

МАТЕРИАЛИ ЗА ЕЛЕКТРОННО ОБУЧЕНИЕ (E-LEARNING)

МОДУЛ 4: Предприемачество

I. Какво е да бъдеш предприемач?

Дефиниция: Предприемач

Оксфордски речник

“Човек, който започва бизнес или бизнеси, поемайки финансов риск с надежда за печалба.”

Бизнес Речник

“Някой, който инициира организиране на сделка с идея за получаване на печалба и възможност, като човек, който взема решение, да реши как, колко и за кого да бъдат произведени стоки или услуги.”

Според икономиста Йозеф Алоис Шумпетер (1883-1950), предприемачите не са непременно мотивирани от печалбата, но тя се приема за стандарт на измерване на постиженията и успехите.

Дефиниция: Социален предприемач

Много е важно да бъде направена разлика между предприемач и социален предприемач, тъй като често те нямат общи цели.

Социалният предприемач е човек, който преследва идеални цели, чрез които разрешава проблеми на общността. Тези личности чрез своите инициативи поемат риск и правят усилия да реализират положителни промени за обществото .

Примерите за социални предприемачи включват и институциите, които дават микрокредити, образователните програми, предлагането на банкови услуги в отдалечени райони и помощ на деца при епидимични бедствия. Техните усилия са насочени към посрещане на незадоволени потребности на общности, които са изключени или нямат достъп до услуги, продукти, или жизнения минимум в сравнение с по-развити общности.

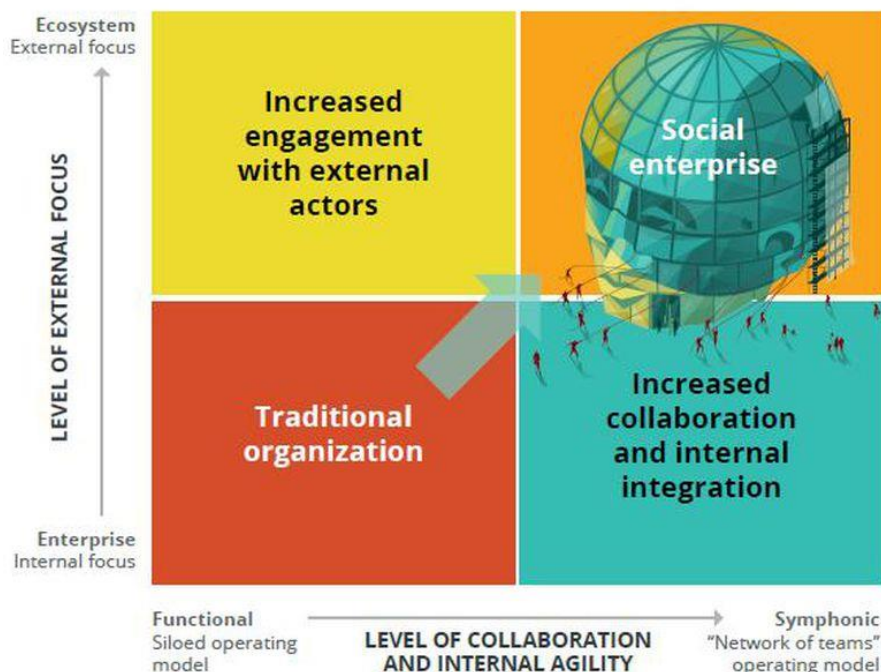
Основната цел на социалния предприемач не е да има печалба, но да реализира подобрения в обществото. Въпреки това, той трябва все пак да финансира своите начинания и да успее да осигури стабилност на бизнеса.

The rise in social enterprises (Forbes)

- 65% от компаниите към настоящия момент могат да назоват “приобщаващ разтеж” като една от трите си най-важни цели, вместо неясните “нарастващ пазарен дял” или “лидер в своята област. “Гражданското съзнание и социалния принос” се отбелязват като изключително важни при 77% от нашите респонденти, и темата, бе оценена като “най-малко”
- Необходимостта от създаване на имидж на 21 век извежда на преден план подобряването на системите за възнаграждение, съсредоточаването върху благосъстоянието на служителите и адресирането на проблема с дълголетие на работната сила, всички оценени като топ 10 в дневния ред за човешкия капитал.

Еволюцията на социалното предприятие:

The evolution of the social enterprise



Source: Deloitte Global Human Capital Trends survey, 2018.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Качества на предприемача

Според изследването на икономиста Йозеф Алоиз Шумпетер, предприемачът има следните основни характеристики:

1. Ценят много независимостта;
2. Стремят се към успех чрез съвършенство;
3. Те са силно оптимистични (в противен случай никой нищо нямаше да предприеме);

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"

4. Те винаги предпочитат предизвикателства със среден риск (нито твърде лесно, нито съсипващо);

Собственик на бизнес и предприемач: каква е разликата?

Предприемачът е лидер; собственикът на бизнес е мениджър. Лидерът се тревожи за хората, а мениджърът се тревожи за шефа. Лидерите работят за подобряване на системата, а мениджърите работят в системата.

Предприемачите знаят, че трябва да бъдат двете неща едновременно и лидери, и мениджъри. Те винаги започват кариера като лидери и я завършват като мениджъри.

Въпроси с множество възможности за избор:

Предприемач, най-общо казано (изберете всички, които според вас се отнасят до него) ...:

- a. поема премерени рискове;
- b. оптимист;
- c. изисква отлични постижения;
- d. обикновено поставя основите на бизнеса с няколко партньори или собственици, като обаче винаги се стреми да се разграничи от другите.

Предприемачът винаги трябва да работи в съществуваща система:

- A. Вярно
- B. Грешно

Според изследванията, повечето предприемачи се стремят към приобщаващ, включващ разтеж на своята фирма.

- C. Вярно
- D. Грешно

Как реагира един предприемач на провален проект или идея?

- a. "Добре, все пак опитам, да продължаваме"
- b. "Страхотно! Толкова много научих от този провал, че следващия път ще се представя по-добре.!"
- c. "Щом този проект се провали, значи и следващият ще бъде неуспешен"

Източници:

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/entrepreneur>

<http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneur.html>

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-entrepreneur.asp>

<https://www.forbes.com/sites/joshbersin/2018/04/03/the-rise-of-the-social-enterprise-a-new->

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"

II. От бизнес модел към бизнес план

Въведение

БИЗНЕС МОДЕЛ	БИСНЕС ПЛАН
<p>Бизнес моделът описва къде е позиционирана компанията в мрежата от значими индустриални предприятия, и как са организирани вътре в нея отношенията с доставчиците, клиентите, партньорите с цел да се генерира печалба.</p>	<p>Документът представя стратегията на компанията и очакваното финансово представяне за следващите години. Бизнес планът представя това позициониране като серия от стратегически дейности и резмера на финансовите постижения.</p>

Бизнес модел: какво е това и в какво обичайно се състои

Бизнес моделът е план на фирмата как да се създадат възможности и да се постигне печалба. Той обяснява какви продукти или услуги ще бъдат произвеждани и продавани, и как е планирано да се случи и какви разходи ще възникнат.

Какво включва бизнес моделът?

Бизнес моделът е план на действие, който стъпка по стъпка показва как да се управлява бизнеса и къде е неговото специфично печелившо място на пазара. Бизнес моделът за един ресторант, например, е изключително различно нещо в сравнение с бизнес моделът за създаване на фирма за онлайн продажби.

За да бъде създаден добър бизнес модел, например, трябва да бъдат изяснена стойността, ценността на бизнеса. Ценността на бизнеса се определя от това какво предлага компанията във вид на стоки и услуги и потребностите на потенциалните купувачи или клиенти, в идеалния случай по начин различен от своите конкуренти и другите фирми.

Бизнес моделът трябва да включва първоначалните разходи и източниците на финансиране, целевите групи - купувачи или клиенти, маркетинговата стратегия, конкурентноспособността, прогноза за приходите и разходите. Една от най-често срещаните грешки при стартиране на бизнес, е тази, че не се има предвид, че трябва да инвестираме финансови средства и усилия до момента, в който приходите и разходите се изравнят и започнем да имаме печалба.

Каква е ценността на вашия бизнес?

Каква е ценността на вашия бизнес? Ценността се отнася до бизнеса

или маркетинговото представяне на компанията, което трябва да представи най-общо защо потребителят трябва да купи продукт или да използва услуга. Това представяне убеждава потенциалния потребител, че един конкретен продукт или услуга ще добави повече стойност или ще реши по-добре проблем, отколкото други подобни предложения. Компаниите използват маркетингови послания, за да ги насочат към клиенти, които ще се възползват най-много от използването на продуктите на компанията.

Представянето на стойността на продукта трябва да се състои от ясни твърдения, които обясняват как продуктът решава проблем, комуникират неговата специфика и ползи и обясняват основната причина защо той е по-добър от други подобни продукти на пазара. Идеалното представяне на стойността на продукта е кратко и то влияе най-много върху решението, което ще вземе клиентът.

Бизнес план

А Бизнес планът е писмено описание на бъдещето на вашия бизнес. Най-кратко и точно казано е това - документ, който описва какъв е вашия план на дейности и как ще бъдат реализирани те. Ако сте записвали на гърба на листа, на който сте описали вашата стратегия, поне основните точки - вече имате бизнес план или поне - структура на бизнес план.

Бизнес планът може да ви помогне да представите задачите на всеки, който би го написал или прочел. Бизнес плановете се използват от търсещите инвеститор, предприемачи, за да убеди хората с пари, в ценността на бизнеса. Бизнес плановете могат да служат също така за привличане на ключови експерти, които търсят проспериращ бизнес, за сделки с доставчици или просто за да се управлява компанията по-лесно.

Въпроси с няколко възможни отговори:

1. Бизнес моделът се изработва _____ бизнес плана:
 - a. преди
 - b. след

Вашето представяне на стойността на стоката е:

- c. Цената, на която ще продавате продукта;
 - d. Твърдения, които описват защо вашата оферта е по-различна и по-добра от другите на пазара;
 - e. Твърдения, които описват целите на бизнеса.
2. Защо да изработваме бизнес план? (възможни са повече от един отговори)
 - a. За да помогнем за идентифициране на стойността и позицията на нашата фирма на пазара;
 - b. За да информираме и привлечем инвеститори;
 - c. Да получим кредит за стартови инвестиции.

Източници:

<https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp>

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"

III. Финансиране на бизнеса

Представяне

Всеки предприемач се нуждае от пари, за да започне своя бизнес. Тези пари трябва да бъдат различни от парите, които той използва в ежедневието, защото когато те са специално предназначени за първоначален капитал, той би могъл да се фокусира върху развиване на идеята си преди да е дошла печалбата. Поради това е толкова важно той да има бизнес план предварително, за да може с него да търси източници на финансиране.

Ето списък с възможни източници на финансиране:

Как да финансираш началото?

- лично (вашите собствени спестявания, наследство, печалба от лотария)
- вземане на заем (от приятел, член на семейството, банката)
- намиране на инвеститор (благотворител, ангел, който иска да финансира бизнеса или да ви стане партньор)
- спечелване на грант (правителствен (град, държава или университет), неправителствен (фондация) или комерсиален (компания или бизнесмени с пари))
- Инвеститорски фонд
- Други (бартер, доброволци и т.н.)

Лични средства

Sometimes Понякога се случва да имаме свои пари, независимо от къде сме ги спестили, наследили или спечелили.

Позитиви	Съмнения
Това са твои пари, ти си свободен да ги използваш по начин, по който желаеш	Странно е млад човек да е спестявал и да е събрал пари за стартов капитал. Когато си млад и неопитен, има голяма вероятност да загубиш парите си, правейки обичайните

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"

	грешки на начинаещите.
--	------------------------

Заеми

Пазарът е пълен с институции, които биха искали да ти продадат пари - с други думи - да ти дадат заем с лихва.

Позитиви	Съмнения
Това е популярен, често използван начин. Така си сигурен, че сделката с банката е легитимна и договорът е легален.	Ще трябва да докажеш на дадена институция, че ще си съгласен и ще изплатиш заема навреме. Поради тази причина, ти трябва детайлен бизнес план и идея, която заемодателят да намери за печеливша. Банковите заеми имат лихви, така, че в крайна сметка трябва да им платиш повече пари от колкото си взел на заем.

Инвеститор

Ти имаш идея, а те имат пари - когато бъде направена тази връзка, се чувстваш на седмото небе. Нека обсъдим бизнес плана ти с една институция или инвеститор.

Позитиви	Съмнения
Инвеститорите обикновено биват убеждавани по- лесно от една стойностна идея, отколкото от изписаните страници. Ако те видят потенциал, могат да инвестират в бизнеса дори на начинаещ предприемач.	Възможността да срещнеш инвеститор –ангел е рядко срещана и често се случва да си договориш среща, да задържиш вниманието на инвеститорите за кратко време, през което трябва да успееш да ги накараш да инвестират в теб. Също така, обикновено инвеститорите искат да станат съдружници в бизнеса ти, надявайки се, че по този начин ще имат почалба от своите инвестиции. Понякога те имат претенции да получат дори повече от 50% от дяловете на компанията.

Грантове

Безбройни институции искат да помогнат на предприемачите не толкова да получат печалба, колкото да помогнат на общността, нацията или страната си.

Позитиви	Съмнения
<p>Няма нужда да връщаш гранта обратно. По принцип институциите, предоставящи грантовете, се интересуват повече върху въздействието на бизнеса в полза на обществото. Такива грантове обикновено са насочени към социалния бизнес.</p>	<p>Компетентности - за да получиш грант трябва да познаваш добре формулярите и условията за кандидатстване. Бюрократичната работа, която е нужно да бъде извършена е много: детайлен бизнес план за да кандидатстваш, отчитане на всяка стотинка, постигане на целите, които си заложил. Ако не постигнеш обещания резултат - ще трябва да върнеш парите обратно.</p>

Начален капитал

Вместо да търсиш личност или институция, която да ти даде заем, можеш да се обърнеш към хора, които ще ти датат малка сума за начален капитал, събрана с помощта на някоя социална медия.

Позитиви	Съмнения
<p>Няма нужда да изплащаш обратно своя начален капитал (обикновено). Ако вашият начален капитал се събира с помощта на фондонабиране, могат да откликнат и поголеми инвеститори.</p>	<p>Няма гаранция, че на призива ще откликнат големи инвеститори. И тук има доста писмена работа, а така също трябва да плащаме рекламите в различните списания.</p>

Присъедини се към инкубатор

Инкубаторите са институции, които осигуряват стартовия капитал за позициониране на нов бизнес на пазара. Обичайно е те да ви осигурят работно място, финансови услуги и са освободени от някои такси, които веднага ви намаляват разходите.

Позитиви	Съмнения
<p>Попадаш в общност, която те подкрепя и ти помага да сбъднеш мечтите си и да имаш успех. Те разполагат с различни инструменти да задвижат твоя бизнес.</p>	<p>Не всеки тип бизнес може да бъде част от инкубатор. Също така, ако вашия проект изисква специфична експертиза, най-вероятно инкубаторът няма да може да ви я предложи.</p>

Преговаряй предварително

Всичко, което е нужно е само един клиент? Опитай се да преговаряш предварително. Ако можеш да впечатлиш един човек, който да плати, значи че би могъл да пуснеш "топката да се търкаля".

Позитиви	Съмнения
<p>Не само, че ти получаваш финансиране, но и вече има някой, който се интересува от това, което ти предлагаш. Това е най-добрата възможност да изградиш доверие, имидж на добър партньор, на когото може да се вярва - и кой знае - може би фондацията ще установи с теб дългосрочни бизнес отношения?</p>	<p>Ако си пропуснал нещо в своите изчисления - ще се окажеш не само с дългови - ти си нарушил своята дадена дума. Няма по-лоша реклама от тази.</p>

Other funding sources (barter, upcycle, volunteer)

Всъщност необходими ли са ти пари за да започнеш? Или всъщност ти трябва работници, работно място и други ресурси? Използвай своята креативност или своите контакти за да видиш дали не би могъл да се справиш без финансова подкрепа.

Позитиви	Съмнения
<p>Възможно е да се окаже, че ти е необходим много по-малко капитал в началото, в сравнение с това, което си очаквал.</p>	<p>Може би ще се наложи да вложиш много време, умения, да преминеш допълнителни обучения и т.н., така че трябва да бъдеш наясно, какво включва договорът.</p>

ВЪПРОСИ С ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР:

1. Избери три различни източника на финансиране на стартовата фаза на нов бизнес, от следните по-долу изброени, източници:
 - a. Инвеститори
 - b. Заеми
 - c. Грантове
 - d. Лични средства
 - e. Дарения онлайн
2. Избери два метода на финансиране, които изискват най-малко писмена работа:
 - a. Грант
 - b. Заем от банка
 - c. Заем от приятел
 - d. Групово финансиране
 - e. Бартер
3. Кои от бизнес начинанията е по-вероятно да получат безвъзмездно финансиране от общината?
 - a. Фирма, произвеждаща покер-машини
 - b. Фирма, предлагаща машини за продажба на тютюневи изделия

- c. Онлайн интернет страница, която свързва фермерите с клиенти, търсещи пресни плодове и зеленчуци
 - d. Агенция, която свързва хора с увреждания с евентуални работодатели .
4. Стартирате агенция, която ще набира циркови актьори за участие в бизнес, сватбени и други тържества. Коя ще бъде най-добрата бизнес сделка за вас?
- a. Местен младежки център ви предоставя място за офис и обучения, като в замяна предлага да включите местни младежи в курсовете за циркови артисти
 - b. Един възрастен приятел иска да препоръча услугите на център за възрастни хора срещу помощ за справяне с домакинската работа
 - c. Голям ресторант иска да ви предлага да бъде домакин на представленията в очакване по този начин да се свърже с нови клиенти
 - d. Компания за мобилни телефонни услуги ще ви направи отстъпка в цената на вашия телефон в замяна на безплатно представления по нейната кабелна телевизия

IV. Изграждане и поддържане на силна мрежа

Въведение

Как би могъл да осигуриш устойчивост на своето начинание? Това може да се случи чрез жизнен бизнес модел и подкрепа от силна мрежа с положително влияние.

Твоята мрежа представлява екосистемата, в която оперира твоя бизнес. В нея неизменно присъстват различни играчи като твоите конкуренти, твоите партньори и т.н. Ти трябва да имаш предвид и националните и глобални тенденции в индустрията и икономиката като цяло, както и развитието на технологиите.

Кой е включен в твоята мрежа?

- Екип: съдружници, работници, социални партньори
- Клиенти
- Доставчици, партньори
- Инвеститори: тези, които отпускат безвъзмездното финансиране, ангели инвеститори, семейство
- Връстници

Може да бъдат повлияни само два фактора: твоето взаимодействие с директното обкръжение и твоя имидж. Тези фактори не могат изцяло да бъдат контролирани, защото взаимодействието, както е известно, е двупосочен път и ти не можеш да контролираш действията на другите хора. Твоя имидж е в комбинация между картината, която ти представяш за себе си и картината, която

другите представят за теб. Как можеш да бъдеш сигурен, че тези фактори ще работят изцяло в твоя полза?

Техники за създаване на мрежа от връстници

- работи за своята лична марка (история, кратко представяне, представяне в социалните медии)
- бъди активен член на онлайн комуникациите;
- участвай в срещите на мрежата
- участвай в индустриалните конференции и панаири

Повече информация може да бъде намерена на:

<https://influencermarketinghub.com/what-is-personal-branding/>

<https://brandyourself.com/definitive-guide-to-personal-branding>

<https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2018/11/08/10-golden-rules-personal-branding/#7d33b7d358a7>

ВЪПРОСИ С ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР:

1. Как да направим добро впечатление в кореспонденцията по е-мейл?
 - a. Поставете хубава цветна снимка;
 - b. Включете вашето име и фамилия в е-мейл адреса
 - c. Поставете информация за контакти във футъра (вкл. Мобилен телефон, адрес за контакт)
 - d. Добавете подаръци и анимации в е-мейла I
 - e. Уверете се, че домейнът е сериозен и на уважавана компания (gmail или @yourcompanyname.com)
2. По време на събитие, трябва да:
 - a. Раздавайте колкото може повече бизнес карти;
 - b. Слушайте активно и се интересувайте от бизнеса на участниците и техните марки
 - c. Обещавайте, че ще станете на някого клиент и така и той ще стане ваш
 - d. Съберете колкото може повече визитни карти
 - e. Изслушвай и говори и по други теми, а не само за бизнес
3. Току-що си стартирал своя бизнес, сега е време за:
 - a. Смени своя статут във Фейсбук с “Изпълнителен директор”
 - b. Оптимизирай своята интернет страница, за да бъде лесно намирана в гугъл
 - c. Купи си подходящо бизнес облекло

- d. Започни да си изграждаш имиджа на експерт като стартираш собствен блог, стани част от дискусиите в индустриалните форуми и търси възможности да показваш своя продукт или услуга
- e. Дай идея на своите потенциални клиенти да мислят, че си отворен за бизнес

V. Създаване на климат за иновации

Въведение

Много бизнеси са организирани и повтарят стари модели, стари методи и стари стратегии. Но ако ти искаш да имаш успех, трябва да бъдеш творец и да опиташ своята компания да бъде различна. С други думи – трябва да си иновативен!

<https://www.raconteur.net/business-innovation/business-innovation-guide>

Как да създадем климат на иновации?

- Отвори съзнанието си (1)
- Отвори сърцето си (2)
- Отвори календара си (3)

1. Съзнание – впрегни своята креативност

- вземи уроци по креативност
- експериментирай с различни техники
- прилагай иновации и в ежедневието си

2. Сърце – отвори го

- поеми риска и го планирай
- възприемай съвети
- погледни от друга гледна точка

3. Календар – допринасяй за иновациите

- направи си план да се образоваш. Новите идеи идват от нови знания.
- отделяй време да провеждаш мозъчни атаки заедно със своя екип
- отдели време за “doodle”

ВЪПРОСИ С ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР:

1. Какво убива иновацията?
 - a. сроковете
 - b. външната критика

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"



- c. психическия комфорт
- d. правилните правила
- e. високите очаквания

2. Какво подкрепя иновацията?

- a. Подкрепящ екип
- b. Много храна
- c. Следване правилата на мозъчната атака
- d. Тъмнината и тишината
- e. Необходимост от усъвършенстване

Appendix - business case

Случай - Zoe Damacela

Име: Zoe Damacela. Позиция: собственик на марка дрехи. Място на живеене: неизвестно.

Възраст: 20.

Източник: http://www.wysokieobcasy.pl/wysokieobcasy/1,53660,13438657,Kariera_Zoe_Damaceli_biznes_modowy_w_stylu_american.html

Farah Damacela, майката на Зоуи, идва в САЩ от Еквадор. Тя е била на 19, когато е родила Зоуи. Тя работи всяка работа, която ѝ попадне, и така ѝ е възможно да плаща образованието си (тя посещава училище след прекъсване). Тя работи като администратор в магазин, сервитьорка и клоун на детски партита. Заплатата ѝ стига да свързва двата края, но не е достатъчно да живее спокойно. Двете със Зоуи нямат собствена къща, спят чест у приятелско семейство или на улицата. Така се местят от град в град. Днес, ако попитате Зоуи от къде е, тя ще ви посочи три различни места. От няколко години живеят в център за бедни семейства в Санта Барбара. Както казва Зоуи: „Имахме собствена стая, но обща баня и тоалетна. Мразех това място“. Но там Зоуи научи как се печелят пари.

Зоуи е на 8 и вече иска да има скутер. Не просто скутер, а трябва да бъде Razor скутер. Всички нейни приятели имат някакъв подобен. Струва 60\$. Фра ѝ отказва, защото 60\$ са половината ѝ месечна заплата. Но Зоуи настоява. В крайна сметка Фра ѝ обещава само половината пари и Зоуи започва да мисли как да спечели останалата половина.

‘Нямах роднини, които да помоля за заем. Нямах нищо ценно, което да продам, за да мога да купя колелото. И така реших да направя нещо. Взех хартия, филцови ленти и пастели, и направих Коледни картички. Обикалях от врата на врата и ги продавах по два долара всяка. Мислих си, че съседите си ги купуват, само защото съм мила.“ Зоуи спечелва \$30 за един ден. Фра спазва обещанието си и дава на дъщеря си другата половина от нужната сума. Тя е удивена. Тя е очаквала, че Зоуи ще научи колко трудно е да печелиш пари и защо не може да има неща, които приятелите ѝ ги имат, но точно обратното – Зоуи се е научила нещо съвсем различно: ‘Аз не мога да стоя и да чакам нещата да се случат от само себе си. Ако наистина искам нещо, трябва да намеря начин да го получа’ казва Зоуи днес.

Когато Зоуи става на 14, получава подарък шевна машина за Коледа. Машината е евтина, базов модел от Walgreens (верига магазина за евтини стоки). Изглежда по-скоро като играчка, а не като професионална машина. Но подходяща за начинаещи. Зоуи научава основните операции в

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"

училище. Първото ѝ произведение – джоб на дреха – изглеждаше доста неелегантно. По нейните спомени приличал на два триъгълника съшити заедно. Но с течени на времето, Зоуи ставала все по-добра. Тя започнала да прави дизайн на свои собствени дрехи. Все по-често носела свои собствени дрехи в училище – рокли, поли и блузи. Тя не следвала стила на професионални дизайнери, но всеки се възхищавал от нейните модели. Когато имала астрономия в училище, си шиела „астрономическа рокля“. Нейните приятели наистина харесвали дрехите ѝ. ‘И аз искам такава пола, моля те Зоу, уший ми – чувала тя все по-често. Така започнала да шие за приятелите си. Първият клиент била нейната най-добра приятелка Симоне, която купила рокля балерина, която струвала 13 \$. Скоро след това, все повече приятели и техни приятели имали поръчки към нея. Тя започва с 2 – 3 поръчки на месец и стига до 20 – 30. Налага се всеки ден да работи. ‘Връщах се от училище в къщи, написвах си домашните и шиех. Когато приключвах, вече беше тъмно, и така ден след ден. Приятелите ми се мотаеха след училище, а шиех’ каза тя. За три години успява да продаде повече от 350 дрехи.

Зоуи продава дрехи за 25 долара всяка. Тя продава дрехи промоционално за 150\$, които са достатъчно да си купи малко платове, да отиде на кино и да купи малко храна. От стратегическа бизнес гледна точка, има много печалба от нейната работа. Всъщност тя продава първата си дреха за 13\$ вместо за реална цена - 100\$.

В края на деня, Зоуи е само една тийнеджърка, която обича да шие, а не бизнес дама. Тя няма идея за управление на парите и бизнес план. Тя се премества в бизнес клас в училище. Там тя научава какво е бизнес план, как се изчисляват разходите и приходите, как да влага и намалява разходи, как да изчислява цената на готовия продукт и процента печалба.

В края на учебната година всеки ученик е трябвало да подготви бизнес план, с който да участва в състезание. Най-добрият щял да бъде избран от жури, състоящо се от опитни бизнесмени. Зоуи се представя със собствената си марка – Zoe Damascela Apparel, име за което тя е работила през последните три години. Всяка дреха трябва да отговаря на стила на клиента и неговата личност. Тя очаква да продаде повече от 120 дрехи на година, всяка за около 300 \$. За всеки инвестиран долар, възвращаемостта, която се получава е \$11.10 . Зоуи записва това в своя бизнес план.

Журието много харесва нейното представяне и ѝ присъжда награда от 2000 \$. ‘Може да се каже, че тя знае много добре какво прави’ казва един от съдиите в интервю пред местната медия, ‘Този план може да бъде трансформиран в план от \$15000 до бизнес за милиони’ добавя друг съдия.

"Финансовата подкрепа на Европейската комисия за разработването на тази публикация не представлява потвърждение на съдържанието ѝ. Съдържанието на публикацията изразява единствено вижданията на авторите ѝ, а Комисията не носи никаква отговорност за информацията и нейната последваща употреба"

Две седмици по-късно Зоуи участва в друго състезание, което е посветено на бизнес и печели награда от 5000 \$. Така също участва в национално бизнес състезание, организирано от NFTE и печели награда от \$10000.

Тогава Зоуи регистрира официално своя фирма. Тя използва спечелените пари да си купи похубава шевна машина и по-добър плат. Поръчва си визитки и интернет страница. „Хубави дрехи за хубави хора“ е мотото на Zoe Damascela Apparel motto. Нейното лого са две хубави розови русалки. Zoe Damascela получава национална известност благодарение на ‘Седемнадесет’, едно от най-популярните списания, което обявява конкурс за ‘уникално и автентично момиче за корицата’. Те търсят обикновени момичета, които правят специални неща – работят за своята общност или имат интересно хоби. Зоуи участва и отива на финала с две други момичета. (...) Тя печели конкурса. Тя получава медийна реклама в цялата страна. Поканена е в радио и телевизионни шоу програми. Вестниците публикуват статии за нея. Тя започва да изнася лекции на бизнес конференции, където е представена като пример как човек може да постигне сам мечтите си. Заедно с много други, тя е поканена във фондацията Among many others, she is invited to a Clinton Foundation meet “Клинтън”. Тя държи реч на местното издание на TEDx и при откриването на Старт ъп Америка, една от инициативите на президента Обама, която цели да укуражи младите хора да започнат свой собствен бизнес. Гост е в ‘The Tyra Banks Show’ и участва във събития на фондацията на Опра Уинфри „Ангелска мрежа“.

Зоуи не може да се справя вече с работа си. Налага се да си намери шивачки. Тя се фокусира върху интернет. Зоуи има интернет страница, активна е и в социалните медии. Поръчките се правят през интернет – избираш стил и цвят, попълваш своите мерки и след не повече от две седмици – поръчката ти се доставя. Около 20% от поръчките са от чужбина – места като Канада, Латинска Америка или от Шри Ланка.

Зоуи прави дизайна на уникалните дрехи, които стават все по-скъпи (около \$300, а празничните и булченските повече от \$2000), които на масовия пазар биха се продавали по 100 \$ всяка.

Днес, Зоуи Дамасела Аппарел е наела повече от 10 човека. Между тях е и майка ѝ, която е вице-президент на фирмата (тя е запазила и своята работа на социален работник), един счетоводител и двама души, отговарящи за интернет сайта. Някои от шивачките работят на свободна практика. Зоуи прави дизайн през цялото време. Тя следва едно просто правило: прави дрехи, които би носила. ‘Това е предимството ми пред конкуренцията’ – казва тя. Тя и до сега не следва стила на



някой известен дизайнер; въпреки, че се осведомява за модните тенденции. 'Ако е модерно минито, а моите поли са дълги, никой няма да иска да ги купи' казва тя.