



СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА В ГОРОДЕ НЬЮ-ЙОРКЕ

► Руководство для
предпринимателей-
иммигрантов

ГОРОД

НЬЮ-ЙОРК: ВНИМАНИЕ К ИММИГРАНТАМ

Администрация г. Нью-Йорка помогает иммигрантам-жителям Нью-Йорка построить более стабильную, защищенную и успешную жизнь в нашем городе. NYC Department of Small Business Services (SBS) предоставляет услуги и ресурсы специально для предпринимателей-иммигрантов. Это руководство — один из таких ресурсов.

Узнайте больше обо всех услугах SBS для предпринимателей-иммигрантов по ссылке

nyc.gov/immigrantbusinesses.

СОДЕРЖАНИЕ

▶ ЧТО ВЫ НАЙДЕТЕ В ЭТОМ РУКОВОДСТВЕ

В этом руководстве представлены рекомендации и ресурсы для предпринимателей-иммигрантов в городе Нью-Йорке. Приведенные материалы и упражнения помогут читателям спланировать, открыть и развить свой бизнес. В каждом разделе указаны дополнительные источники информации, а в конце прилагается сборник материалов. Читатели могут изучить руководство полностью или просмотреть отдельные разделы в зависимости от потребностей.

01

ПРЕЖДЕ ЧЕМ НАЧАТЬ

07/ Узнайте свои права

02

ПОДГОТОВКА К РОЛИ БИЗНЕСМЕНА

11/ Оцените свою готовность

13/ Разработайте концепцию своего бизнеса

17/ Приведите в порядок личные финансы

03

ПОДГОТОВКА К ОТКРЫТИЮ СВОЕГО БИЗНЕСА

22/ Управление финансами предприятия

27/ Организационно-правовая структура бизнеса

33/ Ознакомление с государственными требованиями: разрешения и лицензии

04

ПЛАН РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

37/ Маркетинг

46/ Технологии

49/ Информация о ведении бизнеса с городом: сертификация и контракты

05

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

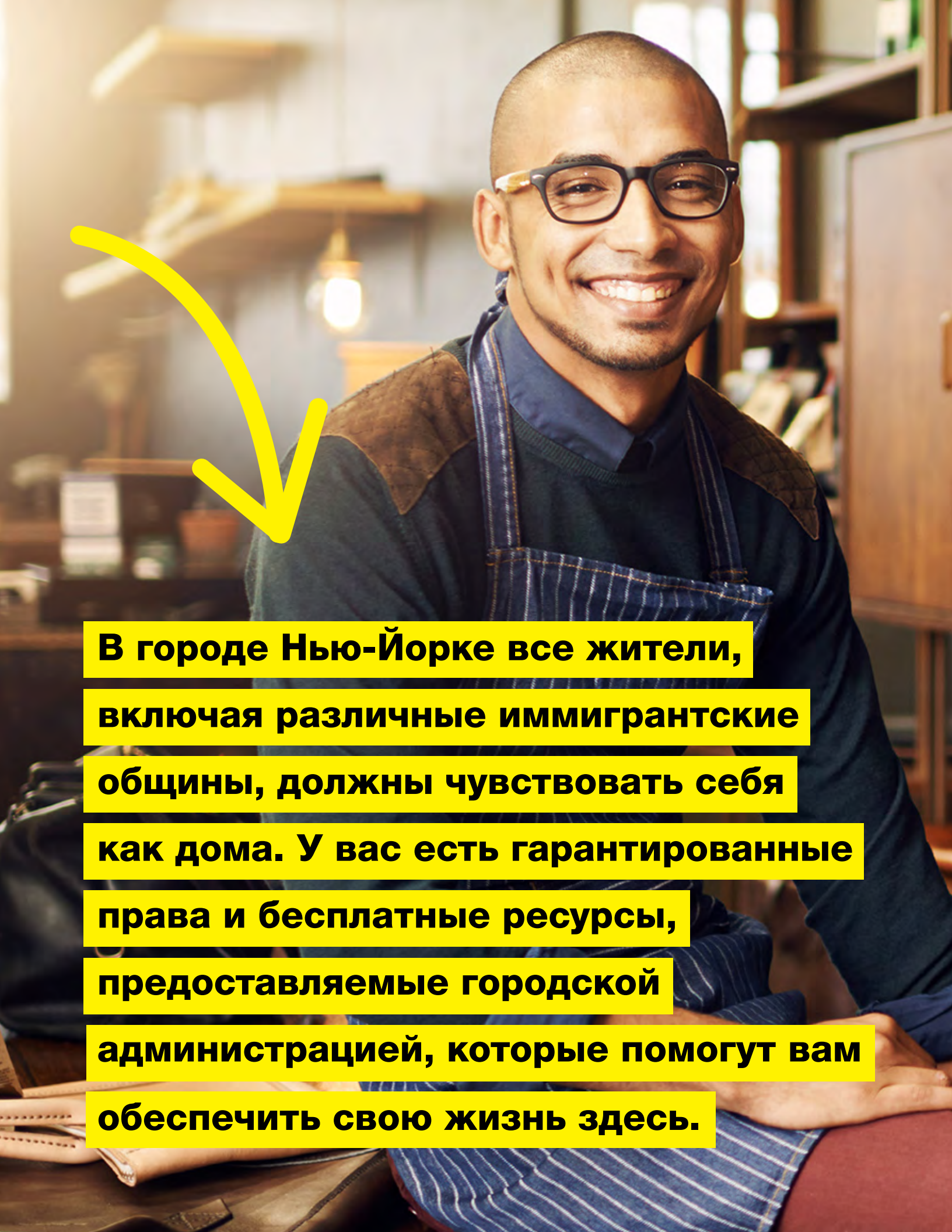
53/ 15 основных положений и источников помощи

01/

ПРЕЖДЕ

ЧЕМ НАЧАТЬ





В городе Нью-Йорке все жители, включая различные иммигрантские общины, должны чувствовать себя как дома. У вас есть гарантированные права и бесплатные ресурсы, предоставляемые городской администрацией, которые помогут вам обеспечить свою жизнь здесь.

Знаете ли вы?

- ▶ Некоторые люди делают вид, что предлагают помощь иммигрантам, но вместо этого обманывают своих клиентов.
- ▶ Сотрудники Департамента полиции г. Нью-Йорка (New York Police Department, NYPD) или городской администрации никогда не спросят вас о вашем иммиграционном статусе, кроме тех случаев, когда вы подаете заявление на получение федерального пособия. В городской администрации приняты строгие правила конфиденциальности для защиты персональных данных всех жителей Нью-Йорка, а раскрытие информации осуществляется только в случаях, предусмотренных законодательством.
- ▶ Только лицензированные адвокаты или лица, аккредитованные правительством, могут предоставлять юридическую помощь по вопросам иммиграции.
- ▶ Позвоните по номеру 311 и скажите **immigration help (помощь иммигрантам)**, чтобы бесплатно и безопасно получить помощь по вопросам иммиграции в своем районе.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы узнать подробнее о:

- своих гарантированных правах как жителя г. Нью-Йорка, зайдите на страницу nyc.gov/humanrights.
- всех городских ресурсах для иммигрантов, зайдите на страницу nyc.gov/immigrants или позвоните по номеру 311 и скажите, по какому вопросу вам нужна помощь.
- своих правах как предпринимателя в г. Нью-Йорке, зайдите на страницу nyc.gov/bizrights.
- основных положениях городского трудового законодательства, например об оплачиваемом отпуске по болезни и заработной плате в размере прожиточного минимума, зайдите на страницу on.nyc.gov/workplacelaws.

ЗНАЙТЕ СВОИ ПРАВА

Независимо от своего иммиграционного и правового статуса, вероисповедания или акцента, вы:

Можете...



- ✓ **пользоваться городскими услугами**, на получение которых вы имеете право, и получать обслуживание на своем языке
- ✓ **подать жалобу** в случае нарушения ваших прав, **позвонив по номеру 311**

Не можете...



- ✗ **получить отказ в трудоустройстве** во многих сферах, если у вас есть разрешение на работу, и получить отказ в жилье
- ✗ **получать вопросы о своем иммиграционном статусе** от государственных служащих, если вы не подаете заявление на получение льгот или услуг, для которых такой статус необходим

ЗНАЙТЕ, КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПОМОЩЬЮ

☐ Мне нужна помощь с английским языком

WE ARE NEW YORK — телепрограмма, помогающая иммигрантам г. Нью-Йорка изучать английский язык. Дискуссионные группы встречаются для дополнительной практики. Подробнее: nyc.gov/wearenewyork.

CUNY
www2.cuny.edu/academics/cpe

DYCD
800.246.4646

БИБЛИОТЕКИ:

Нью-Йоркская публичная библиотека nypl.org

Публичная библиотека Бруклина bklynlibrary.org/

Публичная библиотека Куинса queenslibrary.org

☐ Мне нужна юридическая помощь по вопросам иммиграции

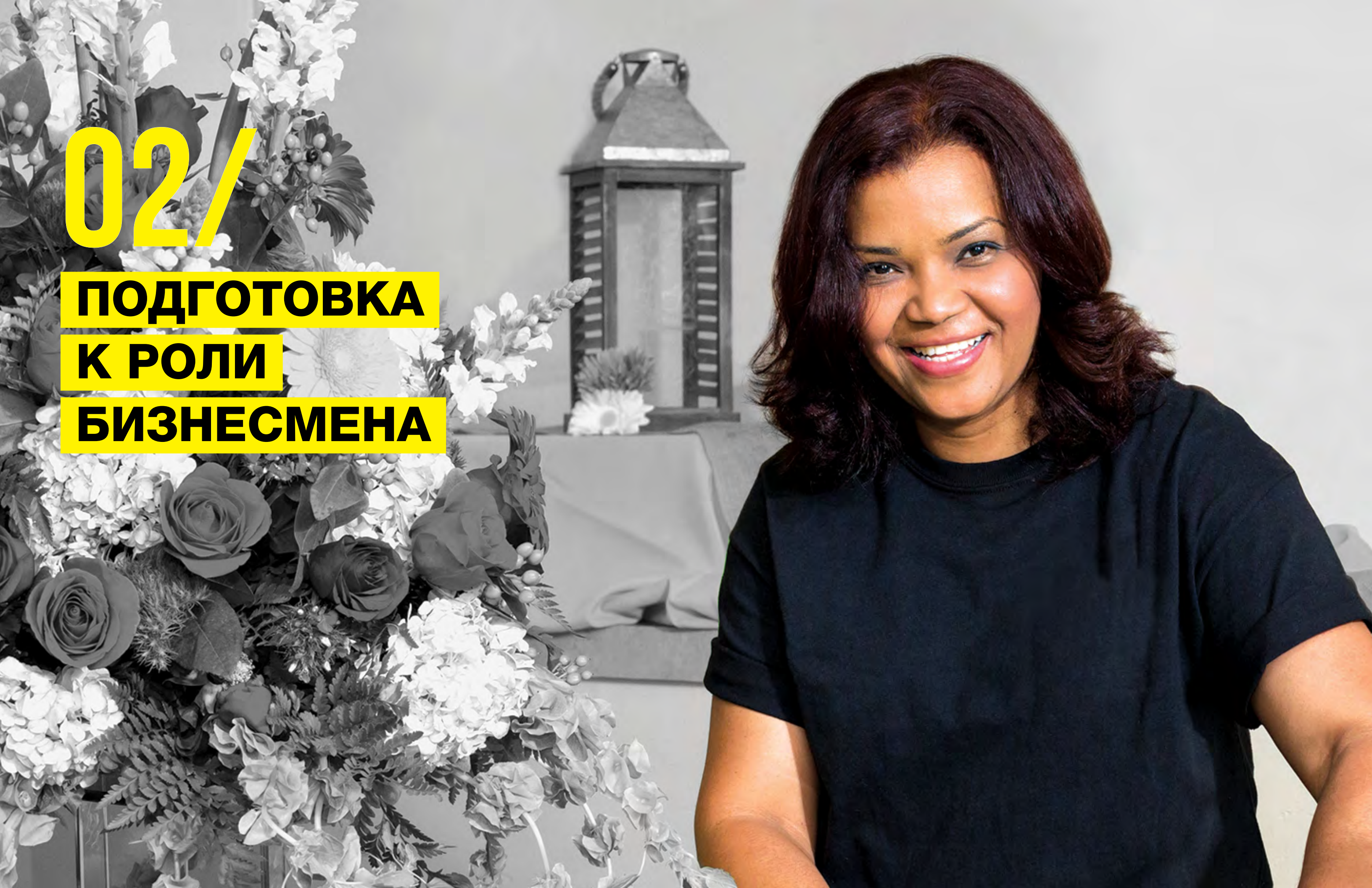
ACTIONNYC — программа предоставления жителям Нью-Йорка бесплатной и надежной юридической помощи по вопросам иммиграции. Подробнее: nyc.gov/actionnyc.

NYCITIZENSHIP — программа предоставления бесплатной помощи при подаче заявлений на получение гражданства и консультаций по финансовым вопросам в публичных библиотеках. Чтобы узнать подробнее, **позвоните по номеру 311** и скажите **citizenship appointment** (заявление на получение гражданства).

☐ Мне нужно удостоверение личности, но я не зарегистрирован (-а)

IDNYC

это бесплатное официальное удостоверение личности для всех жителей г. Нью-Йорка. Оно обеспечивает доступ к услугам г. Нью-Йорка, является удостоверением личности для полиции, позволяет открыть счет в банке или кредитном союзе в участвующих в программе финансовых учреждениях и дает другие преимущества. Подробнее: nyc.gov/IDNYC.



02/

**ПОДГОТОВКА
К РОЛИ
БИЗНЕСМЕНА**

Открытие бизнеса — как начало путешествия. Прежде чем отправиться в путь, необходимо подумать, что вам потребуется, что у вас уже есть и что еще нужно достать. Чем лучше вы все спланируете, тем больше шансов на успех путешествия.

Ни у одного предпринимателя нет всего, что нужно, в начале пути. Этот раздел поможет вам определить, что вам нужно в личном, профессиональном и финансовом плане, и что вы можете сделать, чтобы все это получить.

ОЦЕНИТЕ СВОЮ ГОТОВНОСТЬ

Прежде чем планировать бизнес, важно оценить самого себя как предпринимателя. Постарайтесь ответить на следующие вопросы:



1
Отношение
Есть ли у меня энергия и решимость добиться успеха несмотря на трудности? Готов (-а) ли я пойти на риск и начать бизнес, который может и не привести к успеху?



2
Деньги
Есть ли у меня необходимые сбережения или финансовая помощь, чтобы позволить себе начать свое дело?



3
Связи
Есть ли у меня поддержка семьи, друзей или коллег, которые могут дополнить мои сильные стороны и помочь мне справиться с трудностями?



4
Навыки
Есть ли у меня необходимые навыки планирования и управления для открытия и ведения бизнеса? Готов (-а) ли я вложить время и силы в их развитие?



5
Время
Готов (-а) ли я работать больше, чем большинство наемных работников? Могу ли я потратить время на сбор информации и планирование своего бизнеса?

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы найти бесплатные курсы по оценке и повышению своей готовности к ведению бизнеса, зайдите на страницу nys.gov/immigrantbusinesses и поищите ближайший курс «10 Steps to Starting a Business» (10 шагов к открытию бизнеса).

Упражнение

1

Краткий тест для самоанализа

Успешные предприниматели обладают общими качествами. Оцените свои предпринимательские качества с помощью таблицы ниже.

Качество	Сильно выражено 3	На среднем уровне 2	Требуется улучшение 1
1. Энтузиазм Я верю, что моя бизнес-идея будет успешной, и у меня есть энергия, чтобы этого добиться.	☐	☐	☐
2. Самодисциплина Я готов (-а) выполнять приятную и неприятную работу, чтобы добиться успеха.	☐	☐	☐
3. Успех в условиях неопределенности Мне нравится решать проблемы без четких указаний или руководства.	☐	☐	☐
4. Настойчивость и гибкость Я ожидаю, что будут препятствия, и я буду решать проблемы по мере их поступления.	☐	☐	☐
5. Убедительность Я могу убедительно объяснить другим людям, почему они должны вложить в мой бизнес время, энергию или деньги.	☐	☐	☐
6. Этичность Люди знают меня как человека, работающего честно, добросовестно и с уважением к другим.	☐	☐	☐

Исходя из результатов теста, что вам нужно улучшить?
С помощью таблицы ниже выберите три качества, над которыми вам нужно поработать. Затем выберите для каждого качества два способа их развития.

Качество	Как развить
	1. 2.
	1. 2.
	1. 2.

РАЗРАБОТАЙТЕ КОНЦЕПЦИЮ СВОЕГО БИЗНЕСА

Для успешного бизнеса нужна не просто идея. Нужно разработать бизнес-концепцию, чтобы объяснить ценность своей идеи другим людям и начать превращать свою идею в бизнес-план.

Прочтите ниже пример описания бизнес-концепции. Насколько оно эффективно? Как бы вы его улучшили?

Описание бизнес-концепции: детский сад Dolores

Все больше молодых семей селятся вблизи Nostrand Avenue в районе Бедфорд-Стайвесант в Бруклине, и им нужен надежный детский сад. Но в этом районе мало детских учреждений, и еще меньше качественных. Детский сад Dolores обеспечит для таких семей безопасный дневной уход за детьми с обучением по будням с 06:00 до 20:00. Отличительной чертой учреждения будет опытный и квалифицированный персонал. Сотрудники будут использовать новейшие методы и материалы в области дошкольного образования.

Поскольку учредители родились и выросли в районе Бедфорд-Стайвесант, у них много связей с общественными группами, работающими с молодыми семьями. Они проведут опрос таких семей, чтобы узнать, чего они ожидают от детского сада, и эта информация поможет сформировать принципы работы учреждения. Эта информационная кампания также поможет создать базу будущих клиентов.

Теперь попробуйте составить собственную бизнес-концепцию. В качестве руководства используйте приведенные выше вопросы.

Описание вашей бизнес-концепции

↓

1

Каким будет продукт или услуга, и какова цель?

2

Какое место ваш продукт или услуга занимает на рынке? Чем это отличается от конкурентов?

3

Кто является целевой аудиторией? Как ваш продукт удовлетворяет одну из ее потребностей?

4

Как ваш продукт или услуга попадет к покупателям? Где и когда будет продаваться?





НАЧАЛО ВАШЕГО БИЗНЕС-ПЛАНА

Ваша бизнес-концепция — это также начало вашего бизнес-плана. В бизнес-плане подробно описывается, как предприятие будет достигать своих целей. Он преобразует вашу бизнес-идею в продуманную, подробную стратегию достижения успеха.

В таблице ниже приведена схема бизнес-плана. Прочтите вопросы к каждому разделу, чтобы получить представление о том, что вам понадобится для составления собственного бизнес-плана. Помощь в поиске ответов на эти вопросы вы найдете в дальнейших разделах этого руководства.

СХЕМА БИЗНЕС-ПЛАНА

Раздел	Описание
РЕЗЮМЕ	Краткий обзор всего вашего бизнес-плана. Здесь нужно указать имена владельцев, продукт или услугу, рынок и необходимую сумму.
ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	Основные данные о предприятии, включая название, предназначение, организационно-правовую форму, отрасль и цели, а также сведения о вас, включая ваш опыт, профессиональные отношения и контактные данные.
УПРАВЛЕНИЕ И ПЕРСОНАЛ	Кто будет управлять предприятием, и каковы функции руководящих сотрудников? Сколько сотрудников вам понадобится? Какой будет сумма затрат на заработную плату и льготы для всех работников?
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И РАСПОЛОЖЕНИЕ	Как будет производиться и продаваться продукт? Кто будет поставлять товарно-материальные запасы? Когда предприятие будет работать? Какое помещение необходимо для предприятия?
МАРКЕТИНГ	Кто является целевым покупателем? Как вы установите контакт с такими покупателями? Кто является вашими конкурентами? Какое у вас есть преимущество перед ними?
ФИНАНСОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ	Сколько денег вам необходимо? Как эти деньги будут использованы? Как и когда эти деньги будут возвращены?
ФИНАНСОВЫЕ ПРОГНОЗЫ	Как денежные средства будут поступать на предприятие и выводиться из предприятия? Как вы получите прибыль? Когда вы ожидаете получить прибыль?

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Материалы для чтения о том, как составить бизнес-план, можно найти на странице Администрации по делам малого бизнеса (Small Business Administration, SBA): [sba.gov/starting-business/write-your-business-plan](https://www.sba.gov/starting-business/write-your-business-plan).

ПРИВЕДИТЕ В ПОРЯДОК ЛИЧНЫЕ ФИНАНСЫ

Чтобы доказать свою готовность к управлению финансами предприятия, вы должны сначала продемонстрировать, что вы можете управлять собственными финансами. Один из способов установить отношения с кредиторами, арендодателями и другими лицами заключается в использовании своей кредитной истории и кредитного рейтинга. Ваша кредитная история и рейтинг показывают, как вы в прошлом справлялись с долгами.

Что вы можете сделать, чтобы начать создавать свою кредитную историю?

1

Получите ITIN

ITIN (индивидуальный идентификационный номер налогоплательщика) — это номер, который правительство использует для администрирования налогов отдельного лица. Это средство идентификации для тех, у кого нет номера социального обеспечения. Лица, у которых есть ITIN, могут доказать, что они платят налоги и живут в США. У них также есть доступ к финансовым учреждениям. Хотя ITIN не повлияет на ваш кредитный рейтинг, это хороший первый шаг. Заявление на получение ITIN можно подать по ссылке irs.gov/individuals/general-itin-information.

2

Откройте счет в банке или кредитном союзе

Банковский счет служит подтверждением вашей финансовой истории, которую могут просмотреть кредиторы. Он также защищает ваши деньги от кражи и упрощает оплату счетов. Городская администрация предлагает счет NYC SafeStart Account — сберегательный счет начального уровня. Его условия включают обязательный минимальный остаток на счете 25 долларов и отсутствие комиссионных. Чтобы узнать подробнее, зайдите на страницу nyc.gov/ofe и нажмите на ссылку «Innovative Programs» (Инновационные программы).

3

Откройте обеспеченную кредитную карту или подайте заявление на получение обеспеченного кредита для создания кредитной истории

Обеспеченные кредитные карты и обеспеченные кредиты для создания кредитной истории гарантированы средствами, которые вы кладете на счет. При своевременной и полной оплате покупок или возврате кредита можно быстро нарастить кредитный рейтинг. Чтобы получить помощь с обеспеченной кредитной картой, см. ниже **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ**.

ВОТ НЕКОЛЬКО ПРЕИМУЩЕСТВ, КОТОРЫЕ МОЖЕТ ОБЕСПЕЧИТЬ **ХОРОШИЙ КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ**:

- Более низкие процентные ставки по кредитам и списания по кредитным картам
- Возможность взять в кредит большую сумму денег
- Доступ к лучшим ставкам страхования автомобиля, дома и других видов страхования
- Проще получить одобрение для взятия в аренду квартиры

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Городская администрация предлагает бесплатные услуги финансового консультирования, чтобы помочь вам рассчитаться с долгами, улучшить кредитный рейтинг, открыть банковский счет и т. д. Чтобы получить бесплатную финансовую консультацию, позвоните по номеру 311 и скажите **Financial Counseling** (финансовые консультации).



03/

**ПОДГОТОВКА
К ОТКРЫТИЮ
СВОЕГО
БИЗНЕСА**



УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Открытие бизнеса может потребовать значительных финансовых вложений. Прежде чем вы вложите собственные средства, вам необходим надежный план и уверенность в прибыльности будущего предприятия.

Чтобы предсказать успешность своего бизнеса, важно спрогнозировать, сколько денег вы потратите и сколько заработаете. Кроме того, так вы повысите свои шансы на получение финансирования, поскольку кредиторы хотят быть уверены, что вы сможете своевременно вернуть долг.

$$\text{ДОХОД} - \text{РАСХОДЫ} = \text{ПРИБЫЛЬ}$$

Для начала обдумайте ответы на следующие три вопроса:

1

Какие будут первоначальные издержки?

Предприниматели часто недооценивают многочисленные издержки, связанные с открытием предприятия. Такие издержки включают обычные расходы, например залоговый депозит и арендную плату за первый месяц. Но они также включают менее очевидные расходы, например стоимость строительных работ и сборы за разрешения. Чтобы начать обдумывать свои первоначальные издержки, используйте упражнение 2 на следующей странице.

2

Как избежать нехватки денежных средств?

На вашем предприятии всегда должны быть деньги на оплату ожидаемых и неожиданных расходов. Важность этого продемонстрирует один пример:

Три месяца назад вы открыли пекарню, и продажи идут превосходно. Вы решили погасить значительную часть долга по кредитной карте за счет прибыли. Но через неделю наступает срок внесения арендной платы и оплаты коммунальных услуг, а в это же время выходит из строя самая большая печь. У вас, возможно, прибыльный бизнес, но у вас нет денег, чтобы оплатить счета и не закрывать предприятие.

Ваше предприятие столкнется с необходимостью оплатить как ожидаемые, так и непредвиденные счета. Вы должны быть уверены, что у вас всегда достаточно денежных средств на их оплату. Чтобы составить собственный отчет о движении денежных средств, выполните упражнение 3.

3

Как и когда я получу прибыль?

Главная цель каждого предприятия — прибыль. Очень редко предприятия дают прибыль сразу же. У вас должен быть план, как стать прибыльными. Подумайте о доходах и расходах вашего предприятия и рассчитайте свою прибыль по месяцам, используя приведенную выше формулу.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы найти бесплатные курсы по финансам предприятия, зайдите на страницу nyc.gov/nycbusinesscourses, нажмите на ссылку Financing and Accounting (Финансы и бухгалтерский учет) и найдите ближайший курс **Business Financial Management (Управление финансами предприятия)**.

2

Оценка первоначальных издержек

Заполните таблицу ниже предполагаемыми первоначальными издержками. Для точной оценки изучите первоначальные издержки предприятий, подобных вашему. Включайте только те издержки, которые вы предполагаете понести на стадии открытия предприятия.

Примечание. Эта таблица не является исчерпывающей и призвана служить лишь отправной точкой для финансовых прогнозов.

Первоначальные издержки	Оценочные расходы	Источник данных
ЗАЛОГИ/СТРАХОВАНИЕ		
Арендный взнос		
Залог за коммунальные услуги		
Другие залого		
Страхование от несчастных случаев и страхование ответственности		
Другое страхование		
Итого по разделу «Залоги/страхование»		
КАПИТАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ		
Строительные и ремонтные работы		
Машины и оборудование		
Мебель и инвентарь		
Товарно-материальные запасы		
Технологии		
Другое		
Итого по разделу «Расходы»		
РАСХОДЫ		
Реклама		
Оплата бухгалтерских и юридических услуг		
Оплата сборов, разрешений, налогов предприятия		
Идентификационный номер плательщика федеральных налогов		
Канцелярские принадлежности		
Расходы на оплату труда		
Заработная плата		
Налоги на фонд заработной платы		
Льготы		
Разрешения и лицензии		
Арендная плата		
Информационные указатели		
Обслуживание веб-сайта		
Итого по разделу «Расходы»		
ОБЩИЙ ИТОГ		

3

Отчет о движении денежных средств

В отчете о движении денежных средств отображаются денежные средства, поступающие на предприятие и уходящие из предприятия. Очень важно строго вести этот учет, так как денежные средства должны быть в наличии для своевременной оплаты счетов и ведения повседневной деятельности.

Инструкции:

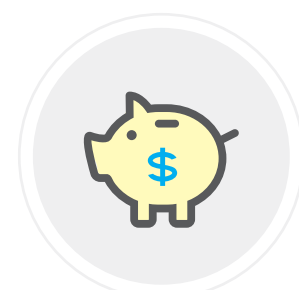
- ▶ Начните с поступлений, которые указываются в верхней части, а затем запишите расходы и погашение кредитов.
- ▶ Определите оценочные значения на основании сбора информации, а не на основании предположений.
- ▶ В течение первого года баланс часто бывает отрицательным. Дефицит необходимо покрыть за счет привлечения дополнительных денежных средств (например, кредитов) или за счет снижения расходов.
- ▶ Рост продаж может привести к оттоку денежных средств (из-за роста издержек или затрат на оплату труда). Подумайте о том, как вы решите эту проблему.

Название предприятия	Первоначальные издержки	Месяц 1	Месяц 2	Месяц 3
A. КАССОВАЯ НАЛИЧНОСТЬ (на начало месяца)				
B. ДЕНЕЖНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ				
1. Выручка от продажи				
2. Взыскания по кредитным счетам				
3. Кредит или другие денежные вливания				
C. ИТОГО ДЕНЕЖНЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ (B1 + B2 + B3)				
D. ИТОГО НАЛИЧНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (A + C)				
E. ОТТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ:				
1. Закупки (товаров)				
2. Заработная плата до налогообложения				
3. Расходы на оплату труда				
4. Сторонние услуги				
5. Расходные материалы (на работу офиса)				
6. Ремонт и техобслуживание				
7. Реклама				
8. Транспортные расходы, доставка, поездки				
9. Профессиональные услуги				
10. Аренда (только недвижимости)				
11. Телефон				
12. Коммунальные услуги				
13. Страхование				
14. Налоги				
15. Проценты по кредитам				
16. Прочее (мелкие расходы)				
G. ИТОГО ОТТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ				
H. КАССОВЫЙ ОСТАТОК (D минус G) Кассовая наличность на следующий месяц				

ФИНАНСИРОВАНИЕ БИЗНЕСА

Для открытия, работы и расширения предприятия могут потребоваться привлеченные средства. Если вам нужно финансирование, сначала вы должны понимать, сколько и зачем вам нужно. Если вы берете кредит, четко разберитесь в условиях погашения: какую сумму нужно будет вернуть? через какое время нужно будет погасить кредит?

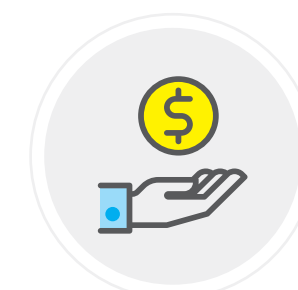
Ниже представлены некоторые распространенные источники финансирования и пояснения к ним:



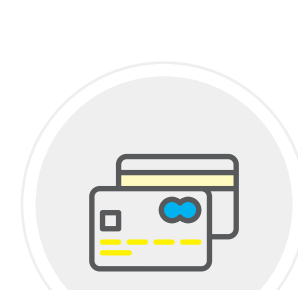
Личные сбережения
Личные сбережения — самый популярный источник финансирования. Но они также связывают финансы предприятия с вашими собственными. Обязательно откройте для предприятия счет в банке отдельно от своего личного счета.



Средства знакомых и родственников или сбор средств
Ваши знакомые могут объединить средства и распределить между собой риски и прибыль предприятия. Все должны договориться о том, когда и в каком объеме средства будут возвращены.



Кредиторы-некоммерческие организации
Кредиторы-некоммерческие организации обычно предлагают небольшие кредиты на разумных условиях погашения. Они также могут предложить помощь в организации бизнеса. Чтобы получить кредит, вам потребуется подробный бизнес-план.



Корпоративные кредитные карты
Корпоративные кредитные карты могут обеспечить быстрый и простой доступ к средствам. Важно узнать все доступные вам варианты кредитных карт. Некоторые условия погашения могут быть более выгодными.



Предприятия иногда занижают свои денежные поступления при подаче налоговой декларации. Занижение понижает шансы предприятия на получение финансирования, так как предприятие кажется неприбыльным. Кроме того, государственные органы могут начать расследование.

Упражнение

4

Изучение источников финансирования

Упражнение 2 позволило оценить первоначальные издержки вашего предприятия. Теперь подумайте, как вы оплатите эти издержки. В таблице ниже приведены некоторые потенциальные источники финансирования. Также оставлено место, чтобы вы могли добавить собственные варианты.

Обдумайте риски, связанные с каждым доступным вам источником финансирования. Затем выберите и перечислите источники, которые вы планируете использовать, и укажите сумму, доступную из каждого источника. Затем опишите, какое следующее действие вы должны предпринять, чтобы получить финансирование. Таким действием может быть сбор информации в интернете, звонок знакомому или посещение банка.

Источник финансирования	Сумма (долл.)	Требуемые действия
Предприниматель		
Личные сбережения		
Личные кредитные карты		
Вторая работа		
Снятие средств с пенсионного счета		
Кредит под залог жилой недвижимости		
Знакомые и родственники		
Финансовые учреждения / кредиторы-некоммерческие организации		
Другие источники		
Общая оценочная сумма доступного финансирования		

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы получить помощь в доступе к финансированию, обратитесь к специалисту SBS по работе с клиентами. Для этого зайдите на страницу nys.gov/businesssolutions и нажмите на ссылку «CONTACT» (КОНТАКТЫ).

Специалист по работе с клиентами объяснит вам каждый шаг процесса получения кредита и поможет связаться с подходящим источником финансирования.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ СТРУКТУРА БИЗНЕСА

Каждый предприниматель на раннем этапе должен принять решение, как лучше организовать свой бизнес. Выбор подходящей вашему бизнесу организационно-правовой формы зависит от многих факторов:

- ☐ Ваше представление о характере и масштабах бизнеса
- ☐ Кто будет принимать решения на вашем предприятии
- ☐ Уровень правовых рисков, которые вы готовы принять
- ☐ Как и когда вы хотите оплатить организационные издержки в виде юридических расходов и (или) налогов
- ☐ Ожидаемая прибыль или убыток предприятия, а также планируемое использование доходов
- ☐ Сколько усилий вы готовы приложить для создания и поддержания определенной организационно-правовой формы



Вы начинаете бизнес вместе с партнером? Успешные партнерства предвидят трудности и заранее составляют **соглашения о партнерстве**, которые помогут решить проблемы. Вот некоторые вопросы, ответы на которые должны быть в соглашении о партнерстве:

- ▶ Что вкладывает каждый из партнеров?
- ▶ Каковы обязанности каждого из партнеров?
- ▶ Как вы будете регулировать конфликты?
- ▶ Что произойдет, если один из партнеров выйдет из бизнеса?

Ниже приведена информация о некоторых организационно-правовых формах:
(Чтобы получить более подробную или дополнительную информацию, проконсультируйтесь с юристом.)

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ (SOLE PROPRIETORSHIP) Одно лицо является единственным владельцем всех активов и отвечает по всем обязательствам предприятия под собственным именем. Огромное большинство малых предприятий начинают как индивидуальные предприниматели.		КОМПАНИЯ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ (LIMITED LIABILITY COMPANY, LLC) Организационно-правовая форма, которая обеспечивает ограничение ответственности, как в корпорации, но при этом дает гибкость и налоговые льготы, как в товариществе. Была создана для помощи малым предприятиям.	
ПРЕИМУЩЕСТВА: + Наиболее простая и дешевая в создании организационно-правовая форма. Не требуется подача документов в государственные органы и оплата сборов, а прибыль облагается налогом только в рамках личной налоговой декларации владельца.	НЕДОСТАТКИ: - Одно лицо, владелец, несет неограниченную и безусловную ответственность за предприятие. Также владельцам может быть сложно получить финансирование.	ПРЕИМУЩЕСТВА: + Ответственность ограничивается вкладом каждого участника LLC в компанию. Участники могут выбрать один из нескольких вариантов налогообложения и управления.	НЕДОСТАТКИ: - Для создания LLC необходимо подать документы и оплатить сборы в органы штата Нью-Йорк. Владельцы бизнеса могут обратиться к юристу за помощью с такой документацией. У LLC часто более сложные действующие соглашения и системы налоговой документации, чем у корпораций.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ
Чтобы получить профессиональную помощь в выборе организационно-правовой формы, обратитесь к специалисту SBS по работе с клиентами. Зайдите на страницу nyc.gov/businesssolutions и нажмите на ссылку «**CONTACT**» (**КОНТАКТЫ**).





ТОВАРИЩЕСТВО С НЕОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ (GENERAL PARTNERSHIP)

Единое предприятие находится в собственности двух или более владельцев. Как и в случае индивидуальных предпринимателей, в товариществе закон не проводит границ между предприятием и его владельцами.

ПРЕИМУЩЕСТВА: +

Наиболее простая и дешевая в создании организационно-правовая форма. Не требуется подача документов в государственные органы и оплата сборов, а прибыль облагается налогом только в рамках личной налоговой декларации владельца.

НЕДОСТАТКИ: -

Оба партнера несут личную ответственность по долгам предприятия. Партнеры часто не могут предвидеть трудности личного или профессионального характера, которые приводят к распаду партнерства. Чтобы составить соглашение о партнерстве, в котором будут предусмотрены такие трудности, может потребоваться помощь юриста.

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ТОВАРИЩЕСТВО (LIMITED PARTNERSHIP)

Юридический субъект, основанный двумя или более владельцами бизнеса, ответственность которых ограничена суммой, вложенной каждым из них. Как минимум один владелец принимает деловые решения и несет личную ответственность по долгам предприятия.

ПРЕИМУЩЕСТВА: +

Как минимум один партнер контролирует принятие деловых решений и ведение деятельности. Прибыль облагается налогом в рамках личных налоговых деклараций партнеров. Наличие формальной структуры может повысить доверие к предприятию, которое заинтересовано получить кредит.

НЕДОСТАТКИ: -

Как минимум один партнер несет личную ответственность по долгам предприятия. Для составления учредительных документов и соглашения о партнерстве может потребоваться помощь юриста. Партнеры часто не могут предвидеть трудности личного или профессионального характера, которые приводят к распаду партнерства.

ТОВАРИЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ (LIMITED LIABILITY PARTNERSHIP)

Юридический субъект, основанный двумя или более владельцами бизнеса, ответственность которых ограничена суммой, вложенной каждым из них. Ни один из владельцев не принимает деловые решения и не несет личной ответственности по долгам предприятия.

ПРЕИМУЩЕСТВА: +

Все владельцы лично защищены от ответственности по долгам предприятия. Прибыль облагается налогом в рамках личных налоговых деклараций партнеров. Наличие формальной структуры может повысить доверие к предприятию, которое заинтересовано получить кредит.

НЕДОСТАТКИ: -

Контроль владельцев над деловыми решениями и ведением деятельности очень ограничен. Для составления учредительных документов и соглашения о партнерстве может потребоваться помощь юриста. Партнеры часто не могут предвидеть трудности личного или профессионального характера, которые приводят к распаду партнерства.

С-КОРПОРАЦИЯ (C CORPORATION)

Юридический субъект, который может облагаться налогами, преследоваться в судебном порядке и заключать договоры. Почти все крупные корпорации, имеющие более 100 акционеров, являются С-корпорациями.

ПРЕИМУЩЕСТВА: +

Ответственность каждого акционера ограничена вложенной суммой. Венчурные инвесторы часто предпочитают С-корпорации из-за гибкости структуры собственности.

НЕДОСТАТКИ: -

Для создания корпорации требуется подать множество документов и оплатить значительные сборы. Многие владельцы бизнеса также оплачивают услуги юриста для помощи с документацией. Такая форма накладывает больше ограничений на возможности учредителя (-ей) принимать решения. Прибыль облагается налогом как на уровне корпорации, так и на уровне акционеров.

S-КОРПОРАЦИЯ (S CORPORATION)

Юридический субъект, который может облагаться налогами, преследоваться в судебном порядке и заключать договоры. В отличие от С-корпораций, в такой корпорации не может быть больше 100 акционеров.

ПРЕИМУЩЕСТВА: +

Ответственность каждого акционера ограничена вложенной суммой. Прибыль облагается налогом только на уровне акционеров.

НЕДОСТАТКИ: -

Для создания корпорации требуется подать множество документов и оплатить значительные сборы. Многие владельцы бизнеса также оплачивают услуги юриста для помощи с документацией. Такая форма накладывает больше ограничений на возможности учредителя (-ей) принимать решения.

КООПЕРАТИВ (WORKER COOPERATIVE)

Предприятие, которым владеют и управляют его работники. Работники-владельцы делят прибыль и доходы, которые приносит кооператив.

ПРЕИМУЩЕСТВА: +

Демократическая структура обеспечивает каждому сотруднику право голоса и долю участия в предприятии. Это может содействовать повышению производительности и меньшей текучести кадров. Прибыль облагается налогом только в рамках личных налоговых деклараций работников-владельцев.

НЕДОСТАТКИ: -

Кооперативам может быть сложно получить финансирование. Инвесторы могут быть незнакомы с такой организационно-правовой формой или обеспокоены возвратом средств.



МЕСТОНА-ХОЖДЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Расположение предприятия очень важно для его успеха. Прежде чем выбрать место, обдумайте следующие вопросы:

Предварительное планирование

Составьте список требований к помещению для предприятия, например площадь, имеющиеся коммунальные услуги и оборудование. Расположите их в порядке первоочередности.

Изучите район

Поговорите с арендаторами, брокерами и районными организациями развития.

- ▶ Будут ли жители района рады предприятию вашего типа?
- ▶ Есть ли поблизости конкуренты?

Изучите нормативно-правовые акты

Убедитесь, что у объекта есть акт приемки здания в эксплуатацию (Certificate of Occupancy). Изучите зональные ограничения.

- ▶ Одобрен ли объект для коммерческого использования в вашем типе деятельности?
- ▶ Чтобы узнать подробнее об актах приемки здания в эксплуатацию и зональных ограничениях, воспользуйтесь **дополнительными источниками**, указанными в нижней части страницы.

Лично посетите помещение

Убедитесь, что описание помещения, которое дал вам арендодатель или брокер, соответствует действительности.

- ▶ Соответствует ли состояние и планировка помещения потребностям вашего предприятия?
- ▶ Сколько человек в среднем проходит мимо этого объекта за день?

Проверьте арендодателя

Является ли лицо, которое сдает помещение в аренду, законным арендодателем? Хорошая ли у него деловая репутация? Проверить личность арендодателя и информацию об объекте недвижимости можно на странице nyc.gov/citymap.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы проверить акт приемки здания в эксплуатацию, зайдите на страницу nyc.gov/buildings и введите адрес в разделе **«Buildings Information» (Информация о зданиях)**. Здесь вы также можете узнать, есть ли у арендодателя или арендатора неисправленные нарушения.

Чтобы проверить зональные ограничения, применимые к объекту недвижимости, зайдите на страницу nyc.gov/zoning и введите адрес в разделе **«Find Your Zoning» (Найти свое зонирование)**.

Знаете ли вы?

Так называемая **«гарантия порядочности» (good guy guarantee)** может освободить арендатора от ответственности за помещение, если он примет решение досрочно прекратить аренду.

Для этого арендатор должен выполнить обязательства по гарантии. В том числе это обычно значит, что арендованное помещение нужно оставить в хорошем состоянии.

КОММЕРЧЕСКАЯ АРЕНДА

Права коммерческого арендатора определяются прежде всего условиями договора аренды. Пункты договора аренды, изложенные мелким шрифтом, могут иметь значительные последствия, поэтому выделите время на подготовку, прежде чем заключать договор. Ниже изложены некоторые советы, что **нужно** и **нельзя** делать в этом процессе:

НУЖНО 	НЕЛЬЗЯ 
 Сотрудничать с юристом, который давал рекомендации арендаторам-малым предприятиям в городе Нью-Йорке. Чтобы проверить данные юриста, зайдите на веб-сайт nycourts.gov или позвоните по номеру 212.428.2800.	 Полагаться на устную договоренность, соглашение о намерениях или «стандартный договор аренды». Они могут быть в значительной степени составлены в пользу арендодателя.
 Договориться о положении договора аренды, которое гарантирует возможность продления договора.	 Подписывать договор аренды от собственного имени без условий.
 Договориться о «гарантии порядочности» , чтобы уменьшить свою ответственность в случае неуспеха бизнеса.	 Полагаться на то, что арендодатель знает разрешенные виды использования и ограничения, касающиеся помещения.
 Обдумать сложность и сроки дополнительного строительства при выборе даты начала аренды.	 Ожидать, что арендодатель обязан провести ремонтные работы или предоставить отопление, водоснабжение, электричество или другие коммунальные услуги бесплатно.
 Строго определить, кто несет какие расходы и какую ответственность за помещение.	

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы узнать подробнее о коммерческой аренде, посетите бесплатный курс SBS **«Signing a Commercial Lease: What You Need to Know» (Подписание договора аренды коммерческой недвижимости: что нужно знать)**. Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/nycbusinesscourses и нажмите на ссылку **«Business Planning and Operations Courses» (Курсы по планированию и ведению бизнеса)**.

Чтобы просмотреть договор аренды коммерческой недвижимости с юристом, оказывающим бесплатные услуги, обратитесь к специалисту SBS по работе с клиентами. Зайдите на страницу nyc.gov/businesssolutions и нажмите на ссылку **«CONTACT» (КОНТАКТЫ)**.





ОЗНАКОМЛЕНИЕ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ТРЕБОВАНИЯМИ: РАЗРЕШЕНИЯ И ЛИЦЕНЗИИ

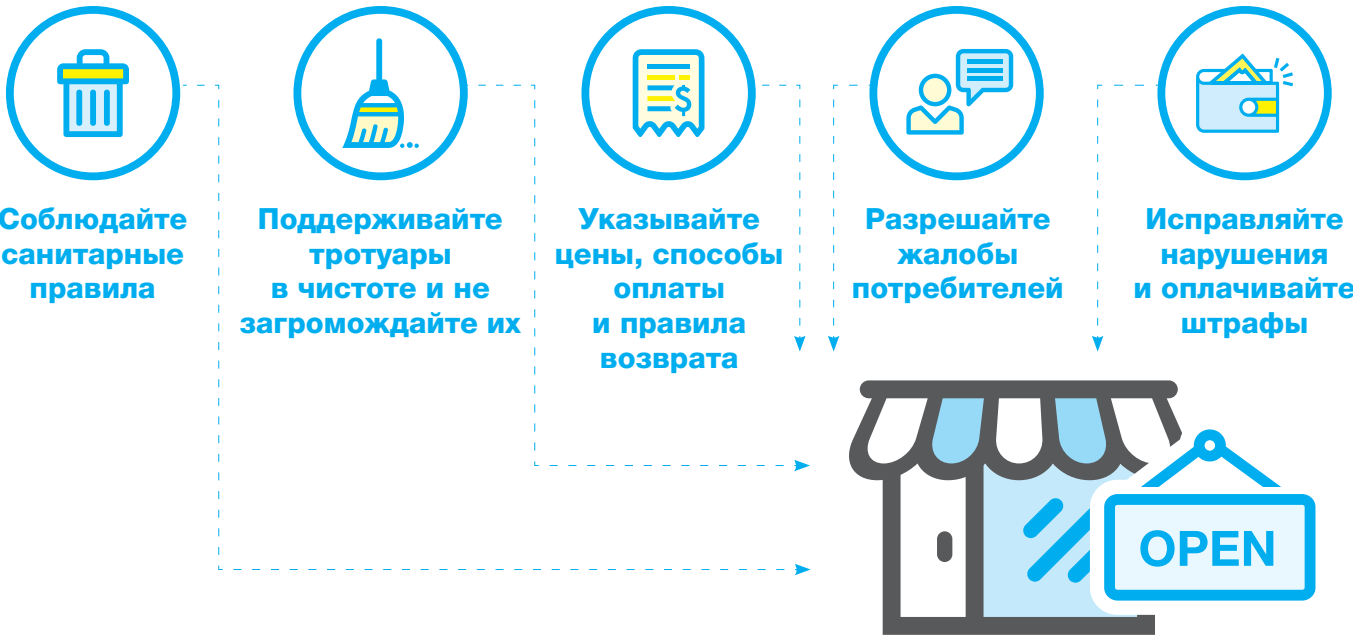
Выполнение правил, установленных правительством для предприятий, может быть сложным для многих владельцев бизнеса. Но, обладая нужной информацией, вы можете потратить меньше времени на устранение нарушений и больше времени на собственный бизнес. Приведенные ниже рекомендации и ресурсы могут помочь вам избежать нарушений.

ПОДГОТОВКА К ОТКРЫТИЮ

- ▶ **Зарегистрируйте свое предприятие**
Индивидуальные предприниматели и товарищества с неограниченной ответственностью должны зарегистрироваться в секретариате округа. ООО, корпорации и товарищества с ограниченной ответственностью должны зарегистрироваться в штате Нью-Йорк. Чтобы узнать, как зарегистрироваться, см. раздел ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ниже.
- ▶ **Получите идентификационный номер предприятия**
Подайте заявление на получение идентификационного номера плательщика налога с продаж (Sales Tax ID) на веб-сайте on.nyc.gov/taxid, чтобы продавать товары и услуги. Узнайте, нужно ли вам подавать заявление на получение идентификационного номера работодателя (Employer Identification Number, EIN), на странице on.nyc.gov/ein.
- ▶ **Узнайте требования, касающиеся вашего вида деятельности**
Убедитесь, что у вас и ваших сотрудников есть все необходимые разрешения и лицензии. Чтобы узнать подробнее, см. раздел ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ниже.
- ▶ **Попросите лицензированного специалиста проверить ваше помещение**
Если на объекте нужно провести строительные работы, городская администрация должна знать о ваших планах. Только лицензированный специалист может подать эти планы от вашего имени. Чтобы узнать подробнее о получении разрешений, зайдите на страницу nyc.gov/buildings, выполните поиск по словам «How to obtain a permit» (Как получить разрешение) и нажмите на ссылку с таким заголовком.
- ▶ **Соблюдайте трудовое законодательство**
У работодателей есть множество обязанностей перед работниками помимо обеспечения минимальной заработной платы. Подробнее: on.nyc.gov/wages.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Если вы планируете открыть бизнес, вы можете воспользоваться бесплатными материалами по всем этапам процесса регистрации, получения разрешений и лицензий. В том числе вы можете пройти опрос, по результатам которого вы получите индивидуальный список требований для вашего конкретного вида предприятия. Чтобы узнать подробнее, зайдите на страницу nyc.gov/business и нажмите на ссылку «Start a Business» (Открыть бизнес).



СОХРАНЕНИЕ БИЗНЕСА

- ▶ **Соблюдайте санитарные правила**
Выставляйте мусор аккуратно и в соответствующее время для сбора. Разместите наклейку с обозначением перевозчика мусора. Чтобы узнать подробнее, зайдите на страницу nyc.gov/business, выполните поиск по словам «Recycling and waste removal» (Переработка и вывоз отходов) и нажмите на ссылку с таким заголовком.
- ▶ **Поддерживайте тротуары в чистоте и не загромождайте их**
Вы должны убирать тротуар возле своего предприятия и первые 1,5 фута дороги от бордюра. На тротуарах запрещается выставлять рекламные стенды. Чтобы узнать подробнее, зайдите на страницу nyc.gov/business и выполните поиск по слову «Sidewalks» (Тротуары).
- ▶ **Указывайте цены, способы оплаты и правила возврата**
На всех товарах должна быть указана цена. Разместите знаки, на которых четко указаны ваши правила приема кредитных карт и возврата. Чтобы узнать подробнее об этих правилах и других вещах, которые должен знать каждый предприниматель, зайдите на страницу on.nyc.gov/10things.
- ▶ **Разрешайте жалобы потребителей**
Если потребитель подаст жалобу, городская администрация свяжется с вами. Вы должны ответить и сотрудничать с городской администрацией над решением проблемы. Чтобы узнать подробнее, зайдите на страницу nyc.gov/business, выполните поиск по словам «Business Licensing and Complaint History» (Лицензирование предприятий и история жалоб) и нажмите на ссылку с таким заголовком.
- ▶ **Исправляйте нарушения и оплачивайте штрафы**
Не откладывайте устранение нарушений. Отсутствие реакции может привести к дополнительным штрафам. Чтобы узнать, как получить персональную консультацию по нормативно-правовым актам и нарушениям, см. раздел ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Специалисты SBS по работе с клиентами могут оказать вам бесплатную помощь и предоставить персональную консультацию по вопросам регулирования предпринимательской деятельности. Чтобы записаться на прием, напишите по адресу businesshelp@sbs.nyc.gov или позвоните по номеру **212.618.8810**.

Если вы владеете уже работающим предприятием, вы можете получить персональную консультацию о том, как избежать нарушений или устранить их. Консультация предоставляется бесплатно на вашем предприятии. Чтобы подать запрос на проведение такой консультации, зайдите на страницу nyc.gov/nbat и нажмите на ссылку «Schedule a Visit» (Назначить посещение) или напишите по адресу businesshelp@sbs.nyc.gov.

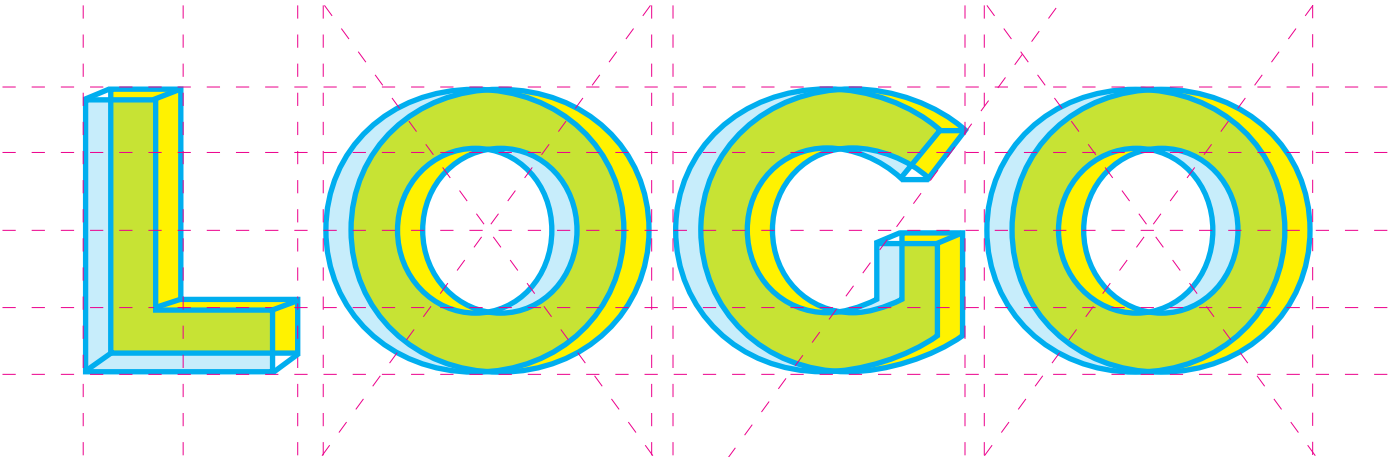
04/

ПЛАН

РАЗВИТИЯ

БИЗНЕСА





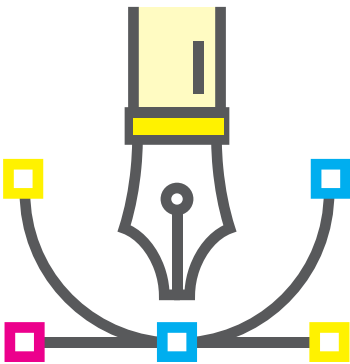
ВАЖНОСТЬ БРЕНДИНГА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Клиенты — это не просто потребители, которым нужны товары и услуги. Это люди, имеющие свои ценности и убеждения, и они ищут компании, разделяющие их принципы.

Хороший **бренд** позволяет использовать это. Бренд — это публичный образ вашего бизнеса, который сообщает клиентам об основных ценностях компании, а не только

о ее внешнем облике. Когда вы обдуманно и целенаправленно определяете такой образ, вы создаете истории, которые люди будут рассказывать о вашей компании.

Создавая сильный бренд, вы выстраиваете более прочные связи со своими клиентами. Более прочные связи означают большее количество положительных рассказов о вашем бизнесе.



Название предприятия

Люди будут называть ваше предприятие тем названием, которое вы ему дадите. Некоторые факторы помогают создать успешное название, например: →

Логотип

Многие клиенты узнают компании в первую очередь по логотипу. Успешные логотипы имеют такие черты: →

ОСНОВЫ БРЕНДИНГА

Успешные бренды имеют общие черты. Очень важно иметь понятные и уникальные название и логотип предприятия. Обдумывая название и логотип для своего предприятия, учтите приведенные ниже советы.

- **Описательный характер**

Название должно отражать характер деятельности.
- **Соответствие образу**

Название должно отражать основные ценности вашего предприятия.
- **Отрасль**

Название должно соответствовать стилю речи, принятому в вашей отрасли, но при этом выделять ваше предприятие на фоне конкурентов.
- **Доступность**

Название должно казаться привлекательным и запоминающимся вашим клиентам.
- **Символичность**

Включайте только такие элементы и цвета, которые отражают важную часть вашего бизнеса.
- **Уникальность**

Добавьте оригинальные черты, чтобы клиенты не путали ваш логотип с другими.
- **Простота**

Слишком большое количество элементов может скрыть основной посыл вашего логотипа. Избегайте решений, использующих преходящие тенденции.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы найти бесплатные курсы по основам маркетинга, зайдите на страницу nyc.gov/nycbusinesscourses, нажмите на ссылку «**Marketing and Technology**» (**Маркетинг и технологии**) и найдите ближайший курс «**Маркетинг 101**» (**Основы маркетинга**).

Чтобы проверить, не зарегистрировано ли уже название предприятия в штате Нью-Йорк, зайдите на страницу dos.ny.gov/corps/bus_entity_search.html.

Упражнение

5

Знакомство со своей аудиторией и определение своего бренда

Предприятия могут и дальше развивать свой бренд после выбора названия и логотипа. Чтобы завоевать лояльность клиентов, бренды должны убедить их, что предприятие разделяет их ценности. Лояльность к бренду может повысить продажи и лучше выделить бренд на фоне конкурентов.

Приведенные ниже вопросы помогут вам определить собственный бренд. Сначала в качестве ориентира даны примеры ответов. Затем оставлено место, чтобы вы могли записать собственные ответы.

УПРАЖНЕНИЕ НА РАЗМЫШЛЕНИЕ

▶ Подумайте, бренд какой компании вам нравится. Что вы цените в этой компании? Что ее выделяет на фоне конкурентов? Подумайте о ценности, качестве, уникальности и простоте использования ее продукции.

Сравните свои ответы на эти вопросы с приведенными ниже вопросами, когда будете определять свой бренд.

1/

Кто ваши целевые клиенты?

Обдумайте уровень дохода, возраст, пол, этническую принадлежность, языки общения, семейное положение, род занятий и личные интересы своей целевой аудитории.

«Мой детский сад ориентирован на работающие семьи, живущие вблизи Nostrand Avenue к северу от Myrtle Avenue в районе Бедфорд-Стайвесант. Более 70% домохозяйств составляют семьи. Более 5% всех жителей — дети дошкольного возраста. Это один из самых высоких показателей во всем Бруклине. Средний доход семьи составляет от 20 000 до 30 000 долларов, и большинство жителей района — латиноамериканцы. В большинстве семей говорят по-испански».

2/

Какую важную потребность удовлетворяет ваш продукт или услуга?

«Я поговорил (-а) со многими семьями в этом районе. Они сообщили о необходимости доступного и качественного детского сада в районе».

3/

Что ваши целевые клиенты больше всего ценят в этом продукте или услуге?

«Семьи, являющиеся моими целевыми клиентами, ценят детский сад, в котором детей учат основам языка и математики с учетом потребностей ребенка. Они хотят, чтобы персонал регулярно сообщал им о прогрессе ребенка. Также им нужен детский сад, работающий допоздна и имеющий гибкое расписание с учетом их рабочего времени».

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СВОЕГО БРЕНДА

4/

Каковы основные ценности, лежащие в основе вашего бизнеса?

Подумайте о ценности, качестве, уникальности и простоте использования вашего продукта или услуги.

«Мои основные ценности — это надежность, качество и польза. Во-первых, я хочу, чтобы семьи доверяли всем моим сотрудникам заботу о своих детях. Во-вторых, я хочу показать им, что мы используем новейшие подходы в области дошкольного образования. В-третьих, я хочу поддерживать цену на доступном для жителей района уровне».

5/

Как вы донесете эти основные ценности до своих целевых клиентов?

«Я донесу эти ценности, установив высокий уровень ожиданий для родителей. Мы выполним все ожидания благодаря превосходным материалам и сотрудникам. Я буду выполнять роль доверенного советника клиентов по другим аспектам ухода за детьми, включая выбор надежных педиатров и нянь. Мы с моими сотрудниками также будем каждый день уделять время для общения с родителями. Мы примем во внимание конкретные потребности и интересы каждого из них и объясним, как мы положительно влияем на их ребенка каждый раз, когда он посещает наш сад».

6/

Как этот посыл выделит вас на фоне конкурентов?

«Мы выделимся на фоне конкурентов благодаря учебным материалам, созданным с учетом потребностей каждого ребенка, квалифицированному персоналу и открытому общению с родителями. Мы будем использовать новейшие материалы и проводить тренинги для персонала по вопросам дошкольного образования, а также объясним их ценность. Мы найдем двуязычных сотрудников, которые будут учить детей как английскому, так и испанскому языку. Мы гарантируем соотношение числа детей к числу сотрудников не больше чем 8 к 1. Мы будем регулярно проводить встречи сотрудников с родителями, чтобы объяснить прогресс каждого ребенка, узнать о проблемах и среагировать на изменение потребностей».



Среднестатистическому потребителю нужно услышать или увидеть сообщение как минимум семь раз, прежде чем он решит воспользоваться продуктом или услугой.

Реклама

Именно благодаря рекламе большинство клиентов впервые узнают о предприятии. Реклама должна давать быстрые результаты и продажи. Но это дорого, поэтому важно понимать, кому вы продаете свой продукт или услугу и как вам установить контакт с этими людьми.

Обдумайте следующие варианты рекламы: →

Информационное освещение

Информационное освещение включает очерки о предприятиях в СМИ бесплатно для предприятий. Этот инструмент подходит и для новых, и для существующих предприятий.

Обдумайте следующие варианты рекламы: →

СОЗДАНИЕ НАБОРА МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Название и логотип обозначают основную идею вашего предприятия, но вам также нужно распространить сообщение с этой идеей. Для этого нужны маркетинговые стратегии. Ваши стратегии зависят от потребностей вашего предприятия.

Любой хороший набор маркетинговых инструментов включает сочетание стратегий рекламы, информационного освещения и продвижения.

- **Листовки**

Вы можете раздавать листовки на мероприятиях и отраслевых выставках. Их производство отличается простотой и низкой стоимостью.
- **Газеты**

Газеты предлагают место для публикации рекламы на один день по разным ценам. Они могут помочь предприятиям охватить рекламой определенные районы.
- **Радио**

Радиостанции позволяют охватить широкую аудиторию, а их тарифы ниже, чем тарифы на печатную рекламу или рекламу на телевидении. Если ваша целевая аудитория слушает радио, реклама на радио может быть эффективным вариантом.
- **Интернет и социальные сети**

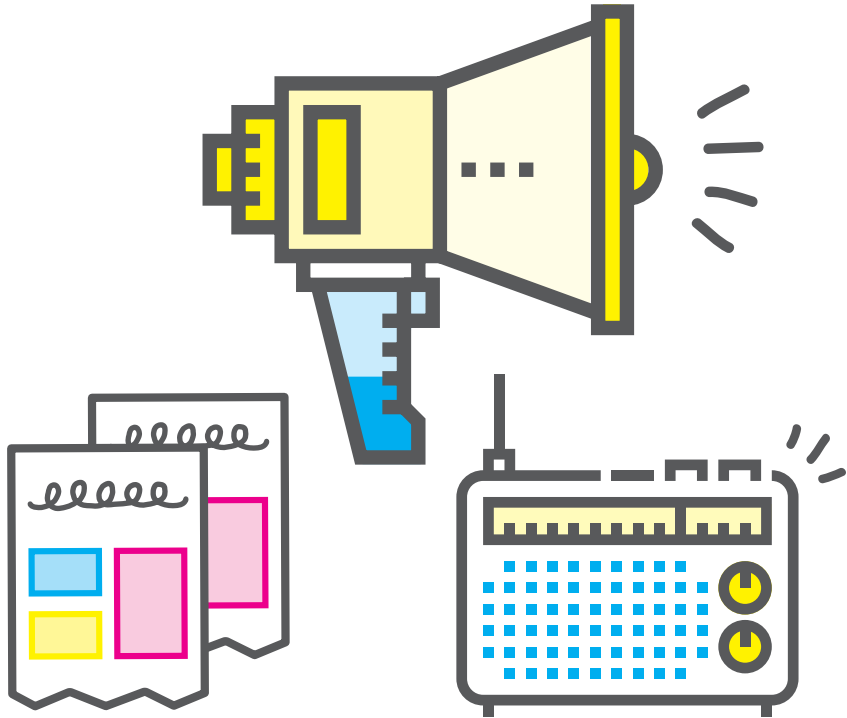
Использование интернета и соцсетей — прекрасный бесплатный способ прорекламировать свой бизнес. Чтобы узнать подробнее об использовании этих инструментов, перейдите к следующему разделу «ТЕХНОЛОГИИ».
- **Репортаж**

Газеты, радиостанции и телеканалы могут поместить у себя репортаж о бизнесе, если вы играете уникальную роль в своем районе.
- **Конкурсы**

Предприятия могут провести собственные мероприятия с выдачей призов. Местные СМИ также могут сделать новостной репортаж об этих мероприятиях.
- **Пресс-релиз**

СМИ публикуют пресс-релизы компаний, если они представляют собой интересные новости.
- **Общественное признание**

Общественные организации часто хотят, чтобы предприятия местного бизнеса предоставили свою продукцию или услуги для их мероприятий. Это позволяет Вам и Вашей организации быть на виду.



Небольшой процент покупателей используют печатные купоны. В среднем покупатели используют купоны из газет в 1—5% случаев. Купоны, полученные в журналах, по почте или на предприятии, покупатели используют в 10% случаев.

Продвижение

Некоторые компании десятилетиями продают один и тот же ассортимент продуктов или услуг одной и той же аудитории. Как они это делают? Один из таких способов — мероприятия по продвижению. Это экономичный метод, который легко приспособить к потребностям предприятия.

Обдумайте следующие варианты рекламы: →

- **Бонусы**

Бонусы — это добавочные услуги или продукты, которые клиенты, возможно, не ожидают получить от вашего предприятия. Выберите то, что будет иметь ценность для ваших клиентов.
- **Купоны**

Купоны снижают цены на товары и услуги и поощряют клиентов покупать больше.
- **Демонстрации**

Демонстрации позволяют клиентам попробовать продукт или услугу до покупки. Многим клиентам нужно увидеть ценность продукта.
- **Общение**

Самый дешевый и быстрый вариант — сделать так, чтобы люди советовали своим друзьям и родственникам делать у вас покупки. Вы можете активно способствовать этому. Посещайте торговые палаты, ассоциации предпринимателей и общественные мероприятия, чтобы рассказать о своей компании.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы лучше разобраться в маркетинговых стратегиях, посетите бесплатный курс SBS «**Mastering Marketing**» (Искусство маркетинга). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/nycbusinesscourses и нажмите на ссылку «**Marketing and Technology**» (Маркетинг и технологии).

6

Определение приоритета маркетинговых стратегий

Шаг: 1 —>

Присвойте каждому варианту маркетинга место в соответствии с его уровнем приоритетности для вашего предприятия (1 — высокий приоритет, 4 — низкий приоритет).

Чтобы определить приоритетность, используйте следующие вопросы.

- ▶ Позволит ли этот метод охватить мою целевую аудиторию и повлиять на нее?
- ▶ Сколько людей позволит охватить этот метод, и сколько продаж он привлечет?
- ▶ Насколько преимущества этого метода оправдывают затраты?

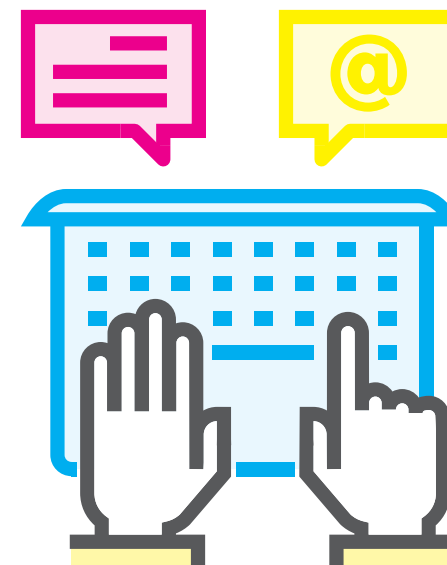
Шаг: 2 —>

Выберите один вариант маркетинга из каждой категории и придумайте идею для него.

- ▶ Чего вы хотите добиться с помощью этой маркетинговой стратегии?
- ▶ Что эта стратегия говорит потенциальным клиентам?

Варианты рекламы	Приоритет (1 4)	Идея рекламы
1. Интернет / социальные сети		
2. Листовки		
3. Газеты		
4. Радио		
Варианты информационного освещения	Приоритет (1 4)	Идея рекламы
1. Репортаж		
2. Пресс-релиз		
3. Общественное признание		
4. Конкурсы		
Варианты продвижения	Приоритет (1 4)	Идея рекламы
1. Бонусы		
2. Купоны		
3. Демонстрации		
4. Общение		





ТЕХНОЛОГИИ

Технологии — важный инструмент повышения продаж и снижения затрат для малых предприятий. Количество недорогих инструментов, доступных любому малому предприятию, растет. Чтобы ознакомиться с каждым из них, нужны время и силы, но они могут окупиться. Такие инструменты могут помочь вам выделиться на фоне конкурентов.

Первые шаги

Для начала убедитесь, что вы знакомы со следующими технологиями. Это основные инструменты. →

► Пользование интернетом

Интернет позволяет компьютерам по всему миру обмениваться информацией. Интернетом пользуются, чтобы отправлять электронную почту, узнавать новости, делать покупки, общаться, искать информацию о продуктах/услугах и т. д.

► Электронная почта

Электронная почта — это способ отправлять сообщения по интернету. Любой человек может бесплатно создать адрес электронной почты, чтобы отправлять и получать электронные сообщения.

► Microsoft Office

Microsoft Office — это набор компьютерных программ, которые позволяют пользователям записывать информацию и делиться ей. Вы можете печатать документы, выполнять расчеты, создавать презентации и т. д.

► Социальные сети

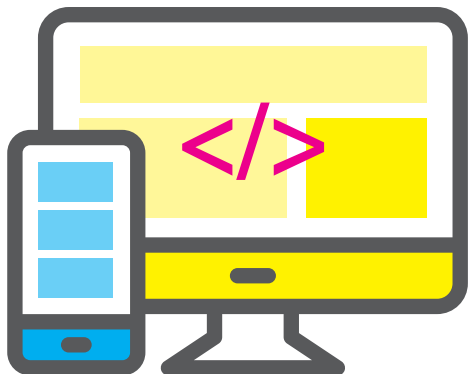
Многие пользователи компьютеров и мобильных телефонов проводят много времени в интернете, пользуясь такими социальными сетями, как Facebook и Twitter. Пользователи соцсетей делятся сообщениями, фотографиями, видео и другими материалами со всеми другими пользователями или со своими «друзьями».

► Облачные хранилища

Облачные хранилища позволяют хранить документы, фотографии, видео и другие материалы в интернете, а не на самом компьютере. В облаке вы можете защитить эту информацию и с легкостью делиться ей.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Если вам нужна помощь в освоении какой-либо из этих технологий, воспользуйтесь занятиями в публичной библиотеке. Зайдите на страницу nypl.org/events/classes/other-orgs и найдите ближайшую организацию, которая проводит компьютерные занятия.



Знаете ли вы?

Многие пользователи интернета находят веб-сайты компаний через поисковые системы, такие как Google. Есть два обычных способа продвигать свою компанию с их помощью.

- ▶ Первый вариант — нанять специалиста, который спроектирует веб-сайт так, чтобы он чаще появлялся в результатах поиска.
- ▶ Более простой, но более дорогой вариант — заплатить поисковой системе, чтобы она повысила приоритет вашего веб-сайта в результатах поиска.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Чтобы узнать, как создать веб-сайт или пользоваться социальными сетями, посетите бесплатные курсы SBS «**Website Fundamentals**» (**Основные принципы создания веб-сайтов**) или «**Social Media Fundamentals**» (**Основы использования социальных сетей**). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/businesscourses и нажмите на ссылку «**Marketing Technology Courses**» (**Курсы по маркетингу и технологиям**).

Чтобы узнать больше о маркетинге с помощью электронной почты, социальных сетях и других технологиях для малого бизнеса, воспользуйтесь бизнес-библиотекой SBS онлайн по ссылке nyc.gov/html/sbs/nycbiz/html/library/library.shtml.

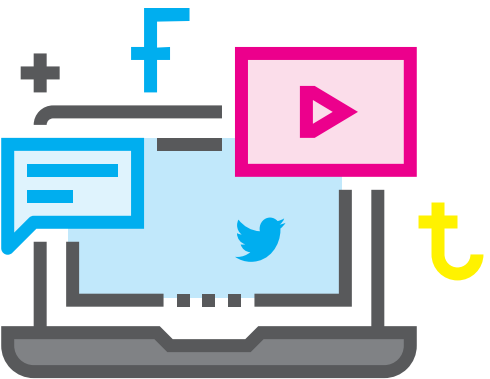
СОЗДАНИЕ СВОЕГО ВЕБ-САЙТА

Веб-сайты — стандартный канал информации для компаний в США на сегодняшний день. Если клиенты не найдут веб-сайт вашего предприятия, они могут задаться вопросом, а существует ли оно вообще и законное ли оно.

Считайте веб-сайт своего предприятия еще одним элементом набора маркетинговых инструментов. Все, что вы разместите на своем веб-сайте, должно иметь определенную цель. Кроме того, веб-сайт должен быть понятным и простым в использовании.

Обдумайте следующие аспекты при создании своего веб-сайта:

- ▶ **Бренд**
Дизайн и цвета веб-сайта должны соответствовать бренду вашей компании в целом.
- ▶ **Актуальный контент**
Составьте материалы, которые будут оставаться точными долгое время. Регулярно проверяйте сайт, чтобы убедиться, что он актуален и привлекателен для посетителей.
- ▶ **Веб-сайты для сравнения**
Посмотрите на веб-сайты похожих предприятий, чтобы подумать, как сделать ваш веб-сайт лучше и выделиться на фоне конкурентов.
- ▶ **Помощь специалиста**
Возможно, стоит нанять профессионала для дизайна вашего веб-сайта, если у вас нет опыта в этой области. Поищите специалистов, которых рекомендуют ваши знакомые или независимые обзоры. Это начальное капиталовложение может принести пользу в долгосрочной перспективе.
- ▶ **«Сделай сам»**
Если вы уверенно пользуетесь компьютером, вы можете создать веб-сайт самостоятельно с помощью так называемого «конструктора сайтов».



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Социальные сети кардинально изменили маркетинг для малых предприятий. Они обеспечивают множество способов установить контакт с покупателями. Узнайте, какими социальными сетями пользуются ваши целевые клиенты и создайте учетную запись в такой сети для своего предприятия. Вот три самые известные социальные сети:



Facebook

Веб-сайт, на котором пользователи могут делиться информацией с друзьями, родственниками и коллегами. Компании могут создавать веб-страницы на Facebook и делиться материалами, которые смогут просматривать клиенты и делиться ими с друзьями.



Twitter

Веб-сайт, на котором пользователи отправляют короткие сообщения в режиме реального времени. Компании могут отправлять информационные сообщения для рекламы своих товаров или услуг.



LinkedIn

Веб-сайт, объединяющий профессионалов. Компании могут создавать учетные записи для своих предприятий и присоединяться к группам по интересам для отраслей и профессий.



ИНФОРМАЦИЯ О ВЕДЕНИИ БИЗНЕСА С ГОРОДОМ: СЕРТИФИКАЦИЯ И КОНТРАКТЫ

Каждый год администрация г. Нью-Йорка обращается к частным компаниям для поставки товаров, проведения строительных работ и оказания других услуг на миллиарды долларов.

Предприятия могут развиваться, став поставщиками администрации г. Нью-Йорка, органов штата и (или) федерального правительства. Но для этого нужен соответствующий опыт, подготовка и сертификация.

Ниже приведены некоторые основные инструкции и источники информации о государственных заказах и сертификации.

РЕГИСТРАЦИЯ ПОСТАВЩИКОВ

Чтобы продавать что-либо администрации г. Нью-Йорка, предприятия должны сначала зарегистрироваться в качестве поставщиков. Зайдите на городской портал информации о получателях платежей (Payee Information Portal, **PIP**) по адресу nyc.gov/pip и нажмите кнопку «**Activate**» (**Активировать**).

СЕРТИФИКАЦИЯ M/WBE

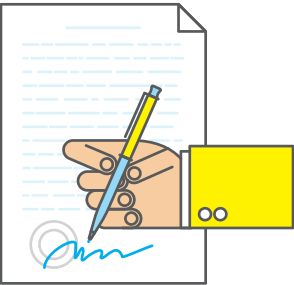
Вы как владелец предприятия являетесь представителем меньшинства или женщиной? Вы можете соответствовать требованиям для участия в программе города Нью-Йорка по сертификации предприятий, являющихся собственностью представителей меньшинств и (или) женщин (Minority and/or Woman-Owned Business Enterprise, M/WBE). Сертификация NYC M/WBE помогает фирмам подавать заявки на заключение контрактов с городской администрацией. Сертифицированные предприятия M/WBE устанавливают связи с государственными заказчиками, другими подрядчиками и друг с другом благодаря занятиям и курсам, мероприятиям, программам

по расширению потенциала, целевым приглашениям к участию в торгах и запросам коммерческих предложений. Для соответствия критериям сертификации NYC M/WBE предприятие должно как минимум на 51 % принадлежать, управляться и контролироваться гражданами или постоянными жителями США, которые являются женщинами или членами определенного меньшинства, включая Афроамериканцев, латиноамериканцев, выходцев из Азии / тихоокеанских островов и индийцев. Такое предприятие должно работать не менее одного года и иметь как минимум одного клиента, который не является другом или членом семьи. Кроме того, оно должно продавать что-то, что покупают государственные органы, иначе может оказаться нецелесообразно тратить время и силы на сертификацию. Подробную информацию и полные критерии участия можно найти на странице nyc.gov/getcertified.

СЕРТИФИКАЦИЯ LBE И EBE

Предприятия, работающие в исторически малоиспользуемых деловых зонах, определенных Администрацией по делам малого бизнеса США (Small

Business Administration, SBA), могут соответствовать критериям сертификации как местные предприятия (Locally-Based Enterprises, LBE). Предприятия, которыми владеют, управляют и которые контролируют лица, относящиеся к социально и экономически незащищенным группам населения, могут соответствовать критериям для сертификации как новые предприятия (Emerging Business Enterprises, EBE). Такая сертификация, как и сертификация NYC M/WBE, расширяет доступ к потенциальным контрактам с городской администрацией и позволяет получить больше информации. Узнайте подробнее о сертификации LBE и EBE по ссылке nyc.gov/getcertified.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

SBS ежемесячно проводит бесплатные курсы по темам «**Selling to Government**» (**Информация о ведении бизнеса с городом**) и «**M/WBE Certification**» (**Сертификация M/WBE**). Чтобы найти ближайший курс и зарегистрироваться, зайдите на страницу nyc.gov/nycbusinesscourses и нажмите на ссылку «**Selling to Government**» (**Информация о ведении бизнеса с городом**).

Нужна помощь, чтобы стать государственным подрядчиком или работать по государственному подряду? Вам поможет Центр технической помощи в процессе закупок (Procurement Technical Assistance Center, PTAC) в офисе SBS. Напишите по адресу bizhelp@sbs.nyc.gov или techassist@sbs.nyc.gov или позвоните по номеру 311 и скажите «**Selling to Government**» (**Информация о ведении бизнеса с городом**), чтобы вас соединили.

05/

**ПОДВЕДЕНИЕ
ИТОГОВ**



Открытие и развитие бизнеса требует много времени и усилий. Но успех очень многих предпринимателей-иммигрантов Нью-Йорка ясно говорит о перспективах и возможностях этого пути. В нашем городе иммигранты владеют половиной всех предприятий и добиваются успеха во всех секторах: от розничной торговли до технологий. Для этих предпринимателей возможности, которые открывает свое дело, были значительнее рисков.

Это руководство — инструмент, который поможет вам создать свою деловую возможность и добиться успеха. Это также отправная точка. Для выполнения каждого шага, описанного на этих страницах, требуется ваше видение и усилия. Но не нужно идти по этому пути в одиночестве. **NYC Department of Small Business Services** готов помочь вам на каждом этапе пути, предоставляя бесплатные услуги.

ЗАПОМНИТЕ ЭТИ 15 ОСНОВНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ И ИСТОЧНИКОВ ПОМОЩИ, ПРИВЕДЕННЫХ В РУКОВОДСТВЕ.

1/

У вас есть определенные права как у иммигранта-жителя г. Нью-Йорка.

Помощь: подробную информацию о бесплатной юридической помощи на вашем языке см. на странице nyc.gov/immigrants.

2/

Прежде чем начать свой бизнес, оцените свои навыки, способности и доступные ресурсы. Составьте план по преодолению трудностей.

Помощь: чтобы помочь в такой оценке, SBS проводит бесплатный курс «10 Steps to Starting a Business» (10 шагов к открытию бизнеса). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/businesscourses и нажмите на ссылку «**Business Planning and Operations Courses**» (Курсы по планированию и ведению бизнеса).

3/

Изучите свой рынок и целевых клиентов. Убедитесь, что ваш бизнес соответствует рынку на сегодняшний момент и на будущее. Хорошая идея успешна лишь настолько, насколько на нее есть спрос.

Помощь: если вы серьезно настроены открыть малое предприятие, ряд курсов от SBS поможет вам изучить свой рынок, целевых клиентов и узнать многое другое. Зайдите на страницу nyc.gov/fasttrac и подайте заявление на участие в программе SBS **FastTrac® New Venture**.

4/

Составьте подробный бизнес-план, который будет направлять развитие вашего бизнеса на каждом этапе. План также должен служить обоснованием заявления о том, что ваше предприятие будет успешным.

Помощь: просмотрите еще раз вопросы на стр. 16 и подумайте, что вам потребуется для составления бизнес-плана. Чтобы бесплатно получить помощь в планировании бизнеса, посетите ближайший Центр развития малого бизнеса (Small Business Development Center); найти его можно на странице nyssbdc.org/locations.html.

5/

Приведите в порядок личные финансы, особенно кредитную историю, прежде чем планировать финансы своего предприятия.

Помощь: городская администрация предлагает бесплатные услуги консультирования, чтобы помочь вам рассчитаться с долгами, улучшить кредитный рейтинг, открыть банковский счет и т. д. Позвоните по номеру 311 и скажите «**Financial Counseling**» (**Финансовые консультации**), чтобы получить помощь.

6/

Если вашему предприятию нужно финансирование, сначала определите точную необходимую сумму, для чего она вам нужна и как вы вернете долг.

Помощь: используйте упражнение 2 (стр. 23) в этом руководстве, чтобы рассчитать свои первоначальные издержки, и подумайте, как вы их обоснуете и погасите долг.

7/

Составьте план по предотвращению нехватки денежных средств — основной ошибки, которая приводит к закрытию предприятий.

Помощь: используйте упражнение 3 (стр. 24) в этом руководстве, чтобы составить отчет о движении денежных средств.

8/

Каждый источник финансирования бизнеса имеет свои риски и преимущества. Изучите каждый вариант и составьте план, особенно если речь идет о ваших личных сбережениях.

Помощь: в качестве помощи в получении финансирования бизнеса SBS проводит бесплатные курсы по теме «Business Finance Roadmap» (План действий по привлечению финансирования для предприятия). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/businesscourses и нажмите на ссылку «**Financing and Accounting Courses**» (**Курсы по финансам и бухгалтерскому учету**).

9/

Нет единственной оптимальной организационно-правовой формы для всех предприятий. Четко определите, какой уровень риска вы готовы принять и какая степень гибкости вам необходима в бизнесе.

Помощь: чтобы получить бесплатную юридическую помощь в выборе организационно-правовой формы, обратитесь к специалисту SBS по работе с клиентами. Зайдите на страницу nyc.gov/businesssolutions и нажмите на ссылку «**CONTACT**» (**КОНТАКТЫ**) или наберите номер 311 и попросите связаться с **NYC Business Solutions**.

10/

Прежде чем рассматривать договор аренды, изучите информацию об интересующем вас коммерческом помещении и посетите его. Когда будете готовы, изучите договор аренды вместе с юристом, прежде чем подписывать его. Не полагайтесь на то, что договор аренды будет стандартным или справедливым.

Помощь: чтобы узнать подробнее о коммерческой аренде, посетите бесплатный курс SBS «Signing a Commercial Lease: What You Need to Know» (Подписание договора аренды коммерческой недвижимости: что нужно знать). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/nycbusinesscourses и нажмите на ссылку «**Business Planning and Operations Courses**» (**Курсы по планированию и ведению бизнеса**).

11/

Прежде чем начать работу, разберитесь во всех нормативно-правовых актах, касающихся вашего бизнеса, и регулярно проверяйте их, чтобы убедиться, что вы ничего не нарушаете.

Помощь: информацию о регулировании бизнеса можно найти на странице nyc.gov/business. Чтобы получить персональную консультацию у специалиста SBS по работе с клиентами, напишите по адресу businesshelp@sbs.nyc.gov или позвоните по номеру 212.618.8810 и назначьте встречу.

12/ **Создайте тщательно продуманный бренд для своего предприятия, который будет соответствовать потребностям ваших клиентов. Сделайте его оригинальным, чтобы выделяться на фоне конкурентов.**

Помощь: в качестве помощи в разработке маркетинговой стратегии SBS проводит бесплатные курсы «Маркетинг 101» (Основы маркетинга). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/businesscourses и нажмите на ссылку «**Marketing and Technology Courses**» (Курсы по маркетингу и технологиям).

13/ **Выясните, как ваши целевые клиенты узнают о предприятиях, подобных вашим. Определите приоритет маркетинговых стратегий, которые вы будете использовать для установления контакта с целевой аудиторией. Учтите охват и стоимость каждой из стратегий.**

Помощь: чтобы помочь вам улучшить маркетинговую стратегию, SBS проводит бесплатные курсы «Mastering Marketing» (Искусство маркетинга). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/businesscourses и нажмите на ссылку «**Marketing and Technology Courses**» (Курсы по маркетингу и технологиям).

14/ **Создайте для своего предприятия веб-сайт и учетные записи в социальных сетях. Интернет — важнейший инструмент, с помощью которого клиенты находят и выбирают компании.**

Помощь: чтобы узнать, как создать веб-сайт предприятия или пользоваться социальными сетями, посетите бесплатные курсы SBS «Website Fundamentals» (Основные принципы создания веб-сайтов) и «Social Media Fundamentals» (Основы использования социальных сетей). Чтобы найти ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/businesscourses и нажмите на ссылку «**Marketing and Technology Courses**» (Курсы по маркетингу и технологиям).

15/ **Определите, будет ли вашему предприятию выгодно продавать товары или услуги государственным органам. Для владельцев бизнеса предусмотрены различные программы сертификации, которые обеспечат более широкий доступ к контрактам с государственными органами и к информации о таких возможностях.**

Помощь: SBS ежемесячно проводит бесплатные курсы по темам «Selling to Government» (Информация о ведении бизнеса с городом) и «M/WBE Certification» (Сертификация M/WBE). Чтобы зарегистрироваться на ближайший курс, зайдите на страницу nyc.gov/selltogovt.

RU



careers
businesses
neighborhoods



CitiCommunityDevelopment.com

nyc.gov/immigrantbusinesses

