



<http://uard.bg>

New Knowledge Journal of Science

Списание за наука „Ново знание“

Academic Publishing House "Talent"
University of Agribusiness and Rural Development - Bulgaria

Академично издателство „Талант“
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

OPPORTUNITIES OF ESTABLISHING AN ACCOUNTING COMPANY

Sedefka Chakarova

University of Agribusiness and Rural Development – Plovdiv, Bulgaria

Key words:

accounting
competitiveness
market
quality

Abstract

The paper presents opportunities to establish an accounting company as a successful business through market analysis, identification of key features of the product which the company could offer and formulation of a marketing strategy. Outlining strengths, weaknesses, opportunities and threats of such a business, the analyzes display the appropriateness of the idea, but also the need for the in-depth forecasting of financial and cash flows.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА СЪЗДАВАНЕНА СЧЕТОВОДНА КАНТОРА

Седефка Чакърова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Ключови думи:

счетоводство
конкурентоспособност
пазар
качество

Резюме

Разработката представя възможностите за създаване на счетоводна кантора като успешен бизнес чрез анализ на пазара, определяне на основните характеристики на предлагания фирмен продукт и формулиране на маркетингова стратегия. Очертавайки силни и слаби страни, възможности и заплахи на подобен бизнес, анализите извеждат целесъобразността на идеята, но и необходимостта от по-задълбочено прогнозиране на финансовите и паричните потоци.

ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящата разработка изследва възможността за създаване на счетоводна кантора в гр. Пловдив.

Мисията на фирмата, която я легализира пред обществеността, е: „Ние помагаме на нашите клиенти да се съсредоточат в основните си бизнес цели, като поемем грижата за тяхното счетоводство“.

Водещите принципи на фирмата са:

- качество на предлаганите услуги;
- поверителност относно предоставената информация от клиентите;
- бързи реакции при екстремни счетоводни, данъчни и трудово-правни ситуации;

- пълна информираност на клиентите при промяна на законовата база;
- лоялност и коректност.

Идеята за създаване на счетоводна кантора се ражда в резултат на установените трайни потребности на фирмите от счетоводни услуги, които спомагат за намаляване за административните трудности, свързани със счетоводната дейност, печелят с благоприятно прилагане на нормативните документи и отличната данъчна сигурност. Така клиентите на счетоводни кантори ангажират цялото си внимание за успешното развитие на своя бизнес.

Основните цели са:

- утвърждаване на името на фирмата;

- създаване на добър имидж;
- достигане на добра печалба;
- изграждане на множество контакти и лични отношения с управители и мениджъри на български фирми, които биха били потенциални клиенти;
- задоволяване на потребителското търсене и нуждите на клиентите.

АНАЛИЗ НА ПАЗАРА

От извършено представително изследване на заплащането в сферата на счетоводните услуги става ясно, че при наличие на под 600 документа на месец за една компания е по-ефективно да повери дейността по счетоводното обслужване на външен изпълнител, отколкото да наеме счетоводител на щатна длъжност:

- Спестяват се средства от издръжка на индивидуален щатен счетоводител - заплата, осигуровки за сметка на лицето и за сметка на работодателя и други.
- Спестяват се разходи за поддръжка на отделно работно място - компютър, принтер, бюро, място в офиса, консумативи.
- Спестява се от скъпо струващ специализиран счетоводен, правен и ТРЗ софтуер.
- Спестяват се разходи за обучение, специализирана литература (вкл. периодична).
- Получава се компетентна помощ в области, свързани с финансово-счетоводната и правна дейности.

• Не се губят пари, време и нерви за глоби от евентуално пропуснати нормативни срокове. Пазарът като цяло е представен от множество фирми. Пазарният дял, на който се разчита като начало, не е голям, но е достатъчен да спомогне за осъществяване целите на фирмата.

Смятаме, че успешно ще можем да се вместим на пазара на счетоводни услуги поради няколко причини - осигурени вече връзки, както и конкурентоспособността на предлаганите услуги.

От направеното проучване на потенциалния пазар на населеното място се установява, че липсва фирма, която да извършва счетоводни услуги. От статистическите данни се установява, че от регистрираните в гр. Пловдив фирми 87% ползват услугите на счетоводни кантори от гр. Пловдив.

Общо потенциалът на този пазар се определя на около 120 до 150 услуги/месец.

Проведена е анкета за проучване на потребностите, съдържаща следните въпроси:

- Бихте ли избрали услугите на счетоводна кантора?
- Смятате ли, че предлаганите цени от фирмата са достъпни за вас?
- Каква сума за услугата бихте заплатили?
- Какво бихте желали от кантората, която ви обслужва?
- Какви са вашите изисквания, на които трябва да отговаря кантората, която ще ви обслужва?

- Смятате ли, че ще можете да се доверите изцяло на кантората?
- Не се ли притеснявате от изнасянето на информация за вашата фирма?
- Ако сте доволни от обслужването, бихте ли препоръчали и на други ваши колеги услугата на тази фирма?

Таблица 1. Резултати от проведената анкета

| Анкетиран | Мъже | % | Жени | % |
|---------------------|------|----|------|----|
| Положителен отговор | 35 | 80 | 25 | 50 |
| Отрицателен отговор | 15 | 20 | 25 | 50 |

В резултат на анкетата, проведена чрез пряк разговор с потенциални клиенти, е установено, че:

- Съществува незадоволено търсене на счетоводни услуги в средния и ниския ценови диапазон.
- В определени случаи клиентите са готови да заплатят всяка поискана им разумна цена при положение, че това ще допринесе за повишаване на сигурността в делата на фирмата им.
- Клиентите държат не толкова на най-ниската възможна цена, колкото на своевременното и качественото изпълнение на услугата.
- Клиентите предпочитат услугата да се извърши от човек от района, когото познават или някой познат им го е препоръчал.
- Предпочита се плащане в брой.

Данните показват, че мениджмънтът на кантората трябва да ориентира своята политика главно към успешно конкуриране на пазара, като предлага качествени и сравнително по-евтини услуги от конкурентите. Ориентацията на фирмата е пряко свързана с проучване на динамиката в потребностите на клиентите, стимулиране на потреблението, иновации и ниски разходи.

Пазарът на счетоводни услуги в България се развива при условията на силна конкуренция. На него участват както големи счетоводни къщи, така и непознати новосъздадени фирми. Този род услуги за част от фирмите се извършват от самостоятелно действащи счетоводители, често препоръчвани от познати. Цените са твърде различни. Част от по-големите фирми в района се поемат от специализирани счетоводни кантори от гр. Пловдив. Може да се каже, че конкуренцията в района е слаба.

На база на направените проучвания би могло да се изведе следният анализ:

Благоприятни възможности:

- финансово стабилизиране на страната;
- подобряване на инвестиционния климат;
- нарастване на потреблението на счетоводни услуги в България;
- популярност и добро реноме сред жителите на района;

- добри отношения с институции и органи на местната власт;
- изграждане на трайна потребителска лоялност и доверие към услугите на кантората.

Заплахи:

- изострена конкуренция и стремеж за агресивно навлизане в българския пазар на нови фирми, предлагащи аналогични услуги;
- зависимост на потребителите от агресивни рекламни кампании;
- нарастване на изискванията за съответствие с европейските стандарти;
- ограничаване на потреблението на счетоводни услуги;
- свиване на пазарния дял;
- повишаване на разходите;
- засилване на позициите на конкурентите и опити за дъмпинг;
- нелоялна конкуренция.

Силни страни:

- висококвалифициран персонал и съобразени със стандартите условия за труд;
- висока конкурентност и качество на предлаганите услуги;
- добри финансови показатели и финансова стабилност; благоприятни кредитни условия;
- конкурентна ценова политика;
- разширяване на асортимента на предлаганите счетоводни услуги, съобразени с изискванията на клиентите;
- усъвършенстване на качеството в съответствие с изискванията на потребителите и международните стандарти;
- отделяне на 30% от печалбата за реклама и насърчаване на продажбите.

Слаби страни:

- неатраaktivна реклама;
- ограничен асортимент на предлаганите услуги в сравнение с конкурентите;
- проблеми с работната сила и увеличаване на дела на разходите за работна заплата и осигуровки;
- ограничения в инвестициите;
- ограничаване на разходите за реклама.

ФИРМЕН ПРОДУКТ

Предмет на дейността на фирмата:

- счетоводно обслужване на физически и юридически лица;
- изготвяне на индивидуален сметкоплан;
- фирмено счетоводство;
- формиране на счетоводна политика, междинни финансови отчети;
- водене на складови наличности, обработка на първични счетоводни документи;
- пълно счетоводно обслужване;
- текущи счетоводни операции;
- изготвяне на оборотни ведомости;
- изготвяне на баланс; отчет за приходи и разходи; отчет за паричните потоци; отчет за собствения

капитал и всички приложения съгласно Закона за счетоводство и НСС;

- финансово-счетоводен анализ, проверки и анализ на риска;
- изчисляване на себестойности;
- годишно счетоводно приключване;
- изготвяне на данъчни декларации;
- изготвяне и подаване на справка декларация, дневници и магнитен носител по ЗДДС;
- данъчна защита;
- изготвяне на трудови договори;
- изготвяне на ведомости за работна заплата и платежни документи към тях;
- обработка на данните със счетоводен продукт, позволяващ потребителски справки под Excel;

ТРЗ обслужване:

- изготвяне на трудови договори и регистрация в НОИ;
- изготвяне на длъжностни характеристики, правилник на вътрешния трудов ред, вътрешни правила;
- изготвяне на ведомости за работна заплата;
- начисляване на социални и здравни осигуровки, изготвяне на платежни документи и подаване на декларации за данни за осигурените лица в персоналният регистър на НОИ;
- изготвяне на УП 1, УП 2, УП 3, за лицата - служители на фирмата;

Данъчно обслужване:

- изготвяне и подаване на справка-декларация, дневници и магнитен носител по ЗДДС.
- авансови, еднократни и окончателни данъци;
- счетоводно-данъчни консултации;

Корпоративни финанси:

- изготвяне на финансови анализи и планиране;
- анализ на ефективността от дейността на дружеството;
- консултации.

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ

Продуктова политика

Фирмата трябва да предлага пълно абонаментно счетоводно обслужване на фирми, включващо всички аспекти на дейността на една организация. В условията на постоянно променящ се стопански климат е необходимо фирмата да се стреми да предложи една наистина квалифицирана счетоводна услуга, която да отговаря на непрекъснато нарастващите нужди на организациите и основаваща се на висок професионализъм.

Основните счетоводни услуги, които могат да се предлагат, са:

- текущи периодични справки за нуждите на управлението, свързани с разчетите с доставчици и клиенти, складове и парични потоци, анализ на приходите и разходите, представени във вид на рекапитулации с цел нагледна съпоставимост;

- текущо хронологично отчитане на стопанските операции, изготвяне на годишни и междинни счетоводни отчети;
- изготвяне на ведомости за заплати, разплащателни документи към НОИ; представяне на информация на магнитен носител за осигурените лица в Персоналния регистър на НОИ;
- изготвяне на документи и заповеди, свързани с личния състав на предприятието (договори, заповеди за отпуски, прекратяване на трудовите правоотношения и др.);
- представителство пред органите на Данъчната администрация, НОИ и НСИ. Изготвяне на текущи и годишни декларации и отчети;
- предоставяне на професионални консултации във връзка с действащата счетоводна, данъчна и осигурителна нормативна база в страната.

Ценова политика

Като се има предвид тенденцията на нарастване на потребление на счетоводни услуги, можем да стигнем до извода, че продуктите на фирмата ще останат за дълъг период в етап на зрелост.

Ще е необходимо прилагане на стратегия за навлизане на пазара с по-ниски цени спрямо тези на конкурентите. От друга страна – ще бъде необходимо предоставянето на високо качество съобразено със световните стандарти.

Цената в различните групи услуги трябва да се калкулира съгласно планираните разходи на фирмата, с нисък процент печалба, за да е конкурентоспособна.

Рекламна политика

Рекламната дейност е от голямо значение за дейността на всяка една организация. Тя има за цел

да популяризира услугите сред потенциалните клиенти. За целта трябва да се направи рекламна стратегия, която да заема централно място в управлението на фирмата.

Първата цел на фирмата е популяризиране, така че хората да свързват името на фирмата като символ на качествено извършена работа. Рекламната стратегия да бъде насочена към потенциалните клиенти. Фирмата да наблегне на качеството на услугите, на оптималната цена, навременното изпълнение, на вярното, точно и честно отразяване на дейността на обслужваните клиенти.

Необходимо е фирмата да се насочи към периодичната реклама - в специализирания печат, както и в пловдивски ежедневници, да се поместват платени рекламни статии, които да характеризират услугите и съответно дейността.

В началото на дейността си фирмата трябва да отдели големи средства за рекламната дейност, след което през следващите години този бюджет може да се намали до степен на задоволяване на рекламната дейност.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С добре подбран колектив и висококачествени услуги фирмата ще може да се докаже на пазара.

Необходимо е изготвяне на прогнози за финансовите резултати, които да покажат, че планираното предприятие е жизнено, с потенциал за растеж, с достатъчна по маса печалба.

Литература

1. Закон за счетоводството.
2. <http://balans.bg/>
3. <http://www.odit.info/>