



Как да финансирате растежа на вашия бизнес



Програма за обучение:

Предприемачество за фрилансъри и
стартъпи в културни и творчески
индустрии (КТИ)

Комбиниран модул за обучение 5:
**Как да финансирате растежа на вашия
бизнес**



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

Подкрепата от страна на Европейската комисия за производството на тази публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на съдържанието в нея информация. Номер на проекта: 2018-1-DE02-KA202-005232

Автори: Marina Jonoska, Tetjana Lazarevska, Lazar Nedanoski, Dimitar Smiljanovski, Svetlana Boshkoska, Vladimir Marinkovski - Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF); Wolfgang Kniejski, INI-Novation GmbH

Декларация за авторски права

Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share-Alike 4.0 International License.

Свободни сте да:

- **Споделяте** — копиране и разпространение на материала във всякакъв носител или формат
- **Адаптирате** — ремиксирайте, трансформирайте и надграждате върху материала при следните условия:
 - **Приписване** — Трябва да дадете подходящ кредит, да предоставите връзка към лицензаа и да посочите дали са направени промени. Можете да го направите по всякакъв приемлив начин, но не и по начин, който предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
 - **Некомерсиалност** — Не можете да използвате материала за комерсиални цели.
 - **Споделяне по същия начин** — Ако ремиксирате, трансформирате или надграждате върху материала, трябва да разпространявате своя принос под същия лиценз като оригинала

Disclaimer

Обучителната програма CreatINNES е разработена като смесена програма за обучение, съчетаваща електронно обучение (независимо учене разчитащо на онлайн ресурси) и дейности лице в лице в учебна стая, водени от квалифициран учител.

Разделите в този модул са предназначени да предоставят на обучаемите най-важната информация относно предмета на модула, в съответствие с констатациите от анализите, проведени в рамките на Интелектуална продукция 1 на проекта CreatINNES.

Предоставеното учебно съдържание е предназначено да послужи за независимо обучение и не претендира да обхваща всички възможни аспекти и съответни проблеми, отнасящи се за разглежданата тема.

Потребителите са единствените отговорни да гарантират, че разполагат с достатъчен и съвместим хардуер, софтуер, телекомуникационно оборудване и интернет услуги, необходими за използването на онлайн кампуса и модулите.

Съдържание

Описание на обучението	5
Цели на този модул на обучение:	6
Целеви групи	6
Компетентност и умения след завършване на този модул	6
Метод на обучение	7
Съдържание на обучението	8
Раздел 1. Планирайте да получите финансиране	8
Раздел 2. Решение за нови финансови източници – подготовка за инвестиране	19
Раздел 3. Стратегии за финансиране и тяхното стратегическо значение	22
Раздел 4. Начини за финансиране: Финансови инструменти/опции/институции	28
Раздел 5. Задачи за представяне пред инвеститори: Бизнес казус и как да общуваме с инвеститори	39
Упражнения	37
Упражнение 1. По пътя към растеж на бизнеса	42
Упражнение 2. Определете финансовите си нужди	43
Упражнение 3. Източници на финанси	43
Упражнение 4. Проучете вашите финансови възможности	43
Упражнение 5. Подгответе презентацията на вашия бизнес	44
Добри практики	44
Добра практика 1	44
Добра практика 2	45

Описание на обучението

В този модул се говори за достъпа до финансиране за стартиране на бизнес, от реализиране на идея до растеж на бизнеса. Отнася се до достъп до нови пазари и по-голям бизнес растеж на културните и творческите индустрии с произход в индивидуалното творчество и потенциал за богатство и създаване на работни места чрез експлоатация на интелектуална собственост. Общ фактор в този сектор е акцентът върху таланта и креативността на хората, ангажирани в тези бизнеси. Всеизвестен факт е, че много бизнеси в творческите индустрии (*от англ. Creative Industry Business, CIB*) са изключително иновативни и са сред най-бързо развиващите се. В много случаи, обаче, този растеж не е осъществим без **набиране на средства**. Така че, преди всичко, ще се фокусираме върху “План за намиране на финансиране”, като отправна точка, която трябва да ни доведе до последната спирка – притокът на финанси. След като сме съставили план и знаем на кой етап сме, следващото ще бъде да се научим как да измерваме растежа / рентабилността на бизнеса, за да можем да преценим дали имаме нужда от допълнителни ресурси, за да реализираме някоя идея или да си осигурим устойчивост. В допълнение, ще разберете какво трябва да имате предвид преди да вземете решение да финансирате бизнеса си, какъв тип финанси са на ваше разположение и накрая, да откриете възможностите за финансиране на творчество и да изберете правилния източник на финансиране според вашите нужди и възможности.

Съществуват различни алтернативи, но не са лесни за изпълнение. Най-успешните предприемачи са тези, които мислят креативно, не само за тяхното предлагане, но и за това как да придобият средства и никога не казват никога. Творческите индустрии наистина се нуждаят от творчески средства, защото...

ПО-ГОЛЯМАТА КРЕАТИВНОСТ ВОДИ ДО ПО-БЪРЗО РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА



Цели на този обучителен модул:

- Повишени умения и познания за КТИ при вземане на подходящи финансови решения;
- Подобен достъп и използване на креативни източници на финансиране за постигане на устойчив растеж на бизнеса в КТИ.

Целеви групи

- Членове и заинтересовани страни, които работят в КТИ,
- Фрийлансъри в КТИ,
- Стартъпи в КТИ,
- Регионални организации и институции.

Компетенции и умения след завършване на този модул

След изучаване на този модул, вие ще можете да:

- Направите вашия план за финансиране на вашия бизнес;
- Определите на кой етап е вашият бизнес и кой източник на финансиране би бил най-подходящ за тази фаза;
- Разберете как да измервате растежа на бизнеса си и да прогнозируете точно вашите финанси (диагностицирате дали имате нужда от нови средства);
- Вземете решение за финансиране и какво да имате предвид преди да вземете решението;
- Разберете алтернативните и креативни източници на финансиране в сектора, в който работите, както и техните предимства и недостатъци; и
- Увеличете уменията си за комуникация с инвеститорите, за да им създадете добро впечатление и да сключите добри сделки.

Метод на обучение

Философията на обучение **CreatINNES** популяризира уникален ангажиращ метод на обучение, който са базира на следните аспекти:

- Обучителни сесии на кратки интервали, които включват много добре структурирано учебно съдържание;
- Задълбочено усещане за участие и сливане на действие и осъзнаване;
- Усещане на контрол и справяне със задачата, която ще откриете на края на модула;
- Удоволствие и провокиране на допълнителен интерес.

CreatINNES се фокусира върху интерактивния обучителен подход:

- Модулите като обучителен материал за самостоятелно;
- Използване на интерактивната онлайн платформа на CreatINNES за обучение: moodle.creatinnes.eu за улеснени тренировъчни сесии в група с професионален обучаващ.

За разлика от преподавателите в класната стая, които предоставят на техните ученици насоки и някои допълнителни указания, вие трябва да поемете отговорностите за управлението на времето и за контрола на вашия учебен напредък.

Съдържание на обучението

Раздел 1. План за получаване на финансиране

Тагове:

Finance, Financial, Planning, Business Plan, Lifecycle, Stage, Measure, Indicator, Statement, Ratio

Раздел 1 - Въведение

В този раздел ще се съсредоточим върху няколко точки, които трябва да ви помогнат в процеса на планиране на вашите финанси. Трябва да знаете на кой етап от жизнения цикъл е вашият бизнес, с какви проблеми най-вероятно ще се сблъскате, как да ги избегнете и как да измервате своите бизнес резултати, ако успеете да се справите с проблемите и да започнете да растете.

Финансовото планиране е от решаващо значение, за да сте сигурни, че инвестицията не надвишава паричния ви поток и не ви разорява. След като бизнесът ви е стартиран, е от съществено значение да планирате и да управлявате добре неговото финансово представяне. Няма пари? Паричните средства са наистина важна част от финансите. Това включва набирането, харченето, защитата и инвестирането им. Създаването на процес на финансиране е най-ефективният начин да поддържате бизнеса си - и неговите финанси - в релси. Когато управлявате бизнес е лесно да потънете в ежедневните проблеми и да забравите за общия изглед. Успешните предприемачи обаче отделят много усилия и време за създаване и управление на бюджети, изготвяне и преглед на бизнес планове, мониторинг на финансовите резултати. Разработването на стратегия за финансиране на вашия бизнес може да окаже голямо значение за растежа и дори за увеличаване на бизнеса. Финансовото планиране е задължителна част от бизнес плана. Това ще ви позволи да концентрирате ресурси върху подобряване на печалбата, намаляване на разходите и увеличаване на възвръщаемостта на инвестициите.

CALCULATE HOW MUCH MONEY
DO YOU NEED FOR A START

IDENTIFY FINANCIAL AND
REGULATORY REQUIREMENTS



Фигура 1. Стратегията за финансова планиране, Източник: <https://www.freepik.com>

1. Етапи на развитие и съответният източник на финансиране за всеки етап

След като решите да започнете бизнес, вие навлизате в „жизнения цикъл на бизнеса“. По време на функционирането и растежа на бизнеса, компанията ще премине през няколко

етапа, свързани с бизнес цикъла и ще се сблъска с различни предизвикателства, които изискват различни източници на финансиране.

Финансовите нужди и трудностите при достъпа до финансиране варират значително в различните етапи от цикъла на бизнес развитие. Това е така, защото с напредването на бизнеса операциите и приоритетите ще се променят, поради което се изисква и бизнес финансирането да се променя. Ще трябва да бъдете гъвкави в мисленето си и да адаптирате стратегията си за финансиране в движение. Това може сериозно да помогне за предвиждане на потенциални предизвикателства и препятствия, но също така и за посрещане на възможностите за растеж. Ето защо осъзнаването на какъв етап от бизнес жизнения цикъл се намирате в момента може да ви бъде полезно.

Обичайният жизнен цикъл на бизнеса не е различен за бизнеса в КТИ. Те могат да бъдат обобщени, както следва:

Идеен етап. Началният етап от жизнения цикъл на бизнеса обикновено започва само с мисъл или идея. Предприемачите в КТИ имат големи идеи и първоначално са пълни с енергия. Те обикновено създават нещо от нищото. Това е фазата на раждането на стартъп, когато се генерира зараждащата се идея и възможностите за финансиране са много ограничени.

Етап на валидация (още: Акселератор или pre-seed). Този етап на финансиране е известен като стартиране от нулата (bootstrapping). Просто казано, това всъщност е етапът на научноизследователска и развойна дейност, когато създавате и пускате продукта си, когато оценявате жизнеспособността на дадена идея, виждате дали някой е правил нещо подобно преди това, определяте какво може да струва, формулирате бизнес модел и стратегия, дефинирате на вашето ценностно предложение и валидиране на вашия пазар и като цяло къде да започнете да превръщате зародиша на вашата идея в бизнес. Този етап предлага най-голямо разнообразие от възможности за финансиране от всеки друг от стартовите етапи.

„Посевен“ етап. Ражда се вашият стартъп и започвате да изпълнявате идеята си наистина. В този момент предприемачите търсят правилна формула, за да станат по-големи. Техните продукти или услуги се произвеждат и те трябва да започнат да придобиват и установяват клиентска база, да присъстват на пазара и да се придържат към основната посока на бизнеса. Стартъпите на този етап могат да продължат с bootstrapping или да започнат да търсят други възможности за осигуряване на средства. Основното предизвикателство тук е да не се хаят дори и малки суми.

Ранен етап. Нарича се още серия А или допълнителен „посевен етап“. Бизнесът успешно се пробива и идеята му вече не е само мечта. Най-накрая започвате да си представяте по-стабилен бизнес с установени и постоянни стратегии. Достигнали сте този етап, в който знаете, че имате повторяем модел на продажби, установена стратегия за излизане на пазара и вероятно ще търсите голямото вливане на капитал, което ви е необходимо, за да увеличите разходите си и да растете още по-бързо.

Етап на растеж. Също така, това може да нарече етап на разширяване. Стартъпите, достигнали тази фаза, вече демонстрират завиден бизнес напредък в развитието. Компанията също така е изградила механизъм за растеж и може да покаже всички операции, които изпълнява. Има все повече клиенти, приходите постоянно се увеличават и има по-големи перспективи за нови и конструктивни разходи в посока на още по-голяма стойност за бизнеса. Въпреки това, докато печалбите са се увеличили, конкуренцията навакхва. След като компанията достигне тази точка, възможностите за финансиране ще станат много по-ограничени.

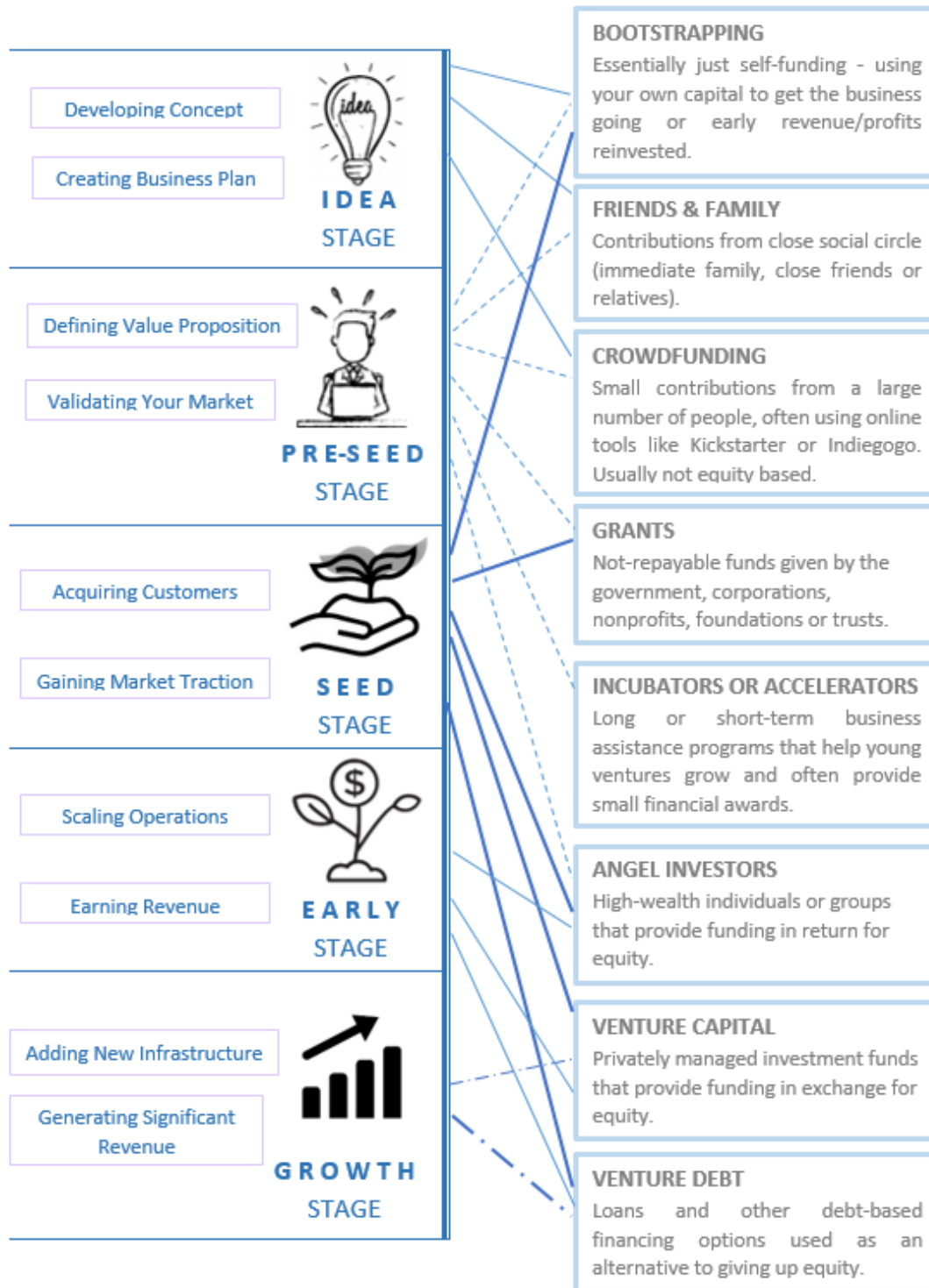
Етап на зрялост. Преминавайки през етапа на растеж или разширяване, година след година продажбите и печалбите трябва да бъдат стабилни. Докато някои компании продължават да развиват най-високата линия с прилични темпове, други се борят да достигнат същите високи темпове на растеж. Конкуренцията обаче остава жестока. Иновациите и инвестиционната подкрепа са необходими, за да се гарантира бъдещето на бизнеса / организацията. Целта е да се поддържа тази фаза, като се вземат правилните решения и бизнеса да остане иновативен и предприемачески. На този етап от жизнения цикъл предприемачите ще бъдат изправени пред предизвикателства като намаление на продажбите, печалбите и отрицателния паричен поток, така че е необходимо решение за по-нататъшно разширяване или за излизане от бизнеса. Най-големият проблем е колко дълго стартопа може да поддържа отрицателен паричен поток и как да намерим начин да го върнем към положителен и да го поддържаме.

На кой етап сте вие?



Моля отбележете: когато стартирате бизнес, не бързайте да навлизате толкова бързо в ранен етап или етап на растеж, защото ако нямате какво да предложите, по-бързо ще се откажете. Ако играете играта правилно, в съответствие с плана и сте в състояние да преминете всички етапи и да растете, определено ще имате по-голям контрол върху вашите продукти и финансова ситуация като цяло, вместо да прескачате два или три етапа.

Бизнесът в КТИ има различни нужди на различни етапи. Етапите на типичен бизнес в КТИ от идея до растеж и някои от възможностите за източник на финансиране, налични във всеки от тези етапи, са показани по-долу:



Фигура 2. Етапи на бизниси в КТИ и възможности за източник на финансиране, Източник: <https://www.jumpstartinc.org/> - преработка

2. Как да оцелеем в „долината на смъртта“?

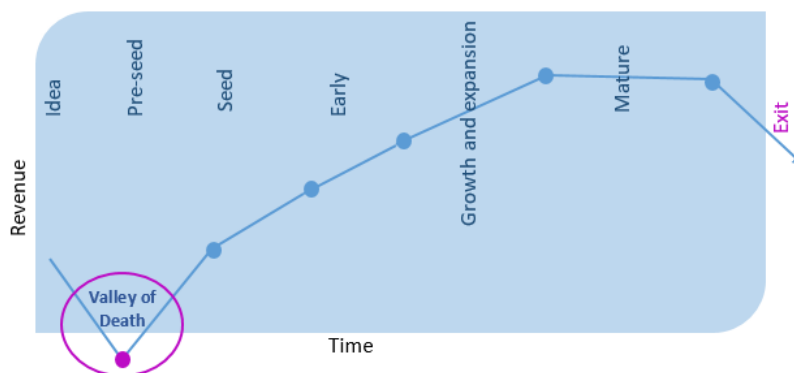
Започнали ли сте вече собствен бизнес? Ако отговорът е „Да“, много се очаква да се сблъскате с плашещата „Долина на смъртта“, преди той да стане печеливш.

Какво означава ‘Долина на Смъртта’?

- Жаргонна фраза в света на стартапите, отнасяща се до периода от време, в който те получават първоначални капитали до момента, в който започне да генерират приходи.
- Много ранна фаза преди новият продукт или услуга да донесат приходи от реални клиенти и допълнителното финансиране обикновено е оскъдно, което прави стартапите уязвими за изискванията за парични потоци. Стартапът е в рисковата точка, защото ако не спечелят следващия рунд, те умират.

Всеки следващ кръг е по-труден за постигане, отколкото предишният.

Какъв е ключът към оцеляване? Не е избягването, а подготовка. Като планирате напред с правилното управление на растежа на бизнеса, можете да сведете до минимум времето, което вашият бизнес прекарва в долината и да се върнете към рентабилността.



Фигура 3. Фазата „долина на смъртта“

Смисълът на „долината“ е да покаже, че успешното пускане и продажба на продукт не гарантира рентабилност и растеж на бизнеса. Успешният продукт не е равен на успешен бизнес. Трябва да имате **силна стратегия за финансиране на бизнеса**, докато той е в „долината“, за да оцелее и да просперира.

Ето няколко съвета за оцеляване в „Долината на смъртта“:

1. Натрупайте някои ресурси преди да започнете
2. Запазете постоянната си работа, докато не започнете да печелите
3. Поискайте средства от семейство и приятели
4. Използвайте crowdfunding
5. Кандидатствайте за конкурси и бизнес грантове
6. Вземете заем или кредитна линия
7. Присъедините се към стартап инкубатор
8. Заменяйте вашите услуги за техните услуги
9. Съвместно предприятие с дистрибутор
10. Посветете се на основен клиент

„Долината на смъртта“ тества ангажираността, решителността и способността за решаване на проблеми на всеки предприемач. Това е времето, когато от нищо създавате огромна стойност. Това е, което разделя истинските предприемачи от аматьорите. И все

пак в много отношения този начален период е най-задоволителното време, което някога ще имате..

○ Готови ли сте да започнете ?

3. Измерване на бизнес растеж

За да бъде успешна и да остане в бизнеса, както **рентабилността**, така и **растежът** са важни и необходими, за да може една компания да оцелее и да остане привлекателна за инвеститорите и анализаторите. Ако има едно число, което всеки основател винаги трябва да знае, това е темпът на растеж на бизнеса.

Темпът на растеж е ключово измерване на производителността при стартиране. Ако не знаете това число, дори не знаете дали се справяте добре или зле.

Ето списък на най-важните показатели, които трябва да проследите за вашия успех: Приходи и активни потребители, Съотношение на оборота, Основни показатели за изпълнение, Основни финансови отчети.

Приходи и активни потребители

“Най-добрият начин за измерване на темповете на растеж са приходите. Следващото най-добро за стартъпи, които първоначално не таксува, са активните потребители. Това е разумен заместник за ръст на приходите, защото всеки път, когато стартиращото предприятие започне да се опитва да печели пари, приходите им вероятно ще бъдат постоянен кратен брой на активни потребители”, според Пол Греъм, Y Combinator <https://startups-know-active>.

Приходи. Чрез включване на приходите заедно с вашия продуктово и поведенчески анализ, ще можете да установите кои са вашите най-ценни клиенти, колко ценни са те и въздействието върху приходите от промените, които правите във вашия продукт и клиентско изживяване.

На практика най-значимият показател е **месечният периодичен приход** – МПП (*от англ. monthly recurring revenue, MRR*). Най-просто казано, това е доходът, на който бизнесът може да разчита да получава редовно, всеки месец. Как да го изчислим? Просто умножавате общия си брой плащащи потребители по средните приходи от потребител (*от англ. average revenue per user, ARPU*) – СПТ.

МПП = SUM (месечна такса на платежоспособни клиенти)

MRR = СПТ * Общ брой на клиентите

Например, ако имате 50 клиента, които са заплатили 100€ всеки месец, МПП ще е 5000€.

Можете също така да използвате групи за измерване на пожизнена стойност на клиента (*от англ. customer lifetime value, LTV*) или ПСК и след това да сегментирате клиентите си, за да разберете как ПСК се различава по демографски данни или източници на препратки и дори как се различава при конкретни действия, които хората предприемат по един от вашите канали, като например харесване на публикация на страницата ви във Facebook или в YouTube канала ви.



източник: <https://www.google.com/search?q=fac>
<https://www.google.com/search?bi>

Активни потребители са общият брой на хората, които се ангажират с вашия продукт или бизнес в даден ден или месец. Много фирми измерват как техните ежедневно активни потребители (DAU) и месечни активни потребители (MAU) растат и се променят с течение на времето, докато променят своите продукти и стартират маркетингови инициативи. Тъй като активните потребители са мярка за растеж и запазване, той предоставя чудесен начин за измерване на общия успех на вашия бизнес.

Например, ако някой посети уебсайта ви на своя лаптоп и след това използва приложението ви на мобилния си телефон, вероятно ще го отчетете като един активен потребител.

Пример за видове активни потребители:

- Нови потребители
- Съществуващи потребители,
- Неактивни потребители,
- Повторно активирани потребители



Изображение 1. Посетители на уебсайт,
Източник: <https://www.freepik.com/>

Коефициент на обръщаемост

Една мярка за растеж е вашият бизнес оборот. Нарастващият оборот предполага много неща във вашия бизнес. Това е ясна индикация, че вашата пазарна позиция се подобрява, че получавате повече договори и поръчки за покупка и най-вече, че вашата бизнес услуга или продукт придобиват по-нататъшно влияние и подобряване. Генерирането на оборот, дори и малки суми, е основен елемент на анализ и увереност за всеки инвеститор: стига да се генерират пари в брой от продажбата на продукта или услугата в основата на бизнеса, освен в случая на Изследователска и развойна дейност или чисто иновации, инвеститорите са склонни да следват търсенето.

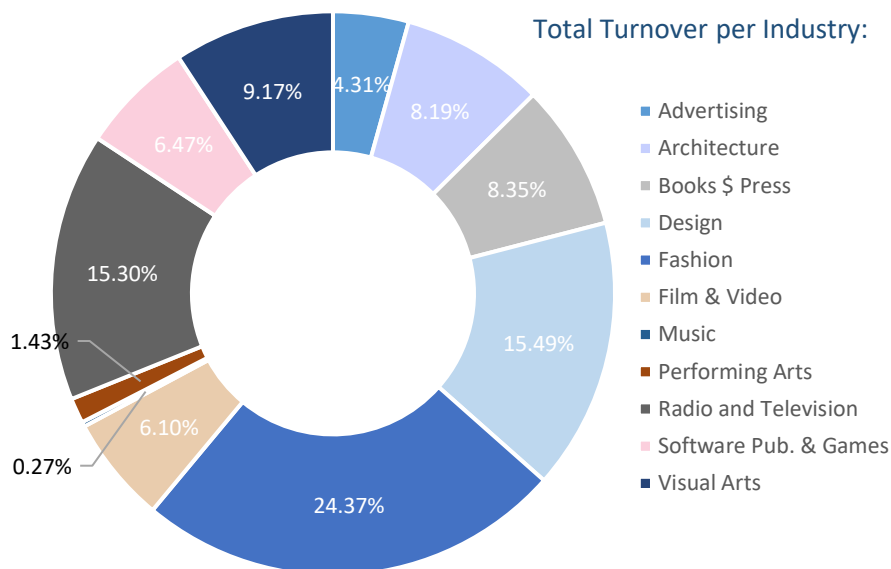
Финансите могат да се използват за увеличаване на вашия оборот и да доведат до всички характеристики на процъфтяващия бизнес. Нараства ли оборотът? Това може да се види от отчета за доходите, който е обяснен по-долу.

$$\text{Коефициент на обръщаемост} = \frac{\text{Net Sales}}{\text{Average Total Assets}}$$

източник: <https://www.Assets+Turnover>

Най-големите общи обороти за индустрия, както можете да видите в диаграмата по-долу, са:

FASHION, DESIGN AND RADIO & TELEVISION



Графика 1. Оборот по отрасли, Източник: Eurokleis 2009, statistical analysis

Ключови показатели за ефективност

Ключовият показател за ефективност (*от англ. key performance indicator, KPI*) е измерима стойност, която показва колко ефективно една компания постига ключови бизнес цели. Тези елементи на плана са израз на това, което искате да постигнете и до кога.

KPI са сърцето на процеса на управление на изпълнението. Те ви казват дали напредвате. И в крайна сметка искаме да постигнем напредък, що се отнася до вашата стратегия. Бизнесът обикновено използва KPI, за да оцени успеха си при постигане на целите. KPI на високо ниво могат да се фокусират върху цялостната ефективност на бизнеса, докато KPI на ниско ниво могат да се фокусират върху процеси в отдели като продажби, маркетинг, човешки ресурси, поддръжка и други. Как да дефинирате вашия KPI?

Като пример, да предположим, че вашата цел е да увеличите приходите от продажби тази година. Ще наречете това вашият **KPI за растеж на продажбите**. Ето как можете да определите KPI:

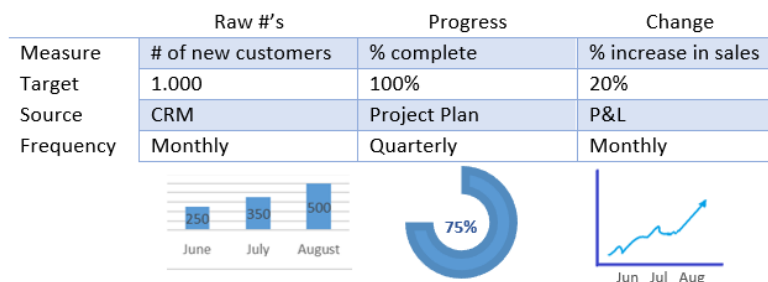


Таблица 1. Дефинирайте KPI за растеж на продажбите

Ключови финансови отчети

Наскоро пили ли сте Соса-Сoла или Рeрси?

Соса-Сoла използва големи пазари в Китай, Русия и Южна Америка, за да компенсират слабия ръст на продажбите в САЩ. Независимо от това, ръстът на акционерното участие на компанията в периода от 1997 до 2005 г. е само 28% или годишно увеличение от 2,8%.

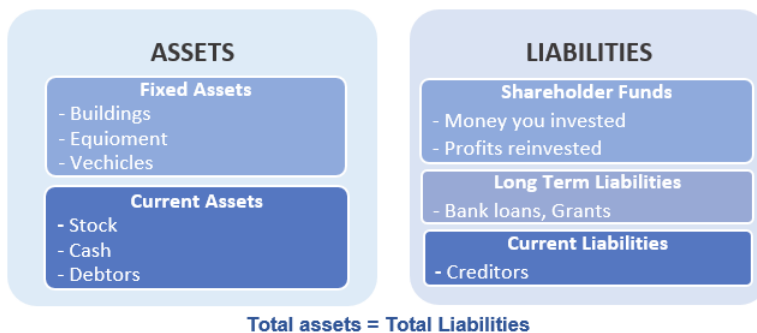
PepsiCo, от друга страна, постига по-добри резултати. Компанията продава не само напитки, но и храни като Doritos, Tostitos и Cheetos. Когато към всичко това бъде включена спортната напитка Gatorade, се получава силен производствен микс. Печалбата им на акция се е увеличила със 136% през периода 1997-2005 г. или годишен ръст от 11,3%. Без счетоводното проследяване на тези важни цифри финансовите мениджъри, инвеститорите и банките биха действали на сляпо. Същото може да се каже за **IBM**, **General Motors**, **Microsoft** или други големи компании.

Източник: Bartley, R. Danielsen; Stanley, B. Block; Geoffrey, A. Hirt. (2009). Foundations of Financial Management (chapter 2, p.24). McGraw-Hill Irwin; Thirteenth Edition.

В тази част ще разгледаме основните, а също и най-важните видове финансови отчети, през призмата на които е по-лесно да се оценят перспективите и успеха на бизнеса.

Счетоводен баланс

- „Снимка“ на вашия бизнес в определен момент от време;
- Показва активи (какво притежавате), пасиви (какво дължи бизнеса) и капитал (фондове на акционерите);
- Общите пасиви представляват източниците на финансиране, използвани за финансиране на използваните активи;
- Показва дали нивото на дълга на вашата компания е устойчиво или дължите твърде много и би било по-изгодно за вас да отложите голяма покупка, която обмисляте.



Фигура 4. Счетоводен баланс

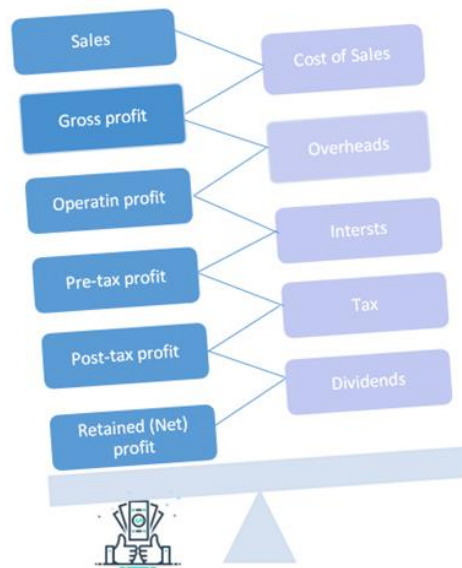
Отчет за доход

- Показва всички доходи и разходи, които бизнесът има по време на своята дейност;
- Разликата между доходите и разходите представлява финансовия резултат (Брутна печалба / загуба, П&З);
- Всяка продажба се записва като доход, а всеки разход като разходна, като заплати за служители, разходи за маркетинг, наем и т.н..

Ключови съобщения в отчета за доходите (П&З)

- Нараства ли оборотът?

- Колко добре управлявате преките разходи на продукта (сравнете брутния си марж спрямо този на конкуренцията)?
- Управление на режимните разходи - персонал и други режимни разходи като% от продажбите;
- Тенденции на продажбите за определени продукти, пазари, канали за продажба
- Маркетингови разходи - харчим ли повече отколкото би трябвало за реклама, без да получаваме съотношение цена-качество?
- Може ли вашата компания да се справи разумно с нови разходи?



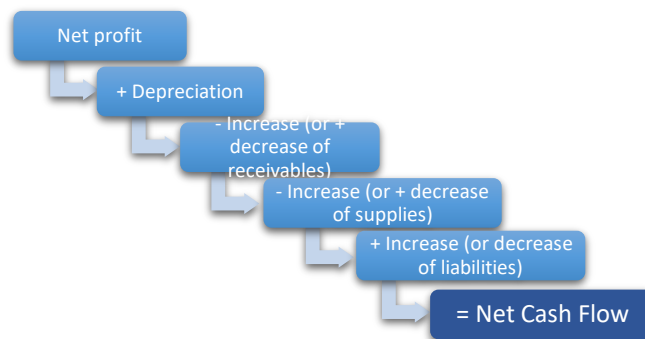
Фигура 5. Елементи в отчета за доход (П&З)

Отчет за паричния поток

- Показва къде са отиват парите;
- Показва пари в брой и теглене, както и прост анализ на това откъде са дошли / отишли паричните средства;
- Колко пари има на разположение на бизнеса и колко му е необходимо, за да функционира и кога?
- От къде бизнесът получава притоци на пари и къде са изходящите парични потоци?
- Как доходите и разходите на даден бизнес влияят на необходимите пари за растеж на бизнеса?

Трите основни части на отчета за паричните потоци са:

1. Паричен поток от операции - генериране / изразходване на пари за нормални операции
2. Паричен поток от инвестиции - покупка или продажба на дългосрочни активи
3. Паричен поток от финансови дейности - набиране на пари от външния свят или изплащане на дългове.



Фигура 6. Стъпки за подготовка на паричен поток

Препоръки за допълнително четиво

Когато сте в „посевния“ етап и вашият стартъп бъде основан и наистина започне да изпълнява идеята, време е да установите своята визуална идентичност, за да отделите вашата компания от конкурентите. Ето защо препоръчваме да преминете и през програмата за обучение „Креативно мислене за иновации“, комбиниран модул за обучение 3: „Визуално брендиране“, раздел 2: „Лого“, където ще научите какво е логото и какви са неговите характеристики и основни функционалности. Ще се запознаете с някои практически съвети и трикове, които ще ви позволят бързо да скицирате ново лого за стартъп, което да съобщава вашата основна мисия и визия сред вашата целева аудитория.

Препоръчително е да вземете и комбиниран модул за обучение 2: „Бизнес планиране“, Раздел 1: „Какво представлява бизнес план? Защо се нуждаете от такъв?“, което ще ви помогне да придобиете знания и да научите повече за това как да създадете бизнес план.

Препратки за Раздел 1:

1. Bartley, R. Danielsen; Stanley, B. Block; Geoffrey, A. Hirt. (2009). Foundations of Financial Management. McGraw-Hill Irwin; Thirteenth Edition.
2. Neil, C. Churchill; Virginia, L. Lewis. (1983, May). Harvard Business Review, Entrepreneurial Management. [The Five Stages of Small Business Growth]. Retrieved from: <https://hbr.org/1983/05/the-five-stages>.
3. Understanding Funding: The Stages of a Typical Startup Company & Its Funding Options [Blog post]. (2018, April 23). Retrieved from: <https://www.jumpstart>.
4. Zwilling, M. (2013, February 18) 10 Ways For Startups To Survive The Valley Of Death, Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/>.
5. European Commission. (2016). Good practice report, Access to finance for the cultural and creative industries (CCI). Luxembourg Publication Office of European Union, 2016. Retrieved from: <https://publications.europa.eu/en/publication>.
6. Funding Options; How to finance your business growth? Retrieved from: <https://www.fundingoptions.com/>.
7. Zarezankova-Potevska, M., Polenakovic, R., Danailova, I. (2009, January). How to Become an Entrepreneur and The Steps to Start Your Own Business. Nikoloski, I.
8. European Commission. (2018). The Role of Public Policies in Developing Entrepreneurial and Innovation Potential of the Cultural and Creative Sectors - Report of The OMC (Open Method of Coordination) Working Group of Member States' Experts. Luxembourg Publication Office of European Union, 2018. Retrieved from: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/>

9. De Voldere, I., et al. (2017). EU Publications: Mapping the creative Value Chains, A Study of the Economy of the culture in the digital age. Luxembourg Publication Office of European Union, 2017. Retrieved from: <https://publications.europa.eu/en/publication->.

Раздел 2. Решение за нови финансови източници – готовност за инвестиции

Тагове:

Investment Readiness, Challenge, Sources, Financial Needs

Раздел 2 - Въведение

Сега е време за вземане на финансово решение. Подготвени ли сте?

Когато вече знаете етапа, в който се намира вашият бизнес, кои възможности са налични според фазата, в която се намирате, и какво трябва да знаете, за да измервате растежа и рентабилността на вашия бизнес, трябва да сте готови да определите много по-лесно подходящото финансиране, от което се нуждаете и дали изобщо имате нужда от него. Ето защо в този раздел ще разберете колко време трябва да посветите и на какво да обърнете внимание, за да вземете финансово решение.

Готовност за инвестиции - често се използва в контекста на набиране на външно собствено финансиране и обикновено се отнася до неизбежността на онези бизнеси, които търсят външно финансиране. Готовността за инвестиции осигурява финансовата и набирателната способност, която инвеститорите и финансиращите очакват от предприемачите, като по този начин значително увеличава шансовете за финансиране.

Как да се подготвите и с какви предизвикателства може да се сблъскате? Следва ...

1. Предизвикателства пред КТИ при достъпа до финанси

Едно от критичните пречки пред предприемачите и предприятията в КТИ е:

- Как да намерят средствата, за да финансират своите усилия?

Намирането на финансиране в който и да е икономически климат може да бъде предизвикателство, независимо дали търсите начални средства, капитал за разширяване или пари, които да задържите през трудните времена. Във време, когато банките и другите доставчици на финанси са по-склонни към риск, тази несигурност може да представлява конкретни предизвикателства за финансиране за бизнеса в КТИ. По-специално тази несигурност може да доведе до проблеми с неблагоприятен подбор. Намирането на правилния тип финансова подкрепа за КТИ е истинско предизвикателство.

Бизнесите в КТИ обикновено правят краткосрочен период на финансово планиране. Финансовите нужди и трудностите при достъпа до финансиране варират значително в различните етапи от цикъла на бизнес развитие. Обичайният цикъл не е различен за предприятията с КТИ, както потвърдихме и преди, но това не е така при достъпа до финансиране.

По-вероятно е за КТИ да се почувстват обезкуражени да кандидатстват за външно финансиране поради усещането, че имат по-голяма вероятност за отказ. Тези възприятия

може да са резултат от усещането, че естеството на техния бизнес (зависимост от нематериални активи) би накарало доставчиците на финанси да бъдат особено склонни да се отклоняват от тях. Креативният предприемач съчетава традиционно осезаема информация с нематериални информационни продукти, културни качества и медийно съдържание.

Въпреки това нематериалните активи като новост, „меки“ иновации, авторски права и творчество често не се отразяват в сметките. КТИ често се обръщат към частни банки, когато търсят финанси, но обикновено им отказват. Следователно финансови институции като банките често не успяват да идентифицират адекватно тяхната икономическа стойност. По този начин...

ТВОРЧЕСТВОТО наистина означава максимизиране на небанковото финансиране

2. Определете вашите финансови нужди

Проследяването на вашите финанси е все по-трудно, докато вашата компания расте. Ако искате да бъдете печеливши обаче, също е важно ефективно да управлявате увеличението на парите през вашия бизнес.

Кои са логичните пречки, които могат да ви попречат? Винаги същата причина: **нямате достатъчно пари!**

ЗАЩО ИМАТЕ НУЖДА ОТ ПАРИ, ЗА ДА СТАРТИРАТЕ БИЗНЕС? Повечето стартапи се нуждаят от финансиране. Паричният поток се различава от печалбите, така че печалбите не гарантират пари в банката. По всяко време е необходимо финансиране за управление на началните разходи, инвентара, чакането за плащане и други проблеми. Голяма част от това е, което обединяваме заедно като „оборотен капитал“ - ключов аспект на финансовото здраве на всеки бизнес, който им позволява да изпълнят своите амбиции за растеж.

Няма еднаква „стартираща“ инвестиция за стартиране на бизнес, така че различните бизнеси имат различни нужди. Важно е първо да изчислите колко пари са ви необходими, преди да започнете да търсите алтернативни методи за финансиране на бизнеса. И не само за начало. По-добре е да се приеме, че **паричните средства се използват и за растеж, а не за запълване на парични дупки**. Следователно е необходимо да се предвижда, а не да се търси финансиране, когато ситуацията стане трудна по отношение на паричните средства. Създаването на **фонд за растеж** е много важно нещо, за да запазите бизнеса си.

Има и други въпроси, на които със сигурност трябва да имате ясен отговор (моля, вижте илюстрацията на следващата страница).


ИЗБЕРЕТЕ ПОДХОДЯЩ ИЗТОЧНИК ЗА БИЗНЕС ФИНАНСИРАНЕ! Да, това може да бъде трудна и отнемаша време задача. Намирането на подходящата подкрепа е огромно предизвикателство.

Това се дължи на фактите, че за много креативни предприемачи финансите не са тяхна сила. Те са водени от творческа страст и намират, че финансовото управление за скучно или объркващо - или и двете. Творческите хора често не са мотивирани предимно от пари, но финансовото управление е съществена част от всяко предприятие, креативно или не. Следователно разбирането на финансовите въпроси може бързо да изплати

дивиденди. Повечето хора мислят за финансирането като дълг, пари в заем. В този контекст това включва и инвестиционен капитал. Или дългът, или инвестицията са извън финансирането, което помага на бизнеса да покрива разходите и да расте.


Предприемачите обаче трябва да бъдат подготвени, преди да се обърнат към инвеститорите, за да усвоят своите възможности и да получат доверие. Инвеститорите търсят да инвестират в хора, които могат да правят трудни неща. Те искат да инвестират в предприемачи, които могат да заобиколят пречките. Те не приемат „не“ за отговор.

Друга точка, която трябва да се подчертае е, че предприемачът трябва да може да обясни как ще използва финансирането: за какви разходи, наемания, какво ще прави, как, защо и т.н. Накратко, ще е нужен стратегически план за действие, който трябва да бъде защитен от предприемача.



Въпрос:

1. **Цел** - Защо имате нужда от средства?
2. **Размер** - Каква е правилната сума необходима за тази цел?
3. **Лихвен процент** - Каква е лихвата по заемите?
4. **Погасяване** - Как ще бъдат изплатени средствата, от кои източници
5. **Срок** - Кога ще бъдат изплатени средствата?
6. **Почтеност** - Надежден ли е клиентът?
7. **Сигурност** - Каква е сигурността, гаранция за изплащане?



Отговор:

1. Трябва да имате солидно разбиране и обосновка защо имате нужда от средства за вашия бизнес. Погледнете внимателно финансовото състояние на вашия бизнес и бъдете готови да защитите аргументите си защо имате нужда от финансиране.
2. Трябва да знаете точната сума на заема, който искате да вземете и който ще бъде достатъчен за целта, която целите да постигнете.
3. Лихвеният процент играе важна роля при определянето дали си струва да вземете заем или не, дали заемът ще бъде скъп или евтин.
4. П&З, паричен поток, доходи и разходи.
5. Първата стъпка в намирането на подходящите финанси за вашия бизнес изисква да помислите за вашата времева линия. Търся ли краткосрочни или дългосрочни финанси?
6. Може би отнема по-дълъг период, за да се изгради, но винаги е необходимо постоянно да се работи върху интегритета; кредиторите и клиентите ще се интересуват от вашата бизнес история.
7. Какъв е вторият изход? За различни бизнес среди се използват различни видове гаранции. Винаги са нужни гаранции за ликвидност.

Фигура 7. Какво трябва да имате предвид, когато мислите за финансиране на вашия бизнес?

Източник: <https://www.freepik.com/premium-vector>; <https://www.freepik.com/premium>

Препоръки за допълнителна информация

Планирането е първата стъпка в процеса на предприемаческия път. Затова препоръчваме *комбиниран модул за обучение 1: „Планиране, организиране и управление - визуализиране на предприемаческия път“, Раздел 2: „Планиране“*, който ще ви запознае с основните стъпки от планирането, включително ситуационен анализ, стойностна верига, стойностно предложение и планиране на действията.

Препратки за Раздел 2:

1. HKU (2010). The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries: Appendix 2 K2M Ltd and Euro leis S.r.l., for the Education & Culture DG of the European Commission. Retrieved from: <https://www.creativeeuropeireland.eu/>.
2. Antal, I. (2018, July, 18). How can businesses prepare for investment-readiness? [Blog post]. Retrieved from: <https://green-win-project.eu/project->
3. Investor Readiness Check. (2017). Retrieved from: <https://www.chairosconsulting.com>.

Раздел 3. Стратегии за финансиране и стратегическото им значение

Тагове:

Capital Structure, Internal Financing, External Financing, Debt Financing, Equity Financing, Business Financing, Financing Risks, Short-Term, Long-Term

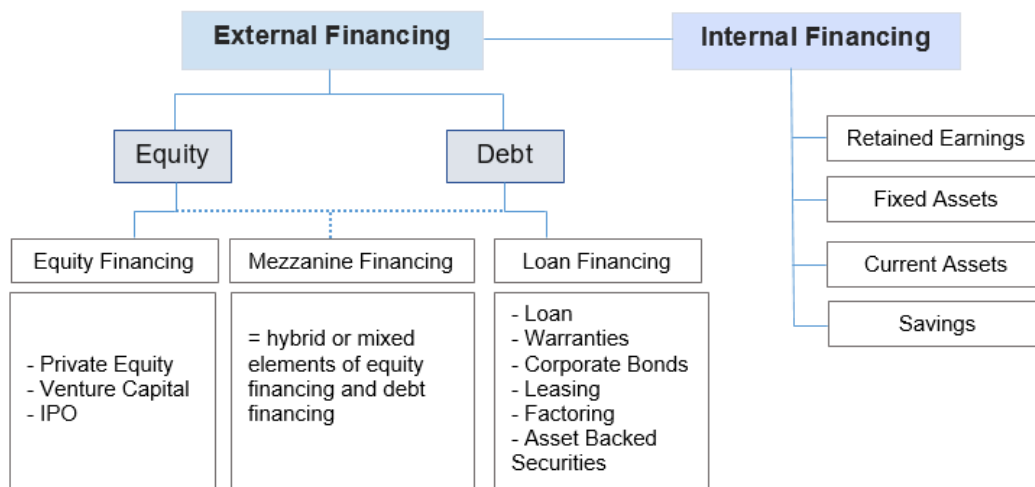
Раздел 3 - Въведение

Успешното финансиране на вашите бизнес дейности ще бъде наричано по-нататък бизнес финансиране. Моля, не се притеснявайте от този термин! Това не е нищо повече от крайни техники, описващи съдържание. Той е в основата на съвременното управление на рентабилност и дава възможност на всички организации и заинтересовани страни да преследват своите оперативни цели. Без такива финансови продукти като дялово финансиране и дългово финансиране, глобалният пазар ще изпитва намалена производителност, а **манастирите** ще имат трудност при финансиране на своите търговски продуктови дейности. Във всеки случай, за да развие бизнеса си, е важно да инвестирате в него. Това означава, че имате нужда от достъп до източници на финансиране. Следователно трябва да разберете основите на вътрешното финансиране, дълговото финансиране и капиталовото финансиране, които ще бъдат обобщени накратко в следващите глави.

1. Инструменти за бизнес финансиране

На глобалния пазар дебатът за бизнес и финанси често се върти около най-добрия вариант, който човек може да използва за финансиране на своите дейности. Някои наблюдатели твърдят, че така нареченото капиталово финансиране предпазва фирмите от неблагоприятни ситуации, които често идват с висока задлъжнялост и лихвени проценти. Други смятат, че издаването на дългови продукти предпазва организациите от безмилостните искания на външни инвеститори и акционери, особено тези, които поставят краткосрочната рентабилност и разпределението на дивиденди пред дългосрочната бизнес администрация.

Интелигентен начин за уреждане на спора може да бъде издаването на смесени или хибридни продукти - като така наречените инструменти за мецаниново финансиране. За съжаление, външните източници на финансиране - спонсори, дарители, заемодатели или инвеститори - често са скептични, особено в случай на по-малки фирми като тези, които най-вероятно ще управляват в своя манастир. Това може да ви остави да разчитате на вътрешни източници на финансиране за инвестиране във вашия бизнес. Съответно, моля, вижте общия преглед на инструментите за бизнес финансиране по-долу:



Фигура 8. Преглед на инструментите за бизнес финансиране, Източник: INI-Novation GmbH

Финансирането на бизнеса има пряко отражение върху финансовото счетоводство и отчитане. Финансовите мениджъри отчитат корпоративни дългове в отчета за финансовото състояние, известен също като баланс или отчет за финансовото състояние (моля, сравнете раздел 2 по-горе). Собственият капитал е част от два отчета: баланс и отчет за собствения капитал.

○ Вътрешно финансиране

Когато използвате механизма за вътрешно финансиране, финансирането разработването на нови продукти с ликвидност, така наречения паричен поток, който вече е наличен в активите на вашата организация: това може да са лични спестявания или пари на разположение в банковите ви сметки или дори пари, които могат да бъдат достъпни в много кратък срок чрез така наречената ликвидация на активи. Продажбата на активи обаче намалява стойността на институцията. Вътрешното финансиране запазва всички активи в институцията и не поема допълнителни разходи извън цената на самия проект.

Прилагането на тези механизми за вътрешно финансиране ви пречи да плащате лихва на банката или да споделяте собствеността, печалбите и дивидентите с инвеститор в акции. Използването на вътрешно финансиране предлага предимството за запазване на контрола в ръцете на основателите на компанията. Също така не е нужно да преминавате през процес на кандидатстване за публични заеми. Специално за културния и религиозния сектор, вашият бизнес може да отговаря на изискванията за държавни субсидии при определени обстоятелства. Процесът на кандидатстване обаче може да бъде дълъг и скъп. Подготовката на документацията за безвъзмездни средства може да отнеме много време и дори да струва много разходи, в случаите, когато трябва да наемете и да платите за външна експертиза. Трябва да спечелите одобрението на агенцията, която дава безвъзмездните средства, и това може да включва много хора и комисии.

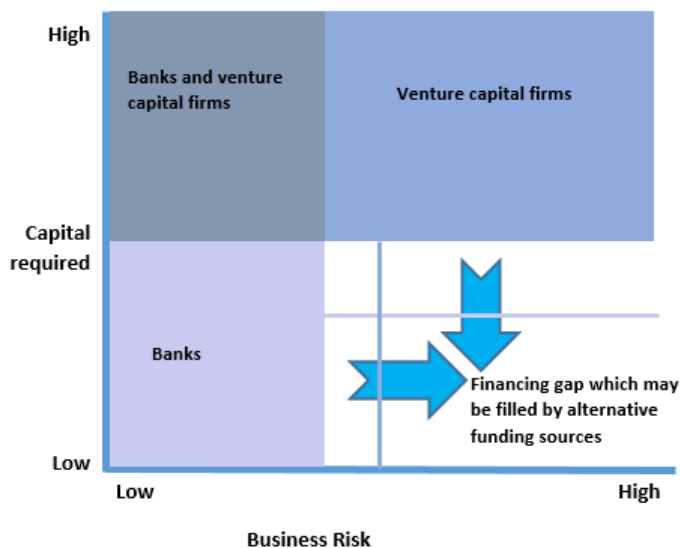
С наличното вътрешно финансиране можете веднага да започнете своя проект за разработване на продукти, без да е необходимо одобрение, освен това на вашето ръководство. Ето няколко опции за вътрешно финансиране:

- **Неразпределената печалба** е лесен за използване източник на вътрешно финансиране, тъй като те са ликвидни активи. Неразпределената печалба е частта от нетния доход, която сте запазили във вашия бизнес и не сте изплатили. В малък бизнес неразпределената печалба обикновено се изплаща на собствениците, които често не получават планирана в бюджета заплата. Вместо да изплащате неразпределената печалба, можете да ги реинвестирате в производството и маркетинга на вашите **монашески** продукти.
- **Дълготрайните активи** са тези, които не се преобразуват лесно в пари. Обикновено тези активи включват оборудване, **собственост** и фабрики. Тъй като тези активи отнемат време, за да се преобразуват в пари, на тях не може да се разчита за краткосрочен достъп до финансиране. Ако имате време обаче, можете, например, да продадете някакво оборудване или дори собственост, за да инвестирате във вашия бизнес.
- **Текущите активи** се състоят от пари в брой или от всичко, което лесно може да бъде превърнато в пари. Например, ако вашият **манастир** има акции в други компании или имоти, можете да ги продадете и да използвате дохода като източник на финансиране. Трябва да внимавате обаче да не намалявате текущите си активи до нива, по-ниски от текущите ви задължения, тъй като това може да ви попречи да изплатите дълговете си.
- **Спестяванията** са гръбнака на много занаятчийски бизнеси. Ако вашият бизнес не разполага с активи за финансиране на вашите дейности, все още може да имате финанси, които можете да вложите за бизнеса. Това предоставя алтернатива на търсенето на външни дарители или заеми и ви позволява да запазите контрола върху вашия бизнес.

○ **Капиталовата структура**

Структурата на капитала е термин за бизнес финанси, който описва дела на капитала на организацията или оперативните пари, който се получава чрез дълг и собствен капитал. Тъй като капиталът е скъп за малкия бизнес, особено важно е за творческите индустрии и занаятите да определят целева структура на капитала за техните организации. Решенията за капиталовата структура са сложни, които включват претегляне на различни фактори. Дългът включва заеми и други видове кредити, които трябва да бъдат изплатени в бъдеще, обикновено с лихва. Капиталът включва продажба на частичен интерес от компанията на инвеститори, обикновено под формата на акции. За разлика от дълговото финансиране, капиталовото финансиране не включва пряко задължение за връщане на средствата. Вместо това инвеститорите в акции стават частни собственици и партньори в бизнеса и по този начин са в състояние да упражняват известна степен на контрол върху начина, по който се управлява.

Като цяло организациите, които са склонни да имат стабилни нива на продажби, активи, които осигуряват добро обезпечение за заеми, и висок темп на растеж могат да използват дълга по-силно от други организации. От друга страна, организациите, които имат консервативно управление, висока рентабилност или лоши кредитни рейтинги, може да пожелаят вместо това да разчитат на собствен капитал. Моля, вижте фигура 2 по-долу, обобщавайки източниците на финансиране в сравнение с бизнес рисковете:



Фигура 9. Източници на бизнес финансиране спрямо бизнес рисковете, Източник: INI-Novation GmbH

При дългово финансиране организацията може да финансира своите продуктови разработки и операции по продажби, като взема заеми на финансови борси или се свързва с частни или публични заемодатели. Това включва различни дългови инструменти, от традиционни облигации и търговски книжа до такива неясни продукти като облигации с двойна валута и конвертируеми облигации. Организациите, които се обръщат към частни кредитори като банки и застрахователни компании, могат да получават средства чрез заеми, споразумения за овърдрафт и кредитни линии.

Капиталовото финансиране позволява на организацията да финансира своите продуктови дейности, като същевременно поддържа чист кредитен профил. Организацията набира пари, като продава съсобствеността. В съвременните икономики капиталовото финансиране често отстъпва място на дългосрочна стратегия, ориентирана към акционерите. Купувачите на собствен капитал, така наречените акционери, могат да получават плащане на дивиденди в брой или акции. Те могат да се радват и на друга парична изгода, когато цените на акциите се повишат на финансовите пазари.

2. Предимства и недостатъци на възможностите за финансиране

И дълговото, и капиталовото финансиране предлагат на малкия бизнес, занаятчийската и творческата индустрия редица предимства и недостатъци. Ключовото за организацията е да оцени конкретната им ситуация и да определи **оптималната** й капиталова структура.

- Предимства на дълговото и дяловото финансиране

Основното предимство на **дълговото финансиране** е, че то позволява на собствениците и ръководството да запазят собствеността и контрола върху организацията. За разлика от собственото финансиране, отговорните участници са в състояние да вземат ключови стратегически решения, а също така да запазят и реинвестират повече печалби на организацията. Друго предимство на дълговото финансиране е, че то предоставя на собствениците и мениджмънта по-голяма степен на финансова свобода от капиталовото финансиране. Дълговите задължения са ограничени до периода на изплащане на заема, след който заемодателят няма допълнителни претенции към бизнеса, докато вземанията на инвеститорите в акции не приключват, докато акциите им не бъдат продадени (така наречената „стратегия за излизане от инвеститорите в акции“). Администрацията на дълга също е лесна за управление, тъй като обикновено липсват сложните изисквания за отчитане, които съпътстват някои форми на собствено финансиране. И накрая, дълговото финансиране има тенденция да бъде по-евтино за организациите в дългосрочен план, макар и по-скъпо в краткосрочен план, отколкото собственото финансиране.

Основното предимство на **капиталовото финансиране** за организации, които е вероятно да се борят с паричния поток първоначално, е, че няма задължение за връщане на парите. Финансирането с акции също е по-вероятно да бъде достъпно за концепции и предприятия от ранен етап (т.е. нови разработки на продукти), отколкото дълговото финансиране. Капиталовите инвеститори търсят предимно възможности за растеж, така че често са готови да рискуват с добра идея. Но дълговите финансисти търсят предимно сигурност, така че обикновено изискват от организациите да имат някакъв опит, преди да помислят да отпуснат заем. Друго предимство на собственото финансиране е, че инвеститорите често се оказват добри източници на съвети и контакти за собствениците и мениджмънта на малкия бизнес.

- **Недостатъци на дълговото и дяловото финансиране**

Основният **недостатък на дълговото финансиране** е, че то изисква организацията да извършва редовни месечни плащания на главница и лихва. Често те изпитват недостиг на паричен поток, който може да затрудни такива редовни плащания и повечето заемодатели предвиждат строги санкции за забавени или пропуснати плащания. Друг недостатък, свързан с дълговото финансиране, е, че неговата наличност често е ограничена до установени институции. Тъй като кредиторите търсят предимно сигурност за своите средства, за недоказани фирми може да е трудно да получат заеми.

Основният **недостатък на капиталовото финансиране** е, че собствениците трябва да се откажат от известен контрол върху бизнеса. Ако инвеститорите имат различни идеи относно стратегическата насока на организацията или ежедневните операции, те могат да създадат проблеми за оригиналното лице за вземане на решение. Освен това някои продажби на собствен капитал могат да бъдат много сложни и скъпи за администриране. Такова дялово финансиране може да изисква сложни правни документи и много други документи, за да се спазят различни разпоредби. Следователно за много малки институции капиталовото финансиране може да изисква да се привлече помощта на адвокати и счетоводители.

Основно	Вътрешни източници	Външни източници
Значение	Генерирани в рамките на бизнеса	Източници извън кредитори и инвеститори
Примери	Събиране на вземания	Заем от търговска банка
Цел	Ограничени нужди на бизнеса	Може да се съберат големи суми пари

Цена	Ниска	Обикновено висока
Необходима гаранция	Не се изисква	Изисква се

Таблица 2. Различаване между вътрешни и външни източници на събиране на средства

3. 3. Краткосрочни и дългосрочни фондове

В рамките на гореспоменатите източници на финанси трябва да знаете дали следното:

- **Краткосрочни източници на финансиране** - трябва да бъдат изплатени в рамките на 12 месеца;
- **Дългосрочни финансови източници** - вместо това могат да се изплащат в продължение на много години.

При равни други условия краткосрочното финансово планиране включва по-малко несигурност от дългосрочното финансово планиране, тъй като най-общо казано пазарните тенденции са по-предсказуеми в краткосрочен план. По същия начин краткосрочните финансови планове се изменят по-лесно, в случай че нещо се обърка.

Това са някои характеристики на видовете финансираня по срок:



Фигура 10. Характеристики на краткосрочните и дългосрочните фондове

Препоръки за допълнително четиво

За да изберете правилния финансов инструмент и за да разширите бизнеса си, трябва да знаете и как да го управлявате. Как ще се състезавате и какви стратегии ще използвате? Тъй като вашият стартъп прераства в бизнес, какви ще бъдат основните инструменти за управление на ефективността му? Отговорите можете да намерите в препоръчания от нас *Комбиниран модул за обучение 1 на CreatINNES: „Планиране, организиране и управление - визуализиране на предприемаческия път“, Раздел 4: „Управление“*, отнасящ се до основите на управлението и конкурентоспособност на пазара.

Препратки за Раздел 3:

1. Brealey, Richard A., and Stewart C. Myers. (1991). Principles of Corporate Finance. 4th ed. McGraw-Hill.
2. Brigham, Eugene F. (1989). Fundamentals of Financial Management. 5th ed. Dryden Press.

3. Kochhar, Rahul, and Michael A. Hitt. (1998, June) Linking Corporate Strategy to Capital Structure. *Strategic Management Journal*.
4. Lindsey, J. (1986). *The Entrepreneur's Guide to Capital*. Probus.
5. Mishra, Chandra S., and Daniel L. McConaughy. (1999). *Founding Family Control and Capital Structure*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
6. Romano, Claudio A., et al. (2001, May). Capital Structure Decision Making: A Model for Family Business. *Journal of Business Venturing*.
7. Sources of Finance: Internal and External Industries, Retrieved from: <https://www.businessmanagementideas.com>

Раздел 4. Начини за финансиране: Финансови инструменти / опции / институции

Тагове:

Financing, Ecosystem, Creative, External, Funds, Idea, Startup, Support, Loans, Investor, Resources

Раздел 4 - Въведение

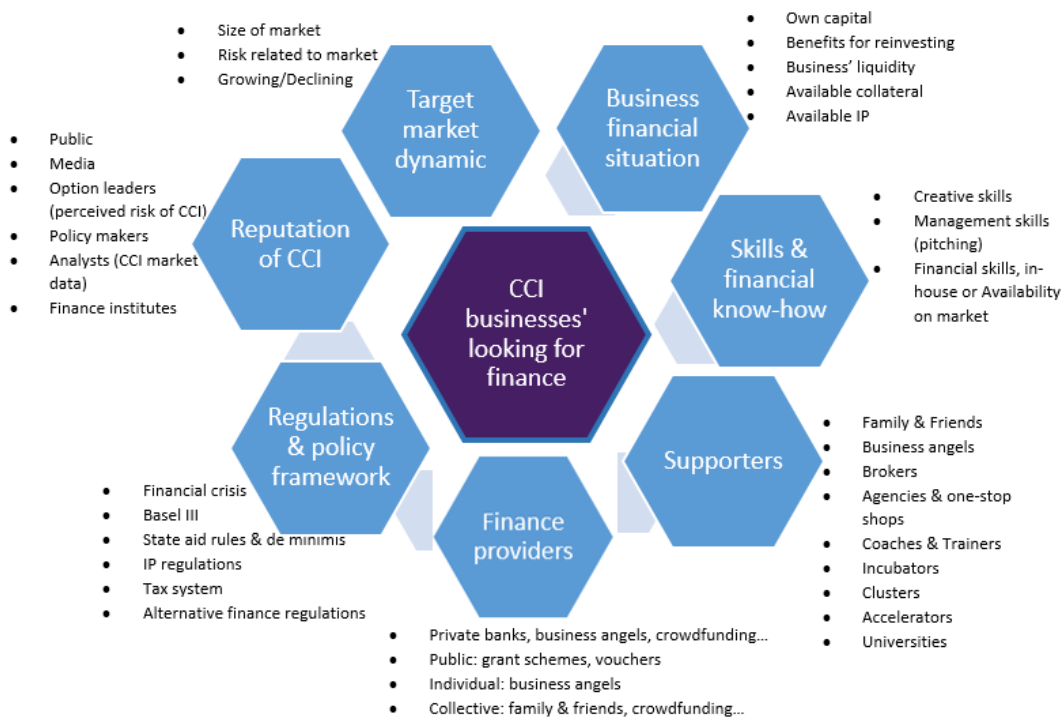
В този раздел ще се съсредоточим върху пътя за търсене на финансиране. Тук ще се опитаме да обясним накратко и да ви представим алтернативните възможности за финансиране според отрасъла, в който оперирате, както и ползите от творческо финансиране. Трябва да започнете да мислите креативно, не само за вашите продукти и услуги, но и за начина, по който получавате необходимите средства. Всичко това, с една цел: осигуряване на устойчив растеж на вашия бизнес!

1. Финансова екосистема в КТИ

Екосистемата обикновено се определя като система от мрежа от взаимно свързващи се и взаимодействащи части. **Финансовата екосистема в КТИ включва части, които са:**

- **вътрешни** за бизнеса в КТИ (финансово състояние, активи, ноу-хау, умения, бизнес план и стоки или услуги), и

- **ВЪНШНИ** (финансови доставчици и поддръжници, търсене на стоки или услуги на бизнеса, динамика на пазара и търсене и регулаторна и политическа рамка, в която бизнесът работи).



Фигура 11. Финансова екосистема в КТИ, Източник: Good practice report, Access to finance for CCS; <https://publications.europa.eu/en/publication>

2. Опции за креативно финансиране

Креативният бизнес се нуждае от креативно финансиране. Докато повечето хора преследват традиционните пътища, вие имате други възможности!

Креативното финансиране се оказва:

- По-изгодно;
- С по-малък риск;
- Много по-лесно и гъвкаво от традиционните банкови източници;
- С по-нисък лихвен процент;
- Без лична отговорност (Повечето сделки за творческо финансиране нямат лична отговорност. Самият имот е единственото обезпечение);
- С възможност за сключване на множество сделки без загуба на пари.

Има множество алтернативни творчески финансови възможности. Алтернативното финансиране е всякакъв вид бизнес финансиране, което не идва от традиционна институция като банка, например. Традиционното финансиране е подходящо за много бизнеси, но банките често имат изисквания, на които стартъпите и по-малките фирми не могат да отговорят, което ги принуждава да търсят други възможности. Затова сега ще преминем през някои от тях:

1. ПРИЯТЕЛИ, СЕМЕЙСТВО И „ГЛУПЦИ“

(от англ. friends family and fools, FFF)

Членове на семейството и приятели, които харесват вашата бизнес идея, може да са готови да ви отпуснат средства. Може да се чувствате неловко, но можете да успокоите техните съмнения с безупречен бизнес план и запис на заповед - юридически документ, който собственикът на бизнеса подписва, за да формализира заемането на пари.

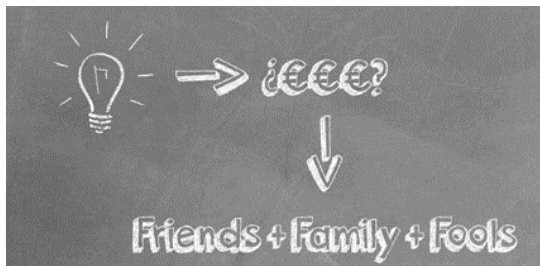
Ранните стартиращи компании се нуждаят от приятели, семейство и глупаци. Не се страхувайте да поискате такъв вид помощ. Но, **ВНИМАТЕЛНО!**

2. СОБСТВЕНО ФИНАНСИРАНЕ (БИЗНЕС РЕСУРСИ)

Приходи, печалба, активи

Това е форма на финансиране номер едно, използвана от повечето креативни бизнес стартиращи компании. Всъщност бъдещите инвеститори вероятно ще искат да видят, че имате кураж да поемате рискове.

- Без значение на какъв етап е вашият бизнес, положителните резултати от операциите, приходите и печалбите са най-често използваните източници на финанси в процеса на разрастване на бизнеса. Тези източници не изискват дълг, споделяне на капитал и други разходи. Те са просто ваши!
- Активите включват спестовни сметки, собствен капитал в недвижими имоти, пенсионни сметки, превозни средства, оборудване за отдих и колекции. Може да решите да продадете някои активи за пари или да ги използвате като обезпечение за заем.



Изображение 2. Приятели, семейство и глупци

Източник: www.firsttuesday.friends-family-fools

“ Това, че съм от голямо семейство, ми помогна като предприемач ”

Марек Фодор, известен предприемач и бизнес ангел, пише за този вид финансиране в своя испански блог. Той каза, че финансирането от FFF му е позволило да стартира онлайн туристическа агенция Atrapalo и други стартъпи, в които участва. Можем да видим колко важни могат да бъдат FFF!

Източник: www.passionforstartups.com/

Дизайнът, архитектурата, новите медии, рекламата са предимно частни или самофинансиращи сектори.

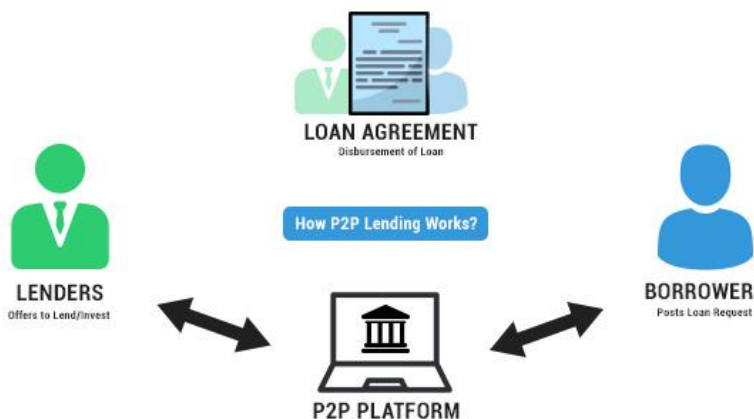
3. ЗАЕМИ

Банкови заеми. Въпреки че обсъдихме този тип финансиране по-рано в модула, добре е да го разгледаме като опция. Традиционните банкови заеми обикновено са най-трудният и бавен начин за получаване на пари за вашия бизнес. За да получите заем от банка, обикновено се нуждаете от висока нетна стойност, недвижими имоти с собствен капитал, които могат да се използват като обезпечение на заема и перфектен затворен бизнес план и кредитен рейтинг.

Ако отговаряте на всички тези квалификации, поздравления! Това е трудно да се постигне.

Микро заеми от кредитори с нестопанска цел. Тези организации обикновено дават заеми на хора от общности в неравностойно положение. Микрозаемът е точно това, което звучи - малки заеми за малък бизнес, отпуснати от определени заемодатели. Те са чудесни за собственици на стартап, които нямат голям кредит или много други възможности. За да получите микрозаем, трябва да сте подготвени да имате гарант или да покажете значителен източник на доход, независим от вашия бизнес, като работа на пълен работен ден или приходи на съпрузи. По принцип е по-лесно да се класирате за микрозаем, отколкото за традиционен бизнес заем.

Заеми между партньори (*от англ. peer to peer, P2P*). Хора с допълнителни парични заеми за физически лица или фирми чрез онлайн услуги, които съответстват на заемодателите с кредитополучателите. Това е начинът да получите финансиране от непознати. Кредиторите P2P позволяват на кредитополучателите да получат заем от три до пет години, като попълнят онлайн заявление за заем и намерят инвеститори, желаещи да заемат парите си. Тъй като компаниите за равнопоставено кредитиране, предлагащи тези услуги, обикновено работят онлайн, те могат да работят с по-ниски режийни разходи и да предоставят услугата по-евтино от традиционните финансови институции. Получаването на P2P заем зависи изцяло от състоянието на вашите лични финанси и кредитен рейтинг.



Изображение 3. Платформа за P2P финансиране
Източник: <https://www.lendenclub.com/future-of-peer-to-peer>

4. ИНОВАЦИОННИ ЦЕНТРОВЕ

Ускорители и инкубатори

За стартиращи компании на ранен етап ускорителите и инкубаторите предлагат чудесни начини за разрастване на бизнеса им. Някои от ускорителите и инкубаторите предлагат на предприемачите добри възможности в началото. Основателите получават помощ за бърз растеж на бизнеса си и често подобряват шансовете си за привличане на фирма с рисков капитал (*от англ. venture capital, VC*), която да инвестира в стартирането им по-късно.

Те са склонни да се съсредоточат върху предоставянето на стартъпи с менторство, съвети и ресурси, за да помогнат на стартиращите компании да успеят, включително Демонстрационен ден, ден за фокусиране на вниманието на общността на инвеститорите в стартъпи върху стартиращите компании чрез хостване на поредица от инвестиционни терени от стартъпи към инвеститори в стартъпи. Целта е да излезете и да отворите свой собствен офис, вашата собствена операция. Тези организации предоставят всички тези услуги в замяна на 5% до 10% от собствения капитал.

Акселераторите "ускоряват" растежа на съществуваща компания, докато инкубаторите "инкубират" неблагоприятни идеи с надеждата да изградят бизнес модел и компания. По този начин акселераторите се фокусират върху мащабиране на бизнеса, докато инкубаторите често са по-фокусирани върху иновациите.

Какво ви предлагат акселераторите? Какво казва практиката?

Ускорителите започват с процес на кандидатстване, но най-добрите програми обикновено са много избирателни. **Y Combinator** приема около 2% от приложенията, които получава и Techstars обикновено трябва да попълни своите 10 места от около 1000 приложения. Аарън Харис, партньор в Y Combinator, каза, че не е сигурен, че ускорителите непременно работят като цяло, но успехът на Y Combinator се дължи на начина, по който подхожда към стимулите. *Източник: <https://www.techrepublic.com/article>*

Примери от Европа:

Creative Bridge – CodeBase, най-големият британски технологичен ускорител. Creative Bridge е част от Creative Informatics, партньорство между Университета в Единбург, Edinburgh Napier University, Creative Edinburgh и CodeBase. Това е програма за ускоряване, работеща в продължение на десет последователни седмици, предназначена за творци от всички среди, за да научат най-добрите стартиращи практики и да чуят истории на творчески предприемачи за това как са направили нещо невероятно или как са се провалили. *Източник: <https://www.thisiscodebase.com/>*

betahaus – Открий своето място в Берлин! - платформа, където можете да създадете собствената си мечта за живота; организация, ръководена от общността, която създава пространства за сътрудничество. Места за работа на хората. Места за екипи за сътрудничество. betahaus е за хора, които искат да работят по собствени проекти, като обменят знания, идеи и вдъхновение с другите; да помогне за отваряне на врати и разширяване на възможностите; да насърчава предприемачеството, креативността, бързото създаване на прототипи и иновативното разработване на продукти. *Източник: <https://www.betahaus.com/>*

CODEBASE

betahaus |

FACTORÍA
CULTURALVIVERO DE
INDUSTRIAS
CREATIVAS DIGITAL
MAGICS

Технически паркове, центрове / лаборатории

Техническите паркове са модели, които могат да се възползват от знанията в националното и регионалното развитие. Това са ефективни инструменти за трансфер на технологии, създаване и привличане на компании с висока добавена стойност. Целта на създаването на технологичен парк е да насърчи иновациите и създаването на продукти или услуги, които генерират значителна добавена стойност.



Wall-Mart

Тази компания е най-голямата компания в света по приходи, според списъка на Fortune Global 500 през 2014 г., и отдавна е ранно усвояваща компания и интензивен потребител на технологии в своите операции. Иновационният център на компанията Wal-Mart Labs, с 6 лаборатории по целия свят, присъства в Силициевата долина от около десетилетие и има седалище в Сан Бруно (южно от Сан Франциско). Иновационният център работи по проекти, свързани с актуални и нововъзникващи мобилните технологии, уебсайтовете и социалните медии. Wal-Mart Labs агресивно наема инженери и разработчици в Силициевата долина, но също така придобива много стартапи в области на интерес, включително: TastyLabs (бизнес за софтуерни приложения, който свързва хората чрез социален софтуер), OneOps (което позволява непрекъснато управление на жизнения цикъл на сложни, критични за бизнеса натоваарвания на приложения, базирани на cloud инфраструктура), Cosmic Voodoo (услуга за цифров стрийминг), Kosmix (която разработва търсачка, която се е опитава да определи намерението на потребителя), Tobit (оптимизатор на скоростта на сайта) и Inkiru (платформа за предсказуем анализ).

Източник: <http://siliconvikings.com/>

Hackathon

Независимо дали се наричат хакатони, хакфестове, хакове или кодефести, тези обикновено 48-часови маратон на brainstorming, спонсорирани от компании, организации с нестопанска цел, университети и други организации, са чудесен начин за успешен стартъп. Някои компании ги държат вътрешно; други са отворени за широката публика. Хакатоните обикновено събират разработчици, инженери, дизайнери, мениджъри на проекти музиканти, художници, предприемачи, вдъхновяващи умове и ентусиасти на хакатони с опитни ментори от най-големите технологични компании, за да превърнат големите идеи в работещ продукт в креативните индустрии. Участниците имат уникалната възможност да се срещнат със съмишленици от различни страни, да получат нови знания и да научат ценни умения от опитни ментори. Хакатонът предлага шанс да стартирате идеите си с професионална помощ. И, разбира се, в крайна сметка се обявява един победител с концепция, приложение, робот или уебсайт.

Prototron е стартиращ фонд за прототипиране в Европа, който осигурява безвъзмездно финансиране и наставничество за изграждане на прототип на технологична идея. Основана през 2012 г. от Swedbank, Талинския технически университет и Талинския научен парк Технопол. Те финансират екипи с висок потенциал за растеж в области Greentech, Electronics, Mechatronics и КТИ.



HackSheffield

JUNCTIONx
BUDAPEST

Hack Kosice

Garage48

5. ОБЩЕСТВЕНИ ФОНДОВЕ

Обществената подкрепа (преки субсидии, данъчни стимули, схеми за публично финансиране, заеми от публични органи) е много важна за КТИ. Пари, генерирани от правителството за предоставяне на стоки и услуги на широката общественост.

Безвъзмездните заеми са безвъзвратни средства или продукти, изплатени или дадени от една страна (изпълнители на безвъзмездни средства), често държавен отдел, корпорация, фондация или тръст, на получател, често (но не винаги) с нестопанска цел, образователна институция, бизнес или физическо лице. За да се получи безвъзмездна помощ, се изисква някаква форма на „писане за план“, често наричана или предложение, или заявление.

Повечето безвъзмездни средства се отпускат за финансиране на конкретен проект и изискват известно ниво на съответствие и докладване. Процесът на написание за безвъзмездни средства включва кандидат, подаващ предложение (или подаване) до потенциален финансиращ орган, или по собствена инициатива на кандидата, или в отговор на искане за предложение от финансиращия. Други безвъзмездни средства могат да бъдат дадени на лица, като жертви на природни бедствия или лица, които се стремят да отворят малък бизнес. Понякога кандидатите за безвъзмездни средства изискват кандидатите за безвъзмездни средства да имат някаква форма на освободен от данък статус, да бъдат регистрирана организация с нестопанска цел или местно правителство. Финансирането, свързано с проекти, включващо бизнес, общности и лица, често се урежда чрез заявление или в писмена форма, или онлайн.

Конкретни точки по отношение на публичните безвъзмездни средства за стартъпи:

1. Официален (често бюрократичен) процес на кандидатстване;
2. Ще трябва да докажете, че ще помогнете на правителството да реализира целите си;
3. Целите са различни от безвъзмездни средства (също се администрират от различни публични органи);
4. Ще трябва да инвестирате съвместно - така че докажете, че и Вие искате да го направите. Обикновено те никога не финансират 100% от проекти / дейности.

ЕС осигурява финансиране за широк спектър от проекти и програми, обхващащи области като:

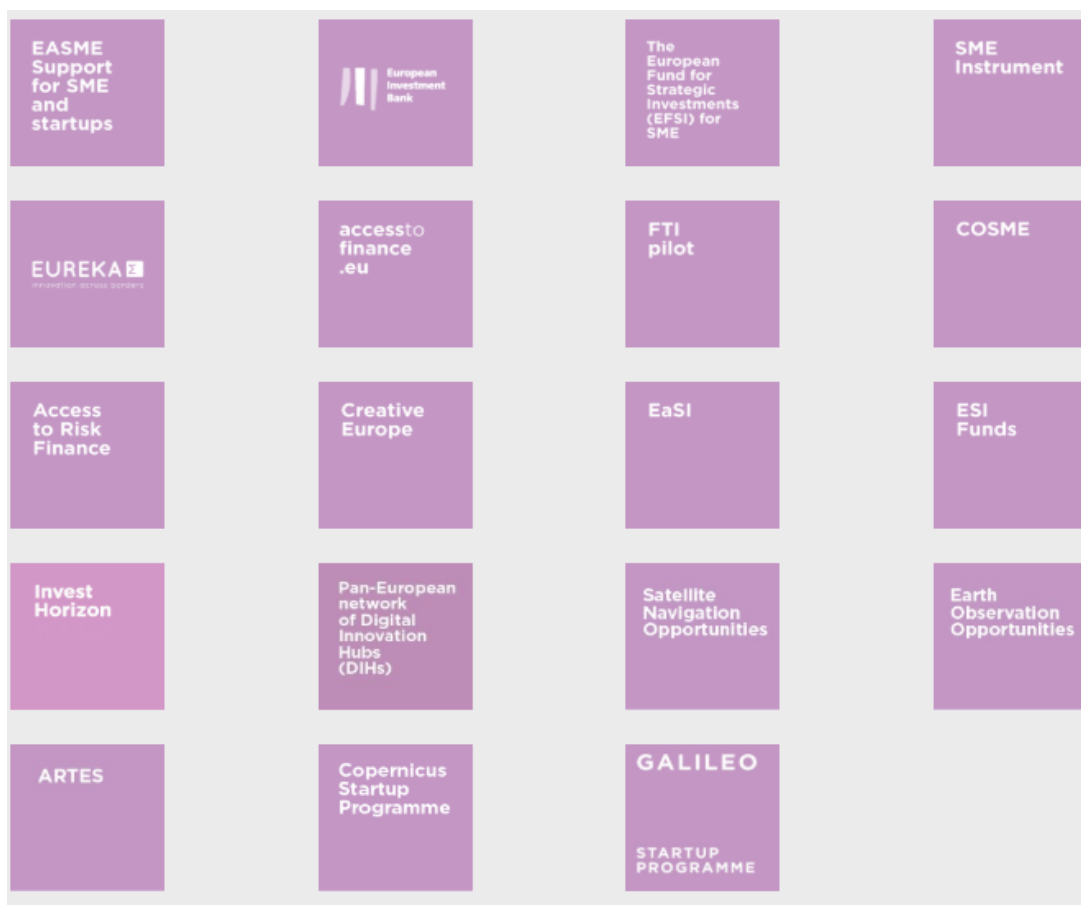
- Регионално и градско развитие,
- Заетост и социална интеграция,
- Земеделие и развитие на селските райони,
- Политики за морско дело и рибарство,
- Изследвания и иновации, или
- Хуманитарна помощ.

Финансирането се управлява съгласно строги правила, за да се гарантира строг контрол върху начина, по който се използват средствата и че парите се изразходват по прозрачен и отчетен начин. Основният източник за финансиране на научни изследвания и

иновации е т.нар. Програма „ЕС Хоризонт 2020“. Това е така наречената рамка за финансиране, която ще бъде продължена от Европейската комисия също от 2020 до 2027 г. под новото име „Хоризонт Европа“:

Схема на ЕС за Хоризонт 2020 за МСП: Безвъзмездни заеми за НИРД

Инструментът на ЕС Хоризонт помага на МСП с висок потенциал да разработят новаторски иновативни идеи за продукти, услуги или процеси, като са готови да се изправят пред глобалната пазарна конкуренция. Силно иновативните МСП с ясна търговска амбиция и потенциал за висок растеж и интернационализация са основната цел.



Изображение 4. Възможности за финансиране на стартапи, от Фондове и Подкрепа на ЕС
Скриншот от източника: <http://startupeuropeclub.eu/eu-funds-and-support/>

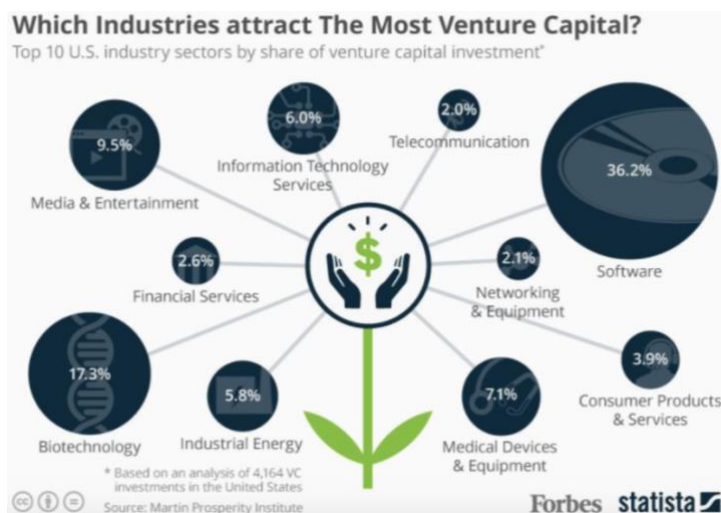
6. Бизнес Ангели и Рискови инвеститори

Рисковият капитал обикновено идва от компания или фирма. По своята същност това означава, че инвестира в нов бизнес с висок потенциал за растеж, но също така достатъчно голям риск, за да плаши банките. Рисковият капиталист (VC) е инвеститор, който осигурява капитал на фирми, показващи висок потенциал за растеж в замяна на дялово участие. Това може да бъде финансиране на стартапи или подпомагане на

малкия бизнес, който желае да расте, но няма достъп до пазарите на акции. Рискните капиталисти са готови да рискуват с инвестирането в такива компании, защото могат да спечелят огромна възвръщаемост на инвестициите си, ако тези бизнеси проспират. VC изпитват високи нива на откази поради несигурността, свързана с новия и недоказан бизнес.

По този начин, ако решите да поемете по този маршрут, бъдете готови да раздадете част от бизнеса си. Това обаче не винаги е лошо.

Например, сред известните рискови капиталисти са Джим Брейер, ранен инвеститор във Facebook (FB), Peter Fenton, инвеститор в Twitter (TWTR), Peter Theil, съосновател на PayPal (PYPL) и първият инвеститор на Facebook, Jeremy Levine, най-големият инвеститор в Pinterest, и Крис Сака, ранен инвеститор в Twitter и компанията за споделено пътуване Uber.



Изображение 5. Най-атрактивните индустрии за рискови капиталисти

От друга страна, инвеститорите - ангели обикновено са богати индивиди, действащи сами. И с двете обаче можете да събирате пари без дълг, но е важно да установите предварително и по договор колко голям контрол ще имат във вашата компания. Ако имате солиден бизнес план с финансови прогнози и сте уверени, че вашият бизнес може да осигури 10 пъти възвръщаемост на инвестициите, бизнес ангелите или рисковият капитал може да са правилният вариант за вас.

- Ангелските инвеститори могат да вземат дял от собствения си капитал в замяна на тяхната инвестиция
- Парите са тяхната мотивация!
- По-често е инвеститори-ангели да предоставят финансиране на бизнеса, когато те все още са в ранните етапи, докато рисковите капиталисти обикновено се стремят да се включат малко по-късно.

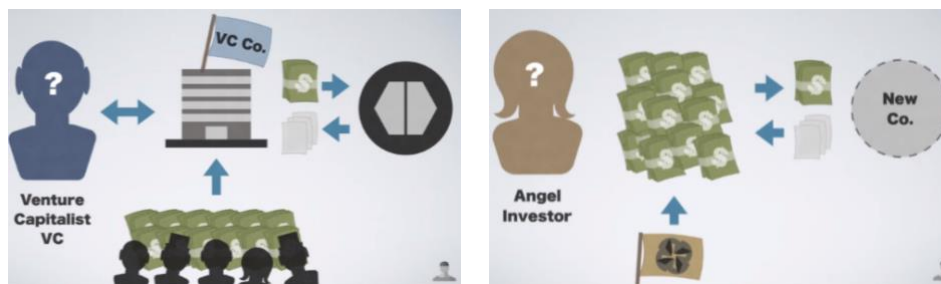


Image 6. Venture Capitalist VS Angel Investor

Screenshot from the source: <https://www.youtube.com/watch?v=677ZtSMr4-4>

7. CROWDFUNDING

Един от най-популярните начини за финансиране на бизнес, без дълг. Краудфъндингът (*от англ. crowdfunding, групово финансиране*) е процес на финансиране на предприятие или проект чрез набране на малки суми от голям брой хора чрез платформи в интернет, като финансируеми Kickstarter, IndieGoGo, rochetHub, Seedrs и др., които свързват предприемаческия продукт със света. Краудфъндингът се състои във финансиране на проект (като ново произведение на изкуството, запис на албум, концертни обиколки, създаване на филми) или начинание чрез събиране на малко количество финансиране директно от множество инвеститори с помощта на социални медии и интернет канали.

Има много различни видове краудфъндинг. Някои от тях са следните:

1. Групово финансиране въз основа на възнаграждение - когато хората залагат пари в замяна на определена облага или пакет (като платформи: IndieGoGo и Kickstarter)
2. Капиталово базирано финансиране - когато инвеститорите получават част от компанията в замяна на инвестицията си (като платформи: Crowdfunder, CircleUp и OurCrowd)
3. Кредитно финансиране въз основа на дарения - когато поддръжниците свободно даряват пари без каквато и да било награда или паричен стимул (като платформи: GoFundMe и JustGiving)
4. Рее-то-рее кредитиране - когато хората заемат пари извън традиционните банкови заеми (обяснено в точка № 3 Заеми); (като платформи: Lending Club и Prosper).

Краудфъндинг е събрал над 34 милиарда долара в световен мащаб.



Изображение 7. Стъпки за crowdfunding,

Източник: <https://www.freepik.com/premium-vector/crowdfunding>

Краудфъндинг променя музикалната индустрия, особено от страна на музикалната продукция. Записването, мастерирането и продуцирането на музика е скъпо предложение. Качването на албум в Spotify и други услуги за стрийминг на музика може да струва \$ 20 или повече, като физическите CD и винилови издания струват дори повече. Но краудфъндингът помага за компенсиране на тези разходи за музикантите, като същевременно предоставя на дарителите добавена стойност в подкрепа на любимите им изпълнения.

Най-значимите проекти, стартирани на платформата Kickstarter преди датата на публикуване:

- Музикантът Аманда Палмър събра 1,2 милиона щатски долара от 24 883 поддръжници през юни 2012 г., за да направи нов албум и книга за изкуство. Средно близо 50 долара на човек. Никак не е зле.
- „Най-готиният охладител“ събра общо \$13 285 226 от 62 642 поддръжници през юли 2014 г. Охладителят разполага с пасатор, водоустойчиви Bluetooth високоговорители и LED светлина.
- Зак Браун събира \$ 55 000 от над 6 900 поддръжници през септември 2014 г., за да направи купа с картофена салата. Забележително е, че първоначалната му цел беше само \$ 10, но кампанията му стана вайръл и привлича много внимание. Браун завърши с направата на картофена салата от над 3000 фунта (към 1400 кг.) картофи.



<https://www.seedrs.com/>



ROCKETHUB
www.crowdfunder.com/rockethub

KICKSTARTER

<https://www.kickstarter.com/>



<https://www.fundernation.eu/>



<https://www.ulule.com/>



<https://www.fundingcircle.com/uk/>

Препоръки за допълнителна информация

След като се запознаете с различни възможности за финансиране в зависимост от индустрията, в която работи вашият бизнес, препоръчително е да научите повече за това как да дефинирате вашето уникално предложение за продукт (УПП) и емоционална точка за продажба (ЕТП). Ето защо CreatINNES препоръчва да преминете и през *Програма за обучение „Креативно мислене за иновации“*, *комбиниран модул за обучение 6: Решаване на проблеми и критично мислене*, *Раздел 1 Информированост за марката*. В този раздел ще разберете как да изградите ефективна осведоменост за марката за вашата компания, като дефинирате вашето уникално продуктово предложение (УПП) и точка за емоционална продажба (ЕТП). За да развиете своето критично творческо мислене, от съществено значение е да разберете, че осведомеността за марката е важна, особено при пускането на нови продукти и услуги, и тя води до решенията на потребителите при диференциране между конкуриращите се компании.

В допълнение, можете да преминете и през *Раздел 3: Стратегии за финансиране и тяхното стратегическо значение* в този модул.

Препратки за Раздел 4:

1. Bartley, R. Danielsen; Stanley, B. Block; Geoffrey, A. Hirt. (2009). Foundations of Financial Management. McGraw-Hill Irwin; Thirteenth Edition.
2. European Commission. (2016). Good practice report, Access to finance for the cultural and creative industries (CCI). Luxembourg Publication Office of European Union, 2016. Взето от: <https://publications.europa.eu/en/publication>.
3. Creative industries – Routes to Finance, A guide to sources of funding and investment for arts, cultural and creative organisations. (2015). ICAEW, Corporate Finance Faculty. Взето от: <https://www.thecreativeindustries.co.uk>.
4. De Voldere, I., et al. (2013). Survey on access to finance for cultural and creative sectors. European Union 2013. Взето от: <https://ec.europa.eu/>.
5. Law, J. T. (2019, October, 4). Everything You Need to Know About Crowdfunding in 2019, The Complete Guide to Crowdfunding: The What, Why, Where, and How [Blog post]. Ecommerce Tips & Tricks. Взето от: <https://www.oberlo.com/blog/complete-guide-crowdfunding>.
6. The Hackathon Handbook. Взето от: <https://www.hackerearth.com/hackathon/>.

Раздел 5. Презентация пред инвеститори: Бизнес казус и как да го споделим с инвеститорите

Тагове:

Pitch, Presentation, Investor, Impression

Раздел 5 - Въведение

Значението на този раздел е огромно както предишните. Но в крайна сметка нищо няма да бъде от полза, ако нямате необходимите умения и способности, за да представите себе си и бизнеса си успешно пред инвеститорите и да ги убедите, че вашата идея е

много обещаваща, а финансирането за нейното осъществяване е от съществено значение.

Несъмнено е от първостепенно значение да се научите как да представите добре идеята си - както за потенциалните инвеститори, така и за по-важното, за вашите ранни клиенти.

Какво е Pitch Deck и как да го създадете за инвеститори?

Pitch Deck обикновено е презентация с 10 слайда, която трябва да даде кратко резюме на вашия стартъп, вашата визия за стартъпа и бизнес план. Има различни цели, поради които може да ви послужи Pitch Deck за презентации - от опитите да се срещнете с нов инвеститор, до представянето пред сцена и всеки един от тях трябва да следва различна структура. Това е първото впечатление, което може да оставите на инвеститорите за вашия бизнес и той трябва да изглежда страхотно.

Демонстрационната презентация, например, трябва да бъде много визуална и да съдържа малко текст. Ще се вижда отдалеч и ще говорите пред всички. От друга страна, демо презентацията, която планирате да изпратите по имейл, трябва да бъде изпълнена със съдържание и напълно обяснима. Ще се вижда на монитор на лаптоп, така че малкият шрифт не е лоша идея.

Като цяло, всеки pitch deck следва тази структура:

<p>➤ Въведение: ПРЕДСТАВЕТЕ СВОЯ СЛУЧАЙ, ВАШИЯ ПРОБЛЕМ И ПРЕДЛОЖЕНОТО РЕШЕНИЕ</p> <p style="text-align: center;">Корица Проблемът Решението Демонстрация на продукта</p>	<p>➤ ЗАЩО ЩЕ ВИ НАПРАВИМ БОГАТИ: ДОКАЖЕТЕ, ЗАЩО ЩЕ ГИ НАПРАВИТЕ БОГАТИ</p> <p>Размер на пазара Бизнес модел Конкуренция Скрита „магия“ План за излизане на пазара Екип</p>	<p>➤ ЗАКЛЮЧЕНИЕ: УЛАВЯ ВНИМАНИЕТО НА ХОРАТА ЗА ОСТАНАЛАТА ЧАСТ ОТ ПРЕЗЕНТАЦИЯТА</p> <p>Ефекти / Основни етапи Информация за набиране на средства</p>
---	---	---

Например, **Guy Kawasaki** е известен проповедник на презентации. Той е съветник на бизнес звеното на Motorola на Google и главен посланик на Apple.

Подходът на Kawasaki е много стриктен по отношение на броя на слайдовете; той подчертава, че трябва да има 10 слайда. Не сме непременно съгласни с това, защото вероятно искате повече, например 20 хубави и чисти слайда срещу 10 натъпкани слайда, но той е експертът.

Неговата презентационна структура съдържа: **Заглавие, Проблем / възможност, предложение за стойност, скритата магия на продукта, бизнес модел, план за излизане на пазара, анализ на конкуренцията, управленски екип, финансови прогнози и ключови показатели, текущо състояние, постижения към днешна дата, график и използване на средства (наистина, всичко в един слайд?).**

Това, с което се съгласяваме, е цялостната структура и начина провежданена презентацията. Виждате ли, естествено е да започнете да говорите за проблема, който

Упражнения

Упражнение 1. По пътя към растежа на бизнеса

Колкото и амбициозни и невъзможно да звучи да се направи план относно в коя посока ще тръгне един стартап, имайки предвид много фактори и пречки, които могат да повлияят на реализацията на плана е много важно от самото начало да знаете накъде сте тръгнали и къде искате да стигнете. И сигурно сте мислили за това. Със сигурност не сте започнали нещо, без да очертаете план за желаните от вас бъдещи постижения. Със сигурност не сте случайно тук.

Така че, за да тръгнете по пътя към силен растеж, ви насърчавам действително да направите това упражнение, да го напишете, защото само „мисленето, което ви е довело до тук, няма да ви отведе до крайната цел“.

Стъпка ЕДНО: Определете къде се намирате днес и какво ви е довело тук.
Каква е вашата идея? Тествали ли сте я с потенциални клиенти?
Генерирали ли сте доходи? Правили ли сте продажби?
Според етапите на жизнения цикъл на бизнеса, които обяснихме, и техните характеристики и предизвикателства, можете ли да разпознаете етапа на вашия стартап?
Какви са вашите текущи разходи и доходи?
Колко пари влизат и излизат от вашия бизнес в рамките на един месец и опитвали ли сте се да планирате за бъдещ период?
Колко служители имате?
Колко часа работите на ден или седмица, само за да се задържите на повърхността?
Напишете добрите и лошите стратегии (ако има), които са ви довели до тук.
Стъпка ДВЕ: Определете къде точно искате да бъдете след една година.
Какви са вашите краткосрочни и дългосрочни цели?
Какво се надявате да постигнете след една и пет години?
Как би функционирал вашият бизнес? Бихте ли правили бизнес офлайн или онлайн? Колко часа бихте предпочели да работите на ден или на седмица?
Можете ли да изчислите потенциален доход въз основа на вашите прогнози за броя на клиентите?
Какви знания трябва да придобиете, за да достигнете това ново ниво?
Какви действия трябва да спрете да правите?

С какъв тип хора трябва да се обградите, за да растете?
Колко пари трябва да заемете, за да постигнете плана си?
Какви са вашите пазарни възможности?
Кой вече е постигнал нивото на растеж, което желаете?
Стъпка ТРИ: Определете как ще стигнете до там.
Направете ясна картина на пътя, който ви води от точка А до точка Б, на логически етапи.

Упражнение 2. Определете финансовите си нужди

Моля, опитайте се да отговорите на следните ключови въпроси:

1. Защо са ви необходими пари? Обяснете финансовите си нужди.
2. Какъв е максимумът, който ще инвестирате и колко дълго това ще позволи на бизнеса да работи? Направете малко проекция.
3. Колко време смятате, че ви е необходимо, за да реализирате бизнес целта си?
4. Опитвали ли сте някога да получите достъп до някакво алтернативно финансиране и ако да, кое?
5. С какви предизвикателства сте се сблъскали по този път?

Упражнение 3. Източници на финанси

Вярно (Т) или Грешно (F):

Вътрешните източници предоставят ограничена сума пари	Т
За растеж и разширяване са необходими бизнес финанси	Т
Заемните средства се предоставят от собственици на капитал	F
Неразпределената печалба е външен източник на финансиране	F
Дългосрочното финансиране е по-рисковано	Т
Финансирането от външни източници е по-скъпо	Т

Упражнение 4. Проучете вашите финансови възможности

Как финансирате идеята / бизнеса си до момента? Кои източници на финансиране сте използвали?

Проучете няколко онлайн платформи и центрове, които предлагат друго творческо финансиране, различно от това, което вече сте използвали. Разгледайте услугите и възможностите, които те предлагат за бизнеси като вашия.

Упражнение 5. Подгответе презентацията на вашия бизнес

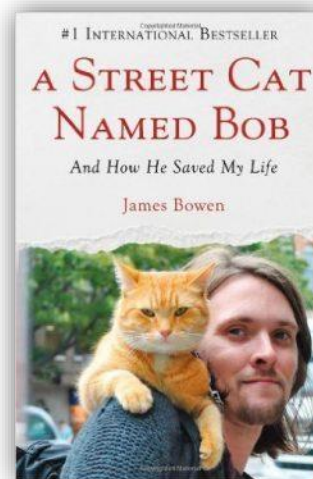
Опитайте се да обобщите цялата информация и упражнения, за да направите идеална презентация за вашия старт / бизнес, която ще впечатли потенциалните бъдещи инвеститори, както и клиентите.

Добри практики

Добра практика 1. Защо Адам Ролстън (филмов продуцент) от „A Streetcat Named Bob“ избра да повиши инвестициите във филми чрез Venture Giants

Това е успешен пример за филмов продуцент, който адаптира един роман за големия екран и става популярен. Вероятно нямаше да се случи без избора да се намери инвестиция във филма чрез Venture Giants.

Адам Ролстън завършва Кралския университет Холоуей в Лондон с магистърска степен по сценарий за филми и телевизия и през 2009 г. написва успешен сценичен мюзикъл / пиеса, който е прехвърлен в лондонската музикална зала „Уилтън“ през 2010 г., където се е радва на пълна разпродажба. През 2011 г. шоуто се премества и играе на фестивала в Единбург, а след това в САЩ. Пиесата се появява широко в медиите, включително Daily Mail, която казва, че: „Песните са изтъкани като низ от сладководни перли от писателя Адам Ролстън“



Изображение 9. Корица на незабавния NYT бестселър
Източник:

[:www.google.com/a+streetcar](http://www.google.com/a+streetcar)

Как се случва всичко?

Най-продаваната детска книга "A Street Cat Called Bob" наскоро излиза в кината на национално ниво във Великобритания и се превръща в културен феномен. Книгата е публикувана във Великобритания през 2012 г. и прекарва рекордните 70 последователни седмици в списъка на най-продаваните в Sunday Times. Тя е продадена в над 6 милиона копия по целия свят и е „Незабавен“ бестселър на „Ню Йорк Таймс“ и е номиниран за „десетте най-добри тийнейджърски четива за всички времена“, който включва най-продаваните книги като „Хари Потър“ на J.K Rowling и „Игрите на глада“.

Venture Giants, платформа за финансиране, създадена да обедини предприемачите и инвеститорите, е отговорна за намирането на филмовите инвеститори на Адам Ролстън за първия му филмов проект, а Адам Ролстън по-късно се заема да осигури правата върху филма за „A Street Cat Called Bob“, която вече предвижда да донесе голяма възвръщаемост на своите филмови инвеститори.

Именно от този успех Адам решава да напише и режисира „Meet Me On the Southbank“ и за това се обръща към Venture Giants.

Микробюджетното производство на филми в Обединеното кралство отбелязва експлозивен растеж, тъй като тези филми са сравнително евтини за производство и могат да доведат до феноменална печалба и да излязат за сравнително кратък период от време за бизнес-ангелите. Пример за това е микрофилм с подходящо заглавие „Веднъж“,

който е произведен през 2007 г. за £ 40 000 и носи награда „Сънданс“ и генерира над 20 милиона долара бруто по целия свят.

След като представя своя проект за развитие на филми, Venture Giants избира филмовите инвеститори, частни инвеститори и бизнес-ангели, на които да изпратят проекта за развитие на филма на Адам Ролстън.

С представянията, направени чрез Venture Giants, Адам Ролстън успява да набере над 30% от средствата, необходими за продуцирането му на романтичен комедиен филм, озаглавен „Meet Me On the Southbank“ от частен инвеститор, който Venture Giants му представи.

Забележително е, че Venture Giants е първото място, което Адам Ролстън опитва, когато се опитва да набере инвестициите си за филми, и не събира никакви средства преди това, тъй като повечето от неговите продукции са самофинансирани. В крайна сметка именно от тази продукция Адам успява да осигури правата върху филма за „A Street Cat Called Bob“, която излиза по кината на 11.11.2016 г..

Като директор на Venture Giants, Риши Ананд разказва, когато се среща с Адам Ролстън за пръв път - когато Адам е едва в най-ранните си етапи от кариерата си - Риши не може да не почувства, че има нещо много специално в Адам и че е било лесно да го види не само като успешен филмов продуцент, но и като голям предприемач.

Защо Адам Ролстън, продуцент на „A Street Cat named BOB“ избра Venture Giants да му намерят инвеститори

„Всички контакти, които получих чрез Venture Giants, бяха истински инвеститори с един конкретен контакт от лице с висока нетна стойност, което искаше да инвестира директно в нов бизнес“, продължи Адам Ролстън: „Venture Giants беше първият сайт, в който се регистрирах. Не мога да си представя как иначе щях да намеря инвестицията във филма.“

Източник: <https://www.venturegiants.com/news-channel-543-a-streetcat-named-bob.aspx>

Добра практика 2. Как an&angel става световно призната компания

Компанията an&angel е основана в Рига в креативния бизнес инкубатор „Creative Andrejsala“ в Латвия. Техните продукти са очила, разработени с помощта на уникални технологии и дизайн от следващо поколение. Сега техните дизайни се предлагат в 26 страни по света. През 2013 г. an&angel печели престижната награда за дизайн Red Dot в категорията Продуктов дизайн и Германската награда за дизайн през 2015 г. Това са само част от многобройните награди за дизайн и износ. An&angel също участва в няколко дизайнерски изложби, спечелвайки международно признание.



Изображение 10. an&angel Продукти за прибори за хранене, Източник: <https://www.google.com/an%26angel>

Творческият бизнес инкубатор „Creative Andrejsala“ подкрепя и помага на an&angel с пространство, маркетинг и производство на продукти. Той също така помага за развитието и укрепването на бизнес уменията и цялостната стратегия на екипа. В

резултат на това компанията повишава експортния си оборот до 60%, отваря търговска зала и създава световна репутация. <https://angel.lv/>

Източник: Доклад за добри практики, Достъп до финансиране за културните и творческите индустрии (КТИИ), <https://publications.europa.eu/en/publication>;

Относно CreatINNES

„Фрийлансъри и стартъпи в КТИИ“, разработен в рамките на проекта на ЕС CreatINNES – Стратегическо партньорство за иновация и развиване на бизнес умения в сектора на културните и творческите индустрии финансиран по схемата на Erasmus+ за 2018-2021.

Нашата програма за обучение по предприемачество съдържа следните 8 модула:

- Комбиниран модул за обучение 1 – Планиране, организиране и управление – визуализиране на предприемаческия път
- Комбиниран модул за обучение 2 – Бизнес планиране
- Комбиниран модул за обучение 3 – Маркетингова стратегия и елементи на маркетинговия микс
- Комбиниран модул за обучение 4 – Работа в мрежа, изграждане на екосистема и навлизане в международни пазари
- Комбиниран модул за обучение 5 – Как да финансирате растежа на вашия бизнес
- Комбиниран модул за обучение 6 – Как да създадете, защитите и управлявате вашата интелектуална собственост и права
- Комбиниран модул за обучение 7 – Дигитализиране чрез социалните медии
- Комбиниран модул за обучение 8 – Силни презентационни умения

Всичките модули са създадени с под ръководството и с подкрепата на международния екип CreatINNES от бизнес разработчици и участници в сектора на креативната индустрия, базиран в пет европейски държави: България, Франция, Германия, Унгария и Северна Македония.

Можете да откриете повече информация на страницата на проекта: www.creatinnes.eu

THAN K
YOU

