

Interreg Greece-Bulgaria Co-Working

European Regional Development Fund



D5.1.2

Masterclass Coaching Activities (2 cycles) – BG

Project Beneficiary 1

<Alexander Innovation Zone SA >



by

IDIMON COMPANY

The contents of this publication are sole responsibility of the Alexander Innovation Zone SA and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority, and the Joint Secretariat.



Thessaloniki
Filikis Etairias 12 & Tsimiski
TK. 54621
Greece
Tel: +30-2316 018635 Fax: + 30-2316 018634
E-mail: info@thessinnozone.gr

Last edited: June 2023

Copyright © 2023, Alexander Innovation Zone. All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced, transmitted, transcribed, stored in a retrieval system, or translated into any language, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission from the Alexander Innovation Zone SA.

All copyright shall remain the sole and exclusive property of the Alexander Innovation Zone SA. However, no responsibility is assumed by the Alexander Innovation Zone SA for its use, or for any infringements of patents or other rights of third parties resulting from its use. All other trademarks are the property of their respective owners.

Introduction

This deliverable explains the finalization of the project focusing on Kardzhali after holding the four bootcamps. After the bootcamps the project team had a few extra meetings with entrepreneurs, physically and online to work on the projects, find out potential sources of financing and what burdens they might face. Some of the project ideas were put on hold out after the validation training and subsequent validation, as the case with the escape room, which was planned to be build in the basement of the incubator building based on regulatory issues, which have to be cleared out first.

Based on the knowledge gained during the bootcamps and the demands of entrepreneurs we had to adapt the initially planned content of the coaching, which will be explained in detail in the section B subject of the deliverable.

We decided to split the coaching based on grouping of projects, the expected availability of people and perceived need of somewhat adapted content to the different coaching sessions.

A. Description of deliverable

In the framework of deliverable 5.1.2 were organized two cycles of coaching events in Kardzhali In two different locations. The choice of different locations for the bootcamps and master classes was motivated to give higher visibility of the project.

B. The subject of the deliverable

The master classes were planned in the form of coaching and not training, which means that that the delivery is rather a dialogue, Socratic-led discussion, where the coach assists and helps, guides and empowers the entrepreneur but does not instruct or heavily present, at least comparable with the bootcamps.

Entrepreneurship coaching is a specialized form of coaching that focuses on supporting individuals who are starting, growing, or leading their own businesses. It is designed to help entrepreneurs navigate the challenges and complexities of entrepreneurship while maximizing their chances of success.

Entrepreneurship coaching addresses both the personal and professional aspects of being an entrepreneur. It goes beyond traditional business consulting by considering the individual's mindset, goals, and personal development alongside their business strategies and skills.

The coaching sessions should be held in small groups and even individually or in teams, when there are more than one entrepreneurs working together.

- Specialized financial support consultancy in matters of taxation, costing, insurance, accounting standards, balance sheets, corporate forms, etc.

Here we delved into very different aspects depending on each business idea. While we advised the entrepreneurs to subcontract the taxation and accounting to an existing firm or a freelance accountant and not to plan to hire a separate person, we provided the following advice related to the specific business ideas:

- Any payment of direct digital marketing costs – such as facebook/Instagram adds, google adds requires the entity to be registered through value added tax, which increases significantly the cost of accounting. Any payments to suppliers from a foreign country leads to the same. So, the legal and tax advice would be either to start operating as a physical person, because the limits for VAT registration as a 100,000 BGN, which is around 51K euro. One physical entrepreneur could generate income high enough to be a small business while not paying for accounting. The drawback is that you can not discount any costs you might have, further than 25% automatically deduced costs. However, 25% is high enough for any knowledge-intensive business and you self-insure yourself for social and health risks. This is interlinked with the topic of labor legislation, collective agreements and remuneration issues. We strongly believe that this way

of functioning as a small business is much more effective compared to fully fledged LTD registration, hiring yourself on a labor contract and so on. However, if you pay as a physical person or a physical entrepreneur you bypass a lot of administrative issues. From the point of view of the budget this might lead to higher taxes paid, which is why the National Revenue Agency is supporting individual entrepreneurs, even from the fact that they might not go after informal economy activity in particular areas and volume of turnover.

- Further, although the EU regalement is in place for quite some time (since 2021), it is still little known in Bulgaria, especially in smaller communities like Kardzhali are not well-known and even subcontracting accountants might not know it. Here is a link to all the information: [One Stop Shop \(europa.eu\)](https://europa.eu/european-council/en/one-stop-shop) We went through the Bulgarian web-site of the National Revenue Agency to discuss different issues along the following lines:

The one-stop shop for e-commerce trade in the European Union (EU) is a simplified system introduced to streamline VAT (Value Added Tax) obligations for businesses selling goods and services online across EU member states. Here is a summary of the one-stop shop system, including VAT and record-keeping requirements:

VAT One-Stop Shop (OSS): The VAT One-Stop Shop is an electronic portal that enables businesses to register for VAT purposes in one EU member state and report and pay their VAT obligations for sales made to customers in other EU member states.

Distance Selling Threshold: Prior to the OSS, businesses had to register for VAT in each EU member state where they exceeded the distance selling threshold.

Under the OSS, this threshold is no longer applicable for intra-EU distance sales of goods.

VAT Rates: The OSS allows businesses to charge and report the VAT rate of the EU member state where the customer is located, simplifying the process of dealing with varying VAT rates across different countries.

Record Keeping: Businesses are required to maintain adequate records of their sales and VAT transactions. These records should include information such as invoices, receipts, and evidence of the movement of goods.

Reporting and Payment: Businesses registered for the OSS are required to submit quarterly VAT returns through the portal. The returns should include details of their cross-border sales, including the total value and VAT amount for each member state.

Payment of VAT: VAT liabilities for cross-border sales made through the OSS are paid to the tax authorities of the member state where the business is registered for the OSS. The VAT collected is then distributed to the respective member states.

Non-EU Sales: The OSS only covers sales within the EU. For sales to customers located outside the EU, businesses may need to follow different VAT rules and procedures depending on the country in question.

It's important to note that specific details and requirements may vary, and it is

recommended for businesses to consult with tax advisors or local tax authorities to ensure compliance with VAT obligations and the use of the one-stop shop system in their specific circumstances.

In addition, we went through the details of the social entrepreneurship finances and taxes. Quite often the activity is conducted through NGOs, which are required to separate the accounting of two types of activities – commercial and non-commercial. If you have a grant or a donation and you finance through it your activities, it should be kept differently from the sales (commercial activity) or contracts for advertisement. Quite often firms would prefer to sign a contract for advertisement and not provide donation for tax reason. As a matter of the final profit/loss account it is the same, however it should be kept a separate accounting.

Any direct sales in a physical shop (the social shop case) requires existing of a cash register machine, linked automatically with the National Revenue agency. This machine requires its own reporting and keeping a diary.

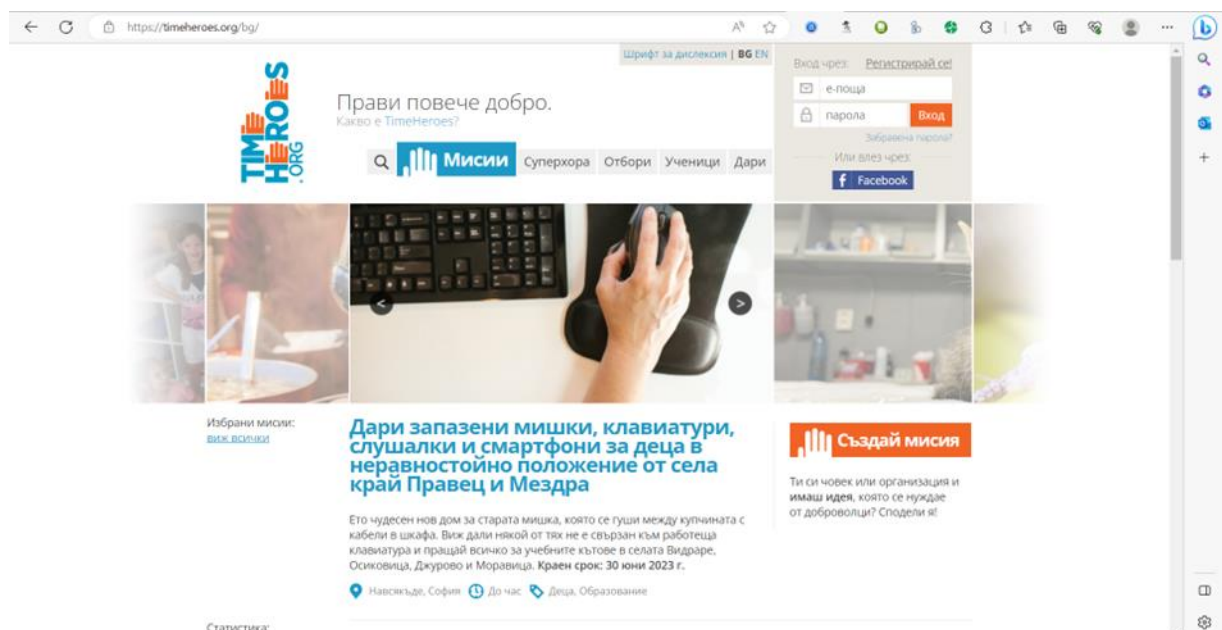
Special mentoring in the future has been arranged with the Bulgarian e-commerce association and even for a limited period a test SaaS for e-shop could be provided through the university partnership with Shopiko and Superhosting services.

- Specialized consulting in innovative entrepreneurship in matters related to business discovery, product/service innovation, process innovation, etc.

The coaching services provided focused on identification of different key processes for the different ideas such as: the process of validation of donated objects for the social shop, decision to higher a salesperson or have a complex system of coordination of volunteers; the growth strategy and applicability of the products developed at the initial stage for other markets (LandMark Quest technology could be used in different formats

such as top 100 peaks, top 100 innovative companies in Bulgaria, top 100 wineries in Bulgaria, top 100 pedestrian routes, top 100 cycling routes, top 100 ethnic restaurants, top 100 waterfalls, etc. It could be used in other countries like Greece, Turkey, Romania, Macedonia, etc. The Eco-path augmented guide could be used for other eco-paths in Bulgaria and abroad as SaaS, other path-based routes in bigger cities for foreigners, etc).

The Co-work project focused on the methodology of **co-creation** in order to facilitate future plans and future engagement of communities around the entrepreneurs. Even if, say, the eco-path design would be prettier and better if developed by a professional land-shaft design studio, ecologists and architects, the involvement and engagement of the community would guarantee protection of the eco-path and wide-scale marketing through social channels. Thus, it was decided to alter a bit the project to develop a technology which would fit better the requirements of the social enterprises. We went through the case study of TimeHeroes.org – a platform for volunteers.



Scaling could be achieved through the technology, but also through additional types of services. One such identified is targeting Erasmus exchange students in Bulgaria.

We identified various gaps in the existing tourism industry – i.e. the existing tour agencies are targeting foreigners while they are abroad or target Bulgarians in Bulgaria, the targeting of foreigners within the country happens only as side excursions in existing touristic complexes. So, this new target group might be specially targeted for the eco-path and also serve as a potential transfer mechanism to new markets.

- Specialized legal support consultancy in matters of labor legislation, remuneration issues, collective agreements, etc.

Collective agreements were found irrelevant to all of the business ideas. Partially we handled the legal issues related to choosing the legal form of conducting a business (LTD vs physical personality), contracting issues (hiring, subcontracting, marketing costs), intellectual property issues (like protecting trade marks at the Patent office – national and international). In case of development of IP it would be better to sign author contract as there you have 40% automatically deducted costs, civil contracts with 25% and labor contract is probably the most expensive). Especially, when you are the entrepreneur, it is more advantageous to be with a self-secured status than hired by your own company on labor contract. Entrepreneurs anyway never have a full holiday or paid leave in the sense of an employee in a big company.

- Specialized Consultancy of extroversion & export orientation in matters of export procedures, market research, international exhibitions, networking, etc.

Extroversion is very important for any new startup. There is this type of globally born start-ups where they see the locality they are based initially in just as a place where they validate their product, test the business model and so on. But the actual growth strategy is oriented towards the global market. Especially in the service area where the new technology is embedded and interlinked with the physical environment the growth strategy is based on development of SaaS (software as a service) which could be used by other similar enterprises.

Also, if a start-up can say that it has several foreign clients this brings the reputation to a great level and helps local sales as well. Especially due to the fact that the Co-working activity is under the Interreg framework, this brings the international level to the DNA of the enterprises and we also discussed potential requests we could make to AIZ and all the partners in the project – to help internationalize all the enterprises at the very beginning.

As there is no particular physical product, we did not get into the details of customs (i.e. with Turkey, which is also a neighbor). The VAT issues have been discussed under the first heading of the coaching subjects.

The coaching sessions also aimed at general networking between the coaches and the entrepreneurs, finding the weak links that connect them and thus can form a strong power network, following the concept of Mark Granovetter. The sessions had breaks where we discussed additional personal motivations and hobbies, which then added value to the business idea – i.e. adding the kayak experience interlinked with the eco-path and also with the LandMark Quest with say potential for building a list of 50 places for kayaking.

C. Designation of speakers

The main presenters of the deliverable are prof. Albena Vutsova and assoc. prof. Todor Yalamov, both with significant experience in entrepreneurship and innovation support both nationally and internationally. Prof. Yalamov has been part of the national jury for the National Innovation Award since 2006, has been coordinator of Eastern European and Central Asian Business Incubators and Technology parks between 2009 and 2013, running various entrepreneurs activities within Sofia University. Prof. Vutsova runs a NGO with a lot of social entrepreneurial projects.

Prof. Yalamov is using the BMC in his regular e-business course at the Faculty of Economics and Business Administration, so he is well-versed in the methodology. He

also is a mentor of student training firm, who also applied BMC and got two awards at the recent Plovdiv Fair of students practice firms (one of the awards – for digital marketing). Prof. Yalamov has been at the focus of cooperation with the Bulgarian e-commerce Association and all the changes in terms of legal regulations, interconnectivity with the National Revenue Agency and various legal issues related to starting up the enterprise or starting a new electronic business of a local business.

Todor Yalamov has been part for many years of Enterprise Europe Network and Eastern European and Central Asian Business Incubators and Technology Parks Network of the infoDev program of the World Bank (2004 – 2013) providing innovation support services, internationalization of services, fast prototyping, and part of the National jury for the National Innovation Award (2004-2022).

Additional mentors

- Lubka Boneva, expert in making labor contracts, civil agreements, job descriptions, compliance with labor and social and health security legislation, remuneration issues, collective agreements, etc. Lubka is also an expert in corporate and public finance, budgeting, audit, and evaluation.
- Ventsislav Stoilov, expert in taxation – VAT, income taxes, tax benefits, with a proven long track-record of accounting and reporting, preparing balance sheets and other corporate forms, costing, insurance, etc.
- George Chobanov, expert in doing statistical analyses, market research methodologies, but also networking. He has well-maintained networks of international experts and exhibition organizers, His extroversion is primarily targeted to Germany and China. One of the reasons of his involvement was the expectation as there is a great share of immigrants from the region and town Kazrdzhali to Germany and some of the projects were expected to be targeting Germany. The second reason is his capacity of planning and conducting statistical analyses for market research.

In addition to that, the lecturers at the launching event have expressed their willingness to help the young entrepreneurs on demand. Further, Dr. Kiril Velitchkov from UBB/KBC group has been involved and engaged in the process who was able to secure a budget for financial support of entrepreneurs (on a competitive basis) after the end of the project (circa 2500 euro).

D. Program preparation

June 12,19, 28-29, 2023

The program preparation started already after the finalization of the fourth bootcamp. Only selected participants – a total of 15 have been invited to continue based on their project ideas. Some of the participants had difficulties navigating the system as they believed the system did not record their drafts, but after consultation we demonstrated that the system works and how they can access the drafts saved.

The program was planned in two cycles grouping business ideas and having around 6-7-8 participants per cycle. The first cycle was planned for June 12-13 and the second for June 19-20, but due to two factors we had to reschedule.

First, it turned out the June 13 the location was closed for external visitors (external examinations) and also people's availability, and second the rescheduling of the final event from June 26-27 was moved to July 6-7, we finally held the coaching on June 12 and 19 and June 28-29 (also paying attention to the Bayram holidays). Because of the limitations of the contract we could not extend it further, but we planned additional support on demand outside of the scope of the contract to assist entrepreneurs prepare better for the event in Thessaloniki.

E. Agenda



Master-class: Работа по проектните идеи и развитие

Кърджали

12 и 19 юни, 2023

Зали в училище «Отец Паисии»

Ул. Отец Паисии N 12

12 юни 2023

10.00 – 12.30 Финансови и счетоводни въпроси. Форми на осъществяване на бизнеса и различни изисквания на НАП във връзка с електронната търговия и бизнес

Доц. д-р Тодор Ялъмов

12.30 – 13.30 Обедна почивка с разговор за хобита и лични интереси

13.30 – 15.30 Бизнес процеси, бизнес откритие, иновации и растеж – намиране на възможности за развитие на бизнес идеите

Доц. д-р Тодор Ялъмов и проф. Албена Вуцова

15.30 – 16.00 почивка

16.00 – 18.00 Юридически въпроси и видове договори. Различно третиране на признатите разходи.

Доц. Тодор Ялъмов

19 юни

10.00 – 13.00 Интернационализация и маркетинг. Възможности за добри практики в чужбина и как това ще ни помогне в България?

Доц. Тодор Ялъмов

13.00 – 14.00 Обедна почивка

14.00 – 16.00 Бизнес процеси, бизнес откритие, иновации и растеж – намиране на възможности за развитие на бизнес идеите

Доц. д-р Тодор Ялъмов и проф. Албена Вуцова

16.00 – 16.30 Почивка

16.30 – 18.30 Подготовка за Солун: какво и как да представим



Master-class цикъл 2

Кърджали

28 и 29 юни, 2023

Зали в училище «Отец Паисии»

Ул. Отец Паисии N 12

28 юни 2023

10.00 – 12.30 Финансови и счетоводни въпроси. Форми на осъществяване на бизнеса и различни изисквания на НАП във връзка с електронната търговия и бизнес

Доц. д-р Тодор Ялъмов

12.30 – 13.30 Обедна почивка с разговор за хобита и лични интереси

13.30 – 15.30 Бизнес процеси, бизнес откритие, иновации и растеж – намиране на възможности за развитие на бизнес идеите

Доц. д-р Тодор Ялъмов и проф. Албена Вуцова

15.30 – 16.00 почивка

16.00 – 18.00 Юридически въпроси и видове договори. Различно третиране на признатите разходи.

Доц. Тодор Ялъмов

29 юни

10.00 – 13.00 Интернационализация и маркетинг. Възможности за добри практики в чужбина и как това ще ни помогне в България?

Доц. Тодор Ялъмов

13.00 – 14.00 Обедна почивка

14.00 – 16.00 Как да се подготви масова кампания за фондонабиране (crowdfunding) за социални проекти

Доц. д-р Тодор Ялъмов и проф. Албена Вуцова

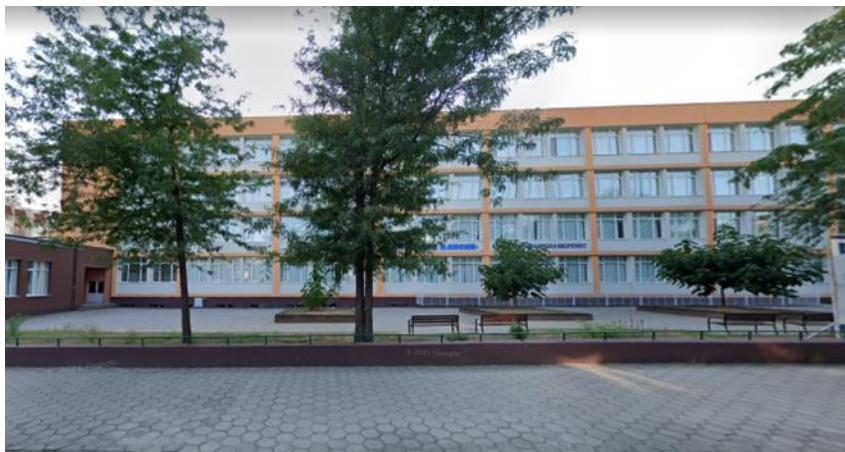
16.00 – 16.30 Почивка

16.30 – 18.30 Подготовка за Солун: какво и как да представим

F. Venue

Otets Paisii school

12 Otets Paisii str.



Petko Rachov Slaveykov
ul. "Rayko Zhinzifov", 6609



G. Compilation of educational material


As the coaching sessions are a bit different from the educational trainings we did not relied fully on presentations, but rather different tips and hints on issues identified, which are important for the start-ups participating in the master classes. We developed the following educational material:




- Power point presentations on accounting, audit and mistakes entrepreneurs might have (two presentation)
- Power point on sources of financing, including project funding and general funding
- Summary factsheets for
 - o crowdfunding,
 - o e-commerce and VAT,
 - o differences between marketing with causes and marketing of products
 - o entrepreneurial decision on the form of conducting entrepreneurship – registering LTD, sole proprietor, NGO or being a self-secured registered freelancer.
- Workshop for product development and fast prototyping for mobile apps for Android.

Among them are issues like social entrepreneurship and crowdfunding, VAT issues in e-commerce across borders, cause and product marketing differences and others.

All ppt developed and presented during the trainings (bootcamps) were at disposal and if needed we went-back individually to consult as well.

In the first cycle of the coaching we worked on App Inventor 2 prototyping functionalities as well – provided screenshots in the report.


interreg
Greece-Bulgaria
Co-Working
 European Regional Development Fund

Кάντε κλικ για να επεξεργαστείτε τον τίτλο υποδείγματος

**Одитиране –
основни задачи**
 проф. А. Вуцова

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme

1

**Одитиране
–начало и
развитие?**



Одитиране е процес, който се извършва с цел да се установи дали информацията, предоставяна от одитирания обект, е в съответствие с действителността.

Одитиране е процес, който се извършва с цел да се установи дали информацията, предоставяна от одитирания обект, е в съответствие с действителността.

Одитиране е процес, който се извършва с цел да се установи дали информацията, предоставяна от одитирания обект, е в съответствие с действителността.

Одитиране е процес, който се извършва с цел да се установи дали информацията, предоставяна от одитирания обект, е в съответствие с действителността.

2

**Одитиране
–начало и
развитие**

Независимият финансов одит се появява и става все по-търсен в края на деветнадесетия век във връзка със защитата на интересите на собствениците (акционерите), които са притежатели на акции, но не участват в оперирането и управлението на търговските дружества, обособени като самостоятелни юридически лица.

На 17 април 1931 г. независимият финансов контрол официално е въведен в България чрез приемане на Закона за института на зачетните експерт-счетоводители.

България е сред първите осем страни, които законово регламентират одиторската професия и формирането на национална професионална организация. Тези институции в имало създадени до този момент само в няколко държави: Англия, Франция, Германия, Италия, Холандия и Австрия. Институтът на зачетните експерт-счетоводители (ИЗЕС) съществува до 1948 г., когато е закрит.

3

**Какво е
характерно за
одита?**

- Според МОС същността на одита се определя като систематичен процес, при който компетентен независим експерт събира, анализира и оценява информация, поддържаща се на количествена и качествена оценка с цел да изрази мнение относно степента на съответствие с предварително определени критерии. На тази база одита се възприема и като оценъчен контрол.
- В зависимост от преследваните цели, задачи, обекти, обхват и органи на осъществяване одити са различни.

4

Видове одити:

- Външен - осъществява се от органи, които са независими от управлението на предприятието и не се намират в трудово-правни и служебни взаимоотношения с одитирания обект. Целта му е да изрази независимо мнение относно достоверността, предоставяне във всички аспекти на съществуваща във финансовите отчети на финансовото състояние на предприятието, отчетният финансов резултат от дейността му, паричните потоци и промените в тях, собствения капитал и промените в него.
- Вътрешен - независима и обективна дейност за предоставяне на увереност и консултиране, предназначена да допринесе до повишаване на стойност и подпомагане дейността на организацията. Той подпомага организацията да постигне своите цели чрез прилагането на систематичен дисциплиниран подход за оценяване и подобряване ефективността на процесите на управление на риска, контрола и управлението като цяло. Вътрешният одит се разделя на две форми - одитен ангажимент за предоставяне на увереност и одитен ангажимент за консултиране.

5

Видове одит ?

В зависимост от характера и съдържанието, дефинираме :

- финансов одит;
- одит на изпълнението;
- одит на системите;
- одит за съответствие;
- одит на информационните системи и технологии;
- социален одит;
- маркетингов одит и др.

6

Видове одит ?

В зависимост от вида на одитираната дейност различаваме:

- ▶ одит на публичния сектор;
- ▶ одит на застрахователни компании;
- ▶ одит на юридическо лице с нестопанска цел;
- ▶ одит на кооперации;
- ▶ одит на политически партии и др.

7

Основни принципи на одитния процес

- ▶ независимост – необходимост с проверяваната дейност или предприятие, с неговото ръководство или свързани с тях лица в материален, личностен или друг аспект;
- ▶ обективност, безпристрастност и недопускане на предубеждение, конфликт на интереси или друго влияние, което да повлияе на резултата оценка на одитора;
- ▶ професионална компетентност – припознаване на достатъчно знания и умения в одитираната област;
- ▶ конфиденциалност – запазване в тайна на информацията, получена в резултат на извършения одит;
- ▶ почтеност;
- ▶ познаване и прилагане на приетите професионални стандарти и приложимото законодателство;
- ▶ отговорност за изразеното мнение от одитора.

8

Нормативна уредба (стандарти и цели)

- ▶ Към Международната федерация на счетоводителите (МФС) е сформирал постоянно действащ Комитет по одиторска практика, който през 2002г. е наречен Съветът по Международни одиторски стандарти и стандарти за изразяване на сигурност (СМОССИС).
- ▶ МОС разглежда отговорностите на одитора при одита на финансов отчет във връзка с принципа за действащо предприятие и последствията за одиторския доклад.
- ▶ Основното предназначение на одиторските стандарти е въвеждането на единен подход и принципи при извършването на одита

9

OLAF ??

- ▶ Европейска структура, разследваща финансови нарушения с предоставени обществени средства в т.ч.
 - ▶ корупция и сериозни нарушения в рамките на европейските институции и разработка политика за борба с измамите за Европейската комисия.
- ▶ Увеличаването на наличните ресурси от дългосрочния бюджет на ЕС и фондовете за възстановяване повишават изискванията към европейските и националните участници да увеличат усилията си за защита на финансите на ЕС срещу престъпници и други нарушители
- ▶ Всяка година се представя годишен доклад, относно защитата на финансовите интереси на ЕС (доклад IPFR). Например за 2021 г. Е установено, че броят на откритите и докладваните случаи на измами и нередности остава стабилен (с над 11 000 докладвани случаи)

10

Защо е необходима тава структура?

- ▶ Органите на държавите членки управляват повече от 85 процента от разходите на ЕС, включително Механизма за възстановяване и устойчивост, и събират традиционните собствени ресурси на ЕС. Комисията наблюдава и двете области, определя стандарти и проверява съответствието.
- ▶ От Комисията се изисква да изготвя годишни доклади относно защитата на финансовите интереси на ЕС (известни като IPF доклади). В тях се описват мерките, предприети на европейско и национално ниво за борба с измамите, засягащи бюджета на ЕС.

11

Защо е необходима такава структура?

- ▶ OLAF може да разследва въпроси, свързани с измами, корупция и други престъпления, засягащи финансовите интереси на ЕС относно:
 - ▶ всички разходи на ЕС: основните разходни категории са структурни фондове, селскостопанска политика и фондове за развитие на селските райони, преки разходи и външна помощ;
 - ▶ някои области на приходите на ЕС, главно мита;
 - ▶ подозрения за сериозно неправомерно поведение от служители на ЕС и членове на институциите на ЕС.

12

Най - често нарушаване на правилата при изпълнение на проект , финансиран от ЕК

- ▶ Некоректно подбрани оценъчни критерии за избор на изпълнители
- ▶ Нарушение на селекционната процедура за изпълнители
- ▶ Не точни критерии за подбор
- ▶ Избор на критерии, които са трудни за изпълнение ,или създават условия за нечестна конкуренция
- ▶ Липса на критерии за икономическа и финансова платежоспособност пропорционално на мащаба на проекта

13

Най - често нарушаване на правилата при изпълнение на проект , финансиран от ЕК

- ▶ Злоупотреби с процедурата на договаряне.
- ▶ Злоупотреба с спешни процедури за да избегнете конкуренцията.
- ▶ Недостатъчно време за да получат кандидатстващите документи за обявен търг
- ▶ Договорът за дадена услуга не е изготвен в съответствие с правилата и/или технически спецификации и тръжна документация. И е изпълнен некачествено
- ▶ Намаляване обхвата на задачите в хода на изпълнение
- ▶ Модифициране на контракта по време на изпълнение

14

Най - често нарушаване на правилата при изпълнение на проект , финансиран от ЕК

- ▶ Наемане на допълнителен състав (само при респектиране на Article 72 (1)(b)
- ▶ Наличие на непредвидени обстоятелства (освен ако не са респектирани условията на Article 72 (1)(c)
- ▶ Наличие на конфликт на интереси

15

Interreg Greece-Bulgaria Co-Working

Κάντε κλικ για να επεξεργαστείτε τον τίτλο υποδείγματος

Грешки и измами, установени при одитиране

проф. А. Вуцова

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece - Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.

1

Видове грешки

- ▶ Аритметични и математически грешки;
- ▶ Грешки при счетоводно отчитане;
- ▶ Други грешки.

2

Аритметични и математически грешки

- ▶ Обичайно това са грешки при:
 - ▶ събиране и обработване на информацията;
 - ▶ различни пропуски;
 - ▶ невярно ползване на елементите на ГФО (годишен финансов отчет);
 - ▶ други.

3

Счетоводни грешки - 1

- ▶ **Необоснованост на счетоводните записвания**
 - ▶ включва дълготрайни материални активи (ДМА), които са взети под наем - стоки на консигнация и други;
 - ▶ тези грешки водят до завишаване на отчетните данни;
 - ▶ включване на ГВА, паралелно с годишните лични такси;
- ▶ **Неправилно отразяване на стопанските операции**
 - ▶ водят до занижаване на отчетните данни;

▶ Например, не са отразени постъпки от доставена стока, която по договор трябва да бъде платена след реализирането ѝ. Према на собственост обаче включва при такова получаване.

▶ Тези тип грешки често възникват при несъответствие на правилата на ведене на счетоводство

4

Счетоводни грешки - 2

- ▶ **В периодизацията**
 - ▶ Представяват невярно отразяване на операциите по отчетен период. Съществуват два вида грешки:
 - ▶ по-късно приключване на счетоводните сметки;
 - ▶ по-късно приключване на счетоводните сметки.
- ▶ **Първият случай** води до занижаване на отчетните данни, а вторият - до завишаването им.
- ▶ Като правило този вид грешки са свързани с приключването на отчетен период, т.е. през месец декември и месец януари.
- ▶ **В счетоводните записвания**
 - ▶ когато дадена стопанска операция не е отразена по правилната сметка или е допусната грешка в сумата.

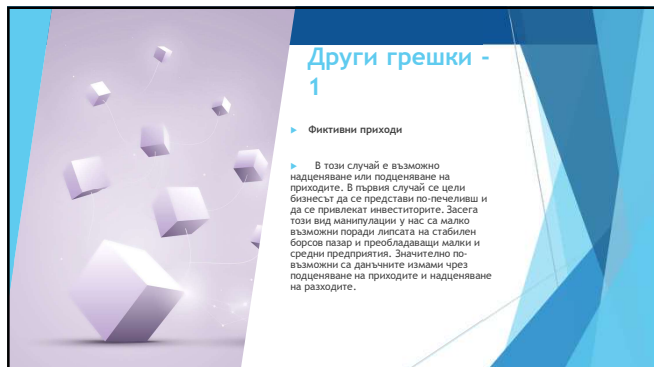
5

Счетоводни грешки - 3

- ▶ **В оценките**
 - ▶ свързани са с неправилно оценяване на активите и пасивите;
 - ▶ възникват от непознаване или неточна интерпретация на действащото законодателство.

▶ **Пример:** неправилна преценка на дълготрайни материални активи (ДМА) и съответното отразяване на амортизацията за тях.

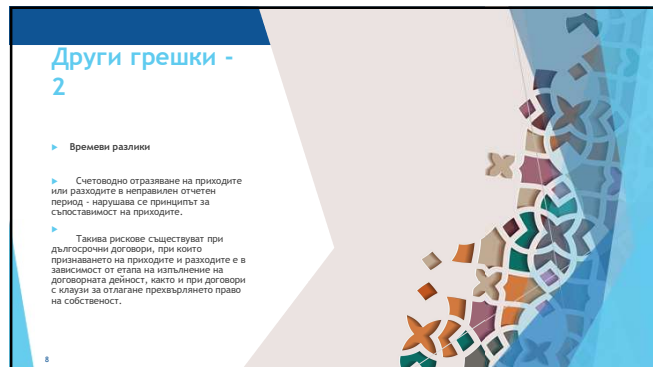
6



Други грешки - 1

- ▶ Фиктивни приходи
 - ▶ В този случай е възможно надценяване или подценяване на приходите. В първия случай се цели бизнесът да се представи по-печеливш и да се привлечат инвеститорите. Засега този вид манипулации у нас са малко възможни поради липсата на стабилен борсов пазар и преобладаващи малки и средни предприятия. Значително по-възможни са данъчните измами чрез подценяване на приходите и надценяване на разходите.

7



Други грешки - 2

- ▶ Времени разлики
 - ▶ Счетоводно отразяване на приходите или разходите в неправилен отчетен период - нарушава се принципът за съпоставимост на приходите.
 - ▶ Такива рискове съществуват при дългосрочни договори, при които признаването на приходите и разходите е в зависимост от етапа на изпълнение на договорната дейност, както и при договори с клаузи за отлагане прехвърлянето право на собственост.

8



Други грешки - 3

- ▶ Необичайно финансиране
 - ▶ Необичайното по размер финансиране на дейността от акционерите, съдружниците или трети лица също може да е сигнал за укриване приходи
 - ▶ В определени случаи финансирането не е насочено към целева дейност
 - ▶ Реализирано е без да се изисква акумулиране на средства от различни източници или споделяне финансиране

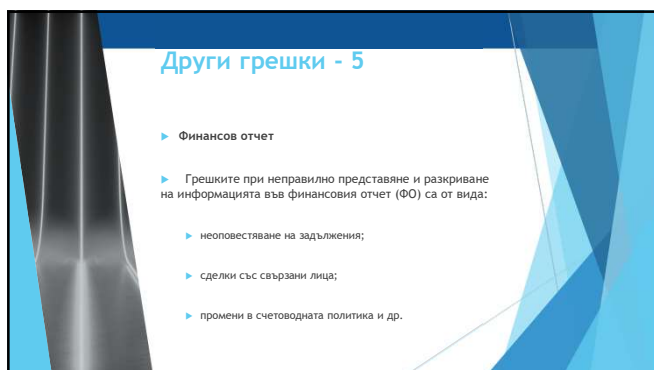
9



Други грешки - 4

- ▶ Скрити задължения
 - ▶ Такива биват:
 - ▶ пропускане осчетоводяването на конкретни задължения;
 - ▶ капитализиране на разходите;
 - ▶ осчетоводяване на провизии по потенциални задължения и др.
 - ▶ Често срещана практика е неначисляването на данъчни и публични задължения и лихвите по просрочени такива.

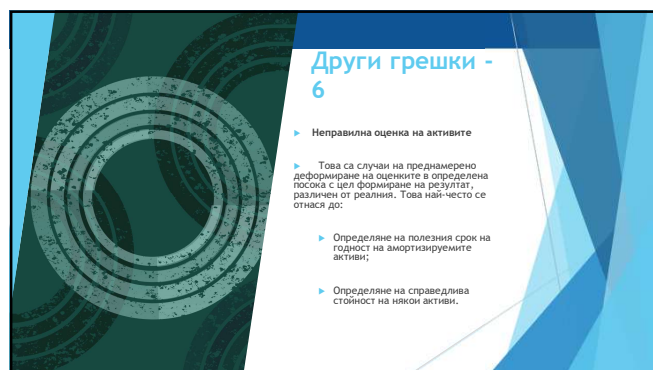
10



Други грешки - 5

- ▶ Финансов отчет
 - ▶ Грешките при неправилно представяне и разкриване на информацията във финансовия отчет (ФО) са от вида:
 - ▶ неоповестяване на задължения;
 - ▶ сделки със свързани лица;
 - ▶ промени в счетоводната политика и др.

11



Други грешки - 6

- ▶ Неправилна оценка на активите
 - ▶ Това са случаи на преднамерено деформиране на оценките в определена посока с цел формиране на резултат, различен от реалния. Това най-често се отнася до:
 - ▶ Определяне на полезния срок на годност на амортизируемите активи;
 - ▶ Определяне на справедлива стойност на някои активи.

12




Κάντε κλικ για να επεξεργαστείτε τον τίτλο υποδείγματος


Източници на финансиране






























The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece - Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.

1

Преглед



2

I. Общи източници

3

Видове финансиране:

- Грантова схема
- Съфинансиране
- Нови финансови инструменти
 - Банкови гаранции
 - Финансиране чрез посредници
- Групово финансиране:
 - Бизнес ангели
 - Семейна подкрепа
 - Дарения
 - Собствени източници
 - Мрежови дарения

4

II. Общи източници на ЕС

5

Източници, функциониращи за периода 2021-2027 г

6



Европейският социален фонд плюс (ЕСФ+)

- Важен източник на финансиране за насърчване на социалната икономика и социалните иновации на национално, регионално и местно ниво
- Важна задача: повишаване на приобщаването на пазарите на труда и достъпа до качествена заетост
- Специфична задача: целенасочено транснационално сътрудничество, специално с оглед на ускоряване на разширяването на социалните иновации - подкрепа за прилагането на Европейския съюз на социалните права, както и за отговор на възникващи нужди на място (пилотни инициативи REACT-EU; професионален живот баланс за родители и кариера и тн.)

7



Хоризонт Европа

- Различни опции: Съвет за иновации на ЕС, мисии за иновации, част за разширяване и др.
- Най-приложим ERC (млади изследователи) и инструмент за МСП (фаза на изследователя - 50 000 евро); и двата инструмента подкрепят предимно младо поколение - изследователи или бизнес ориентирани групи

8

Програма за единен пазар

Еразъм за млади предприемачи - трансгранична програма за обмен, която дава възможност на нови или амбициозни предприемачи да се учат от опитни предприемачи, управляващи малък бизнес в други участващи държави

Съвместни клъстерни инициативи - възможен вариант чрез член на клъстери

- Кой може да участва: Нови предприемачи, които твърдо планират да създадат собствен бизнес или вече са започнали такъв през последните три години или Опитни предприемачи, които припекват или управляват малко или средно предприятие

9



програма LIFE

- Осигурява подкрепа на европейски организации с нестопанска цел чрез оперативни безвъзмездни средства. Оперативните безвъзмездни средства подкрепят функционирането на организации с нестопанска цел, които участват в разработването, прилагането и прилагането на законодателство и политиката на Съюза и които са активни предимно в областта на околната среда или действията в областта на климата, включително енергиен преход

10

Еразъм+ дейности

| | | |
|---|--|---|
| <p>КА 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Виртуален обмен за висше образование и младеж • Мобилност за граждани в областта на образованието, обучението и младежта • Дейности за младежко участие • Открийте ЕС | <p>КА 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Партньорства за сътрудничество; малки партньорства • Европейски спортни събития с нестопанска цел <p>NB! Всички присъединяващи се страни са допустими партньори</p> | <p>КА 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обединена европейска младеж <p>NB! Предимно финансиране на меки мерки</p> |
|---|--|---|

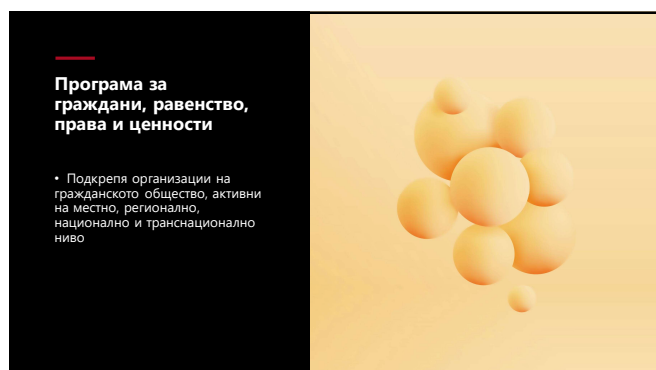
11



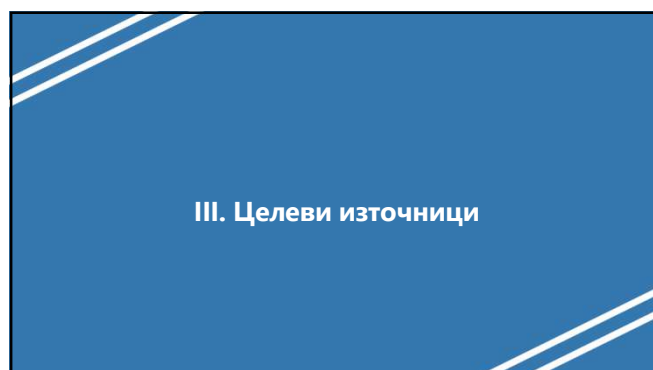
Програма „Цифрова Европа“ – нова инициатива

- Включва европейски центрове за цифрови иновации
- Нова програма за финансиране от ЕС, фокусирана върху предоставянето на цифрови технологии на бизнеса, гражданите и публичните администрации
- Очаква се следващите покани да бъдат отворени в началото на есента на 2022 г.
- Финансиране ще бъде достъпно за субекти от държавите-членки на ЕС, както и за други страни, асоциирани към Програмата

12



13



14



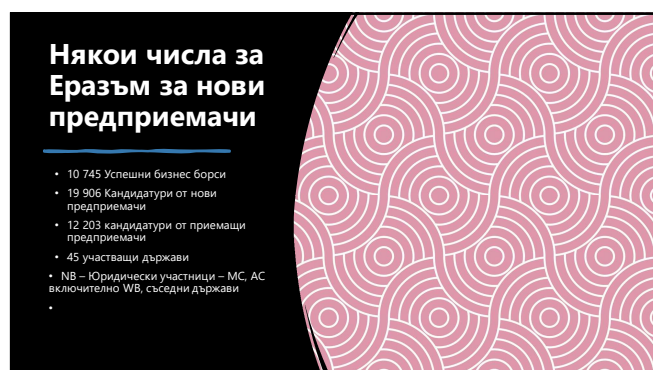
15



16



17



18

Нови предприемачи

- Опит като предприемач (съсобственик на компания) по-малко от 3 години към момента на кандидатстване
- Няма изискване да имате компания в края на борсата
- Необходимо е да имате амбиция, за да се опитате да видите дали предприемаческата кариера ще ви пасне
- Подгответе бизнес план за идея, която искате да тествате
- Бъдете готови да успеете с ограничени ресурси

19

Финансиране

- Финансирането зависи от това къде отиваш, а не откъде идваш
- Финансирането е достъпно само за действителното време, прекарано с приемащия предприемач
- Можете да разделите времето си (върнете се за известно време във вашата страна, направете нещо, от което се нуждаете за бизнеса и се върнете при домакина за максимална полза)
- Домакиня няма задължение да ви намери жилище, но често помага
- За допълнителна информация : <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=19>

20

Ползи

- Натрупайте опит с подобен бизнес като вашия
- Създайте партньорства, вземете ноу-хау от чужбина
- Дори ако не започнете свой бизнес или бизнесът ви се провали, обменът ще допринесе за вашето кариерно развитие

21

Ползи

- Можете да получите първия си международен клиент (да създадете уеб сайт, да внедрите CRM, да експортирате стоки и т.н.)
- Можете да получите безплатна реклама, включително кратък филм, кредитиран от Европейската комисия, ако обменът ви се окаже „успешен случай“

22

Посреднически организации (IO)

Различни посреднически организации ще ви помогнат да намерите съвпадение

IO работят в мрежи или кластери – така че проверете кои са партньорите на IO, преди да го изберете. Всяка държава работи с различен IO.

Пример: Софийският университет е IO като част от консорциум E4C SYSTEMS II с партньори в Испания, Италия, Португалия, Швеция и други страни


23

IV. Национални източници на финансиране за предприемачите

24

Национален иновационен фонд - текущи и предстоящи схеми


- Технологична модернизация за предприятия
- Подпомагат изследванията и развитието на предприятия и организации за научни изследвания и разпространение на знания
- Подкрепа за стартиращи фирми – предстои
- **NBI** Индикативният максимум на финансиране може да се различава в зависимост от избраната схема



25

ОП Развитие на човешките ресурси 2021-2027 г

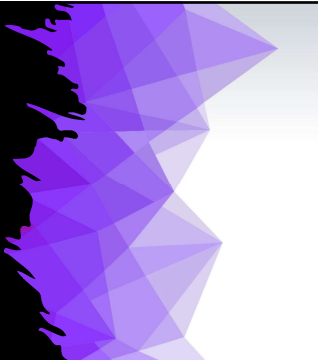
- Току що одобрен от ЕК
- **NBI** „Младежка заетост“ е отделен приоритет в програмата. С бюджет от (приблизително 376 млн. евро) ще бъдат реализирани мерки за идентифициране, информирание и мотивиране на неактивни млади хора, включването им в заетост, стажове, чиракуване, обучение и подкрепа за първата им работа, вкл. предприемачеството.



26

Министерство на иновациите и растежа

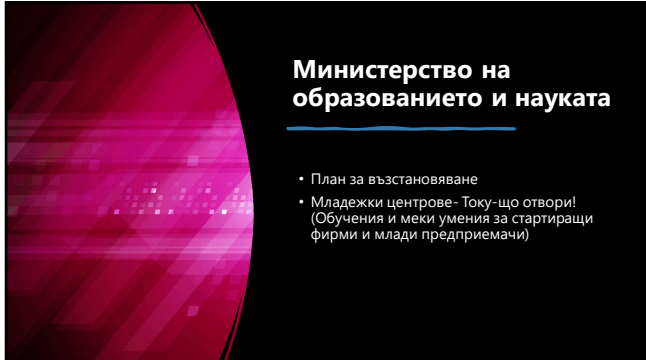
- Безвъзмездни средства за малки и средни иновативни предприятия (бюджетът е приблизително 376 милиона евро). Безвъзмездни средства ще бъдат достъпни до края на годината - откриване следващия месец!



27

Министерство на образованието и науката

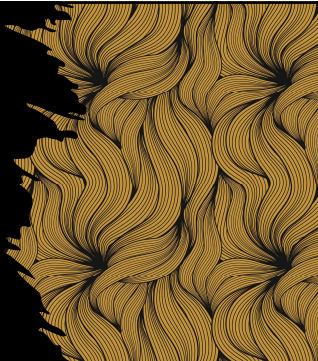
- План за възстановяване
- Младежки центрове- Току-що отвори! (Обучения и меки умения за стартиращи фирми и млади предприемачи)



28

Министерство на екологията

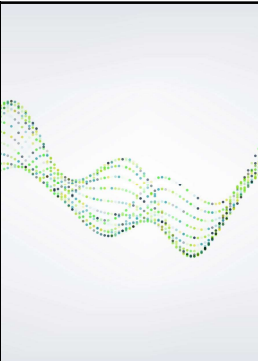
- Микропроекти – климатични промени (допустими кандидати публични и частни организации, представящи иновативни идеи)
- Образователни програми – меки мерки



29

Фонд Земеделие

- Подкрепя **новите идеи** в селскостопанския сектор
- Различни схеми, подкрепящи различни отрасли на сектора, включително специално подпомагане на млади фермери до края на 2022 г., повече от 5 схеми ще функционират за 2021 – 2027 г.



30

Други възможности на регионално ниво (NUTS 2)

- Инициатива – Проект Младежи
- - мека мярка, насочена към младежки групи, предоставящи мерки за познаване и работа с различни финансови инструменти
- Програма ЗДРАВЕ:
- - осигуряване на подкрепа за студентите в областта на медицинското образование

31

Въпроси:

1. Знате ли къде да намерите подходяща информация за финансиране?
2. Как да разберете за финансовите източници на вашата бизнес идея?
3. Какъв вид финансов източник бихте искали да използвате – ЕС, целеви регионални, национални или собствени ресурси?
4. Какви са вашите аргументи в полза на избрания източник?
5. Какви са предимствата и недостатъците на всеки източник?
6. Какви са рисковете при получаване на финансиране чрез различни източници?

Можете ли да определите максимален индикативен бюджет за вашата бизнес идея въз основа на наличните възможности за финансиране?

32

Благодаря!

проф. Албена Вуцова

33

Допълнителни уебсайтове и източници на информация

- Еразъм за млади предприемачи: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?id=19>
- Програма Interreg: <https://www.interreg-europe.eu/your-projects-relevance>
- Програма Хоризонт Евropa: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/strategy/strategy-2020-2024/europe-world/international-cooperation_en
- Еразъм: <https://www.up2europe.eu/consultants/erasmus/european-social-fund-esf/>

34

Fact sheet 1: Масово фондонабиране

Идентифицирайте проекта и целта си: Определете ясно екологичния проект, който искате да осъществите. Фокусирайте се върху специфичната цел, която искате да постигнете и изберете подходящия модел за екопроект, който да представите.

Изследвайте платформите за краудфъндинг: Изследвайте различните платформи за краудфъндинг, които са на разположение и които се фокусират на екологични и социални проекти. Изберете платформа, която се насочва към вашата целева аудитория и предлага подходящи инструменти и ресурси за създаване на кампания.

Изгответе убедителна история: Създайте вълнуваща история, която да привлича вниманието на потенциалните дарители. Обяснете защо проектът е важен, какви предимства ще има за общността и околната среда, и как ще се използват събраните средства. Включете снимки, видео или графики, които да визуализират вашите идеи и да ги направят по-достъпни и убедителни.

Определете целевата аудитория: Идентифицирайте хората, които са най-вероятно да подкрепят вашата кауза. Мислете за хора, които са свързани с местната общност, екологични организации, ентузиастични на екопроекти и други заинтересовани лица.

Планирайте комуникационна стратегия: Създайте план за комуникация, който включва различни канали за достигане до вашата целева аудитория. Използвайте социалните мрежи, местни медии, уебсайтове, локални събития и други средства за повишаване на осведомеността и привличане на дарители.

Предложете награди или привилегии: За да стимулирате хората да дарят, предложете награди или привилегии в зависимост от размера на тяхната дарителска сума. Това може да бъдат брошури, екологични продукти, покани за специални събития или други форми на благодарност.

Активност в общността: Ангажирайте се с местната общност, организирайте информационни събития, работни дни или доброволчески активности, които да привлекат вниманието и подкрепата на местните жители.

Актуализирайте и комуникирайте за напредъка: Редовно обновявайте вашата кампания и информирайте дарителите за напредъка и постиженията на проекта.

Продължавайте да взаимодействате и благодарите на хората, които ви подкрепят.

Важно е да се помни, че успешната кампания за краудфъндинг изисква време, усилия и добра комуникация с целевата аудитория. Бъдете търпеливи, готови да адаптирате стратегията си и да продължавате да изграждате подкрепа около вашата екологична инициатива.

Fact sheet 2: Електронна търговия и ДДС

При електронна търговия от една държава в друга, особеностите за данъчното отчитане и ДДС зависят от правилата и регулациите, които въвеждат съответните държави. Въпреки това, има някои общи аспекти, които са важни да се имат предвид:

Обхват на ДДС: Всяка държава може да има свои собствени правила относно обхвата на ДДС. Някои държави може да имат прагове за регистрация на ДДС, където компаниите са задължени да се регистрират само ако техният оборот надвишава определена сума. Това може да важи и за електронната търговия.

Обратно-свързан ДДС: В някои случаи, ако компания от една държава продава стоки или услуги на клиент от друга държава, клиентът може да бъде задължен да отчита обратно-свързания ДДС в собствената си държава. Това зависи от специфичните правила на държавата на клиента.

Електронно издаване на фактури: При електронната търговия, включително продажбите на дистанция, обикновено се изисква издаването на електронни фактури. Държавите могат да имат специфични изисквания относно форматите и процедурите за издаване и съхранение на електронни фактури.

Специални режими на ДДС: Някои държави предоставят специални режими на ДДС за електронна търговия, като могат да предложат опростени процедури, таксуване при източника или други улеснения за компаниите, които се занимават с електронна търговия.

Fact sheet 3: Разлики между маркетинга на каузи и на продуктите

Разликите между маркетинга на каузи (cause marketing) и маркетинга на продукти се основават на основните цели, ценности и комуникационни стратегии на двете подхода. Ето някои от основните различия:

Основна цел и насоченост: Маркетингът на продукти се фокусира върху продажбата на конкретен продукт или услуга, като главната цел е да се стимулира търсенето и да се увеличи пазарният дял. В сравнение с това, маркетингът на каузи има цел да подкрепи определена социална или екологична причина, да повиши осведомеността за нея и да мотивира хората да допринесат за нея.

Ценности и съобщения: Маркетингът на продукти се фокусира на представянето на продукта като решение на проблем или удовлетворение на потребностите на клиентите. Подчертават се функционалните и емоционални ползи от продукта. Маркетингът на каузи, от друга страна, се основава на комуникация на ценности и идеи, свързани със съответната кауза. Подчертава се значимостта и важността на причината и мотивира хората да се ангажират и подкрепят.

Ангажимент и обществена отговорност: Маркетингът на продукти се фокусира главно върху финансовия успех на компанията и увеличаването на печалбите. В маркетинга на каузи, освен финансовите цели, се стреми към социално и екологично отговорно предприемачество, като се промовира и подкрепя допринасянето за обществото и решаването на социални проблеми.

Целева аудитория: Целевата аудитория в маркетинга на продукти е фокусирана върху потребителите, които се интересуват и търсят конкретни продукти или услуги. В маркетинга на каузи, целевата аудитория включва хора, които са ангажирани с каузата, имат подобни ценности и са склонни да подкрепят причината.

Мерки за успех: В маркетинга на продукти, мерките за успех са обикновено свързани със закупените продукти, приходите и пазарния дял. В маркетинга на каузи, мерките за успех включват осведомеността за причината, ангажимента на хората, нивото на подкрепа и постигнатият обществен икономически или екологичен ефект.

Въпреки тези различия, маркетингът на каузи и маркетингът на продукти могат да се допълват взаимно. Компаниите често използват маркетинг на каузи като стратегия за установяване на връзка с клиентите и повишаване на брандовата им

идентичност, като същевременно продават своите продукти и услуги.

Маркетингът на каузи е много чувствителен към доброволчеството. Ако във вашият социален бизнес участват много доброволци те ще бъдат вашите маркетингови агенти, а дори и клиенти, защото виждат, че каузата ви си струва.

Fact sheet 4: Избор между основаването на фирма и фрилансърството

В настоящата икономическа среда има забележима тенденция за нарастване на самостоятелното работене като фрилансъри в сравнение с традиционното създаване на фирми. Ето някои от ключовите фактори и тенденции, които подпомагат разрастването на фрилансерската работа:

Гъвкавост и независимост: Фрилансърите се наслаждават на гъвкавост в работното време и място, което им дава възможност да контролират своята работна среда и да се адаптират към личните си нужди и предпочитания. Те също така могат да избират проекти и клиенти, които съответстват на техните умения и интереси.

Развитие на интернет и технологиите: Развитието на интернет и технологиите прави възможно дистанционното работене и комуникацията, което отваря врати за фрилансърите да работят с клиенти от целия свят без да са физически на едно място.

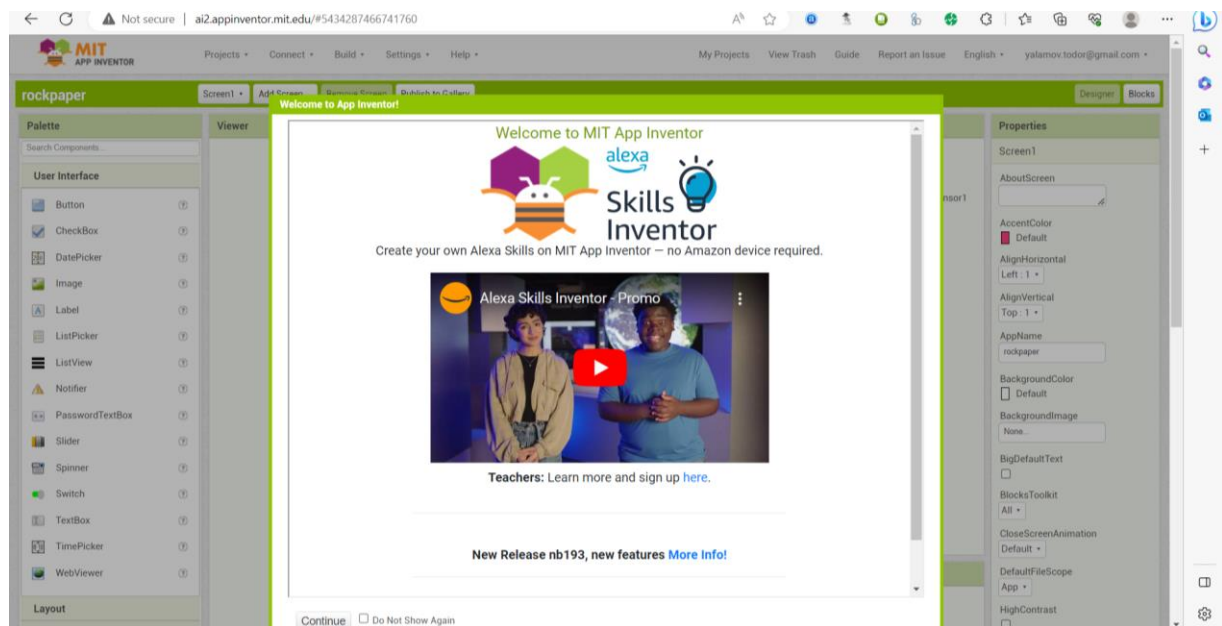
По-голяма глобална пазарна платформа: Интернетът и онлайн платформите са създали глобални пазари, където фрилансърите могат да предлагат своите услуги и да се конкурират на международно ниво. Това им дава възможност да достигнат до по-широка клиентела и да разширят своите бизнес възможности.

Намаляване на входните бариери: За разлика от създаването на фирма, работата като фрилансър изисква по-малко капиталови инвестиции и по-малко административни и законови изисквания. Това прави стартирането на собствен бизнес по-лесно и достъпно за много хора.

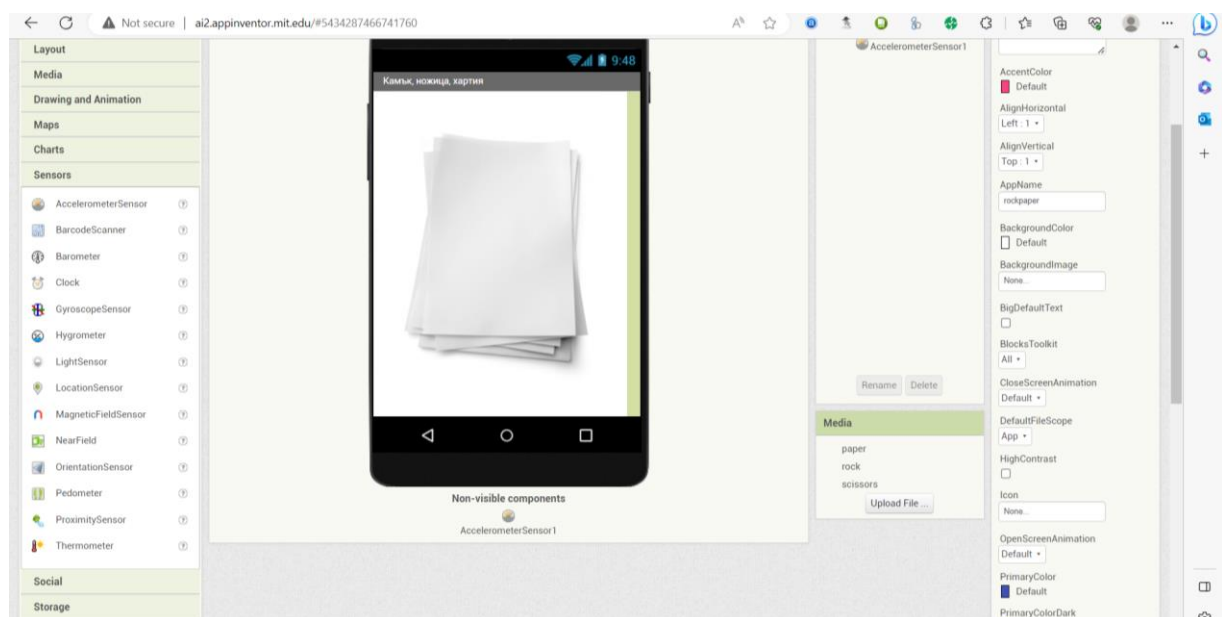
Предимства за компаниите: За много компании, наемането на фрилансъри предлага редица предимства. Те имат достъп до специализирани умения и експертиза без да ги наемат на постоянна основа. Също така, работата с фрилансъри позволява на компаниите да адаптират размера и мащаба на работата си в зависимост от нуждите и проектите.

Въпреки това, трябва да се отбележи, че създаването на фирма все още има своето място и предимства, особено за тези, които искат да построят дългосрочен бизнес и да имат по-голям контрол върху операциите и развитието на компанията. Решението дали да работите като фрилансър или да създадете фирма зависи от вашите конкретни цели, умения и предпочитания.

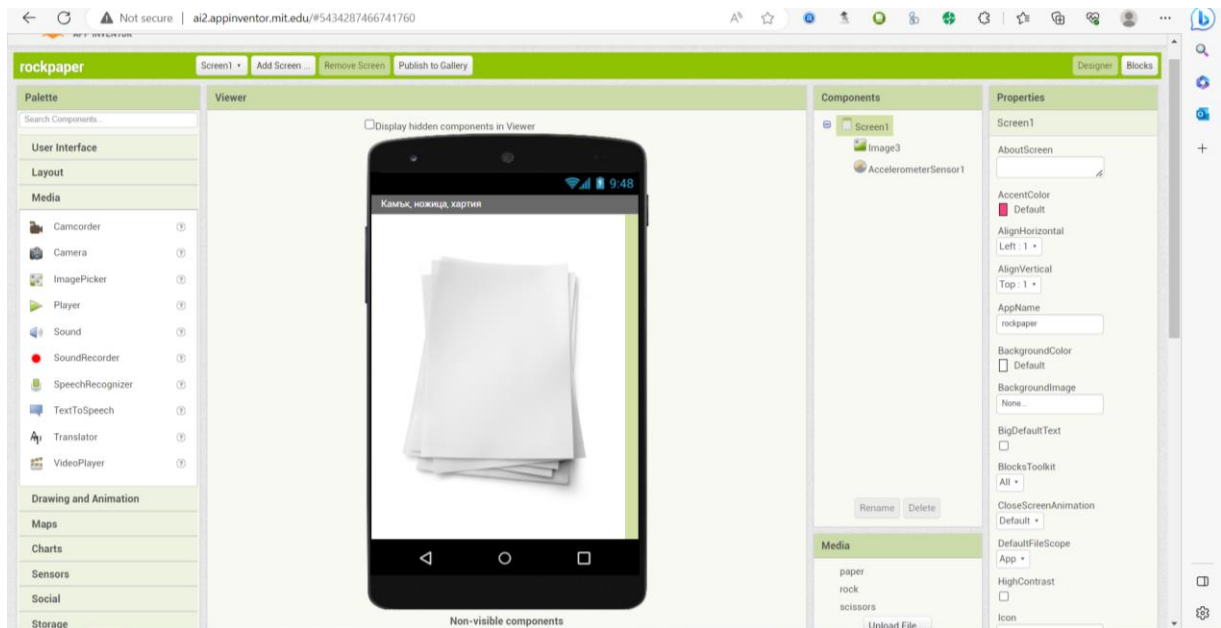
Key glimpses from the mobile building:



Mobile telephone sensors, which could be used

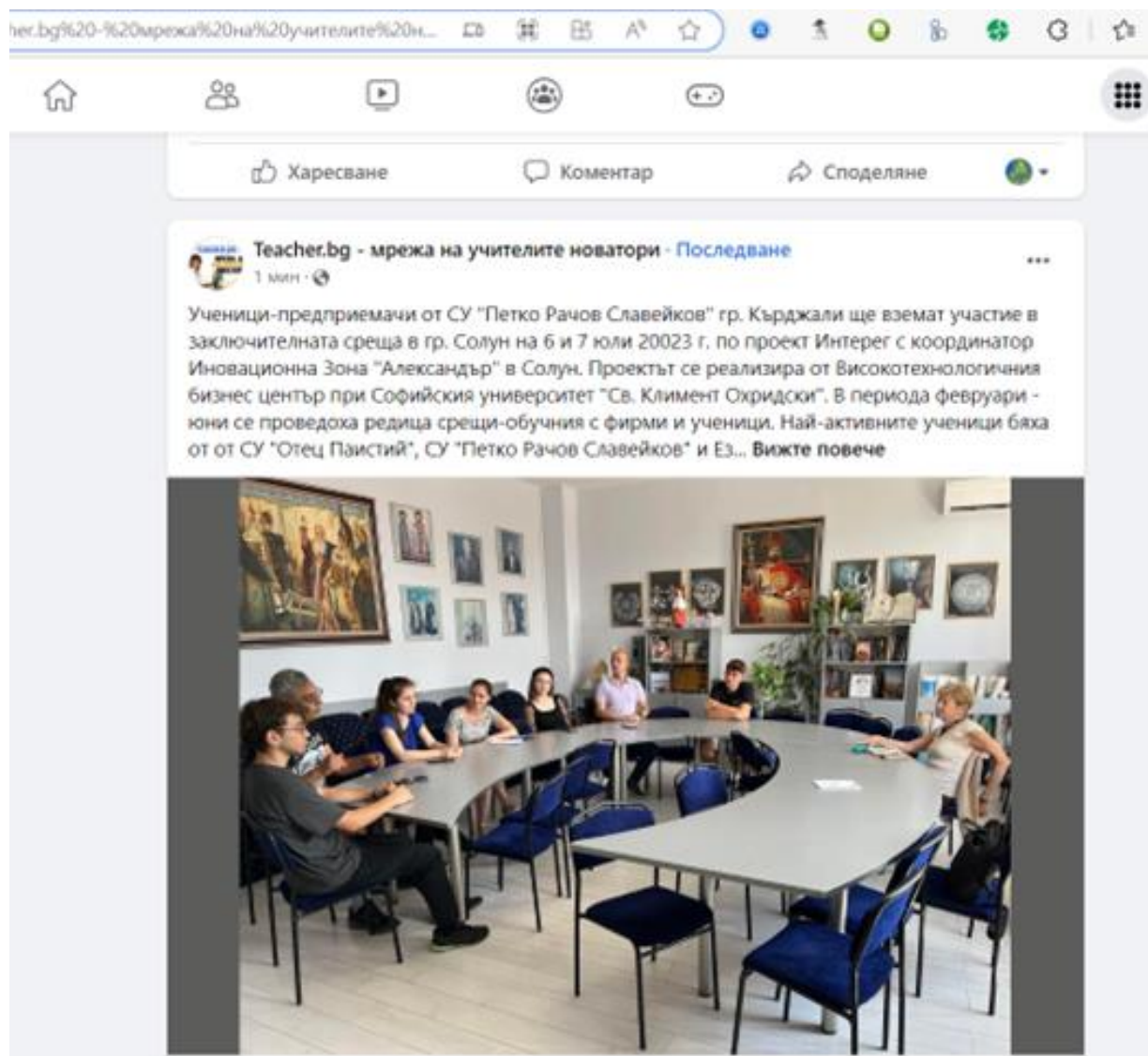


The sensors specifically needed for the project Ecopath are the GPS/Location sensor, navigation, maps, accelerometer, pedometer, magnetic field sensor, NearFiled sensor, camera interface, speech recognizer and so on.



H. Publicity

Teacher.bg social networking blog published news from the last master class with news about participants in the final event in Thessaloniki on July 6-7, 2023. The Facebook page has more than 50,000 followers.



Sofia University also published an article on the closure of the project and will send it to the newsletter to more than 2000 recipients.

[Трансгранична акселераторска програма Co-working се проведе с подкрепата на Стопанския факултет / Новини от факултета / Стопански факултет / Факултети / Университетът / Начало - Софийски университет "Св. Климент Охридски" \(uni-sofia.bg\)](#)

https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/stopanski_fakultet/novini...

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

ASSOCIATION OF AMBAs ACCREDITED

Прием За студенти За факултета Специалности Новини English

*** График на занятията - ОКС Бакалавър *** График на зан

20.06.2023

„Високотехнологичен бизнес център на Софийския университет“ ЕООД подпомага развитието на предприемачеството и иновативността на малките и средните предприятия в област Кърджали в периода февруари – юни 2023 г. Дружеството е с едноличен собственик СУ „Св. Климент Охридски“, с управител проф. д.ик.н. Георги Чобанов. Ръководител на Интеррег проекта Co-working е Иновационната зона в Солун, Гърция, а партньори са Солунският университет „Аристотел“, Българският УНСС и Национална компания „Индустриални зони“.

Interreg Greece-Bulgaria Co-Working
European Regional Development Fund



Пренесване от чужбина
Стипендиантски програми
Международни конференции
Проект SCHOLARNET
За студентите - Актуално
Предстоящи събития в Стопанския факултет
Новини от факултета

Трансгранична акселераторска програма Co-working се провежда с подкрепата на Стопанския факултет

Състои се заключителната международна конференция по проект UniVerCity

Гл. ас. д-р Десислава Калчева взе участие в Международна научна конференция на тема „Иновационни граници“ и в работна среща

Доц. д-р Атанас Георгиев взе участие в 14-ия Зелен форум, организиран в София от ОП „Мениджър“

Доц. Сабина Михайлова-Големцова ще вземе участие в лятната конференция за бизнес дилемо обогатяване на Оксфордския университет


Ученик на Търговска гимназия Бургас с лятна стипендия от Стопанския факултет

Стартира кандидатна изпитската кампания за прием от зиния семестър на учебната година 2023/2024 година в Стопанския факултет

Стопанският факултет предоставя стипендиантски места за придобиване на първо ниво на СГА

Continuation....

ni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/stopanski_fakultet/novini...



Проф. д-р Албена Вуцова и доц. д-р Тодор Ялънов бяха експертите, избрани от Иновационна зона „Александър“ в гр. Солун и консултантската компания „Idimon“ от Гърция. Те проведоха серия от иновационни събития bootcamps и майсторски класове с предприемачи и ученици от гр. Кърджали. В тях се включиха над 60 участници. В ранжирите на инициативата бяха избрани два екипа, които ще представят идеите си в гр. Солун на 6-ти и 7-ми юли 2023 г. в заключително събитие.

трансгранично взе участие в събитието „Среща на бизнеса във Варна и региона“

Д-р Силвана Донде от университета „Александър Хуванли“ в Албания с гост-лекция на тема „Cyber Law. Conventions of Cyber Law. Responsibility of Entities Operating Online“

Ас. Васил Караманов в предаването „В развитие“, Bloomberg TV: Ако Фед не направи пауза с пихвите, това ще е проблем за Европа

Доц. д-р Атанас Георгиев изнесе гост-лекция в Ilia State University в Тбилиси, Грузия

Проведе се първият модул на онлайн академията „Правата на жените в променящия се свят на труда“

Поддаване на заявления за явяване на държавен изпит и защита на магистърска теза за ОКС „магистър“ през юлската държавна изпитна сесия

Newsletter@FEBA
Успешните примери
Нашите преподаватели (интервюта)
Карриерен център
FEBA TV - видео новини

Radio Kardzhali will report the results after Thessaloniki event and eventually about the follow-up of the start-up projects.

I. List of participants

J. Photos:







K. Evaluation of action

The evaluation was conducted at the end as a feedback session.