылки на сегодняшний день является Newsletter, что на русский можно перевести как «информационный бюллетень». Будьте осторожны и не рассылайте информационные бюллетени слишком часто. Тем самым вы можете надоесть своим клиентам! Делать подобную рассылку имеет смысл лишь тогда, когда вы представляете вниманию клиента действительно качественный и полезный контент, какое-то особое предложение или сезонную акцию на ваши продукты. Самая частая стратегия при рассылке информационного бюллетеня – это довести до сведения читателя какую-нибудь интересную информацию (напр., об оригинальном рецепте), после чего предложить приобрести ваши продукты (напр., ингредиенты, необходимые для приготовления блюда по тому же соблазнительному рецепту). Само собой разумеется, что в рассылке не должно быть опечаток и грамматических ошибок.

Анализ посещаемости

Важной составляющей хорошего продвижения является также фаза оценки успешности выбранной стратегии и ее влияния на продажи продвигаемого продукта. Для рекламы и продвижения необходимо знать, сколько потенциальных клиентов пришло на ваш сайт и какое количество из них в конечном счете стало вашими клиентами, реально совершив покупку. Особенно важны числовые данные в случае интернет-магазинов. Повторная оценка выбранных вами маркетинговых стратегий дает вам обратную связь по поводу того, насколько хорошо у вас идут дела и какой канал коммуникации работает лучше всего. Именно в него есть

5

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ

**„20 лет работай на свое имя,
и потом следующих 20 лет оно будет работать на тебя.“**

Японская пословица

5.1

Какая ваша торговая марка?

Ваша торговая марка должна быть понятной, четкой, приятной взору, она должна обладать способностью привлечь внимание клиентов и заставить их совершить покупку.

Разумеется, торговая марка – это не только имя вашей компании или то, как выглядит и какое впечатление производит дизайн и контент вашего сайта. Ваша торговая марка – это, прежде всего, вы сами, ваша личность, ваше отношение к жизни, ваше поведение с клиентами. Клиенты очень любят выбирать, а современный рынок предлагает им много возможностей, поэтому для того, чтобы преуспеть в условиях конкуренции, так важно уметь отличаться от других. Клиенты ищут не только лучшую цену, но и качество, оригинальность и, конечно, им интересны отзывы о вас. Поэтому собирайте от своих клиентов отзывы и с их разрешения размещайте на своем сайте. Не стесняйтесь заявить о том, в чем именно вы хороши! Расскажите об этом миру, своим клиентам, заработав тем самым их доверие. И не забывайте о том, что мало кто совершит покупку при первом посещении вашего магазина или интернет-магазина. Рассудительному клиенту нужно время, не давите на него и не будьте разочарованы, если с первого раза он ничего не купит. Всё равно есть большая вероятность, что он вернется! Будьте терпеливы, упорны и не сдавайтесь после нескольких неудач.

Но если по истечении длительного периода времени вам так и не удалось наладить продажи, то пора задуматься над тем, что вы делаете неправильно. Если вам покажется, что вы не способны сами разработать торговую марку, то наймите специалистов, которые разбираются в этой сфере. Они посоветуют вам концепцию и способ ее презентации.

5.2

Кто ваши клиенты?

Чтобы ваша торговая марка обладала способностью заинтересовать клиентов, необходимо понять, кто является вашей целевой аудиторией. Кто ваш клиент? Сколько ему лет? Какое у него образование? Интересы? Увлечения? Доходы? Если вы знаете своего клиента, то лучше можете таргетировать свой продукт или услугу. Ваша торговая марка – это то, что видно, поэтому она является важным инструментом для общения с окружающими. Благодаря торговой марке вы даете им понять, кто вы, какой у вас вкус и отношение к работе и клиентам. Поэтому ваша торговая марка должна быть гармоничной и не должна содержать принципиальных несоответствий из разряда «вы самая лучшая портниха в мире, но изготовленная вами одежда стоит дешевле чем в секонд-хенде».

5.3

Графический дизайн помогает продавать!

Графический дизайн – это еще один кусочек общей мозаики образа, который создает о предпринимателе заказчик. Единообразие всех графических материалов, которые предназначаются для клиентов, партнеров, конкурентов или поставщиков, помогает предпринимателю при презентации своего бизнеса и популяризации своей торговой марки. В самом начале будут фигурировать, к примеру, визитки, фирменные бланки и листовки, но постепенно с ростом бизнеса, материалов будет становиться всё больше. При открытии счета в банке вам вручат стопку договоров, которые оформлены в одном стиле, в одной цветовой гамме, а в придачу еще и папку, листовку с описанием других продуктов, а, может, и ручку. Всё будет оформлено в одной цветовой гамме, с логотипами и другими идентификационными элементами. Когда, спустя время, вы наткнетесь на эту папку, вы будете точно знать, из какого она банка.

При создании визуальных элементов необходимо опять же помнить о клиентах, чье внимание мы хотим привлечь. Каковы их ожидания и какое впечатление на них произведут выбранные вами цвета и графическое оформление вашего бизнеса. Здесь имеет смысл обратиться к профессионалу в сфере графического дизайна, чтобы он вам помог с созданием шаблонов, которые вы впоследствии сможете использовать для дальнейшей коммуникации с клиентами.

ВИЗИТКИ И ЛИСТОВКИ

Как выглядит ваша визитка? Не забывайте, что ваша визитка – это составляющая часть вашей торговой марки. Она свидетельствует о вашем профессионализме, о вашем желании быть узнаваемым и готовности предоставить свои контакты. То же касается и листовок – они выглядят профессионально? Создавали ли вы их сами, или всё же наняли графического дизайнера и потом распечатаете на качественной бумаге? Когда вы что-то даете другим, попробуйте задуматься над тем, какое впечатление бы подобная вещь произвела на вас, либо спросите мнение людей из своего окружения.

5.4

Как вы общаетесь?

Несомненно, хорошую репутацию создает в том числе приятное и открытое общение. В настоящее время мы все обычно общаемся по телефону, электронной почте или в социальных сетях. Если вы продвигаете свои продукты, то не стоит избегать никаких каналов коммуникации, наоборот, старайтесь их максимально использовать! Не бойтесь активного подхода, начиная со звонков, написания электронных писем и заканчивая размещением интересного и полезного контента в таких социальных сетях, как Facebook или Twitter! Еще одним мощным средством вашей коммуникации с клиентами, несомненно, является Ваш сайт. Попытайтесь извлечь из него максимум пользы. Размещайте анкеты, книги посетителей, позвольте людям оставлять комментарии к вашим статьям, при помощи простых контактных форм дайте посетителями вашего сайта понять, что они могут к вам обратиться с вопросом или замечанием. Проще говоря, дайте знак, что вы благодарны за любую обратную связь от них. Если на сайте и в социальных сетях вы не блокируете возможность оставлять комментарии к вашим статьям или продуктам, то тем самым вы показываете, что вы открыты к обратной связи. Не закрываться перед другими – это действительно неотъемлемая составляющая успешного маркетинга, потому как вы таким образом говорите клиентам, что вам интересно их мнение, а, значит, и их потребности, которые вы стремитесь удовлетворить. Отправляя письмо по электронной почте, каждый раз пользуйтесь заранее подготовленной автоматической подписью, в которой будет не только ваше имя, но и ссылка на ваш сайт, при необходимости и номер телефона. Тем самым вы показываете, что всегда открыты к дальнейшему общению!

6

УСПЕШНОЕ РАСКРУЧИВАНИЕ СВОЕГО БИЗНЕСА

Если вы хотите открыть свое дело, важно ко всему хорошо подготовиться, хорошо всё обдумать и составить план. В данном разделе мы поговорим о бизнес-плане, для чего он нужен и почему его необходимо составлять.

Не забывайте, что на успешную раскрутку бизнеса уходит год – два. Предприниматели, которые раньше никогда не занимались бизнесом, в большинстве случаев по истечении года или двух бывают удивлены, что их заработки скромны. Первый оплаченный заказ может прийти только спустя несколько месяцев.

Если вы начинающий предприниматель, то подготовьте достаточную сумму денег, чтобы у вас был бюджет «выживания», который вам позволит продержаться первые полгода. Важно иметь деньги не только на бизнес, но и на оплату жилья, еды и всего прочего, что необходимо для ежедневной жизни. Подробнее на эту тему в разделе 9 – «Финансы».

БИЗНЕС-ПЛАН

Зачем нужен бизнес-план? Есть предприниматели, у которых никогда не было бизнес-плана и которые о нем даже ни разу не задумывались. Но и есть те, кто не представляют свою деятельность без бизнес-плана.

Бизнес-план – это документ, в котором представлена вся информация о том, на каком свете и в какой фазе находится ваш бизнес, в каком направлении вы движетесь, сколько вы планируете заработать и когда. Иными словами, это примерно 15-страничный документ о всей вашей предпринимательской деятельности (объем бизнес-плана зависит от того, в каких целях и кем он будет использоваться, а также от типа бизнеса).

Бизнес-план необходим, если вы планируете брать в банке заем или хотите найти инвестора.

Обращаем ваше внимание на то, что бизнес-план важен не только для указанных целей. Бизнес-план – это в первую очередь документ для вас. Он ваш путеводитель и советчик на пути к достижению поставленной цели. Многие предприниматели хвалят бизнес-план еще потому, что он их всегда выручал: когда им переставало везти или на их пути возникали проблемы, или же когда они не знали, куда им двигаться дальше.

К сожалению, небольшой объем нашего пособия не позволяет нам углубиться в проблематику, связанную с бизнес-планом. Тем не менее, существует огромное количество специализированной литературы (книг, пособий), которые детально освещают данную тему и могут послужить для вас источником вдохновения. Не забывайте о том, что каждый бизнес-план уникальн, потому как он всегда отражает уникальн,ую концепцию.

НИЖЕ ПЕРЕЧИСЛЕНЫ ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ, КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ НАЙТИ ОТРАЖЕНИЕ В БИЗНЕС-ПЛАНЕ:

- 1. Резюме** – краткое изложение сути бизнес-плана максимум на одну страницу.
- 2. Основная информация** – описание фирмы, вас лично и вашего опыта (работа по специальности, ведение предпринимательской деятельности).
- 3. Продукт** – детальное описание изделия или услуги.
- 4. Производственный процесс** – описание того, как будет оказываться услуга или как будет производиться изделие.
- 5. Рынок** – анализ рынка и конкуренции, чем вы отличаетесь от конкурентов и в чем ваши услуги интереснее и привлекательнее.
- 6. Продажи и маркетинг** – стратегии продаж и маркетинга.
- 7. Анализ рисков** – SWOT-анализ с добросовестной оценкой всех возможных рисков и план по их минимизированию.
- 8. Финансы** – начальный бюджет, бюджет «выживания», плановый бюджет и отчет о движении денежных средств на первый год ведения предпринимательской деятельности.
- 9. Приложения** – напр., сертификаты об окончании специальных курсов, резюме, стаж и т. п.

Если вы уже провели исследование рынка и хотите составить бизнес-план, то в следующих разделах вы узнаете, как справиться с финансами и финансовыми планами, чтобы ваш бизнес-план был целостный.

Бизнес-план может иметь много вариаций и каждый автор или книга по-разному смотрят на вопрос его структуры. Если вы хотите проконсультироваться по поводу своего бизнес-плана, то можете встретиться с нашими бизнес-консультантами, которые вам с радостью помогут.

7

МОГУ ЛИ Я ОТКРЫТЬ СВОЕ ДЕЛО В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ?

Как уже было сказано во введении, данное пособие состоит из двух частей. Сейчас мы с вами находимся в преддверии второй части, которая посвящена, главным образом, предпринимательским возможностям и открытию своего дела в Чешской Республике, т. е. тому, какие формальные шаги необходимо предпринять для того, чтобы начать заниматься предпринимательской деятельностью. Также в этой части будет рассмотрен вопрос, где можно искать различные источники финансирования для того, чтобы начать свое дело. И, наконец, вы здесь найдете базовую информацию о налогах и бухгалтерском учете.

В начале предпринимательской деятельности вам необходимо, в первую очередь, иметь четкое представление о том, что вы хотите делать, и иметь готовый план. Но для того, чтобы вы действительно смогли открыть свое дело, вы должны быть уверены, что вам разрешат вести предпринимательскую деятельность в выбранной вами сфере.

СООТВЕТСТВУЕТЕ ЛИ ВЫ ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫМ ТРЕБОВАНИЯМ ДЛЯ ПРИЗНАНИЯ ЗА ВАМИ ПРАВА НА ВЕДЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ВЫ МОЖЕТЕ ВЫЯСНИТЬ, ОТВЕТИВ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

- Вам уже исполнилось 18 лет?
- Вы дееспособны? (т. е. вы можете от своего имени совершать сделки, подписывать договоры и иные документы, не был ли вам судом назначен попечитель, не были ли еще как-то ограничены ваши права, связанные с действительностью совершаемых вами сделок)
- У вас нет судимостей (в реестре судимости или ином подобном реестре не содержится сведений о вашей судимости — подробнее в разделе «Как зарегистрировать индивидуальное предпринимательство»)?
- У вас есть право вести предпринимательскую деятельность в данной сфере?

- Какая профессиональная квалификация (квалификация – образование, опыт работы по специальности и т. д.) требуется для того, чтобы вам было разрешено вести предпринимательскую деятельность?
- Если у вас нет соответствующей квалификации, как быстро и где вы можете ее получить?

Законодательством Чешской Республики (в дальнейшем – ЧР) четко определено, какая квалификация (образование, опыт работы по специальности и иные сертификаты) у вас должна быть, если вы хотите заниматься предпринимательской деятельностью в определенной сфере. Недостаточная квалификация в выбранной вами сфере, может быть дополнена, например, курсами переподготовки, опытом работы по специальности либо средним или высшим образованием, и тогда за вами будет признано право заниматься предпринимательской деятельностью в данной сфере.

Если у вас нет соответствующей квалификации и дополнить ее проблематично (напр., ввиду времени, которое необходимо на получение опыта работы по специальности либо на получение высшего образование, если наличие последнего обязательно), то путь к открытию своего дела в желанной для вас сфере не полностью закрыт. В таком случае достаточно найти человека, у которого имеется требуемая квалификация. Необходимо, чтобы этот человек согласился стать т. н. «ответственным представителем», который будет отвечать за ход производства и соблюдение соответствующих нормативно-правовых актов на вашем предприятии. Вы не знаете, где найти ответственного представителя для своего предприятия? Ищите среди родных и друзей. Вашим ответственным представителем может стать человек, который уже является ответственным представителем на чем-то предприятии.

Я – ИНОСТРАНЕЦ. ИМЕЮ ЛИ Я ПРАВО ВЕСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ?

Если вы – иностранец и хотите вести предпринимательскую деятельность, то у вас должно быть разрешение на долгосрочное проживание на территории ЧР (ВНЖ), виза со сроком пребывания более 90 дней или же вам должно быть предоставлено убежище либо дополнительная защита (данная обязанность на вас не распространяется, если вы являетесь гражданином государства-члена Европейского союза, Швейцарии или иного государства, присоединившегося к Соглашению о Европейской экономической зоне).

8

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ИЛИ ОБЩЕСТВО?

Перед вами, как начинающим предпринимателем, открывается несколько возможностей. В данном пособии мы рассмотрим два самых распространенных способа ведения предпринимательской деятельности в ЧР – индивидуальное предпринимательство и хозяйственное товарищество/общество.

8.1

Индивидуальное предпринимательство

Лицо, являющееся индивидуальным предпринимателем, самостоятельно, от своего имени и под личную ответственность осуществляет системную деятельность, направленную на получение прибыли. Важно понимать, что по обязательствам, связанным с бизнесом, индивидуальный предприниматель отвечает всем своим имуществом.

В случае некоторых видов предпринимательской деятельности иметь профессиональную квалификацию не обязательно. По сути, вы можете сразу же открыть свое дело, как только решитесь на это. И, наоборот, у некоторых видов деятельности профессиональная квалификация является непременным условием (в большинстве случаев речь идет о законченном образовании и/или опыте работы по специальности).

ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

Свободная предпринимательская деятельность на основании регистрации

Для ведения такого рода предпринимательской деятельности достаточно подать в соответствующий орган заявление. В течение пяти дней после подачи Управление регистрации и лицензирования зарегистрирует вас в реестре индивидуальных предпринимателей либо в этот же срок уведомит вас о необходимости устранить выявленные нарушения, если вы подали не все необходимые документы.

- **Свободная предпринимательская деятельность** (не требуется удостоверение профессиональной квалификации);
- **Ремесленная предпринимательская деятельность** (требуется удостоверение профессиональной квалификации);
- **Предпринимательская деятельность, подлежащая специальному режиму** (требуется удостоверение профессиональной квалификации).

Предпринимательская деятельность на основании предоставленной концессии

Требуется удостоверение профессиональной квалификации. В случае такого рода предпринимательской деятельности регистрации не достаточно. Необходимо подать заявление о предоставлении концессии. Управление регистрации и лицензирования рассмотрит его в течение 30 дней с момента подачи и сообщит вам решение.

Информацию о том, под какие категории индивидуального предпринимательства подпадают отдельные направления/виды деятельности, можно найти в приложениях Закона ЧР «О ведении предпринимательской деятельности»¹. В данном законе либо его приложениях вы также найдете точное определение профессиональной квалификации для отдельных видов предпринимательской деятельности. Вы также можете связаться с любым управлением регистрации и лицензирования либо со своим бизнес-консультантом².

8.2

Хозяйственное товарищество/общество

Хозяйственное товарищество/общество совершает сделки от своего имени и за свой счет. Будучи собственниками, вы не всегда должны отвечать по обязательствам всем своим имуществом. Всё зависит от типа учреждаемого вами юридического лица. В случае некоторых товариществ/обществ требуется внести деньги при их учреждении (т. н. уставный капитал).

ЕСЛИ ВЫ РЕШИТЕ УЧРЕДИТЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЕ ТОВАРИЩЕСТВО/ОБЩЕСТВО, ТО У ВАС ЕСТЬ НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ:

- общество с ограниченной ответственностью;
- акционерное общество;
- полное товарищество;
- товарищество на вере.

1 | Закон № 455/1991 Свода законов ЧР, «О ведении предпринимательской деятельности»: portal.gov.cz

2 | Имеются в виду как консультанты GLE, так и консультанты других организаций или объединений.

Еще одним вариантом, пусть и менее распространенным, является учреждение кооператива, но на нем мы в данном пособии не будем подробно останавливаться.

Хозяйственные товарищества, общества и кооперативы являются по определению юридическими лицами, но каждое из них имеет свои особенности, которые связаны, в первую очередь, со способом налогообложения прибыли, с тем, как собственники отвечают по обязательствам товарищества/общества, а также с органами, которые за товарищество/общество принимают решения.

Далее основное внимание будет уделено обществу с ограниченной ответственностью (ООО), которое считается самой распространенной организационно-правовой формой юридических лиц, учреждаемых в Чешской Республике. О том, чем отличаются отдельные типы хозяйственных товариществ и обществ, а также кооперативы, вы можете прочитать в Законе ЧР «О хозяйственных товариществах, хозяйственных обществах и кооперативах». Вы также можете узнать об этом у своего бизнес-консультанта.

Индивидуальное предпринимательство – преимущества

- простой способ регистрации
- один собственник
- невысокие сборы, связанные с регистрацией
- нет необходимости иметь большую сумму денег для старта
- всю прибыль получает единоличный собственник
- единоличный собственник абсолютно свободен в принятии решений
- несложный документооборот (нет необходимости вести бухгалтерию – подробнее в разделе 9)
- простой процесс приостановления деятельности в случае необходимости

Индивидуальное предпринимательство – недостатки

- по обязательствам, связанным с ведением предпринимательской деятельности, индивидуальный предприниматель отвечает всем своим имуществом;
- принятие всех решений на единоличном собственнике;
- в случае болезни или травмы единоличного собственника встает вопрос дальнейшего хода бизнеса;
- прибыль включается в общую налоговую базу собственника (от ведения предпринимательской деятельности, от работы по найму, от сдачи в аренду или наем и т. д.)

Хозяйственное общество (ООО) — преимущества

- собственники (участники общества) отвечают по обязательствам общества лишь в пределах уставного капитала
- как правило, чем больше собственников (участников общества), тем больше идей, замыслов, большая гибкость (в случае болезни, травмы и т. п.)
- собственники могут объединить свой опыт, знания и видение
- прибыль получает общество, после чего она может быть разделена между собственниками (участниками общества)

Хозяйственное общество (ООО) — недостатки

- более сложный способ учреждения
- как правило, чем больше собственников (участников общества), тем больше мнений и планов (напр., касательно руководства, развития общества)
- связанные с учреждением сборы выше, чем в случае регистрации индивидуального предпринимательства
- прибыль облагается налогом по тарифу для юридических лиц

8.3

Как зарегистрировать индивидуальное предпринимательство?

Зарегистрировать индивидуальное предпринимательство не сложно. Достаточно подать заполненный единый регистрационный бланк вместе с требуемыми документами напрямую в любое управление регистрации и лицензирования либо посредством т. н. контактных мест публичного управления (Czech POINT), которые находятся в том числе в отделениях почтовой связи.

При помощи единого регистрационного бланка можно зарегистрироваться в управлении регистрации и лицензирования, управлении социальной защиты, управлении труда и занятости (если вы ищите работников), а также в соответствующей медицинской страховой компании. Для регистрации в управлении по налогам и сборам необходимо заполнить иной бланк. Подробное описание вариантов регистрации и способа заполнения единого регистрационного бланка вы можете найти на сайте Министерства промышленности и торговли ЧР. Бланк, включая инструкцию по его заполнению, можно получить в любом управлении регистрации и лицензирования. Мы рекомендуем сохранить у себя копию подаваемого бланка на случай, если в будущем возникнут какие-то проблемы (имея на руках копию бланка,

вы можете легко доказать, что регистрация была проведена надлежащим образом).

От управления регистрации и лицензирования вы получите документ, подтверждающий ваше право на ведение предпринимательской деятельности. В настоящее время таким документом является т. н. выписка из реестра индивидуальных предпринимателей. В данной выписке будут перечислены все виды деятельности, которыми вы можете заниматься. В прошлом документе, подтверждающим право на ведение предпринимательской деятельности, было свидетельство о предпринимательской деятельности /živnostenský list/.

КАКИЕ ДОКУМЕНТЫ НУЖНЫ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА?

В случае свободной предпринимательской деятельности:

- регистрация индивидуального предпринимательства – заполненный заранее либо на месте бланк;
- справка об отсутствии судимости либо эквивалентный документ, выданный другим государством, если вы – иностранец (документ должен быть выдан не позднее трех месяцев тому назад); требования разнятся в зависимости от статуса пребывания иностранца и конкретной ситуации;
- документы о пользовании помещением, в котором будет ваше официальное место нахождения;
- документ об уплате административного сбора (1 000 Kč при первой регистрации и 500 Kč – при последующих, причем не важно, какое количество видов деятельности вы одновременно регистрируете);
- в случае иностранцев разрешение на пребывание на территории Чешской Республики (не касается граждан Европейского союза, Швейцарии и стран, присоединившихся к Соглашению о Европейском экономическом пространстве);
- если перечисленные документы были выданы не на чешском языке, то их необходимо официально перевести на чешский язык.

В случае ремесленной предпринимательской деятельности и предпринимательской деятельности, подлежащей специальному режиму, необходимо дополнительно предоставить:

- документ, удостоверяющий профессиональную квалификацию предпринимателя (либо ответственного представителя);

- в случае если вам необходим ответственный представитель, то также его заявление, что он согласен с назначением на данную позицию; подпись на заявлении должна быть официально заверена, если только заявление не было составлено в присутствии представителя управления регистрации и лицензирования; также необходимо приложить справку об отсутствии судимости у ответственного представителя.

При подаче заявления о предоставлении концессии необходимо дополнительно предоставить:

- документ, удостоверяющий профессиональную квалификацию предпринимателя (либо ответственного представителя);
- в случае если вам необходим ответственный представитель, то также его заявление, что он согласен с назначением на данную позицию; подпись на заявлении должна быть официально заверена, если только заявление не было составлено в присутствии представителя управления регистрации и лицензирования; также необходимо приложить справку об отсутствии судимости у ответственного представителя.

Точное определение профессиональной квалификации для отдельных видов предпринимательской деятельности содержится в Законе «О ведении предпринимательской деятельности» либо в его приложениях.

ЕСЛИ ПРИ РЕГИСТРАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВЫ НЕ ВОСПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЕДИНЫМ РЕГИСТРАЦИОННЫМ БЛАНКОМ, ТО ВЫ БУДЕТЕ ОБЯЗАНЫ ОТДЕЛЬНО ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ В СЛЕДУЮЩИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ:

Управление регистрации и лицензирования

После того, как за вами будет признано право вести предпринимательскую деятельность, вы должны зарегистрироваться в:

- управлении по налогам и сборам (управление по налогам и сборам по месту вашего жительства; регистрация должна быть осуществлена в течение 30 дней);
- управлении социального обеспечения (районное управление социального обеспечения по месту вашего жительства; вы обязаны зарегистрироваться до 8-го числа месяца, следующим за месяцем, в котором вы начали вести предпринимательскую деятельность);
- медицинской страховой компании, в которой вы числитесь (регистрация должна быть осуществлена в течение 8 дней с начала ведения предпринимательской деятельности; у иностранцев решающим фактором в вопросе необходимости вступления в правоотношения по всеобщему медицинскому страхованию является тип разрешения на пребывание в ЧР; лучше

проконсультироваться в частном порядке в своей медицинской страховой компании либо с бизнес-консультантом).

Если в процессе ведения вами предпринимательской деятельности произойдут определенные изменения (напр., изменится ваше официальное место нахождения, фирменное наименование, место нахождения производственного помещения, вы временно приостановите или полностью прекратите ведение деятельности), то вы обязаны в точно установленный срок уведомить об этом вышеуказанные учреждения (в настоящее время сроки составляют минимум 8 дней, но не исключены изменения, поэтому лучше по телефону или по электронной почте обратиться в соответствующее учреждение с вопросом по поводу актуальных сроков).

8.4

Как учредить общество с ограниченной ответственностью?

Процесс учреждения общества с ограниченной ответственностью (в дальнейшем «общество») непрост. В данном пособии мы приводим лишь краткое описание отдельных шагов, которые необходимо совершить для того, чтобы учредить общество с ограниченной ответственностью. По поводу самого процесса учреждения общества мы рекомендуем проконсультироваться с бизнес-консультантом, нотариусом или адвокатом.

КАКИЕ ДОКУМЕНТЫ НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБЩЕСТВА И КАК ПРОХОДИТ ПРОЦЕСС РЕГИСТРАЦИИ?

- справки об отсутствии судимости у всех будущих генеральных директоров;
- заявления и образцы подписи (заверенные у нотариуса) будущих генеральных директоров;
- определение места нахождения общества (также необходимо предоставить выписку из кадастра объектов недвижимости, подтверждающую право собственности арендодателя на данное помещение);
- на первом общем собрании будет согласовано содержание договора/решения об учреждении общества, а также будут оговорены вопросы, связанные с составлением и заверением данного документа;
- открытие счета в банке для внесения уставного капитала, после чего банк выдаст письменное заявление об оплате вкладов отдельными участниками общества;
- регистрация видов предпринимательской деятельности в управление регистрации и лицензирования либо подача заявления о предоставлении концессии;

- в течение 90 дней с момента учреждения общества (т. е. со дня составления и утверждения договора об учреждении общества) необходимо подать заявление о регистрации в торговый реестр, приложив требуемые документы;
- в течение 8 дней после регистрации общества в торговом реестре необходимо зарегистрировать недавно возникшее общество в управлении социального обеспечения и в соответствующей медицинской страховой компании (если у общества есть работники);
- в течение 30 дней после регистрации общества в торговом реестре необходимо зарегистрировать недавно возникшее общество в соответствующем управлении по налогам и сборам (территориальная принадлежность к управлению по налогам и сборам определяется по месту нахождения общества);
- недавно возникшее общество может также иметь обязанность регистрации по отношению к другим учреждениям и обществам, всё зависит от сферы его деятельности (напр., речь может идти о регистрации в муниципальном управлении для уплаты сбора за отходы производства, регистрации по причине запуска на рынок упаковок, регистрации по причине производства либо торговли кормами и т. п.).

Существует также возможность приобретения уже учрежденного общества. В большинстве случаев речь идет об обществах, которые были учреждены исключительно с целью дальнейшей продажи заинтересованным лицам, не желающим проходить через учредительный процесс. Преимуществом этого варианта является то, что вы, по сути, можете начать вести предпринимательскую деятельность практически сразу же после приобретения общества. Недостаток заключается в том, что покупная цена выше реальных расходов на учреждение.



9

ФИНАНСЫ

9.1

Сколько денег нужно для старта?

Для открытия своего дела, или как говорится «для старта», не всегда (хотя в большинстве случаев всё же – да) необходимы большие финансовые средства. Реализация разных бизнес-идей требует разных сумм (напр., на открытие ресторана вам понадобится больше денег чем в случае бизнеса, связанного с созданием интернет-сайтов).

Составьте список всего, что вам понадобится для ведения предпринимательской деятельности. Важно включить в этот список действительно всё. Определите стоимость всех вещей и услуг, которые оказались в вашем списке (за сколько их можно приобрести?). Таким образом вы получите денежную сумму, которую вам необходимо найти. Это и будут ваши общие затраты.

ПРИ СОСТАВЛЕНИИ СПИСКА ВСЕГО НЕОБХОДИМОГО ИСХОДИТЕ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ДВУХ СТАТЕЙ РАСХОДОВ:

- расходы, необходимые для старта (напр., расходы на учреждение фирмы/ регистрацию индивидуального предпринимательства, оборудование помещения и т. д.);
- расходы, связанные с ведением предпринимательской деятельности (напр., расходы на сырье, аренду, телефоны, коммунальные платежи за электричество, тепло, воду, подключение к интернету, канцелярские принадлежности и т. д.).

Попытайтесь спрогнозировать и свои доходы в начале деятельности. Даже если у вас, к примеру, не будет много клиентов и доходы будут низкие, всё равно их надо учитывать, поскольку они позволят сократить сумму денег, которая вам понадобится для старта.

При прогнозировании расходов и доходов в начале деятельности за основу следует взять плановый бюджет, который вы составите на каждый месяц первого года ведения предпринимательской деятельности (вы можете также составить бюджет по дням, неделям или же бюджет на несколько лет).

А сейчас давайте попробуем составить бюджет. Как составить список расходов мы уже описали выше. При этом в первом месяце (или месяцах) ваши расходы будут выше на сумму расходов, необходимых для старта. Это одна сторона бюджет.

Второй стороной бюджета являются доходы. К сожалению, в отличие от расходов, их мы не можем установить с такой же точностью. Вы должны попытаться максимально точно спрогнозировать, сколько у вас будет клиентов в отдельные месяцы (или недели, дни), сколько своих продуктов вы за эти дни продадите и какие у вас будут доходы в отдельные месяцы. При прогнозировании количества клиентов исходите, главным образом, из исследования рынка.

Вычтя расходы из доходов, вы узнаете, сколько заработаете в отдельные месяцы (т. е. какова будет ваша прибыль-брутто).

Ниже приведен упрощенный проект бюджета на пять первых месяцев деятельности:

РАСХОДЫ (в Кч)	месяц				
	январь	февраль	март	апрель	май
единовременные начальные расходы	51 256 Кч	120 403 Кч	0 Кч	0 Кч	0 Кч
арендная плата	30 000 Кч	30 000 Кч	30 000 Кч	30 000 Кч	30 000 Кч
З/П работникам	30 000 Кч	30 000 Кч	75 000 Кч	75 000 Кч	75 000 Кч
транспорт	10 000 Кч	10 000 Кч	25 000 Кч	25 000 Кч	25 000 Кч
сырье	0 Кч	0 Кч	150 000 Кч	150 000 Кч	150 000 Кч
плата за электричество	5 000 Кч	7 000 Кч	10 000 Кч	10 000 Кч	10 000 Кч
плата за газ	0 Кч	0 Кч	3 000 Кч	3 000 Кч	3 000 Кч
плата за воду и отведение сточных вод	0 Кч	0 Кч	2 000 Кч	2 000 Кч	2 000 Кч
плата за отходы	500 Кч	500 Кч	500 Кч	500 Кч	500 Кч
телефоны	2 500 Кч	2 500 Кч	2 500 Кч	2 500 Кч	2 500 Кч
итого расходов	129 256 Кч	200 403 Кч	298 000 Кч	298 000 Кч	298 000 Кч

ДОХОДЫ

выручка от продажи продуктов	0 Кч	0 Кч	150 000 Кч	290 000 Кч	370 000 Кч
итого доходов	0 Кч	0 Кч	150 000 Кч	290 000 Кч	370 000 Кч
брутто-прибыль	-129 256 Кч	-200 403 Кч	-148 000 Кч	-8 000 Кч	72 000 Кч

Поскольку расходы и доходы у фирм отличаются, бюджет – это вопрос, который каждое отдельное предприятие решает по-своему. Важно, чтобы в бюджете были отражены все ожидаемые расходы и в то же время были максимально точно спрогнозированы доходы. Каждая позиция бюджета должна быть оправдана. Например, если инвестор задаст вам вопрос, почему вы закладываете в бюджет на транспортные расходы в марте месяце 25 000 Кч, то вы должны уметь обосновать данную сумму (рассчитанная цена транспорта, умноженная на пробег и т. д.).

Вы можете включить в бюджет и другие позиции, напр., такие как «налог» и «чистая прибыль». Тогда вы будете знать, какую сумму вы уплатите в качестве налогов.

Если при составлении бюджета вы в чем-то не уверены, то в таком случае мы рекомендуем связаться с бизнес-консультантом.

Размышляя о деньгах для старта, не забудьте также задуматься над тем, сколько денег вам понадобится на текущие расходы вашей семьи. Т. к. в первые месяцы предпринимательской деятельности ваш доход будет невелик (пока вы закончите ремонт арендованного помещения, привлечете внимание клиентов и наработаете достаточную клиентскую базу и т. д.), и это совершенно стандартная ситуация. Потому желательно составить т. н. бюджет «выживания».

БЮДЖЕТ «ВЫЖИВАНИЯ» ВЫ РАССЧИТАЕТЕ, ОТВETИВ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

- Сколько вам нужно на ведение домашнего хозяйства, чтобы ваша семья не почувствовала на себе нехватку или отсутствие у вас дохода в первое время ведения предпринимательской деятельности?
- Как долго будет длиться этот период? Дни? Недели? Месяцы? Годы?
- Какую сумму денег вы отложите на случай, если ваши доходы от предпринимательской деятельности будут ниже ожидаемых?

Таким образом, бюджет «выживания» – это отложенные деньги, которые дают вам уверенность, что и в случае непредвиденных событий вы будете обеспечены. И, наоборот, если всё пойдет по плану или ваш бизнес будет процветать, превзойдя тем самым ваши ожидания, то бюджет «выживания» превратится в приятную сумму денег, которую вы сэкономили.

ЧТО ТАКОЕ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, ИЛИ CASH-FLOW?

Сейчас у вас плановый бюджет. К чему планировать еще какой-то денежный поток? И что это вообще такое?

План cash-flow, или план денежных потоков содержит информацию об «оттоке» денежных средств из вашей фирмы, а также о «притоке» денежных средств в нее. Если у вашей фирмы есть только банковский счет, то cash-flow означает, сколько денег за определенный период (напр., месяц) поступило на данный счет и сколько денег вы с него перечислили. Но чем же полезен план cash-flow?

Планировать cash-flow хорошо, в первую очередь, для того, чтобы знать, что у вас всегда будет достаточно средств (на банковском счету или налично-стью) на оплату счетов-фактур от ваших поставщиков, на заработную плату вашим работникам или на ваши жизненные потребности (проще говоря, что у вас будут деньги для оплаты счетов).

Может настать ситуация, что с кем-то из своих клиентов вы договоритесь об отсрочке платежа (напр., на 30 дней), но своим поставщикам будете должны заплатить уже через 10 дней. Точно так же может настать ситуация, когда просрочка в уплате произойдет со стороны вашего клиента. Вам следует быть готовыми к таким ситуациям, и в этом вам поможем планирование ваших денежных потоков, т. е. cash-flow. Вы должны знать, какую сумму вам предстоит заплатить и, будет ли у вас в этот день достаточно денег для осуществления платежа.

9.2

Где найти деньги для старта?

Выяснив для себя, сколько денег вам необходимо для начала предпринимательской деятельности, пора подумать, где вы можете получить эту сумму.

ДЛЯ ЭТОГО НУЖНО ОТВЕТИТЬ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

- Сколько личных сбережений вы готовы вложить в свой бизнес?
- У кого вы можете одолжить деньги?
- Вы можете найти для своего проекта инвестора?
- Существуют ли другие возможности получения денег?

СКОЛЬКО ЛИЧНЫХ СБЕРЕЖЕНИЙ ВЫ ГОТОВЫ ВЛОЖИТЬ В СВОЙ БИЗ- НЕС?

Вы можете столкнуться с тем, что у вас будет недостаточно средств для открытия своего дела либо их будет достаточно, но по какой-то причине вам не захочется вкладывать в бизнес все свои сбережения (напр., у вас вклад в банке). Рассуждая над тем, сколько денег вы можете вложить в бизнес, не забывайте о своем бюджете «выживания», о котором мы упомянули в предыдущем разделе.

ЕСЛИ У ВАС НЕДОСТАТОЧНО СРЕДСТВ ДЛЯ СТАРТА, ТО В БОЛЬШИН- СТВЕ СЛУЧАЕВ НЕДОСТАЮЩУЮ СУММУ ВЫ МОЖЕТЕ ВЗЯТЬ В ДОЛГ. К ПРИМЕРУ, ВЫ МОЖЕТЕ ОДОЛЖИТЬ ДЕНЬГИ У:

Семья или друзья

Члены семьи и друзья – это группа, которая чаще всего является источником средств для начинающего предпринимателя. Во избежание возможных конфликтов в будущем не помешает с членами семьи или друзьями оговорить четкие условия одалживания денег (на какой срок, на каких условиях и т. п.).

Банка

Банкирские дома – это еще один возможный источник денег для бизнеса. В большинстве случаев деньги предоставляются в виде кредита. Существуют различные типы кредитов, и выбор зависит, в первую очередь, от способа использования средств, взятых предпринимателем в кредит. Самыми распространенными типами кредитов являются:

- **Инвестиционные кредиты** – это кредиты, предназначенные для строительства или реконструкции мест ведения предпринимательской деятельности либо покупку производственных станков и т. д.
- **Текущие кредиты** – это кредиты, предназначенные для финансирования работы предприятия (напр., закупка товара, материала и сырья, выплата З/П работникам).
- **Овердрафты** – это кредиты, предназначенные для покрытия случайных, непредвиденных транзакций при внезапном недостатке денежных средств (в большинстве случаев такие кредиты обходятся дороже чем текущие кредиты).
- **Потребительские кредиты** – предоставляются физическим лицам, не являющимся предпринимателями; в некоторых случаях потребительский кредит может стать хорошим источником финансирования, если его возьмет, к примеру, кто-то из родственников предпринимателя и потом полученные средства одолжит ему. Минусом таких кредитов является их высокая стоимость.

Кредит, будучи одной из возможных форм финансирования вашего бизнеса, имеет одно бесспорное преимущество: предприятие остается полностью под вашим контролем. При привлечении в бизнес инвестора, как правило, бывает наоборот. В случае кредита есть четко установленные сроки его погашения, при этом актуальное состояние вашего бизнеса в данный период не принимается во внимание.

Банк рассматривает заявление о предоставлении кредита согласно своим внутренним правилам. Решение о том, будет ли вам предоставлен кредит или нет, полностью зависит от банка. Считается, что по сравнению с Великобританией в ЧР банки менее охотно предоставляют кредиты начинающим предпринимателям. Большинство начинающих предпринимателей, у которых нет соответствующей формы гарантии, с трудом могут получить кредит в чешском банке.

ВЫ МОЖЕТЕ НАЙТИ ИНВЕСТОРА ДЛЯ СВОЕГО ПРОЕКТА?

Еще одной возможностью, как получить финансовые средства, является привлечение инвесторов. В отличие от банков, инвесторы готовы пойти на больший риск, если описанная в вашем бизнес-плане идея им приглянется. Предоставляя вам свои деньги, инвесторы идут на риск, т. к. если бизнес-план не будет успешным, они лишатся той суммы, которую они инвестировали. Поэтому в большинстве случаев инвесторы требуют больший процент за свою инвестицию, чем банки за предоставленные кредиты. Как правило, инвестор становится частичным совладельцем вашего бизнеса. Чаще всего он является собственником миноритарной доли, однако и в этом случае вы должны считаться с присутствием еще одного лица, которое обладает правом включаться в процесс планирования будущего вашего бизнеса.

СУЩЕСТВУЮТ ЛИ ЕЩЕ ВАРИАНТЫ ПОЛУЧЕНИЯ ДЕНЕГ?

Ниже приведем несколько инструментов, которыми вы можете воспользоваться с целью снизить связанные с бизнесом накладные расходы, разбить на части объем финансов, которые вам нужны для ведения предпринимательской деятельности или же обеспечить для себя финансовые источники в форме безвозвратной финансовой поддержки либо за оказание взаимной услуги.

Лизинг

На финансовом рынке существует несколько типов лизинга. Самой распространенной формой является финансовый лизинг с целью приобретения материальной вещи, напр., автомобиля. Таким лизингом активно пользуются и люди, не занимающиеся предпринимательской деятельностью. Его суть заключается в постепенной оплате приобретаемой вещи, напр., автомобиля, причем в течение всего периода производства оплаты автомобиль

по-прежнему остается имуществом компании, предоставившей лизинг. Только уплатив последний взнос, вы действительно купите автомобиль и станете его собственником. Финансовый лизинг позволяет приобрести вещь, на которую в настоящий момент у вас не хватает наличных средств, и может, таким образом, помочь решить ситуацию с cash-flow.

Предприниматели также часто приобретают автомобили в оперативный лизинг. От финансового лизинга он отличается тем, что в случае оперативного лизинга вы никогда не станете собственниками автомобиля. По сути, речь идет об аренде на определенный срок. Преимущество заключается в том, что составляющей частью платежей лизинговой компании являются и расходы, связанные с сервисом и износом автомобиля. Разумеется, лизингом можно воспользоваться и в случае других материальных вещей (напр., производственных станков или здания). Выбирая лизинговую компанию, учитывайте стоимость уslug. Последняя может на рынке отличаться.

Бизнес-инкубаторы и коворкинг-центры

Бизнес-инкубаторы и коворкинг-центры полезны, в первую очередь, тем, что помогают предпринимателю снизить расходы. Оба типа помещений предоставляют сравнительно дешевую аренду рабочего места. За определенную плату, а иногда и совершенно бесплатно здесь могут также оказывать и иные услуги. Коворкинг-центры в течение последних двух лет разрастаются как грибы после дождя. Коворкинг-центр можно использовать как место для постоянной работы либо только для встреч с клиентами. Бизнес-инкубаторы более закрыты и имеют отраслевую направленность, напр., бизнес-инкубатор для IT-специалистов и т. д.

Краудфандинг

Краудфандинг представляет собой коллективное финансирование. Его принцип заключается в обращении к широкой общественности, чтобы та пожертвовала средства на рождающийся проект. Напр., вам нужно найти 10 000 Кч. Для кого-то это покажется крупной суммой. Но если достаточно пожертвовать всего 100 Кч, то человек не будет долго раздумывать. Условия порталов, предоставляющих данную услугу, отличаются.

Ориентированные на чешский рынок:

- www.hithit.com
- www.startovac.cz
- www.nakopni.me

Международный уровень:

- www.kickstarter.com

Публичные источники

В большинстве случаев государство разрабатывает программы поддержки предпринимательства на своей территории. Речь может идти о программах поддержки предпринимательства, запущенных правительством, министерством, областью, населенным пунктом либо иным публичным учреждением. В большинстве случаев целью таких программ является упрощение для предпринимателей доступа к информации и деньгам, которые им помогут быстро раскрутить свой бизнес.

Начинающий предприниматель может обратиться за следующими видами финансовой поддержки, предназначенной для недавно приступивших к деятельности предпринимателей:

- Управление труда и занятости ЧР – в рамках комплекса мер по активной политике занятости можно обратиться за финансовой поддержкой для запуска своего бизнеса. Заявления могут подавать лишь соискатели, зарегистрированные в управлении труда и занятости.
- Интересные возможности для начинающих предпринимателей открывают также источники фондов ЕС. С мая 2015 разрабатывается новый программный период, поэтому мы рекомендуем следить за информацией на сайте www.strukturalni-fondy.cz, где вы найдете обзор всех т. н. операционных программ с описанием их направленности.
- Поддержку начинающим предпринимателям оказывает Чешско-моравский банк гарантий и развития. Подробнее на сайте: www.cmzrb.cz.



10

КАК ПЛАТИТЬ НАЛОГИ?

Ведя предпринимательскую деятельность в ЧР, вы можете столкнуться с различными видами налогов. В данном пособии мы представим налоги, с которыми предприниматели имеют дело чаще всего. Обзор всех действующих налогов и условий налогообложения вы можете найти в публикациях «Законодательство о налогах»³. Ввиду сложности чешской налоговой системы в данном пособии мы прибегли к очень упрощенному объяснению, цель которого сформировать у читателя базовое представление о налогах и иных отчислениях, которые необходимо уплачивать в ЧР. Если вы нуждаетесь в более подробной информации, мы рекомендуем связаться с бизнес-консультантом или налоговым консультантом.

НИЖЕ ПЕРЕЧИСЛЕНА НАЛОГИ И ИНЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ, КОТОРЫЕ МЫ РАССМОТРИМ В ДАННОМ ПОСОБИИ.

Рядом с названием конкретного налога или отчисления указано учреждение, в котором предприниматель обязан встать на учет для его уплаты:

- подоходный налог – управление по налогам и сборам;
- всеобщее медицинское страхование – медицинская страховая компания индивидуального предпринимателя или работника;
- социальное обеспечение – управление социального обеспечения;
- налог на добавленную стоимость – управление по налогам и сборам;
- дорожный налог – управление по налогам и сборам.

ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ, ОТЧИСЛЕНИЯ НА ВСЕОБЩЕЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ниже мы в общих чертах опишем, кто обязан платить подоходный налог и другие отчисления. Подробные расчеты приведены в приложении «Какую сумму налога я должен буду уплатить?»

3 | www.mfcr.cz (рубрики «Налоги и сборы», «Налоговая система ЧР»); публикацию «Налоговое законодательство» можно приобрести в книжных магазинах по всей территории ЧР

При исчислении подоходного налога, а также отчислений на всеобщее медицинское страхование и социальное обеспечение учитывается размер доходов предпринимателя (или работника). Ставка в случае этих налогов отличается для физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью (в большинстве случаев речь идет об индивидуальных предпринимателях), и для обществ с ограниченной ответственностью (ООО), поэтому мы приведем описание налогов отдельно для каждой из этих групп.

Ниже вашему вниманию представлено упрощенное сравнение подоходного налога и иных отчислений, которые обязаны уплачивать индивидуальные предприниматели и общества с ограниченной ответственностью (ООО). Важно понимать, что если участник общества (собственник) работает в данном обществе, то он уплачивает со своих доходов те же налоги, что и работник. Нижеуказанный налог на прибыль ООО касается общества, в целом, а не дохода его отдельного участника (собственника).

Индивидуальный предприниматель

- Индивидуальный предприниматель уплачивает налоги с прибыли (от суммы доходов за вычетом расходов, связанных с ведением предпринимательской деятельности; либо от суммы поступлений за вычетом затрат, если предприниматель ведет бухгалтерию).
- Подоходный налог.
- Нижеперечисленные отчисления производятся с половины прибыли:
 - всеобщее медицинское страхование;
 - социальное обеспечение;
 - страхование на случай временной нетрудоспособности (по желанию).

Общество с ограниченной ответственностью

- Общество уплачивает налоги с прибыли (от суммы поступлений за вычетом затрат, связанных с ведением предпринимательской деятельности).
- Подоходный налог.
- Если участник общества параллельно трудоустроен в ООО, то из своих доходов он уплачивает налоги и отчисления как остальные работники:
 - подоходный налог;
 - всеобщее медицинское страхование;
 - социальное обеспечение;
 - страхование на случай временной нетрудоспособности.

Поступления – это денежное выражение результатов, которые были достигнуты в процессе ведения предпринимательской деятельности (прежде всего,

речь идет о продаже изделий и услуг). Выручка за товар – это поступления в момент выставления счета-фактуры, даже если реальные деньги за реализованный товар или услуги предприниматель получит позже, когда клиент оплатит счет-фактуру. Поступления, таким образом, возникают в момент выставления счета-фактуры, в то время как доход (т. н. реальный прирост денег) возникает в момент оплаты счета-фактуры. Проще говоря, речь идет о сумме денег, которые поступили к нам в виде наличности либо на банковский счет, а также о деньгах, которые предприниматель должен получить за исполнение (напр., на основании выставленного счета-фактуры).

Затраты – это денежное выражение потребления, связанного с ведением предпринимательской деятельности (напр., покупка сырья или оплата аренды). Полученный от поставщика счет-фактура представляет собой затраты, даже если реальные деньги за использованный (купленный) товар или услуги предприниматель израсходует позже, когда оплатит счет-фактуру от поставщика. Таким образом, затраты возникают в момент получения счета-фактуры, в то время как расход (т. н. реальная убыль денег) возникает в момент оплаты.

Из выше сказанного следует, что для определения прибыли доходы рассматриваются как денежное выражение достигнутых в процессе ведения предпринимательской деятельности результатов, которые были предпринимателю оплачены. Расходы, наоборот, представляют собой потребление, оплаченное предпринимателем.

Как мы уже говорили во введении, ввиду сложности чешской налоговой системы наше сравнение носит весьма общий характер и не содержит подробностей (мы не рассматриваем, напр., налоговые вычеты, совмещение работы и предпринимательской деятельности и т. д.). Что касается обязанности участвовать во всеобщем медицинском страховании, то у иностранцев роль играет тип разрешения на пребывание на территории ЧР. В ряде случаев иностранцы должны воспользоваться другими формами медицинского страхования (подробную информацию можно получить в медицинских страховых компаниях либо у бизнес-консультанта). В случае необходимости мы рекомендуем проконсультироваться по поводу налогов с бизнес-консультантом или с налоговым консультантом.

Из приведенного выше сравнения следует, что налогообложение индивидуальных предпринимателей значительно отличается от налогообложения обществ с ограниченной ответственностью. При этом следует понимать, что индивидуальный предприниматель может после вычета налогов использовать прибыль в полном размере в своих личных целях, в то время как прибыль общества с ограниченной ответственностью после вычетов налога остается у общества. Если его участники (собственники) захотят прибыль разделить, то они должны будут уплатить дополнительные налоги.

НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ

Если ваш оборот превысит за последние 12 календарных месяцев сумму 1 000 000 Кч, то вы будете обязаны зарегистрироваться как плательщик налога на добавленную стоимость (НДС)⁴. Если ваш оборот не превысит данную сумму, то вы не обязаны регистрироваться как плательщик НДС.

НДС исчисляется как процентная доля цены продаваемых продуктов. Напр., если вы захотите продавать мобильные телефоны за 10 000 Кч, то вы должны к цене прибавить НДС. Соответственно, продажная цена будет увеличена на сумму налога. При налоге 21 % итоговая продажная цена будет равняться: $10\,000 \times 1,21 = 12\,100$ Кч. С данной суммы вы заплатите налог в размере 2 100 Кч (в соответствующем управлении по налогам и сборам), а 10 000 Кч будет вашим доходом с продажи продукта.

Покупая товар или услуги в связи с предпринимательской деятельностью, вы имеете право на возврат НДС. Если в рамках своей предпринимательской деятельности вы приобретете тот же телефон за 12 100 Кч, то сможете вернуть НДС в размере 2 100 Кч (при условии, что вы приобретаете товар или услуги у лица, которое тоже зарегистрировано как плательщик НДС).

Налоговая ставка НДС в 2015 году для большинства товаров и услуг составляет 21 %. Для некоторых видов товаров и услуг ставка была снижена до 15 % и 10 %. Точное определение товаров и услуг, на которые распространяется ставка 21 %, 15 % и 10 %, вы можете найти в приложении к Закону ЧР «О налоге на добавленную стоимость».

Если вы не зарегистрированы как плательщик НДС, то вышеизложенная информация вас не касается и вам не надо добавлять к цене своих изделий и услуг никакой налог. Т. е., если вы решите продать компьютер, напр., за 15 000 Кч, то вы его продадите за 15 000 Кч.

ДОРОЖНЫЙ НАЛОГ

Если вы используете для своей предпринимательской деятельности транспортное средство (это может быть личный автомобиль или же автомобиль, специально приобретенный для фирмы), то вы должны зарегистрироваться как плательщик дорожного налога⁵. Размер данного налога зависит от технических параметров транспортного средства.

4 | Закон № 235/2004 Свода законов ЧР, «О налоге на добавленную стоимость»: portal.gov.cz

5 | Закон № 16/1993 Свода законов ЧР, «О дорожном налоге»: portal.gov.cz

11

КАК БЫТЬ С БУХГАЛТЕРИЕЙ?

Каждый предприниматель в ЧР должен вести определенный учет по своей деятельности, прежде всего, учет доходов и расходов (либо поступлений и затрат), имущества и долгов. Как правило, для такого учета применяется понятие «бухгалтерия».

Если вы – индивидуальный предприниматель, то в большинстве случаев вы не обязаны вести бухгалтерию. Вы можете выбрать для себя один из нижеперечисленных видов бухгалтерского учета:

Бухгалтерия

Речь идет о самой сложной из трех описываемых систем учета (раньше использовалось понятие «двойная бухгалтерия»).

Налоговый учет

Речь идет о более простой по сравнению с бухгалтерией системе учета, к которой обычно прибегают индивидуальные предприниматели (раньше использовалось понятие «упрощенная бухгалтерия»), решившие показать свои реальные расходы, связанные с ведением предпринимательской деятельности.

Расходы, исчисляемые в виде процента от доходов

Речь идет о законном способе, который позволяет индивидуальному предпринимателю исчислять свои расходы в виде четко установленного процента от доходов, полученных им в данном календарном году. Размер процентной ставки определен Законом ЧР «О подоходном налоге»⁶ и зависит от вида предпринимательской деятельности.

Индивидуальный предприниматель имеет право выбрать, каким из вышеперечисленных способов он будет вести учет. Способ ведения учета можно с началом каждого нового календарного года менять. Изменение способа учета может происходить в добровольном либо принудительном порядке на основании закона. В случае необходимости мы рекомендуем проконсультироваться по данной проблематике с бизнес-консультантом или с налоговым консультантом.

6 | Закон № 586/1992 Свода законов ЧР,

Общество с ограниченной ответственностью обязано вести бухгалтерию.

Вышеперечисленные виды бухгалтерского учета предприятие может вести своими собственными силами (в случае маленьких предприятий, как правило, этим занимаются сами владельцы фирмы) либо воспользоваться услугами внештатного консультанта. Речь идет о налоговых консультантах и фирмах, занимающихся ведением бухгалтерии и налогового учета. Данные консалтинговые компании вам также могут оформить налоговые декларации и заполнить иные бланки, которые предприятие обязано подавать. Как правило, цена такого рода услуг зависит от способа бухгалтерского учета и количества обрабатываемых документов⁷.

Для выполнения установленных законодательством требований, касающихся ведения бухгалтерского учета, а также требований со стороны ваших клиентов необходимо, чтобы вы умели работать с т. н. бухгалтерскими и налоговыми документами, которые вы будете передавать своим клиентам и которые вы будете получать от своих поставщиков. Кроме того, не забудьте изготовить фирменную печать, т. к. вы в ней будете нуждаться практически каждый день.

К основным документам, которые должны быть у вас всегда под рукой, относятся счет-фактура, приходный кассовый ордер, кассовый чек (или иной тип чека, выдаваемый при поступлении платежа от клиента), расходный кассовый ордер, документ о записи в кредит счета.

В случае приема оплаты наличными помните, что большинство автоматических кассовых аппаратов автоматически распечатает определенный тип чека. Кассовый аппарат будет автоматически фиксировать информацию, за сколько товар был продан, сколько было выдано чеков и какой общий остаток в кассе за определенный период (напр., день, неделю). Если же у вас не будет автоматической кассы, то вы будете должны следить за состоянием кассы иным способом. На практике всё не так сложно. Надо лишь фиксировать отдельные доходы, расходы и конечный остаток кассы. Вы можете записывать всё на бумагу или набирать на компьютере. Простой пример кассового учета приведен ниже в виде таблицы:

7 | Цены на данные услуги зависят от количества бухгалтерских документов. Единой цены не существует. В настоящее время (2015 г.) цены варьируются в пределах следующего диапазона (цены определены для малых предприятий):
– бухгалтерия: 15 000 - 25 000 Кч/год
– налоговый учет: 3 000 - 10 000 Кч/год
– заполнение налоговой декларации: 1 500 - 5 000 Кч/год.

КАССА ПРЕДПРИЯТИЯ ХУ (неплательщик НДС)

Дата	Подпись	Доход	Расход	Остаток
1.1.2015	Начальный остаток			50 000 Кч
2.1.2015	Продажа товара	2 000 Кч		52 000 Кч
2.1.2015	Продажа товара	1 000 Кч		53 000 Кч
3.1.2015	Продажа товара	5 000 Кч		58 000 Кч
4.1.2015	Почтовые расходы		150 Кч	57 850 Кч
4.1.2015	Арендная плата		15 000 Кч	42 850 Кч
4.1.2015	Продажа товара	2 000 Кч		44 850 Кч



12

СУММИРОВАНИЕ ШАГОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ИН- ДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ- СТВА ИЛИ УЧРЕЖДЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕН- НОГО ТОВАРИЩЕСТВА/ОБЩЕСТВА

Сейчас вы уже владеете информацией, которая должна вам помочь лучше сориентироваться в ситуации при регистрации индивидуального предпринимательства или учреждении хозяйственного товарищества/общества. Вы знаете, что необходимо продумать и сделать для того, чтобы успешно открыть свое дело и чтобы оно приносило прибыль. В этом разделе мы наглядно суммируем шаги, которые необходимо предпринять для открытия своего бизнеса. Вы можете использовать данное перечисление как список, в котором будете вычеркивать то, что уже выполнено, и отмечать то, что еще предстоит выполнить.

СЕЙЧАС ВЫ МОЖЕТЕ ПРОСМОТРЕТЬ СПИСОК ВАЖНЫХ ШАГОВ НА ПУТИ К ВАШЕМУ БИЗНЕСУ:

- продумывание идеи для бизнеса;
- создание бизнес-плана (включая место нахождения, количество возможных работников, способ рекламы и т. д.):
 - обобщение;
 - основная информация;
 - продукт;
 - производственный процесс;
 - рынок;
 - продажи и маркетинг;
 - анализ рисков;
 - финансы;
 - приложения;

- подготовка документов, необходимых для регистрации индивидуального предпринимательства или учреждения хозяйственного товарищества/общества (точный список вы найдете в разделах «Как зарегистрировать индивидуальное предпринимательство» и «Как учредить хозяйственное товарищество/общество»);
- регистрация и место нахождения:
 - регистрация индивидуального предпринимательства (в управлении регистрации и лицензирования) или
 - учреждение и создание хозяйственного товарищества/общества (визит к нотариусу и в управление регистрации и лицензирования);
 - регистрация в соответствующих учреждениях – управлении по налогам и сборам, районном управлении социального обеспечения, медицинской страховой компании (при оформлении предпринимательской деятельности в управлении регистрации и лицензирования можно воспользоваться единым регистрационным бланком);
- подготовка реализации идеи – оборудование помещения, покупка материала, продвижение продукта или услуги;
- оформление бланков, необходимых для работы фирмы (напр., расходные и приходные кассовые ордера, счета-фактуры, журнал поездок и т. п.);
- проверка всех шагов и их правильности;
- начало ведения предпринимательской деятельности.



13

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном пособии мы описали предпринимательство как возможность, позволяющую попасть на открытый рынок труда. Мы старались сжато и наглядно описать процесс, который вас ждет, если вы решите пойти по пути предпринимательства. Разумеется, речь идет об упрощенном описании. В законодательстве есть множество нюансов, о которых можно было упомянуть, но мы ставили себе целью, скорее, показать возможности и описать основы, чтобы после прочтения пособия читатель знал, что ему нужно делать, куда обращаться и где получить дополнительную информацию. Некоторые приведенные в пособии сведения (размер административных пошлин и налогов, способ регистрации индивидуального предпринимательства и т. п.) могут довольно часто меняться в связи с изменением законодательства Чешской Республики. В данном случае неплохо знать, куда можно обратиться за советом по поводу новой ситуации. В приложении вы найдете большое количество ссылок, которые вам пригодятся в будущем.

Мы надеемся, что нам удалось осуществить связанный с данным пособием замысел, который заключался в том, чтобы донести до читателя информацию о возможностях ведения предпринимательской деятельности в Чешской Республике, о том, что необходимо для открытия своего дела (юридическая, финансовая сторона, хороший бизнес-план), чтобы они смогли лучше сориентироваться в данной проблематике. Мы верим, что пособие послужит большой группе людей практическим советчиком и путеводителем, к которому всегда можно обратиться в момент сомнений.

14

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Маркетинг – это очень нужная на сегодняшний день концепция коммерческой политики фирмы. Задачей маркетинга является достижение максимального экономического эффекта для предприятия путем формирования спроса на его продукты.

Ответственный представитель – это назначенное предпринимателем и находящееся с ним в договорных отношениях лицо, которое отвечает за надлежащий ход производства и соблюдение соответствующих нормативно-правовых актов, касающихся предпринимательской деятельности.

Предпринимательство – это системная деятельность, осуществляемая предпринимателем самостоятельно, от своего имени и под личную ответственность, и направленная на получение прибыли.

Предприятие – это комплекс материальных, личных и нематериальных составляющих предпринимательской деятельности. Данное понятие включает в себя вещи, права и иные имущественные ценности, которые принадлежат предпринимателю и служат для работы предприятия либо в силу своего характера призваны служить данной цели. Предприятие является собирательным понятием.

Бизнес-план – это документ, в котором описан основной смысл существования фирмы, долгосрочная цель и путь к ее достижению. В бизнес-плане поясняется бизнес-идея с точки зрения конкуренции и финансовых средств.

Реклама – это коммерческие мероприятия презентационного характера, проводимые с целью улучшения экономической ситуации на предприятии.

SWOT-анализ – это исследование, которое помогает оценить успешность фирмы или конкретного проекта путем выявления сильных и слабых сторон (Strengths, Weaknesses), возможностей и угроз (Opportunities, Threats).

Индивидуальное предпринимательство – это направленная на получение прибыли системная деятельность, осуществляемая предпринимателем самостоятельно, от своего имени и под личную ответственность, на условиях, определенных Законом № 455/1991 Свода законов ЧР, «О ведении предпринимательской деятельности».

15 - ПРИЛОЖЕНИЕ

КАКУЮ СУММУ НАЛОГА Я ДОЛЖЕН БУДУ УПЛАТИТЬ?

15.1 Введение

Данное приложение дополняет раздел «Как платить налоги?», который вы найдете во второй части нашего пособия. В приложении объяснено, как исчислять налоги и другие отчисления, касающиеся индивидуальных предпринимателей и работников. Используя данное приложение, вы сможете сами подсчитать, какая сумма у вас уйдет на уплату подоходного налога и других отчислений.

Обращаем ваше внимание на то, что приведенные в данном пособии расчеты были произведены с учетом действующего чешского законодательства по состоянию на 30.04.2015. С изменением законодательной базы будут постепенно модифицироваться и налоговые ставки, а также размер других отчислений. Измениться может также способ исчисления. Поэтому, прежде чем применять приведенные в данном приложении формулы расчета, мы рекомендуем убедиться в их актуальности. Ввиду частых изменений чешского законодательства мы решили оформить формулы расчета, представляющие собой большой интерес для будущих предпринимателей, в виде отдельного приложения, сделав тем самым основной текст данного пособия менее подвластным влиянию времени.

Чтобы приложение было более наглядным, мы были вынуждены прибегнуть к упрощенной подаче информации, поэтому воспринимайте полученные нами величины как ориентировочные.

15.2 Как работать с данным приложением?

Учитывая сложность рассматриваемой проблематики, мы рекомендуем читателям первым делом ознакомиться с полным текстом пособия. Не исключено, что в начале, а, может, даже и после первого прочтения не все вещи

вам будут понятны. В таком случае мы предлагаем вернуться к примерам, приведенным в конце приложения, и попробовать самостоятельно произвести расчеты, используя информацию, которая размещена перед ними.

15.3

Какую сумму налога и других отчислений должны будут уплатить индивидуальные предприниматели?

Далее по тексту мы исходим из того, что человек занимается бизнесом на основании законной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, проживает один и получает доход исключительно от ведения предпринимательской деятельности, которой он занимался в течение всего 2015 года.

ВСЕОБЩЕЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ

Отчисления на всеобщее медицинское страхование всегда рассчитываются за данный календарный год (т. е. с доходов, полученных в период с 01.01. XX по 31.12. XX). Размер отчислений исчисляется на бланке установленного образца, который вам выдадут в вашей медицинской страховой компании (как правило, бланк можно также скачать с сайта страховой компании). Заполненный бланк необходимо подать до 01.05. XX (поскольку 1 Мая является в Чехии государственным праздником, подача переносится на один день, т. е. на 02.05.) + 1 год (т. е. до 01.05. будущего года). Сумма авансовых платежей по страховым взносам, которые мы будем обязаны ежемесячно уплачивать в будущем году, зависит от суммы, которую мы исчислили. Платежи должны осуществляться не позднее 8-го числа будущего месяца.

Сумма, с которой исчисляется размер авансового платежа по страховым взносам на всеобщее медицинское страхование, называется расчетная база. Под расчетной базой подразумевается 50 % доходов, полученных в ходе ведения предпринимательской деятельности, за вычетом расходов. Умножив расчетную базу на 13,5 %, мы исчислим размер авансового платежа по страховым взносам на всеобщее медицинское страхование.

Важные данные о минимальных и максимальных отчислениях на всеобщее медицинское страхование:

- Ставка – 13,5 %.
- Размер минимального ежемесячного авансового платежа в 2015 году – 1 797 Кч. Платеж за текущий месяц должен быть осуществлен не позднее 8-го числа будущего месяца.
(Если вы начали вести предпринимательскую деятельность 01.07.2015, то

ваш ежемесячный авансовый платеж за июль должен быть уплачен не позднее 08.08.2015. В случае просрочки в уплате вам будут начислены проценты за просрочку.)

- Размер минимальной годовой расчетной базы в 2015 году – 159 666 Кч.
- Размер максимальной годовой расчетной базы в 2015 году – средняя заработная плата, умноженная на 48, соответственно, 1 277 328 Кч. (С суммы, превышающей 1 277 328 Кч, авансовые платежи на всеобщее медицинское страхование не отчисляются.)

Способ исчисления за 2015 год:

- **(доходы – расходы) × 0,5 × 0,135** = размер годового отчисления на всеобщее медицинское страхование.
- **размер годового отчисления / 12 (количество месяцев, в течение которых вы вели предпринимательскую деятельность)** = размер ежемесячного авансового платежа по страховым взносам на медицинское страхование в 2015 году.

Заполненный бланк необходимо подать в свою медицинскую страховую компанию не позднее 01.04.2016.

В течение 8 дней после подачи бланка вы обязаны уплатить отчисление на всеобщее медицинское страхование за 2015 год. Размер данного отчисления рассчитывается по формуле:

Годовое отчисление – ежемесячные платежи, уплаченные в 2015 году
= размер доплаты за 2015 год.

Примечание: у иностранцев решающим фактором в вопросе необходимости вступления в правоотношения по всеобщему медицинскому страхованию является тип разрешения на пребывание в ЧР.

СОЦИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Как и в случае всеобщего медицинского страхования, при исчислении размера отчисления на социальное обеспечение мы берем за основу расчетную базу, которая определяется аналогичным образом, т. е. 50 % от доходов за вычетом расходов. Отчисления на социальное обеспечение исчисляются на бланке Чешского управления социального обеспечения (бланк можно скачать с сайта www.cssz.cz либо заполнить интерактивную форму на сайте). Данный бланк за период 01.01.XX – 31.12.XX вы должны подать в отделение Чешского управления социального обеспечения, в котором вы зарегистрированы, до 01.05.XX + 1 год (т. е. до 01.05. будущего года, причем 1 Мая является в Чехии государственным праздником, поэтому крайний срок – 02.05.).

Пенсионное страхование и взнос в пользу государственной политики занятости:

- Ставка – 29,2 %.
- Размер минимального ежемесячного авансового платежа в 2015 году – 1 943 Кч. Платеж за текущий месяц должен быть осуществлен не позднее 20-го числа будущего месяца.
(Если вы начали вести предпринимательскую деятельность 01.07.2015, то ваш ежемесячный авансовый платеж за июль должен быть уплачен не позднее 20.08.2015. В случае просрочки в уплате вам будут начислены проценты за просрочку.)
- Размер минимальной годовой расчетной базы в 2015 году – 79 836 Кч.
- Размер максимальной годовой расчетной базы в 2015 году – средняя заработная плата, умноженная на 48, соответственно, 1 277 328 Кч.
(С суммы, превышающей 1 277 328 Кч, пенсионное страхование и взнос в пользу государственной политики занятости не отчисляются).

Страхование на случай временной нетрудоспособности – 2,3 % (страхование на случай временной нетрудоспособности для индивидуальных предпринимателей не обязательно).

Способ исчисления за 2015 год:

- $(\text{доходы} - \text{расходы}) \times 0,5 \times 0,292 =$ размер годового отчисления на пенсионное страхование и государственную политику занятости
- $(\text{доходы} - \text{расходы}) \times 0,5 \times 0,023 =$ размер годового отчисления на страхование на случай временной нетрудоспособности
- $\text{размер годового отчисления} / 12 =$ размер ежемесячного авансового платежа

Ниже будет расписано исчисление обязательных отчислений на пенсионное страхование и государственную политику занятости (страхование на случай временной нетрудоспособности мы решили опустить, поскольку оно не является обязательным).

Вы обязаны подать заполненный бланк в тот филиал Чешского управления социального обеспечения, где вы зарегистрированы, не позднее 01.05.2016 (причем 1 Мая является в Чехии государственным праздником, поэтому крайний срок – 02.05.). В случае наличия недоплаты вы обязаны в течение 8 дней с момента подачи бланка уплатить недостающую сумму на пенсионное страхование и государственную политику занятости за 2015 год. Размер суммы исчисляется по формуле:

годовые отчисления – ежемесячные авансовые платежи, уплаченные в 2015 г. = размер доплаты (или переплаты) за 2015 г.

ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ

Подходный налог на доходы, полученные в результате ведения предпринимательской деятельности, уплачивается с разницы между доходами и расходами за календарный год. Исчисление производится путем заполнения бланка «Налоговая декларация на доходы физических лиц». Бланк можно получить в любом управлении по налогам и сборам или скачать с сайта Министерства финансов ЧР⁸.

Подать заполненный бланк и уплатить налог необходимо до 01.04.XX + 1 год (т. е. до 01.04. будущего года).

Налоговая ставка у подоходного налога с физических в настоящее время равняется 15 %.

Способ исчисления:

- 1. доходы – расходы** = налоговая база
- 2. налоговая база – суммы, подлежащие исключению из налоговой базы** = уточненная налоговая база
- 3. уточненная налоговая база × 0,15** = налоговая обязанность
- 4. налоговая обязанность – налоговые вычеты** = налоговая обязанность после налоговых вычетов
- 5. налоговая обязанность после налоговых вычетов – уплаченные авансовые платежи** = итоговая налоговая обязанность

Пример исчисления (в Кч):

доходы: 600 000 Кч; расходы: 300 000 Кч; налоговый вычет на плательщика в 2015 году: 24 840 Кч.

- 1.** $600\ 000 - 300\ 000 = 300\ 000$
- 2.** $300\ 000 - 0 = 300\ 000$
- 3.** $300\ 000 \times 0,15 = 45\ 000$
- 4.** $45\ 000 - 24\ 840 = 20\ 160$
- 5.** $20\ 160 - 0 = 20\ 160$

Итоговую обязанность по уплате налога в размере 20 160 Кч необходимо исполнить не позднее срока подачи налоговой декларации за 2015 год, т. е. к 01.04.2016.

Если налоговая обязанность не превысила сумму 30 000 Кч, то в течение 2015 года вы не обязаны платить авансовые платежи по подоходному налогу.

15.4 ПРИМЕР № 1

Человек в соответствии с законом зарегистрировался в качестве индивидуального предпринимателя и с 01.07.2014 начал вести предпринимательскую деятельность. Поскольку данная деятельность является его единственным источником доходов, в том же месяце у него возникла обязанность по уплате авансовых платежей на всеобщее медицинское страхование в минимальном размере 1 752 Кч/месяц, а также авансовых платежей на пенсионное страхование и государственную политику занятости в минимальном размере 1 894 Кч/месяц. Предприниматель решил не вступать в добровольные отношения по страхованию на случай временной нетрудоспособности. К 31.12.2014 его доходы от предпринимательской деятельности достигли 650 000 Кч, а его расходы составили 325 000 Кч.

1. Сколько будут составлять отчисления предпринимателя на всеобщее медицинское страхование, пенсионное страхование и государственную политику занятости?
2. Сколько будут составлять ежемесячные авансовые платежи по данным отчислениям в 2015 году?
3. Сколько будет составлять налоговая обязанность предпринимателя по подоходному налогу?
4. В какие сроки предприниматель обязан подать заполненные бланки по отчислениям и налоговую декларацию?

Сколько будут составлять отчисления предпринимателя на всеобщее медицинское страхование?

- $(650\,000 - 325\,000) \times 0,5 \times 0,135 = 21\,938$ Кч (размер отчислений за 2014 год, округляется к большему до целых крон)

Ежемесячные авансовые платежи, уплаченные в 2014 году за период с 01.07. по 31.12.2014 (т. е. всего за 6 месяцев):

- $6 \times 1\,752 = 10\,512$ (размер авансовых платежей, уплаченных в 2014 году)
- $21\,938 - 10\,512 = 11\,426$ Кч (доплата, которую предприниматель обязан произвести после подачи = размер отчислений за 2014 год – авансовые платежи, уплаченные в 2014 году)

Предприниматель обязан до 01.05.2015 подать заполненный бланк в свою медицинскую страховую компанию и до 08.04.2015 доплатить 11 426 Кч.

Сколько будут составлять ежемесячные авансовые платежи в 2015 году?

- $21\,938 / 6 = 3\,656$ Кч
- Размер отчислений за 2014 год делим на 6, потому как в 2014 году предприниматель вел предпринимательскую деятельность всего 6 месяцев, но авансовые платежи рассчитываем на 12 месяцев будущего года

Предприниматель обязан уже за апрель 2015 года уплатить авансовый платеж в размере 3 656 Кч. Данный платеж должен быть осуществлен до 08.05.2015. Размер последующих ежемесячных авансовых платежей будет составлять 3 656 Кч, пока предприниматель не подаст в 2016 году новый заполненный бланк.

Сколько будут составлять отчисления предпринимателя на пенсионное страхование и государственную политику занятости?

- $(650\,000 - 325\,000) \times 0,5 \times 0,292 = 47\,450$ Кч (размер отчислений за 2014 год)

Ежемесячные авансовые платежи, уплаченные в 2014 году за период с 01.07. по 31.12.2014 (т. е. всего за 6 месяцев):

- $6 \times 1\,894 = 11\,364$ Кч (размер авансовых платежей, уплаченных в 2014 году)
- $47\,450 - 11\,364 = 36\,086$ Кч (доплата = размер отчислений за 2014 год – авансовые платежи, уплаченные в 2014 году)

Предприниматель обязан до 01.05.2015 (поскольку 1 Мая является в Чехии государственным праздником, то крайний срок – 02.05.) подать заполненный бланк в Чешское управление социального обеспечения и до 08.05.2015 доплатить 36 086 Кч.

Сколько будут составлять ежемесячные авансовые платежи в 2015 году?

- $47\,450 / 6 = 7\,908$ Кч.
- Размер отчислений за 2014 год делим на 6, потому как в 2014 году предприниматель вел предпринимательскую деятельность всего 6 месяцев, но авансовые платежи рассчитываем на 12 месяцев будущего года.
- Раз в месяц предприниматель будет должен уплачивать ежемесячный авансовый платеж в размере 7 908 Кч. Платеж за текущий месяц должен быть осуществлен не позднее 20-го числа будущего месяца.

Сколько будет составлять налоговая обязанность предпринимателя по подоходному налогу?

- Допустим, предприниматель при исчислении налоговой базы не учитывает полученное в дар и применяет лишь базовый налоговый вычет на плательщика в размере 24 840 Кч.
- $(650\,000 - 325\,000) \times 0,15 - 24\,840 = 23\,910$ Кч.
- Предприниматель обязан до 01.04.2015 подать заполненную налоговую декларацию по подоходному налогу с физических лиц и в тот же срок уплатить налог в размере 23 910 Кч.

15.5

ПРИМЕР № 2

Предприниматель начал вести предпринимательскую деятельность 25.02.2014. Будем исходить из тех же условий, что и в примере № 1. Отличаться будет лишь размер доходов и расходов. Доходы предпринимателя за период с 25.02. по 31.12.2014 составили 250 000 Кч, а расходы – 150 000 Кч.

- 1.** Сколько будут составлять отчисления предпринимателя на всеобщее медицинское страхование, пенсионное страхование и государственную политику занятости?
- 2.** Сколько будут составлять ежемесячные авансовые платежи по данным отчислениям в 2015 году?
- 3.** Сколько будет составлять налоговая обязанность предпринимателя по подоходному налогу?
- 4.** В какие сроки предприниматель обязан подать заполненные бланки по отчислениям и налоговую декларацию?

Сколько будут составлять отчисления предпринимателя на всеобщее медицинское страхование?

- $(250\,000 - 150\,000) \times 0,5 \times 0,135 = 6\,750$ Кч (размер отчислений за 2014 год)

Ежемесячные авансовые платежи, уплаченные в 2014 году за период с 25.02. по 31.12.2014 (т. е. всего за 11 месяцев):

- $11 \times 1\,752 = 19\,272$ Кч (размер авансовых платежей, уплаченных в 2014 году)

Поскольку общая сумма уплаченных ежемесячных минимальных авансовых платежей (19 272 Кч) больше суммы, исчисленной согласно реально полученным доходам, предприниматель не будет должен ничего доплачивать. В то же время у него не будет права на возврат переплаты, т. к. отчисления не могут быть меньше установленной минимальной суммы.

Предприниматель обязан до 01.05.2015 (поскольку 1 Мая является в Чехии государственным праздником, то последний срок – 02.05.) подать заполненный бланк в свою медицинскую страховую компанию.

Сколько будут составлять ежемесячные авансовые платежи в 2015 году?

- Предприниматель будет платить минимальные ежемесячные авансовые платежи и в 2015 году. Размер данных платежей медицинские страховые компании обнародуют в начале 2015 года.
- Предприниматель обязан уже за апрель 2015 года уплатить минимальный ежемесячный авансовый платеж, установленный на 2015 год. Данный платеж должен быть осуществлен до 08.05.2015.

Сколько будут составлять отчисления предпринимателя на пенсионное страхование и государственную политику занятости?

- $(250\,000 - 150\,000) \times 0,5 \times 0,292 = 14\,600$ Кч (размер отчислений за 2014 год)

Ежемесячные авансовые платежи, уплаченные в 2014 году за период с 25.02. по 31.12.2014 (т. е. всего за 11 месяцев):

- $11 \times 1\,894 = 20\,834$ Кч (размер авансовых платежей, уплаченных в 2014 году)

Поскольку общая сумма уплаченных ежемесячных минимальных авансовых платежей (20 834 Кч) больше суммы, исчисленной согласно реально полученным доходам, предприниматель не будет должен ничего доплачивать. В то же время у него не будет права на возврат переплаты, т. к. отчисления не могут быть меньше установленной минимальной суммы.

Предприниматель обязан до 01.05.2015 (поскольку 1 Мая является в Чехии государственным праздником, то последний срок – 02.05.) подать заполненный бланк в Чешское управление социального обеспечения.

Сколько будут составлять ежемесячные авансовые платежи в 2015 году?

- Предприниматель будет платить минимальные ежемесячные авансовые платежи и в 2015 году. Размер данных платежей Чешское управление социального обеспечения обнародует в начале 2015 года.

Сколько будет составлять налоговая обязанность предпринимателя по подоходному налогу?

- Допустим, предприниматель при исчислении налоговой базы не учитывает полученное в дар и применяет лишь базовый налоговый вычет на плательщика в размере 24 840 Кч.
- $(250\,000 - 150\,000) \times 0,15 - 24\,840 = -9\,840$ Кч (налоговая обязанность составляет 0 Кч).

Предприниматель обязан до 01.04.2015 подать заполненную налоговую декларацию по подоходному налогу с физических лиц. Налоговая обязанность предпринимателя составляет 0 Кч (т. е. он не будет платить подоходный налог). В то же время у него не будет права на возврат переплаты.

15.6

Какую сумму налога и других отчислений вы должны будете уплатить за работников?

Мы исходим из того, что для работников это основное место работы (в целях упрощения подачи информации особенности неполного рабочего времени нами рассматриваться не будут, равно как и вопрос обязательного страхования от несчастного случая на производстве).

Работодатель и работник до подписания договора договариваются о размере т. н. зарплаты-брутто. Зарплата-брутто впоследствии служит работодателю базой для определения размера сумм, которые он будет посылать за себя, а также за работников соответствующим учреждениям. Все отчисления и налоги за работников уплачиваются ежемесячно. По требованию работника работодатель обязан произвести т. н. годовой расчет подоходного налога, уплаченного за работника.

Работодатель уплачивает за себя и работников:

Подоходный налог

- за работника: 15 % (уплачивается с т. н. зарплаты-супербрутто)

Отчисление на всеобщее медицинское страхование

- за работника: 4,5 % (уплачивается с т. н. зарплаты-брутто)
- за работодателя: 9 % (базой для расчета отчисления является зарплата-брутто)

Отчисление на социальное обеспечение

- за работника: 6,5 % (уплачивается с т. н. зарплаты-брутто)
- за работодателя: 25 % (базой для расчета отчисления является зарплата-брутто)

Рассмотрим всё на примере:

Допустим, работник получает ежемесячно зарплату-брутто в размере 15 000 Кч, у него нет никаких других источников дохода и он проживает один.

Зарплата-брутто: 15 000 Кч.

Отчисления работодателя:

- Всеобщее медицинское страхование: $15\,000 \times 0,09 = 1\,350$ Кч
- Социальное обеспечение: $15\,000 \times 0,25 = 3\,750$ Кч

Отчисления и налог работника:

- Всеобщее медицинское страхование: $15\,000 \times 0,045 = 675$ Кч
- Социальное обеспечение: $15\,000 \times 0,065 = 975$ Кч

Подходный налог:

- Шаг № 1: $15\,000 \times 1,34 = 20\,100$ Кч (т. н. зарплата-супербрутто) (34 % – это сумма социального обеспечения в размере 25 % и медицинского страхования в размере 9 % за работника)
- Шаг № 2: $20\,100 \times 0,15 = 3\,015$ Кч (авансовый платеж по подходному налогу)
- Шаг № 3: $3\,015 - 2\,070 = 945$ Кч (итоговый авансовый платеж по подходному налогу) (сумма 2 070 Кч представляет собой ежемесячный налоговый вычет, который мы получим, разделив годовой налоговый вычет 24 840 Кч на 12 месяцев: $24\,840 / 12 = 2\,070$ Кч)

Чистая зарплата работника: $15\,000 - 675 - 975 - 945 = 12\,405$ Кч

- (Зарплата-брутто – отчисления за работника – налог = зарплата-нетто)
- Общие месячные затраты работодателя на работника при зарплате-брутто в размере 15 000 кч составляют 20 100 кч.
- Если вы, как будущий предприниматель, лишь хотите выяснить, сколько составят общие затраты на сотрудника при определенном размере зарплаты-брутто, то вам достаточно воспользоваться простой формулой расчета:
- Зарплата-брутто $\times 1,34 =$ общие месячные затраты на работника (в нашем примере $15\,000 \times 1,34 = 20\,100$ кч).

Начинающим предпринимателям мы рекомендуем в каждом отдельном случае, связанном с расчетом отчислений, налогов и заполнением бланков для подачи в учреждения, консультироваться с бухгалтером, налоговым консультантом или бизнес-консультантом. Потому как расчеты и особенно дальнейшее заполнение бланков довольно сложное дело.

16

ССЫЛКИ

Государственные учреждения:

www.mpo.cz – Министерство промышленности и торговли

www.mpsv.cz – Министерство труда и социальной защиты

www.mvcr.cz – Министерство внутренних дел

www.mzv.cz – Министерство иностранных дел

www.cnb.cz – Чешский национальный банк

www.cssz.cz – Чешское управление социального обеспечения

portal.gov.cz – Портал публичного управления

Поддержка предпринимательства:

www.businessinfo.cz – Портал по вопросам предпринимательства и экспорта

www.komora.cz – Экономическая палата ЧР

http://ec.europa.eu/enterprise/sme/promoting_cs.htm – Европейский портал по вопросам малого и среднего бизнеса

Возможности финансирования:

www.czechinvest.cz – Агентство поддержки предпринимательства и инвестиций

www.strukturalnifondy.cz – Фонды Европейского союза, доступные в ЧР

www.oppa.cz – Фонды Европейского союза, доступные в Праге

www.cnb.cz – Чешский национальный банк (список банковских домов в ЧР)

www.cmzrb.cz – Чешско-моравский банк гарантий и развития

www.cvca.cz – Чешская частная ассоциация уставного и венчурного капитала

Другие ссылки:

www.vzpr.cz – Всеобщая медицинская страховая компания

www.navolnenoze.cz – Информация для индивидуальных предпринимателей о маркетинге и ведении предпринимательской деятельности

Перечень самых важных законов, связанных с ведением предпринимательской деятельности:

Закон № 89/2012 Свода законов ЧР, Гражданский кодекс

Закон № 90/2012 Свода законов ЧР, Закон «О хозяйственных товариществах, хозяйственных обществах и кооперативах» (Закон «О хозяйственных предприятиях»)

Закон № 455/1991 Свода законов ЧР, «О ведении предпринимательской деятельности»

Закон № 563/1991 Свода законов ЧР, «О бухгалтерии»

Закон № 586/1992 Свода законов ЧР, «О подоходном налоге»

Закон № 235/2004 Свода законов ЧР, «О налоге на добавленную стоимость»

Закон № 16/1993 Свода законов ЧР, «О дорожном налоге»

Закон № 262/2006 Свода законов ЧР, Трудовой кодекс

Закон № 185/2001 Свода законов ЧР, «Об отходах и изменении некоторых законов»

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ И ОБУЧЕНИЕ ПО СЛЕДУЮЩИМ НАПРАВЛЕНИЯМ:

- консалтинг;
- создание предпринимательского плана;
- реклама;
- маркетинг;
- бухгалтерия и налоги;
- умение коммуникации и презентации;
- финансирование;
- юридическая основа;
- регистрация индивидуального предпринимательства или учреждение ООО и т. д.

Все наши услуги бесплатные и оказываются на чешском и английском языках.

Для получения более подробной информации связывайтесь с нашими бизнес-консультантами.



GLE o.p.s.

Tyršova 7, Praha 2
(+420) 224 241 589
poradenstvi@gle.cz

