

Акценти в брой 10

<http://www.newbusiness.bg>

Данъчна истерия чака предприемачите

Макар и обявени като козметични, промените в данъчните закони се оказаха далеч по-сериозни..... стр. 5

Да създадем бизнес в ... Бавария

“Меката на високите технологии”, както Бил Гейтс нарича германската провинция, вече шест години приветства българските предприемачи стр. 13

WebIT - за всекиго по нещо

В истински фурор се превърна първото изложение за интернет бизнес и маркетинг WebIT, което се проведе на 7 и 8 октомври в столицата..... стр. 16

Продуцентският бизнес - добра идея и много труд

Какви са стъпките за реализация на ново телевизионно предаване и какви качества трябва да има един предприемач, за да стартира продуцентски бизнес..... стр. 27

Улица на парите - пчелете докато се забавляват

Новата онлайн икономическа игра, организирана от Darikfinance.bg има сериозен награден фонд и много скрити изненади стр. 29

Рубрика “Успял предприемач”

Първата част от новата поредица ще откриете на последната стр. 32

Стартъп на броя

ПОМОЩНИК ПО ВРЕМЕ НА КРИЗА Новият сайт НаПазар.бг следи цените на храните

НаПазар.бг е проект, създаден изцяло в полза на потребителите. Изборът на продуктите е направен на два принципа – продукти от първа необходимост и ползвани във всяко домакинство, както и достатъчно често срещани в хранителните магазини. Включените супермаркети са избрани според тяхната популярност и достъпност, като условие е и чрез данните да се представят цените в максимален брой райони в София. Сайтът предоставя информация както за текущия ден, така и статистика за движенията на цените за минали периоди.

Идеята за ползване на интернет в услуга на масовия потребител не е нова, но се оказва особено полезна във време на свити бюджети – фирмени и лични.

В момента системата следи цените на 23 продукта – основни храни, плодове и зеленчуци, които са необходими за всяко домакинство и могат да бъдат открити в почти всички хранителни магазини.

Информацията се обновява ежедневно и въпреки че цените на храните са много динамични, човек може да си направи приблизителна сметка, когато планира седмичното пазаруване, за да се вмести в желанния бюджет.

НаПазар.бг е създаден по пример на западни сайтове, известни като “помощник на потребителя”. Бъдещите версии на сайта предвиждат публикуване на информация и от други градове в страната.

Мисъл на броя: “Не мога да си го позволя” поражда тъга. Чувство за безпомощност, което води до обезверяване и дори до депресия. “Как мога да си го позволя?” отваря вратата към възможностите, добрите идеи и мечтите“
Робърт Кийосаки

Редакционен коментар

ВИСОКОСКОРОСТНИ НАДЕЖДИ

Росен Цветков

Отново го доживяхме!

Поредната държавна стратегия, която ще насърчава достъпа до високоскоростен Интернет в цялата страна вече е готова, съобщиха преди дни от Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МТИТС). Според документа, до 2013 г. широколентовият достъп до мрежата ще покрие територията на България на 100%, а средствата, които ще са необходими, за да се изгради мрежата, са приблизително 890 милиона лева.

За всеки бизнес, без значение колко е голям или малък, Интернет вече е средство за развитие, експанзия и оцеляване на пазара. И у нас, както навсякъде по света, все повече стоки вече се продават он-лайн. Едва ли, която и да е фирма, има особено големи шансове да се пребори с жестоката конкуренция и да привлече нови клиенти, ако няма страница в глобалната мрежа.

Затова намеренията на правителството в тази насока са достойни за уважение. Само че, с една уговорка - не е съвсем ясно как ще осигури въпросните 890 млн. лева, при това в условията на финансова криза. “Те няма да бъдат изцяло за сметка на държавния бюджет. Ще се търсят адекватни инвестиции от страна на бизнеса, като за целта се създадат подходящите условия”, заяви ресорният заместник-министър Първан Русинов.

И дано тези намерения наистина бъдат претворени в действия, защото в момента България е на последно място по широколентов достъп до Интернет в ЕС. Ще чакаме с интерес да видим дали сегашното правителство ще промени този факт или ще се нареди в негативния списък с предходните, които се провалиха, въпреки големите си обещания.

Специално предложение

DUBAI DREAMZ СЪТЪПВА У НАС С ДЪЩЕРНА КОМПАНИЯ The Better Homes открива своя първи офис в София



The Better Homes, част от Групата за недвижими имоти Dubai Dreamz стъпи на българския имотен пазар и откри своя първи офис в София.

“The Better Homes е един свеж и енергичен бранд, който поддържа същите

фундаментални ценности и ангажименти, които са залегнали в основите на Групата Dubai Dreamz”, каза Шазад Чохан, основател и изпълнителен директор на Dubai Dreamz Group и

The Better Homes.

The Better Homes е дъщерна компания на Групата Dubai Dreamz, основана през май 2009 г. Компанията е специализирана в продажби, отдаване под наем и управление на жилищни и търговски имоти (за момента в 9 държави от 3 континента). Като част от една от най-динамичните международни инвестиционно-консултантски групи за недвижими имоти – Dubai Dreamz - The Better Homes планира бърза местна и международна експанзия. След като започна своята дейност в София, компанията планира да открие клонове в Ирландия и Украйна и да разшири своята клонова мрежа в голям Лондон с най-малко 10 клона до края на 2010 г.

Календар на управителя

До 20 октомври:

Закон за данъка върху добавената стойност (ЗДС)

● Регистрирано лице по реда на глава осемнадесета от ЗДС (облагане на доставки на услуги, извършвани по електронен път от лица, неустановени в общността) подава справка-декларация за доставки на услуги, извършвани по електронен път за предходното календарно тримесечие и внася дължимия данък

Закон за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО)

● Деклариране на направените залози и данъка от организатори на хазартни игри и телефонни и телекомуникационни оператори за проведени през предходния месец хазартни игри, при които стойността на залога за участие се изразява в увеличението в цената на телефонна или друга телекомуникационна връзка. Внасяне на този данък от телефонните и телекомуникационните оператори.

До 31 октомври:

Закон за местни данъци и такси (ЗМДТ)

● Внасяне на окончателния годишен /патентен/ данък за четвърто тримесечие на 2009 г.

Закон за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО)

● Деклариране и внасяне на данъците при източника по ЗКПО.
● Внасяне на данъка върху дейността от опериране на кораби за месец септември.

Закон за данъците върху доходите на физическите лица (ЗДФЛ)

● Внасяне от платеща на дохода на окончателните данъци за начислени/изплатени доходи по глава шеста от ЗДФЛ.
● Деклариране от платеща на дохода на окончателните данъци за начислени/изплатени доходи по глава шеста от ЗДФЛ.
● Внасяне от работодателя на авансовия данък, определен по реда на чл. 42, ал. 6 от ЗДФЛ върху brutния размер на сумата от частичните плащания по трудови правоотношения, ако през септември са направени само частични плащания.

Осигурителен календар

ЗАКОН ЗА ЗДРАВНОТО ОСИГУРЯВАНЕ

31 октомври

Внасяне от осигуряващия на здравноосигурителните вноски върху начислени през месец Октомври 2009 г. вознаграждения, които не са изплатени до края на същия месец

31 октомври

Внасяне на здравноосигурителните вноски за лицата в неплатен отпуск през месец Септември 2009 г., които не са подлежали на осигуряване на друго основание

НАРЕДБА № Н – 8 ОТ 29 ДЕКЕМВРИ 2005 Г.

20 октомври

Подаване на декларации образец № 1 от осигурителите, клоновете и поделенията им за лицата, работили без трудови правоотношения, чиито вознаграждения са изплатени през Септември 2009 г.

30 октомври

Подаване на Декларация образец № 6 от работодателите, осигурителите и техните клонове и поделения за дължимите през месец Октомври 2009 г. задължителни осигурителни вноски и вноски за фонд „ГВРС“

(Първият работен ден след 31 октомври 2009 г. е 02 ноември 2009 г.)

Общините могат да са „златна мина“.

Гинка Чавдарова, изпълнителен директор на Националното сдружение на общините в България, пред NewBusiness.bg

Един от най-болните въпроси, които ни мъчи напоследък, е този за насърчаването на инвестиционната активност в отделните райони на страната. В последните 10-15 години общините бяха почти насилствено откъснати от естествената си връзка с бизнеса чрез промени в различни закони. През 2008-2009 г. беше окончателно прекъсната всякаква фискална връзка между предприемачите и местната власт. Стигна се дори до абсурда дадена община с процъфтяваща и непрекъснато развиваща се бизнес среда да фалира, защото не получава абсолютно нищо като приход от икономическата активност на своята територия. Всичко отива към републиканския бюджет.

В момента общините нямат възможност да въвеждат никакви облекчения, които да привличат инвестиции към даденото населено място. В същото време обаче, чрез различните европейски инфраструктурни проекти те влияят върху цялата икономика на страната и създават благоприятни условия за предприемачите, включително и чуждестранните. Затова и диалогът тук е изключително важен и е време държавата да се включи.

Тъжно е когато има общини с огромен потенциал, които дори няма как да бъде забелязан от инвеститорите. В подобни населени места е изключително благоприятно за развитие на определен бизнес, защото местната власт съдействала с пълния си капацитет! В някои региони пък има пресищане на икономическата активност и претоварване на индустриалните зони например. Ето защо трябва да се популяризират на национално ниво възможностите на всеки регион и всеки да намери мястото си. Понякога малките населени места могат да се окажат „златна мина“, както за предприемачите, така и за жителите на въпросния район.



Екип на
NewBusiness.bg

Дара Христова
dara@newbusiness.bg

Люба Спасова
luba@newbusiness.bg

Александър Александров
info@newbusiness.bg

Захари Димитров
zak@newbusiness.bg

Росен Цветков
rosen@newbusiness.bg

За контакти:
+359 885 90 52 99
+359 898 60 61 12
+359 896 070 262
info@newbusiness.bg

НОВИНИ

От понеделник започна регистрацията на ООД за 2 лева

Първоначалният капитал за регистрацията на дружество с ограничена отговорност (ООД) става 2 лв. от началото на седмицата. Зелената светлина за предприемачите светна, след като промените в Търговския закон бяха обнародвани в Държавен вестник в петък (16 октомври).

Досега минималният капитал за учредяване беше 5000 лв. Новият начален капитал е определен на база на практиките в част от държавите от ЕС, където регистрацията се извършва за 1 евро.

При така направената промяна на Търговския закон остава изискването за откриване на набирателна сметка, изискваща съответните банкови такси за издаване на удостоверение на същата, необходима пред Търговския регистър.

Според вносителите на предложението свалянето на минималния капитал ще повиши нивото на предприемачеството, което означава повече работни места, предлагане на нови услуги и стоки, смятат вносителите на предложението.

Специалистите приеха противоречиво решението на правителството. От промяната ще спечели малкият бизнес и хората ще имат възможност да се развиват, обясни Васил Велев, председател на Асоциацията на индустриалния капитал в България.

Юристи и част от икономистите гледат скептично на тази промяна като непоследователна и решение на парче, опитващо се да обедини практиките между континенталното и англо-американското законодателство.

През 2011 г. декларираме заеми над 5000 лв. в данъчната декларация

Заемите между физически лица на стойност над 5000 лв. задължително трябва да бъдат вписани в годишната данъчна декларация за 2010 г. Промяната в Закона за данъците върху доходите на физическите лица беше приета от правителството в средата на миналата седмица и предстои да бъде разгледана в Народното събрание. Новото изискване не

задължава гражданите да декларират банковите си кредити.

Разпоредбата се въвежда по предложение на Националната агенция за приходите заради повсеместната практика при ревизии на физически лица произходът на доходите да се обяснява със заеми от физически лица. Според НАП всяка втора ревизия за съпоставка на скъпо имущество с доходите се сблъсква с обяснението, че човекът е взел множество заеми от физически лица, най-често безлихвени и за срок от порядъка на 10 години. Има и парадоксални ситуации, в които данъчните започват ревизия на гражданин, а заради обясненията му, че е взел заеми от 139 други лица се налага проверка на всички тези 139 души. Друг често срещан проблем при ревизия е, че договорите се сключвани без нотариална заверка на подписите и без никакви доказателства за паричен трансфер.

Според анализ на НАП общият размер на отпуснатите заеми между физически лица в България е 2,7 млрд. лв. Почти всички такива заеми са фиктивни и са сключени единствено за да се избегне данъчно облагане. Анализът на агенцията сочи още, че всеки икономически активен гражданин в страната е получил над 35 000 лв. небанков заем, а националната статистика отчита, че средната задължнялост на човек е 59 лв.

„Фиктивните заеми са превърнаха в нещо като национален спорт. Всеки ден слушаме обяснения за несъществуващи заеми. На това трябва да се сложи край. Абсолютно сигурен съм, че мярката няма да е административно бреме, защото всички знаем, че тези заеми реално не съществуват, тоест няма и да се декларират. Промяната означава, че ако един заем не е посочен в декларацията, той няма да се признава за данъчни цели“, каза по повод законовата промяна изпълнителният директор на НАП Красимир Стефанов.

Банката за развитие договори кредитни линии за 35 млн. евро с Китай

Споразумението за първата кредитна линия между финансовите институции беше подписано миналата седмица в Министерски съвет от изпълнителните дирек-

тори на ББР Димитър Димитров и Сашо Чакалски, както и от вице-губернорът на Китайската банка за развитие г-н Джао Дзиенпин. На събитието присъстваха министър-председателят на България Бойко Борисов и вицепрезидентът на Китай Си Цзинпин.

Общата стойност на първата кредитна линия е 5 млн. евро. Средствата ще се предоставят без държавна гаранция и ще се използват за директно дългосрочно кредитиране на малки и средни предприятия.

До месец ще бъде подписано и споразумението с Китайската банка за развитие за предоставяне на втората кредитна линия на стойност 30 млн. евро. Представители на двете банки са обсъдили създаването на съвместни финансови инструменти, които да стимулират увеличаването на търговския обмен между България и Китай. Българска банка за развитие предложи да предостави линия за акредитиви, чрез която да се стимулира българския експорт за Китай. Тя ще позволи китайските купувачи на българска продукция да получат възможност за отложено плащане до 24 месеца, а българските износители ще могат да получават парите си от ББР веднага след износа.

47 милиона лева дивидент на държавата ще даде БЕХ ЕАД през 2009 година

Общо 47 милиона лева ще внесе в държавния бюджет, под формата на дивидент, през 2009 година „Български енергиен холдинг“ ЕАД, съобщи от компанията. Тази сума представлява 100% от печалбата му за 2008 година. Половината от сумата – 23,5 милиона лева бяха преведени на собственика на капитала на холдинга – държавата през май.

Останалите 23,5 милиона лева ще бъдат внесени в бюджета след вчерашното решение на Министерски съвет, според което държавни дружества, сред които е и БЕХ ЕАД трябва да разпределят допълнителен дивидент за акционерите, който е 50 на сто от печалбата им за 2008 година. БЕХ ЕАД ще внесе най-голяма сума в бюджета.

Доброто финансово състояние в резултат на ефективното управление на БЕХ ЕАД през 2009 г.

НОВИНИ

прави възможно изпълнението на решението на Министерския съвет. Това няма да има съществен негативен ефект върху резултатите на Холдинга, както и тези на дъщерните дружества, които гори в условия на криза, благодарение на засиления контрол от страна на мениджмънта на БЕХ ЕАД, подобряват резултатите си.

Възможността да изпълни този ангажимент и да има най-голям принос в Държавния бюджет, без да влоши съществено резултатите си, е поредното доказателство, че БЕХ ЕАД изпълнява една от функциите, за които е създаден – да работи като ефективна корпоративна структура в подкрепа на интереса и приоритетите на правителството.

Държавата задържа преференциалната акция в БТК

Държавата ще задържи преференциалната акция в БТК АД най-малко до завършване на делото, заведено от телекома за обезсилване правото на вето на държавата в Управителния съвет на дружеството, съобщиха от министерството на транспорта информационните технологии и съобщенията (МТИТС).

Министър Александър Цветков предлага в писмо до финансовия министър Симеон Дянков, да бъде назначен представител на държавата в Управителния съвет на БТК АД. Той не може да бъде излъчен от МТИТС, тъй като то определя политиката в областта на електронните съобщения.

Задържането на акцията ще позволи на държавата да продължи да участва в оперативната работа на дружеството. От една страна БТК все още активно реструктурира дейностите си, при това в условията на финансово-икономическа криза. От друга, компанията изпълнява важни социални функции като осигурява 90 на сто от стационарните телефони в цялата страна.

Според договора между акционерите на „Българска телекомуникационна компания“ ЕАД от 2004 г., страните се съгласяват, че след петата година от осъществяване на сделката за продажба на акции, дружеството изкупува обратно преференциалната акция. Условието обаче е телекомът да

е изпълнил всички ангажименти по приватизационния договор.

Фирмите без годишен отчет в НАП

Министерският съвет одобри предложения за промени в Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). Целта е усъвършенстване на данъчната практика и отстраняване на несъответствия на данъчното законодателство с правото на Европейския съюз.

Предвижда се чуждестранните юридически лица от ЕС и Европейското икономическо пространство да получават право на избор за преизчисляване и възстановяване на част от удържания данък при източника. Всички данъкоплатци (местни и чуждестранни), които предприемат сделки, водещи до отклонение от данъчно облагане, ще бъдат третирани за данъчните цели по един и същи начин.

Отменя се данъчното облекчение за предприятия, които извършват големи инвестиции в определени отрасли - селско стопанство, преработвателна промишленост, производство, високи технологии и инфраструктура. Премахва се изискването за подаване на годишен финансов отчет, като вместо него предприятията следва да подават в НАП годишен отчет за дейността (екземпляра за статистиката). С посочената промяна се цели годишният отчет за дейността да бъде подаван пред един орган - Националният статистически институт. По този начин се намалява административната тежест за предприятията и се постига икономия на ресурси. Данъчно задължените лица, които не са извършвали дейност и не са отчетели приходи или разходи, няма да подават годишен отчет за дейността си. Към кръга на лицата, в полза на които направено гарение може да служи за данъчно облекчение, се добавят центровете „Фонд за асистирана репродукция“ и „Фонд за трансплантация“.

Направени са предложения за промени в Закона за счетоводството и Закона за регистър БУЛСТАТ. Съгласно правото на ЕС, чуждестранните лица от Европейския съюз и Европейското икономическо пространство, които осъществяват дейност в Република България при условията на свободно предоставяне на услуги, не следва да водят счетоводство и да се регистрират в регистър БУЛСТАТ.

Направена е промяна в Закона за счетоводството. Съгласно Директива 2009/49/ЕО държавите-членки следва да освободят предприятията-майки от задължението да изготвят консолидиран финансов отчет, когато те притежават несъществени дъщерни предприятия.

Предлага се промяна в Кодекса за социално осигуряване, освобождаваща от облагане с данък по реда на Закона за корпоративното подоходно облагане приходите на лица, регистрирани в Европейския съюз и Европейското икономическо пространство, които осъществяват доброволно осигуряване, доброволно осигуряване за безработица и/или за професионална квалификация.

Стартира нова българска социална мрежа Fanopic.com

Стартира бета версията на уникалната българска социална мрежа Fanopic.com, в която фенове ще могат да споделят емоции, да изразяват себе си и да се запознават с хора, които харесват същите неща като тях.

„Днес хората са медия и над 70% от съдържанието в световната мрежа е създадено и се контролира от тях. Една от основните ни цели бе да създадем място, в което феновете на различни неща сами могат да организират знанията и информацията, с които разполагат, по забавен и интерактивен начин. Така те ще могат едновременно да се забавляват и да научават нови неща“, заяви Богомил Илиев, директор „Нов бизнес и иновации“, в Нетинфо. Искане освен общуване, да предоставим условия за споделяне на знания, като сайтът бъде максимално полезен за всеки един от нас, допълни той.

До момента има създадени над 360 теми, разделени в повече от 20 категории. На сайта има над 10 хил. снимки, 3 хил. видео клипове и повече от 2 хил. връзки към статии. Истинските фенове могат да получат публично признание за усилията си и за публикуваните от тях материали от другите хора в темата. Независимо от какво се интересува, всеки може да прочете най-актуалната информация, да зададе въпрос към всички или пък сам да създаде тема, в която да сподели емоциите си.

Данъчна истерия чака бизнеса

Дара Христова

След като министърът на финансите Симеон Дянков взе при сърце идеята да бори тютюнопушенето, най-евтините цигари през 2010-а ще струват 3.60 лева. Това сочат сметките, направени на база на окончателно приетите от кабинета промени в Закона за акцизите и данъчните складове (ЗАДС). Според записаното там, от 41 лв. за 1000 къса + 40.50% от продажната цена акцизът на цигарите става 74 лв. за 1000 къса + 36% от продажната цена. Освен това се въвежда минимален общ акциз върху цигарите от 137 лв. за 1000 къса. Изчисленията показват, че най-дълбоко ще бъде бръкнато в джоба на хората, които пушат от най-евтините марки цигари, чиято цена ще скочи с около 1.20 лева. Това се отнася за марките на "Булгартабак" - "Мелник", "Невада", "Престиж", "Арда", "Хасково", "Шипка", "Кънтри".

Оправданието е, че така в бюджета ще постъпят около 130 млн. лв. повече приходи, отколкото ако спазим минималното изискване на ЕС от 64 евро на 1000 къса. Според експерти обаче очакваният приход е планиран на базата на 25-процентно свиване на потреблението, което включва както отказа от тютюнопушене заради по-високата цена на цигарите, така и заради очакваното нарастване на контрабандата. По този повод от Българската асоциация на тютюневата индустрия поискаха среща с Дянков. Според тях скокът ще доведе до

ръст на нелегалния внос до над 40%

от пазара, което прави 6.9 млрд. къса цигари.

"Увеличенията на акцизите върху тютюневите изделия, бензина и алкохола заедно ще означават ръст на данъчното бреме с около 500 млн. лева общо. Оценката на Министерството на финансите е по-ниска, но тя е много консервативна. От друга страна - намалението на данъчноосигурителната тежест, което се предвижда в бюджета, е спад на осигуровките с 2 процента. Това означава, че общата данъчноосигурителна тежест ще нарасне с около 350 млн. лева", заяви Мартин Димитров, председател на парламентарната Комисия по икономическата политика, енергетика и туризъм.

В плановете на правителството е заложено от следващата година акцизът за керосина да бъде увеличен от 565 лв. за 1000 литра на 600 лв. за 1000 литра; за електрическата енергия за стопански нужди от 1.40 лв. за 1 мегаватчас на 2 лв. за 1 мегаватчас. Освен това ще бъде въведена система за продажба на маркирани горива - газол и керосин, използвани за отопление и обработка на земеделска земя, с акцизни ставки от 50 лв. за 1000 литра.



**БЕЗ МИЛОСТ ЗА
ПУШАЧИТЕ**

Токът стопански нужди също скача

Цигарите ще бъркат все по-надълбоко в джоба на пушачите

В резултат на изменението в проектозакона се очаква общо в хазната през 2010-а да постъпят допълнително около 232 млн. лева. Следващото поскъпване на акциза върху бензина, според графика на страната ни, съгласуван с Европейския съюз, е планирано за 2011 г., когато се очаква той да се вдигне от сегашните 685 лв. за 1000 литра на 710 лева. В номинално изражение това прави поскъпването с около 5 стотинки на литър. Според текста на законопроекта се въвежда и акцизна ставка от 600 лв. за тежките корабни горива. Нулева ставка ще се прилага за смазочните масла, като по този начин те ще станат обект на контрол от митническите органи.

Също така

Всички ганъчни складове ще трябва га се прелицензират

до 1 юни, като междуременно трябва да покрият и новите критерии за издаване на лиценз. Въпросните условия ще бъдат разписани в наредба, която трябва да е готова до края на годината. След изготвянето и производителите на алкохол ще се задължат да монтират измервателни устройства на апаратите за дестилиране и за бутилиране, за да не се допусне продажба на нелегален алкохол. Според доклада на финансовия министър предложените промени в ЗАДС ще се повишат крайните цени за потребителите на акцизни стоки, което може да окаже влияние върху определена част от населението и то да свие, макар и незначително потреблението им.

РЕГИСТРАЦИЯ ПО ДДС, АКО РЕКЛАМИРАШ В МРЕЖАТА

Косвен налог ще се плаща и за процесуално представителство

Тежко им на гражданите, които се нуждаят от правна помощ. Както е тръгнало, поевтино ще му излиза на човек, ако си направи фирма... Поне такъв извод можем да си направим, ако погледнем корекциите в Закона за данък добавена стойност (ЗДДС), които предлага правителството, а именно - да отпадне освобождаването от косвения налог за т. нар. процесуално представителство. С други думи, за всяко ходене до съда към сумата на адвокатските хонорари ще се прибавя и 20% ДДС. Ако парламентът приеме текста на закона, той ще влезе в сила от 1 януари 2010 година. А това ще означава поскъпване на адвокатските услуги дори за бракоразводните дела.

Нека уточним, че досега от всички видове адвокатски услуги

единствено процесуалното представителство не се облагаше с косвения налог. Идеята това да започне да се случва се появи през 2006-а, но тогава удари на камък заради юридическото лоби, което твърдеше, че подобна стъпка ще затрудни достъпа на хората до адвокатските услуги и ще оскъпи цената им. Ето защо в момента, в чл. 44, т. 5 от ЗДДС, който регламентира доставката на услуги с нестопански характер, попада и процесуалното представителство, с което се осъществява правото на защита на физически лица в досъдебни, съдебни, административни и арбитражни производства.

Сега обаче, заради задълженията на страната ни да хармонизира данъчното си законодателство с това на общността (Директива 2006/112/ ЕС) "от обхвата на освободените доставки се изключва процесуалното

представителство и то става облагаемо с ДДС доставка”.

Финансовият министър не се спира дотук. Фирмите, рекламиращи в ИНТЕРНЕТ също ще трябва да се съобразяват с промени в данъчните промени. Според правителствения проект, на регистрацията по ДДС подлежи всяко данъчно задължено лице, което получава услуги с място на изпълнение в страната, които са облагаеми и за които данъкът е изискуем от получателя. Според експерти това означава, че ако някоя фирма рекламира в ИНТЕРНЕТ, но доставчикът (например “Гугъл Уърд”) е в друга държава, до седем дни след получаване на фактура от чуждестранна фирма, българският рекламодалец трябва да се регистрира по ДДС. На практика всяка новорегистрирана фирма, ако желае да се рекламира в най-голямата световна рекламна мрежа, трябва да предвиди съответните съпътстващи разходи за

по-скъпа счетоводна отчетност,

за разлика от сега действащия режим (еднократно плащане на дължим данък по реда на чл.91, ал.3).

Заради решения на Съда на Европейската общност се налагат промени и в срока за упражняване правото на приспадане на данъчен кредит и от тримесечен е променен на 12-месечен. Казано на прост език това означава, че когато дадено лице пазарува има право по-късно да представи тези фактури и да ползва данъчен кредит. Промяната е важна, защото често се случва фактурите да бъдат забавени по една или друга причина, което лишава фирмите от възможността да си възстановят ДДС.

Нулевата ставка, свързана с международен транспорт, ще се прилага само за плавателни средства в открито море и за въздухоплавателни средства на авиационни оператори, извършващи предимно международни превози. Премахват се и ограниченията върху правото на ползване на данъчен кредит за получени доставки от дилър, доставящ стоки втора употреба.

Също така се предвижда данъчните да могат да отказват или

прекратяват регистрацията по ДДС

на лица, които имат публични задължения към НАП. Досега мярката се прилагаше само по отношение на данъчни задължения. С направеното предложение подчинените на Красимир Стефанов ще могат да отказват или прекратяват регистрацията и при неспазване на задължението за внасяне на задължителни осигурителни вноски.

Освен това отпада изискването за регистрацията по ДДС на съдружник или управител, който получава годишно възнаграждение над 50 000 лв. за възложен личен труд, несвързан с управлението на дружеството. “Ако в момента една фирма заплаща суми на лица упражняващи трудова дейност като собственици или съдружници в търговски или граждански дружества над 50 000 лева годишно, това според данъчното законодателство се приема за упражняване на независима икономическа дейност - явяват се един вид подизпълнители, и тези лица подлежат на задължителна регистрацията по ЗДДС, по същият начин както подлежат

на регистрацията упражняващите свободна професия. С промяната, която предлагат от финансовото министерство, свършената работа вече не е “независима икономическа дейност”, защото тези доходи се приравняват на доходи по трудови правоотношения и следователно задължението за регистрацията отпада, поради изричния текст в ЗДДС (чл. 3, ал. 3, т. 1)”, коментираха счетоводители. Интересно ще е прилагането на този текст при съвместно упражняване на свободна професия - гражданските неперсонифицирани дружества и адвокатското дружество по смисъла на Закона за адвокатурата. До момента съдружника-адвокат (нотариус, частен съдебен изпълнител) за данъчни цели

ФИРМИТЕ БЕЗ ДЕЙНОСТ НЕ СА ДЛЪЖНИ ДА ПОДАВАТ ФИНАНСОВИ ОТЧЕТИ В НАП

В Закона за корпоративното-подоходно облагане промените също не са малки. “Годишен финансов отчет не подават данъчно задължените лица, които едновременно са изпълнили следните условия: не са извършвали дейност през данъчния период; не са отчетили приходи или разходи съгласно счетоводното законодателство за данъчния период.” се казва в чл. 92, ал. 3 от проекта на закона. Това на практика означава, че при фирми без дейност не се подава годишен отчет в НАП. Всъщност поправката се отнася само за данъчни цели, и не засяга задължението за публикуване на нулев отчет в Търговския регистър, както и задължението да се изготвят годишни финансови отчети за Националният статистически институт. Остава задължението да се подава нулева данъчна декларация. За сравнение едноличните търговци, които през годината нямат търговска дейност не са задължени да подават празна годишна данъчна декларация. Следователно, ефектът от тази мярка е само за данъчните служби, които няма да боравят с толкова много хартия.

Каквото и да си говорим от “няма да има промени в данъчната политика” си минахме на почти нови разпоредби. Дали е за добро, още не е ясно. Факт е, че това се случва всяка година, но досега ефектите за бизнеса са били спорни...

се приемаше за подизпълнител - упражняващ независима икономическа дейност - свободна професия. С тази поправка, доходите вече не се приемат за облагаема доставка и съдружника-адвокат не формира облагаем оборот, т.е. регистрация по ДДС ще има само дружеството. Казано по друг начин адвокати, нотариуси, частни съдебни изпълнители, които упражняват дейността си самостоятелно и сдружени ще попълват двете приложения в годишната данъчна декларация - приложението за доходи от трудови правоотношения и приложението за упражняване на свободна професия.



ПАДА ОБЛЕКЧЕНИЕТО ЗА ИПОТЕЧНИ КРЕДИТИ

Макар и обявени като козметични, промените в данъчните закони се оказаха далеч по-сериозни. Според приетите от правителството изменения, отпада данъчното облекчение за млади семейства, което се изразяваше в намаляване на основата за облагане с данък с направени през годината лихвени плащания по ипотечен кредит, при определени условия. Според законопроекта за изменение и допълнение на Закона за данъците върху доходите на физическите лица (ЗДДФЛ) това трябва да се направи... със задна дата. Мотивът е, че съществуващите разпоредби не са прецизни, което ще затрудни и дори направи невъзможно прилагането им. Освен това в Комисията

Младите семейства няма да могат да ползват данъчни преференции при теглене на ипотечен кредит.

за защита от дискриминация са образувани преписки за дискриминация по възраст и семейно положение.

Нека припомним, че тази идея бе лансирана от НДСВ и приета с пълно мнозинство от кабинета "Станишев". С нея сумата на годишната данъчна основа трябваше да се намалява с направените през годината лихвени плащания върху 100 хил. лв. по ипотечни кредити на семейства, които имат граждански брак и един от съпрузите е на възраст до 35 години. Това облекчение бе предвидено при условие, че ипотекираният имот е единственото жилище за семейството. Според сметките на експерти излиза, че за семейство, изтеглило кредит от 50 хил. евро за 20 години, което за една година внася лихви приблизително от 7800 лв. и единият от съпрузите работи на трудов договор с брутна заплата от 1000 лв. на месец (или 12 хил. лв. за година), данъчните облекчения в случая ще възлизат на приблизително 780 лв. на година. За да се възползват от "бонуса", младите семейства трябва да приложат към годишната си данъчна декларация копие от свидетелството за сключен граждански брак, справка за имотното си състояние, копие на договор за ипотечен кредит, погасителен план и документи, удостоверяващи направените вноски. Което на практика означава, че до момента никой не се е възползвал от поправката "Милен Велчев" тъй като годишните данъчни декларации за 2009-а се подават от началото на 2010 година.

С промените се поставя и край на „безданъчната“ търговия с жилищни имоти. До момента всяко частно лице имаше право да купи и продаде един жилищен имот без да се взема под внимание времето, през което го е притежавал, което доведе до злоупотреби - покупка и в рамките на седмица продажба. Кабинетът предлага да бъде въведен минимален три-годишен срок за притежаване на недвижим имот.

През 2010

ОБЩИНИТЕ ЩЕ СКУБЯТ ДВОЙНО ГРАЖДАНИТЕ СИ

На подобно заключение навежда проектът за изменение и допълнение на Закона за местните данъци и такси, приет от правителството. Ако и депутатите го подкрепят, той спокойно може да развърже ръцете на местната власт да събира много повече от своите граждани. Проектът предвижда например горната граница на данъка върху недвижимите имоти

**да се увеличи от 2
промила до 2.5 на хиляда**

от данъчната оценка. Кабинетът ще поиска от парламента да вдигне летвата за определяне на размера на налога и при възмездно придобиване на имущество от 2.6 на сто от данъчната оценка. В момента данъкът е в границите от 1.3 до 2.6 процента. Мотивът е да бъдат събрани повече средства в общинските бюджети. Ако например Столичният общински съвет реши да заложи максималната ставка от 2.5 на 1000 (в момента тя е 1.87 промила), за апартамент с данъчна оценка от 70 000 лв. ще се дължи с 33% повече, или 175 лв. вместо сегашните 131.25 лева.

От Института по пазарна икономика предлагат дори още по-радикална промяна. "Изобщо

не трябва да има горна граница

Заложените лимити в Закона за местните данъци и такси изкривяват идеята всяка община сама да определя размера на налозите, които събира. По този начин държавата лишава местната власт от възможността да стимулира инвестиционната активност на своя територия. Границите са твърде тесни, а освен това налозите не могат да се намаляват или вдигат сериозно", посочи Петър Ганев от ИПИ.

Освен това се предвижда

придобитите по давност имоти

които са извън обхвата на Закона за местните данъци и такси, вече да бъдат обект на облагане.

Според сега действащия Закон за собствеността (чл. 79) недвижим имот се придобива по давност, когато едно лице го владее непрекъснато в продължение на десет години. Ако владението е добросъвестно, правото на собственост се придобива с непрекъснато владение в продължение на пет години. Специалистите по данъчно право коментират, че тази постановка в момента позволява да се избягва данъкът върху даренията. Схемата е следната: дадено лице подарява имот на друго с устната уговорка, че десет години няма да предявява претенции към земята, а след изтичането на срока прехвърлянето става автоматично, без затова да се плаща данък.

Управляващите ще посегнат и на необлагаемия минимум за имотите. Целта е да се освободят от налог само жилищата с данъчна оценка до 1680 лв., а не както досега - до 2520 лева.

Разработените от Министерството на финансите промени в Закона за местните данъци и такси са ясен сигнал, че правителството няма намерение да лиши републиканския бюджет от каквито и да е постъпления и да ги пренасочи към местната власт.

При така стеклите се обстоятелства на кметовете не им остава друго освен да вдигат налозите, за да могат да строят и ремонтират инфраструктура, училища, болници и детски градини... Или пък да не увеличават данъците и да замразят различните си инвестиционни проекти до настъпването на по-благоприятни времена. По данни на сдружението на общините в края на тази година дълговете на местните власти ще са повече от 200 млн. лв., а неизпълнението на приходната част на бюджетите им ще е 450 млн. лв. и може дори да има фалити на малки общини.



**Отделните общини в България вече ще имат по-голяма
свобода да вдига местните налози.**

ПАЗАРЪТ САМ ОПРЕДЕЛЯ КОИ ИДЕИ ЩЕ НОСЯТ ПРИХОДИ

Стоян Мавродиев, заместник-председател на парламентарната Комисия по икономическа политика, енергетика и туризъм



Г-н Мавродиев, мислите ли, че е разумно точно сега да се намалява уставният капитал за регистрация на ООД?

- Изискването за висок минимален уставен капитал при регистрация на ООД теоретично звучи добре, практиката обаче показва съвсем друго. Огромната част от фирмите внасят за известен период изисквания капитал по набирателната сметка на новоучредяващото се дружество и веднага след регистрацията му тази сума се изтегля, за да се ползва за оперативни цели, а сметката се закрива.

В този смисъл, дори и висок, минималният уставен капитал трудно изпълнява вменената му т.нар. "гаранционна функция". Често в практиката компании с висок уставен капитал са неизрядни длъжници и удовлетворяването на претенциите на кредитора е също толкова трудно, почти невъзможно, колкото и ако уставният им капитал беше нисък.

В същото време, за много хора, които имат интересни идеи за бизнес и желанието да се развият, внасянето на минимален капитал от 5000 лв., често е пречка при стартирането на бизнес.

При това положение, какво ще служи за гаранция?

- Изискването да покажеш дадена сума пари, за да ти позволят да се захванеш с предприемачество, няма никаква икономическа логика. Според изследванията на Световната банка това пречи на бизнеса и страните, в които минимален капитал не се изисква са на по-предно място в класациите за правене на бизнес. Оказва се, че подобно ограничение липсва в цели 75 страни, като сред тях са: Австралия, Бразилия, Канада, Чили, Франция, Индия, Ирландия, Япония, Македония, Нигерия, Перу, САЩ, Сингапур, Великобритания, Черна Гора. Вижда се, че това са държави от всички континенти, при това с много различна икономическа действителност. Липсата на гаранции при започването на собствен бизнес се отразява добре на климата във всяка страна, независимо от степента на икономическото развитие.

Как е уреден въпросът в страните от Европейския съюз?

- Миналата година Германия промени закона от 1892 г., който определя правилата за реги-

стриране на ООД. Със закона се облекчава досегашната тежка и тромава процедура - регистрацията вече е по-евтина, по-бърза и с по-малко процедури. Минималният капитал за учредяване на подобен тип дружество е намален от 25 хиляди евро на 1 евро, което позволява на повече хора да започнат собствен бизнес.

Във Великобритания също има правно-организационна форма на компания, която има нисък уставен капитал - това е британското Limited Company. То може да бъде учредено за кратко време само с едно евро. През 2003 г. и Франция намали законово изискуемия минимален капитал за дружества с ограничена отговорност на едно евро.

Ще проработи ли схемата и в България?

- Редно би било всеки, който има идеи и желание за реализиране на бизнес, да може да ги осъществи без подобни формални пречки. Впоследствие пазарът сам регулира кои идеи са добри и могат да носят приходи. А от друга страна, ефективно работещата съдебна система би следвало да спомогне за бързото и ефективно реализиране на вземанията и претенциите.

В същото време е важно да се уточни, че регистрирането на фирма с капитал 1 евро не забранява и не пречи регистрирането на фирми с по-висок капитал.

В този смисъл, намаляването на минималния уставен капитал за регистрация на ООД е добра мярка в много отношения - и антикризисна в широк смисъл, и мярка по повишаването на икономическата активност, и мярка, която прави страната ни по-благоприятно и привлекателно място за бизнес.

Какви са приоритетите на ГЕРБ за стимулирането и подпомагането на малките и средни предприятия и какви мерки планирате да предприемете, за да повишите икономическата активност на стопанските субекти, освен намаляването на уставния капитал, което вече е факт?

- Част от обявените от ГЕРБ мерки за възстановяване на икономиката ни са освен намаляването на първоначалния капитал на търговските дружества на 2 лева, и ускорено възстановяване на ДДС, намаляване на осигурителната тежест с 5 процентни пункта - 2% през 2010 г. и по 1% в следващите три години, както и други инициативи. Всичко това се прави с цел стимулиране и повишаване на икономическата активност.



Като стана дума за налози, ще подкрепите ли искането на Синята коалиция данъкът за едноличните търговци да падне от 15 на 10 процента?

- Редно е да се направи анализ на настоящата ситуация при облагането на едноличните търговци (ЕТ). Доходите от стопанска дейност на ЕТ, получени през 2008 г., се облагат със ставка от 15 процента. В същото време за доходите, подлежащи на облагане с данък върху общата годишна данъчна основа, всички физически лица заплащат 10% данък. Така например ЕТ, чиято дейност е производство на сладкарски изделия, ще заплати 15% върху доходите си от реализацията на продукцията си. В същото време ако собственикът на ЕТ получи хонорар по граждански договор, то този доход ще се обложи с данък от 10 на сто. ЕТ плащат 15 % данък, защото другите фирми плащат 10 % корпоративен данък плюс 5 % данък дивидент, който се плаща от собствениците на дялове и акции в ООД и АД, при получаването на дивидента. Собствениците на ЕТ не плащат данък дивидент и затова там процентът е 15. Така, на практика, и в двата случая крайната ставка е една - 15%.

Според мен, редно би било да се помисли за намаляването или премахването изцяло на данъка върху дивидентите, това ще бъде силен стимул за изсветляване на икономиката и доходите у нас.

Променят критериите за микропредприятията

Дара Христова

Над 90% от българските фирми ще бъдат класифицирани като микропредприятия. Това ще стане, ако страната ни подкрепи предложеното от Европейската комисия (ЕК) изменение в Директива 78/660/ЕС. Предвижда се също микропредприятията да бъдат освободени от задължението да съставят годишни баланси и отчети за приходите и разходите, като водят едностранно счетоводство. Впрочем правителството вече направи първата стъпка по тази хлъзгава пътека, след като на 7 октомври прие проекта за промени в директивата, а през миналата седмица тя получи зелена светлина и от парламентарната комисия по бюджет и финанси.



Къде е грамата?

Ако исканията на ЕК намерят застъпници, от промените в норматива ще могат да се възползват предприятия с балансова стойност на активите към 31 декември за съответната година до 500 хил. евро, нетни приходи от продажби за годината до 1 млн. евро и средна численост на персонала до 10 души. В момента по Закона за малките и средните предприятия под тази дефиниция попадат дружества, които имат средносписъчен брой на персонала, по-малък от десет души, годишен оборот, който не превишава 3.9 млн. лв. и/или стойност на активите, които не надвишават 3.9 млн. лева.

“По официални данни на БУЛСТАТ стопанските субекти, регистрирани по Търговския закон, са над 1 милион. В същото време, според статистиката на Агенцията за малки и средни предприятия, в тази група попадат 221 хил. фирми. Ако Европейската комисия приеме проекта за промени в директивата и България автоматично ги препише в групата на малките и средните предприятия, у нас в обхвата й

ще попагнат около 500 хил. компании.

Освобождаване от задължението те да съставят годишен отчет ще доведе до недостиг на статистическа информация, както и до отрицателен ефект върху данъчните приходи. Така ще се стигне до налагане по необходимост на патентен данък като изход за фискалната система”, се казва в становището на Българска търговско-промишлена палата. БТПП подкрепя новата дефиниция за малки и средни компании, но настоява критериите освобождаване от задължението за съставяне на годишни баланси и отчети за приходите и разходите да бъдат направени така, че да важат за по-малък брой фирми.

“Годишните счетоводни отчети са източник на информация както за вътрешните потребности на ръководството и собствениците на предприятието, така и за външните потребители - държавни органи, банки, търговски контрагенти, съдебни дела и други. Поради това тези документи са необходими, независимо от големината на фирмата. При микропредприятията годишните счетоводни отчети трябва да се запазят, но със съкратено съдържание, с цел облекчаване на работата и реализиране на икономии”, смятат още от палатата. В становището е изложена и позицията, че би могло да се въведе

съкратен годишен счетоводен отчет,

включващ отчет за приходите и разходите и съкратен счетоводен баланс, които да бъдат включени като раздели в годишната данъчна декларация. “В условията на верижна задължнялост на всички стопански субекти особено силна е потребността от съкратения счетоводен баланс, по който да се оценява степента на ликвидност и финансовата автономност, респ. задължнялост на микропредприятието”, обясняват от БТПП. И всички тези доводи звучат доста логично. Ясно е, че управляващите няма как да не подкрепят европейската директива, но тези нормативни документи винаги дават възможност на всяка страна да внесе корекции съобразно особеностите на националната си икономика. И ако правителството още отсега не даде заявка, че смята да се възползва от това си право, след време може да се сблъска с доста сериозни финансови проблеми.

Щялото становище на БТПП можете да видите [ТУК](#)

Възможност

Да създадем бизнес в ... Бавария



През 2008 г. панаирният център в Нюрнберг привлече 27 хил. изложители и 1.3 млн. посетители от цял свят.

“Меката на високите технологии”, както Бил Гейтс нарича германската провинция, вече шест години приветства българските предприемачи

Люба Спасова

Бавария е интересно кътче от Европа, известно с прекрасната си природа, отличните условия за туризъм, автомобилите BMW и хубавата бира, която се сервира на корем по време на традиционния Октоберфест. Всеки, който е имал възможността да посети германската провинция поне веднъж, знае, че тя е най-голямата по площ (със своите 70 568 кв. км.) и втората по население (приютила над 12.5 млн. жители) федерална административна единица в Германия. Малцина обаче знаят, че Свободната държава (каквато е административната ѝ форма) е чудесно място и за бизнес. Разположена в най-южната част на Германия - между Чехия, Австрия, Боденското езеро и провинциите Баден-Вюртемберг, Хесен, Тюрингия и Саксония, страната е като оазис не само за любителите на пътешествията, но и за смелите предприемачи.

Лесно ще ви убедим в това, като цитираме данните за икономическата ѝ активност през миналата година. С брутен вътрешен продукт от 445 млрд. евро

Бавария изпреварва 20 от 27-те държави в Европейския съюз

и се нарежда на почетното седмо място в класацията на най-силните икономики в общността. Производителността на глава от населението е над 35 хил. евро - далеч над средното ниво, както за Германия (30 хил. евро), така и за ЕС (25 хил. евро). Безработицата в страната е 4.2% (при средно 7.8 на сто за Германия), като в някои региони практически има пълна заетост. По отношение на износа, през 2008 г. Бавария за 15-ти пореден път постави рекорд, отчитайки експорт за общо 155.7 млрд. евро и ръст от 1.4% спрямо предходната година. Вносът също се увеличава от година на година и през 2008-а достига 129.9 млн. евро.

Този успех на Бавария се дължи основно на модерната ѝ икономика, в която държавата е инвестирала над 4 млрд. евро от 1994 г. досега. Автомобилостроенето, електрониката и машиностроенето, информационните и телекомуникационни технологии, медицинската техника, енергетиката, екологията, биотехнологиите, генното инженерство, мегатрониката, въздухоплаването и космическите технологии са само част от най-развитите сектори в Свободната държава. Всичките около 7600 предприятия в нея създават над 1.2 млн. работни места и оборот над 330 млрд. евро, формирайки 66% от производството на страната и 49 на сто от износа ѝ. Насърчаването на инвестициите и иновациите е въпрос на държавна политика, а създаването на улеснени процедури при учредяване на фирми и оказване на подкрепа за малките и средни предприятия при разкриване на нови пазари е основен правителствен приоритет. Неслучайно американският мултимилиардер и създател на софтуерния гигант "Майкрософт" Бил Гейтс определя Бавария като

„Меката на високите технологии в Европа“,

а чуждестранните компании в тази област определено я предпочитат за бизнес-партньор.

Вероятно някой ще си помисли, че с тези показатели Бавария е прекалено голяма хапка за нашите предприемачи. И ще сбърка. Българо-Баварските пътища отдавна се пресичат в строителството, енергетиката, електротехниката, електрониката, машиностроенето, химическата, хранително-вкусовата и текстилна промишленост, логистиката и туризма, възобновяемите енергийни източници, опазването на околната среда, информационните технологии и телекомуникациите. И независимо от кризата, сътрудничеството между се развива сравнително добре. За първото полугодие на 2009 г. търговският стокообмен възлиза на 289.3 млн. евро, а страната ни заема 47 място по търговски стокообмен с Бавария в международен план. Износът от Бавария към България достига 166.7 млн. евро, но в сравнение с първите шест месеца на миналата година отчита спад с 14.3 на сто. Вносът от България към Бавария пък е 122.6 млн. евро и също намалява, но с далеч по-скромните 9 процента. На фона на цялостното понижение на баварския износ от 26.5% и на намаления внос с 18% спрямо първото полугодие на 2008 г., тези показатели в условия на световна финансова криза са добър знак за развитието на

икономическите отношения между България и Бавария.

По тези показатели страната ни влиза в челната десетка на баварските партньори от Централна, Източна и Югоизточна Европа и е на шесто място по значимост за външната ѝ търговия. Това се дължи на установените още през 2003 г. двустранни взаимоотношения. Федералната провинция има свое представителство у нас в лицето на Германо-българската

Полезни връзки

Баварско държавно министерство на икономиката, инфраструктурата, транспорта и технологиите (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie)

Tel.: +49 89 2162-0
Fax: +49 89 2162-2760
Web: www.stmwivt.bayern.de
E-Mail: info@stmwivt.bayern.de

Баварско държавно правителство (Bayerische Staatskanzlei)

Tel.: +49 89 / 2165 - 0
Web: www.bayern.de
E-Mail: direkt@bayern.de

Баварско държавно министерство на финансите (Bayerisches Staatsministerium der Finanzen)

Tel.: +49 89 2306-0;
Fax: 089 2306-2808
Web: www.stmf.bayern.de
E-Mail: poststelle@stmf.bayern.de

Асоциация на индустриално-търговските камари в Бавария

(Bayerischer Industrie und Handelskammertag)
Tel.: +49 89 5116-0
Fax: +49 89 5116-290
Web: <http://bihk.de>
E-Mail: info@bihk.de

Баварска държавна служба за статистика и управление на данните (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung)

Tel.: +49 89 2119-0
Fax: +49 89 2119-410
Web: www.statistik.bayern.de
E-Mail: poststelle@statistik.bayern.de

Портал на външна търговия на Бавария (Aussenwirtschaftsportal Bayern)

Tel.: +49 911/23886-3
Fax: +49 911/23886-50
Web: www.auwi-bayern.de/awp/inhalte/startseite.html
E-Mail: info@awz-bayern.de

Генерално Консулство на република България в Мюнхен (Generalkonsulat der Republik Bulgarien)

Tel.: +49 89 17117614
Fax: +49 89 155006
Web: www.generalkonsulat-bulgarien.de
E-Mail: munich@generalkonsulatbulgarien.de

Търговско представителство на Република България в Мюнхен

(Bulgarische Handelsvertretung - Munchen)
Tel.: (+49 89) 92 00 87 80
Fax: (+49 89) 92 00 87 82
E-mail: STIV@generalkonsulatbulgarien.de

Интернет-портал история на Бавария (Internetportal "Geschichte Bayerns" - Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Haus der Bayerischen Geschichte)

Tel.: +49 821/3295-0
Fax: +49 821/3295-220
Web: www.datenmatrix.de/projekte/hdbg/geschichte-bayerns

индустриално-търговска камара (<http://bulgarien.ahk.de/index.php>). Организацията насърчава взаимните икономическите взаимоотношения, като придружава баварски делегации на правителствено равнище, провежда кооперационни борси и посещения на място в български клонове на баварски предприятия. Основната задача на представителството е да посредничи между български и баварски фирми и да допринесе за развитието на една по-добра бизнессреда между участниците в икономическото сътрудничество.

Основно място в търговското партньорство между България и Бавария заема

програмата „Бавария, готова за партньорство“ (Bayern Fit for Partnership),

финансирана от министерството на икономиката, инфраструктурата, транспорта и технологиите на германската провинция. Инициативата се провежда от тамошното Дружество за международни икономически отношения (Bayern International), което организира обучения на източноевропейски фирми, потенциални делови партньори на баварски предприятия от сходен бранш. По тази програма около 15 български фирми от различни сфери на бизнеса всяка година заминават за една седмица на обучение в Германия. Предвидени са курсове за ръководния персонал на компаниите, в които са включени лекции за актуалните изисквания за качество на Европейския съюз и препоръки как да се засилят деловите контакти между българските и баварските фирми. Целта е мениджърите да повишат квалификацията си, като се запознаят с най-новите технологии в различните браншове. Инициативата стартира през 2004 г. с посещение на фирми от млеко- и месопреработвателната промишленост и продължи с обучения в областите



„Баварските пазари са винаги отворени за чуждестранните компании. Бавария е не само отлично място за производство, но и един атрактивен пазар с висока популателна способност“, убеден е вицепремиерът и министър на икономиката, инфраструктурата, транспорта и технологиите на Бавария Мартин Цайл.

Ключови технологии в Бавария

В своята онлайн база данни “Ключови технологии в Бавария” Bayern International, едно начинание на правителството на Бавария за насърчване на външната търговия, предоставя безплатна и изчерпателна информация за баварски предприятия, изследователски институции, технологичен трансфер и мрежов мениджмънт, както и за специализирани учреждения и организации. По настоящем предоставяната база данни включва 18 хил. попълнения от 20 бранша. Тя позволява търсенето на фирми или институции по браншове от класификацията на икономическите сектори НАСЕ на Европейския съюз. Онлайн базата се актуализира всекидневно на английски и немски език. Информацията се предлага безплатно и на електронен носител - компакт диск.

Актуалната версия на базата данни включва следните браншове: Авиационна и космическа индустрия и Сателитна навигация (350), Автомобилна индустрия (1721), Биотехнологии (420), Електротехника и електроника (1856), Енергийна техника (387), Железопътна техника (342), Иновационни материали (1609), Информационни и комуникационни технологии (2226), CallCenter индустрия (129), Логистика (895), Машиностроене (3108), Медици (669), Медицинска техника (936), Мехатроника (1014), Нанотехнологии (99), Строителство (1014), Технологии на опазване на околната среда (1060), Финансови услуги (275), Фотоника (279), Химическа промишленост (411).

За търсене в онлайн база данни кликнете ТУК.
Актуалния компакт диск можете да поръчате от ТУК

рекултивация на замърсени почви и води, печатарска и пекарска индустрия (през 2005 г.), строителна техника и безалкохолни напитки (през 2006 г.), дървопреработвателна промишленост и енергоспестяващо строителство (през 2007 г.) европейски стандарти при производството на вина и спиртни напитки (през 2008 г.) и разделно събиране, рециклиране и депониране на отпадъци и соларна енергия (през 2009 г.). “В резултата на това обучение преди две години български компании в областта на строителната техника подписаха договори за над 2 млн. евро”, обяви Митко Василев, главен управител на Германо-Българската индустриално-търговска камара. Организацията е координатор на инициативата за нашата страна.

Източник: “Бавария - вашият партньор за успешен бизнес”, Германо-Българска индустриално-търговска камара (ГБИТК)

WebIT - за всекиго по нещо



В истински фурор се превърна първото изложение за интернет бизнес и маркетинг WebIT, което се проведе на 7 и 8 октомври в столицата. Без съмнение организаторите от е-Академия (e-Academy) заслужават поздравления за подготовката и провеждането на форума.

Росен Цветков

Със сигурност подобна проява може да е полезна на всеки предприемач, независимо какъв и колко развит е бизнесът му. Просто защото получава възможност да се поучи от опита на служители в изключително сериозни компании, каквито са Google, Coca-Cola, eBay, Yandex, Amazon, Guardian, Ciao, BBS, Vutemobile и много други.

Именно този факт обяснява огромния интерес - над 4300 бяха регистрираните посетители на изложението, в това число 1000 чуждестранни гости и представители на 80 медии. Напливът се виждаше и с просто око - ако през въпросните два дни сте се разхождали из центъра на София, със сигурност сте забелязали хора с оранжеви баджове на които пише WebIT. Посетителите също едва ли са останали разочаровани, защото на форума бяха изнесени доста интересни данни, които си струва да се отбележат.

15 млн. евро за онлайн реклама са похарчени през 2008 г.

За миналата година пазарът на дигиталната реклама в България се оценява на 15 милиона евро. "За 2009-а прогнозата е той да достигне 20 млн. евро, или 15% ръст", заяви Ален Йоро, президент на Interactive Advertising Bureau (IAB) още при откриването на WebIT. Това е едва 0.1% от европейския пазар, който се изчислява на 13 млрд. евро. Специалистът обаче не пропусна да подчертае, че продажбите у нас в този сегмент тепърва ще се увеличават, тъй като все още има много неразработени ниши и обемите на он-лайн реклама съвсем скоро могат да нараснат с 10 - 20 пъти и да достигнат 150 - 250 млн. евро.

Що се отнася до държавите от региона на Балканите, според председателя на е-Академия Пламен Русев, най-много пари за реклама в Интернет през 2008 г. са похарчени в Турция - 131 млн. евро или 1% от европейския пазар на онлайн реклама. На второ място е Гърция с 45 млн. евро разходи в тази сфера и 0.3% дял от европейския пазар, а на трето е Румъния - съответно с 30 млн. евро и 0.2% пазарен дял.

Друг изключително интересен момент бе лекцията на Пламен Русев

„Използване на социалните мрежи за маркетинг“.

Тя започна с изказването, че Social Media се случва от години и използването ѝ за целите на маркетинга е въпрос на време. Русев обясни как всичко започва с форумите, където хората доверяват мнението си за брандове и продукти и това изцяло променя маркетинга в насока към Social Media.

От друга страна социалните мрежи са по-евтини от традиционните рекламни и маркетинг канали и превръщат всички ни в издатели, например чрез блогите и кратките съобщения в Twitter. Традиционните медии дори започват да използват блогите като източник на информация за новините си. “Целта на Social Media Marketing-a е да достигнем до тези нови гласове и да бъдем един от тях. И ако искаме да сме добри в областта, е необходимо да се превърнем в добри издатели”, заяви Русев.

Ето и правилата за



Мобилният маркетинг е госта дохождана ниша, която тепърва ще се развива.

успешен Social Media Marketing,

споделени от организатора на WebIT. А те със сигурност могат да са от полза на всеки предприемач, който прави първите си стъпки в бизнеса.

1. Listen Before Speak - социалните мрежи са форма на разговор, а не на послание. Интернет не е канал, а среда. Необходимо е най-напред да се слуша, за да се комуникира ефективно.

2. Don't get Scared - Не заплашвайте, не бъдете негативни! Ако разпространявате негативизъм, ще предизвикате негативизъм срещу Вас.

3. The Goal is Important, not the Tool - Възможно е да бъдат използвани различни средства за комуникация, като блог, подкаст, видео, социални мрежи, онлайн общност и др., но преди да бъде взето решението какво средство ще бъде използвано, е необходимо да бъде определена целта.

4. Embrace Niche Market - Обхващането на пазарните ниши в мрежата се състои в достигането до специфични групи от хора - напр. групи в социални мрежи по определени теми, свързани с продукта.

5. Empower Your People to Talk - Да се насърчават служителите на една компания да говорят за нея и от съществено значение за формирането на представата за компанията. Тук бе посочен един изключително интересен пример, който ще си позволим да цитираме - Microsoft, която е обект на непрекъснати критики за софтуерните ѝ лицензи, е единствената компания в света, в която цели 5000 служители имат собствени блогове и в тях те имат право да пишат свободно, без да се съобразяват с каквито и да било корпоративни правила.

6. Social Media Marketing Takes Time - Крайният ефект при кампаниите в социалните мрежи се постига за по-дълго време, отколкото в традиционните медии. Изграждането на доверието и ангажирането на общността отнемат известно време, но след като резултатът бъде постигнат, той е дълготраен.

7. Put Communities to Work - След като е ангажирано вниманието и е спечелено доверието на членовете на общността, е необходимо да се комуникира активно с нея, да бъде провокирана, за да се предизвика т.н. viral ефект - увеличение на продажбите и голям дял лоялни потребители.

8. Reuse & Syndica - В различните канали предоставяме еднаква информация на потребителите, но обратната връзка от всеки канал е различна.

9. Deliver Value - Необходимо е както да предоставяме на аудиторията стойностни публикации, така и да демонстрираме, че я ценим, публикувайки информация, която е от полза за читателите и допринася за успеха им.

Другата голяма тема на форума, както се и очакваше, бе

мобилната реклама

Саурав Чопра от консултантската компания Vybemobile коментира, че този сегмент тепърва ще бележи ръст. Най-перспективните области според него са интерактивните услуги, носещи реална полза на клиентите - промоционални купони чрез SMS, рекламни формати, които разчитат на интерактивни обвързващи послания, както и географски таргетирани услуги, основаващи се на местоположението на потенциалния клиент.

Наистина в момента мобилният маркетинг е един от предпочитаните и рентабилни начини за достигане до все по-голям брой потребители и в кризата. Данни от международни институти, свързани с ефективността на мобилния маркетинг, показват, че докато много пазари се стесняват, този на мобилните услуги се разширява, а оттам и делът на рекламните бюджети, насочени в тази посока. В същото време, достигането до крайния потребител е много по-лесно и независимо от времето и пространството. “92% от анкетирания в рамките на проучване на Световната Мобайл Маркетинг Асоциация заявяват, че 24 часа в денонощието не се разделят на повече от 1 метър с мобилния си телефон”, твърди Пламен Русев. “Мобилният маркетинг все още не е топ приоритет на бизнеса”, категоричен бе и Андерс Бьорде от консултантската компания More Mobile Relations, оперираща в скандинавските страни.

Не бе подмината и

темата за прогажбите по Интернет.

“Най-важното за един онлайн магазин е доверието в него, коментира Алекс Маркс от eBay. Интернет търговията все повече ще разчита на приходи от реклама и ще се доближава по функционалност до социалните мрежи. Около онлайн магазинъ на бъдещето ще бъде изградено общество от потребители. Всъщност, медиите, “търговците” на съдържание, също трябва да се опитат да обвържат лоялен социален кръг около марката си4, заключи той.

Е, като уважаваща себе си медия, няма как да подминем и

недостатъците на тазгодишното изложение,

макар те да не са много. Най-големият бе, че всяка от лекциите си заслужаваше присъствието, не само заради имената, но и заради изключително интересната тематика. Само че, просто нямаше как това да се случи. Събитието на практика протече едновременно в три отделни зали и за да ги посетиш, трябваше да прескачаш от една в друга, при което в крайна сметка рискуваш от три стола да седнеш на земята. Затова догодина ще трябва да се помисли това неудобство да бъде преодоляно.

Също така в част от форумите имаше оплаквания, че лекциите са били платени. За решаването на този проблем също могат да се потърсят варианти, поне за освобождаване на част от лекциите за широката аудитория или за намаляването на таксите, за да се привлекат още повече хора. Защото без съмнение интересът към изложението бе повече от голям. Може би именно поради това, че на WebIT имаше за всекики по нещо интересно.



Бъдещето на он-лайн рекламата изглежда госта оптимистично.

ПРОДАЖБИТЕ ОН-ЛАЙН В ЕВРОСЪЮЗА СА ЗА 170 МЛРД. ДОЛАРА

Прземек Плуца, регионален мениджър на PayPal в Полша

Г-н Плуца, според вас по какъв начин изложение като WebIT може да съдейства за популяризиране на търговията през мрежата?

- WebIT е уникално събитие за Централна и Източна Европа. В София се събраха заедно толкова много професионалисти в различни области на електронния бизнес, он-лайн транзакциите, маркетинга и рекламата. Като цяло считам, че всяко действие да се насърчава пазаруването през мрежата и да се споделят най-добрите практики в дадена област е без съмнение стъпка в правилната посока. Очаквам, че още догодина ще видим още повече експерти като лектори на изложението, споделяйки наученото за пазара.

Прземек Плуца ръководи компанията PayPal в Полша - първата страна в Източна Европа, където тя започва да предлага услугите си. Той отговаря за стратегията ѝ, продажбите и пазарното функциониране. Преди това е бил на различни маркетингови позиции в eBay в Берлин, Лондон и Варшава. Притежава магистърска степен по специалността "Бизнес администрация" от университета Виадрина във Франкфурт на Одер.



В момента обаче икономиките както на страните от ЕС, така и по целия свят, изпитват изключително сериозни трудности заради глобалната финансова криза. По какъв начин се отразява това на транзакциите през Интернет?

- Он-лайн търговците твърдят, че продажбите им и тази година се увеличават, но не и с изключително сериозните темпове, регистрирани през 2007-а и 2008-а. Може и да ви прозвучи изненадващо, но за мен глобалната рецесия предостави възможността да се работи в една много по-динамична среда. Сега без съмнение Интернет предлага опции за по-добри сделки, отколкото останалия, да го наречем оф-лайн свят. В трудни времена хората търсят все по-високи отстъпки и внимават изключително много какво поръчват и на каква цена.

Какво най-често предпочитат да пазаруват хората през Интернет?

- В почти всички пазари на Европейския съюз пътуванията формират около и над 40% от всички продажби, извършвани през мрежата. Потребителите купуват също така и домашна електроника, уредби, DVD-плейъри, както и книги. В последните няколко месеца изключително бърз ръст има при продажбите на дрехи, мебели и изделията за бебета. Наблюдаваме също така и увеличение на виртуалните продукти, които се търгуват - като например софтуер, видео игри и материали за електронно обучение.

Като експерт бихте ли се ангажирали с една по-задълбочена прогноза за бъдещото развитие на електронната търговия в Европа?

- Според изследване на института "Форестър" обемът на електронната търговия в страните от Европейския съюз възлиза приблизително на 170 милиарда долара. Развити пазари, като Германия, Обединеното кралство или Франция, ще продължат да се увеличават с около 10 на сто годишно, докато развиващи се страни, като Полша, Русия, Турция или България,

ще регистрират изключително сериозни ръстове от порядъка на 20-30 процента. Лично аз се надявам съвсем скоро да започнем да регистрираме и увеличение на трансграничните продажби през Интернет в рамките на общността. Изследване на Евробарометър показва, че едва около 13 на сто от хората, пазаруващи он-лайн през последните шест месеца, са поръчали стока или услуга от страна извън родната им. Това е изключително нисък показател за Европейския съюз, особено на фона на значителното подобряване на качеството и достъпа до Интернет, както и на транспортните услуги. Светът става все по-малък, всички използват eBay, Google или Facebook. Защо тогава да не купуваме и продаваме стоки в и от други страни? Наистина все още има някои пречки, но ползите от богатия избор и по-добрите цени далеч ги надвишават.



CRM – решенията се превръщат в приоритет за бизнеса

У нас се проведе първата конференция, фокусирана върху предимствата на Customers Relationships Management софтуера

Александър Александров

Продажби, продажби и пак продажби. Като се има предвид колко огромно е значението на този компонент от бизнеса в трудни икономически времена, не е никак чудно, че софтуерните решения от клас CRM (Customers Relationships Management) се радват на все по-голям интерес през последните месеци. Както и че първата у нас конференция, фокусирана върху този тип решения и проблемите, свързани с привличането на клиенти и съхраняването на отношенията с тях, се радваше на толкова сериозна посещаемост. CRM – платформите са сред корпоративните IT продукти, които имат най-голям коефициент на възвръщаемост (ROI – Return On Investments) и изглежда че българският бизнес вече е научил този урок.



Събитието

Първата международна конференция за управление на взаимоотношенията с клиентите „Световни решения и български практики“ (<http://enterprise.bg/crm>) се проведе на 6 октомври в хотел Метрополитън в София. Големият брой посетители, повечето от които останаха до самия край на форума, показва, че събитието е проведено в подходящия момент, българските мениджъри отдавна са запознати с това какво означава CRM и нуждата от подобна конференция вече е назряла. Организатор е списание Enterprise, а партньор - Българският форум на бизнес лидерите. Enterprise е B2B печатно издание за мениджмънт

и бизнес софтуер с контролирана дистрибуция, насочено изключително към практическите проблеми в управлението на съвременните компании.

Фокусът

Как да продаваме повече в условията на криза с помощта на правилно управление на взаимоотношенията с клиентите, какви са предимствата на софтуерните решения от клас CRM, как се развива този сегмент през последните години и как се променя представата на мениджърите по света за него. Това бяха част от въпросите, дискутирани по време на лекциите, с участието на някои от водещите експерти в сферата на Customers Relationships Management.

Сред изводите, които се наложиха по време на конференцията е фактът, че CRM приложенията остават водещ приоритет за мениджърите в световен мащаб. Инвестиции с цел подобряване на продажбите планират или осъществяват 47% от участвалите в специално проучване на Gartner Group, цитирано по време на конференцията от регионалния представител на анализаторската и консултантска компания Иван Маглич. С това сегментът се нарежда почти на върха на класацията от 15 бизнес управленски приоритета за 2009 г., изпреварен единствено от свързаната със CRM сфера на информационните технологии и подобрението на продуктите (и двете с по 48%). В допълнение маркетинговите активности заемат шестото място в класацията, посочени от 1/3 от анкетиранияте, което прави CRM водещата тенденция в интелигентния фирмен мениджмънт в момента.

Предимствата от използване на CRM

В същото проучване по-напредничавите техники за управление на връзките с клиенти се посочват от мениджърите като най-голямата стратегическа ценност от въвеждането на информационни технологии в управлението. В резултат пазарът на решения за управление на продажбите е нарастнал повече от два пъти от 2004 г. насам.

Следобедните сесии на форума бяха посветени на мениджърския подход към управлението на взаимоотношенията с клиентите, отчитайки, че CRM не бива да се разглежда само като софтуер, а трябва и аналитичен подход към данните от страна на специалистите в компанията. Всъщност именно приемането и свикването с решенията от страна на персонала е ключовият фактор, който определя дали един CRM проект ще бъде успешен, убедени са запознати с проблемите в този сегмент. Апостол Мушмов от VBD Consult доказва важността на синергията между хора и софтуер с прости математически модели, които показват сериозно разминаване на практика, въпреки, че статистиката отчита данните като сходни. Точно по тази причина няколко от лекторите по време на конференцията подчертаха, че трябва

много внимателно да се подбират показателите, които се следят, като един от простите начини да избягваме грешки е да не се използват средно - претеглени стойности. Д-р Явор Янкулов от e-training.bg например обърна внимание на стойността на клиента за периода на жизнения му цикъл. Според него на повечето пазари само 1% от клиентите носят 30% от печалбата, но 58% от компаниите не правят абсолютно нищо за този 1%. Д-р Янкулов постави акцент върху важността от развитието на програма за лоялни клиенти и практически доказаните ползи от това, давайки и ценни съвети как да бъде направено това. Жанет



Найденова от JNN Consult пък показва Guerilla marketing техники от българската практика.

Бъдещето

Очакванията на Gartner за 2010 г. са SAP и Oracle да запазят водещите си позиции в сегмента с преднината, която имат натрупана в течение на годините, а най-голям ръст сред топ играчите да отбележат Microsoft и Salesforce.com.

Според Джорджо Фино, старши мениджър “Комуникации и технологии” в Accenture днес секторът се намира на прага на “третата вълна” в CRM приложенията. Тя се отличава с изграденост около нуждите на клиента, микро-сегментиране, предоставяне на софтуер като услуга (SaaS – Software as a Service), подпомагане на лоялността и предоставяне на специализирани грижи за клиента. Именно затова все повече ще говорим за CRM като за Customer Experience Management – т.е. управление на клиентското преживяване в процеса на продажба и обслужване, убедени са участници в конференцията.

Според анализа на Accenture, самите компании - потребители на софтуер за управление на връзките с клиенти определят своето преживяване с приложенията и доставчиците като водещ фактор за избор и смяна на доставчик. Съответно 59% от компаниите избират решения по тази причина, а 65% сменят доставчика си, ако на свой ред не са доволни от обслужването, което получават.

Изборът

на CRM решения в България вече е доста разнообразен, като у нас са представени, както водещите чуждестранни доставчици, така и български производители на подобни софтуерни продукти.

Прогнозите на специалистите от Accenture са, че корпоративните приложения, както и специфичните нишови продукти се превръщат в т.нар. “композиционен” CRM или приложения тип софтуер като услуга. Под “композиционен” софтуер консултантите разбират такъв, който е подходящ за въвеждане на т.нар. архитектура, ориентирана към услугите (SOA – Service Oriented Architecture). Става въпрос за решения, които обединяват в общ интерфейс различни информационни канали. При това, колкото по-малка е необходимостта от чести промени във функционалността, както и колкото по-стандартни са процесите, везните клонят към SaaS решения, убедени са запознати. От друга страна, при уникални процеси и често обновяване композиционните решения ще бъдат все по-често избирани.



Регионалният ръководител на Dynamics CRM бизнеса на Microsoft Майкъл Стимсън представи на форума възможностите на решението на софтуерния гигант и разкри подробности за V.Next – следващото поколение в CRM приложенията на Microsoft. Сред ключовите нови възможности ще бъде работата със социални мрежи, както и способността за включване на информация от партньори, като например фирмите - брокери на големите застрахователни компании. V.Next ще се появи най-рано през 2010 г. Сред другите продукти, представени на конференцията бяха SAP CRM и Dynamo CRM на Netage, както и DoD Consult, които имат собствена разработка в областта, базирана на SAP Netweaver.

Как да използваме къщата на село за семеен бизнес?

Продължаваме темата от миналия брой. Специално за читателите на NewBusiness.bg безплатните съвети предостави Преслав Недев, собственик на счетоводно-данъчния портал Ведомост Инфо (www.vedomost.info)

В бр. 9 на NewBusiness.bg ви разказахме как се извършва категоризация на имотите, какви документи са необходими за това и колко струва самото удоволствие. И вероятно след прочетеното сами сте си задали въпроса:

След като платим, какво следва?

Заявленията за категоризация се разглеждат от съответната експертна комисия в четиринадесет дневен срок от постъпването им. Тя открива процедурата по категоризиране на обекта, когато констатира, че представените документи отговарят на изискванията на чл. 6 или чл. 7 наредбата за категоризиране на средствата за подслон и издава временно удостоверение за откритата процедура, валидно за два месеца. То пък се изпраща на заявителя на адреса на обекта или на друг адрес, посочен от него, в четиринадесет дневен срок от заседанието на Експертната комисия по категоризация на туристически обекти към председателя на Държавната агенция по туризъм и съответно – в седем дневен срок от заседанието на общинската експертна комисия.



Временното удостоверение

се поставя на видно за туристите място, като в него са вписани следните данни:

1. пореден номер;
2. вид и наименование на обекта;
3. адрес на обекта;
4. собственик на обекта - наименование, седалище, БУЛСТАТ;

5. лице, извършващо дейност в обекта - наименование, седалище и БУЛСТАТ, ако има такъв;
6. срок на валидност;
7. номер и дата на протокола от заседанието на експертната комисия за откриване на процедурата;
8. подпис на председателя на ДАТ, съответно на кмета на общината или на оправомощено от последните длъжностно лице и печат.

В случай, че съответната комисия констатира нередовности в представените документи, заявителят трябва да ги отстрани в четиринадесет дневен срок от уведомяването за това. Ако по независещи от него причини заявителят не може да отстрани нередовностите своевременно, той може да направи писмено обосновано искане до председателя на комисията за удължаване на срока. Искането следва да бъде направено в рамките на 14-дневния срок. Съответната комисия може да вземе решение за удължаване на срока с не повече от 30 дни. Решението се взема с обикновено мнозинство от присъстващите членове на комисията. При отстраняване на нередовностите в срок процедурата за определяне категорията на обекта продължава.

Открита процедура за категоризиране на туристически обект може да се прекрати, като за целта се подава заявление, към което лицето прилага издаденото временно удостоверение.

Комисиите по категоризиране с мнозинство две трети от състава си, присъстващ на заседанието, вземат решение за създаване на

експертни работни групи

за проверка на място на туристическите обекти за изпълнение на нормативните и минималните задължителни изисквания към всеки туристически обект, разписани в приложения към наредбата.

Експертните работни групи се състоят от председател и членове, като в експертните работни групи, които се създават от ЕККТО, може да се включат външни експерти, които работят по граждански договор.

Проверките на място се извършват от експертните работни групи в състав най-малко трима души. За проверката се съставя констативен протокол, който съдържа предложение за определяне или за отказ за определяне на вид и категория на туристическия обект и

следните данни:

1. имената на съставителя и длъжността му;
2. датата и мястото на извършената проверка;
3. правното основание за съставянето му;

4. описание на съответствията и несъответствията с изискванията за съответната категория;
5. предписания и срок за отстраняване на констатираните несъответствия (ако има такива);
6. наименованието и седалището на заявителя или на упълномощено от него лице;
7. имената и точните адреси на свидетелите;
8. обяснения и/или възражения на заявителя или на упълномощеното от него лице;
9. имената и подписите на всички проверяващи;
10. имената и подпис на заявителя или на упълномощеното от него лице, а при отказ от негова страна - на един свидетел

При откриване на несъответствия с изискванията за съответната категория, за които се допускат предписания, определени в съответното приложение, експертните работни групи дават задължителни предписания за отстраняването им, като срокът за тяхното изпълнение не може да надвишава 45 дни.

Когато се констатират несъответствия с изискванията за съответната категория, за които не се допускат предписания, експертните работни групи предлагат определяне на категория, по-ниска от заявената, или отказ за определяне на категория.

Обясненията или възраженията по констативния протокол се отразяват при подписването му на място след приключване на проверката или се отправят писмено до съответната комисия в три дневен срок от приключване на проверката.



Председателите на експертните работни групи в седем дневен срок от извършването на проверката на място въз основа на констативния протокол изготвят доклад до съответната комисия, който съдържа предложение за определяне категория на туристически обект или за отказ за определяне.

Когато на основание на доклада комисията установи, че дадено средство за подслон или място за настаняване не отговаря на изискването за минимален брой прилежащи заведения за хранене и развлечения, определено в съответното приложение, тя предлага определяне на категорията му след подаване на заявление за изисквания брой заведения.

Определянето на категория на туристическите обекти се извършва в следните срокове:

1. за туристическите обекти по чл. 2, ал. 2 НКСПМНЗХР - в срок три месеца от датата на откриване на процедура за категоризиране със заповед на председателя на ДАТ;
2. за туристическите обекти по чл. 2, ал. 3 НКСПМНЗХР - в срок два месеца от датата на откриване на процедура за категоризиране със заповед на кмета на съответната община.

На категоризираните туристически обекти се издава

категорийна символика

в четиринадесет дневен срок от датата на заповедта за определяне на категория. Категорийната символика включва удостоверение и табела. Категорийната символика е унифицирана и се издава по образец, утвърден от министъра на икономиката.

В удостоверението се вписват следните данни:

1. пореден номер;
2. вид и наименование на обекта;
3. категория на обекта;
4. капацитет на обекта (за заведения за хранене и развлечения - брой места на открито и закрито);
5. адрес на обекта;
6. собственик на обекта - наименование, адрес, БУЛСТАТ;
7. лице, извършващо дейност в обекта - наименование, седалище и БУЛСТАТ, ако има такъв;
8. номер и дата на заповедта на категоризиращия орган за определяне на категория;
9. подпис на категоризиращия орган или на оправомощено от него длъжностно лице и печат.

Табелата съдържа информация за:

1. вида на туристическия обект - на български и на английски език;
2. определената категория на туристическия обект

Надписите за вида, наименованието и категорията на туристическите обекти трябва да съответстват на посочените в удостоверението и да не въвеждат в заблуждение туриста.

Удостоверението и табелата се поставят на видно място в обекта

Категоризиращият орган по предложение на съответната комисия издава заповед за отказ за определяне на категория в случаите, когато:

1. не се отстранят нередовностите по заявлението и приложените към него документи в сроковете по чл. 10, ал. 1 и 3 НКСПМНЗХР;

2. не са изпълнени минималните задължителни изисквания за вид и категория на туристическия обект, определени в съответното приложение;

3. е налице обективна невъзможност експертната работна група да извърши проверка на място в обекта по вина на проверяваното лице;

4. при проверка по документи или на място се установи, че компетентен да определи категорията на съответния туристически обект е друг орган;



5. при открита процедура за категоризиране се констатира промяна на лицето, което извършва или ще извършва хотелиерство или ресторантьорство

6. при открита процедура за категоризиране се констатира, че лицето е в производство по ликвидация или несъстоятелност.

Категоризиращият орган по предложение на съответната комисия определя категория, различна от заявената, при неизпълнение на изискванията, съответстващи на заявената категория, определени в приложенията към наредбата.

Заповедите на съответния категоризиращ орган, с които се отказва определяне на категория или се определя различна от заявената категория, подлежат на обжалване по реда на Административнопроцесуалния кодекс.

Какъв беше смисълът на тази бумащина?

Категоризираният имот се вписва в Националния туристически регистър към ДАТ.

Категорията на туристическите обекти е безсрочна, т.е. еднократно се плащат пари за тази процедура. Ако случайно от общината се опитват да ви накарат да подновявате категоризацията, това е неправомерно.

При загубване или унищожаване на първоначално издаденото удостоверение се издава дубликат по заявление с приложена декларация за обстоятелствата, при които е станало загубването или унищожаването – такса 100 лв за дубликат, такса 150 лв за промяна на обстоятелствата – например ако се категоризират още стаи, първоначално невключени в дейността. Издадените дубликати се отразяват от съответния категоризиращ орган в Националния туристически регистър.

При захабяване на табелата може да се заяви изработка на нова

Категорията на туристическите обекти се прекратява в следните случаи:

1. по искане на собственика на туристическия обект;
2. при промяна на вида на туристическия обект;
3. при реконструкция или разширение на туристическия обект;
4. при повторно нарушение на изискванията на чл. 46, т. 1 ЗТ, съгласно който лицето, извършващо хотелиерство или ресторантьорство е длъжно да предоставя туристически услуги, съответстващи на изискванията за определената категория на обекта;
5. ако в шест месечен срок лицето, подало заявление за категоризиране, не се яви за получаване на категорийната символика
6. при неизпълнение на задълженията по чл. 49, ал. 1, 3 и 4 ЗТ (чл. 53, ал. 1 ЗТ и чл. 23, ал. 1 НКСПМНЗХР).



В случаите по чл. 23, ал. 1, т. 2 и 3 НКСПМНЗХР хотелиерът е длъжен в тридесет дневен срок от промяната да подаде заявление до съответния категоризиращ орган.

Категорията на туристическия обект се прекратява със заповед на съответния категоризиращ орган. След прекратяването на категорията на туристическия обект нова категория на обекта се определя по реда за първоначално категоризиране, изложен по-горе в процедурата (чл. 53, ал. 2 ЗТ и чл. 23, ал. 4 НКСПМНЗХР).

Когато лицето, извършващо хотелиерство и/или ресторантьорство, желае категорията на обекта да бъде променена, то предприема съответните действия и подава заявление за определяне на категория. При прекратяване категорията на туристически обект председателят на ДАТ предприема съответни действия за публично оповестяване на прекратяването чрез средствата за масова информация.

Продуцентският бизнес - добра идея и много труд



През отминалата година в българския медиен бранш се случиха няколко знакови събития, които насочиха прожекторите към големите телевизионни компании и предизвикаха коментари, че най-после предстои сериозна конкуренция на концепции и медийна продукция на малкия екран. С придобиването на ТВ2 от СМЕ и на Нова телевизия от Modern Times Group, както и с неуспешния опит за продажба на най-големия играч в бранша – bTV, основните участници направиха сериозни заявки за отхвърляне на по-сериозен дял от и без това намалелите рекламни бюджети. А това означава само едно – в опита си да откраднат аудитория от своите конкуренти, големите телевизионни компании ще инвестират повече в качествено съдържание и най-вероятно ще са много по-отворени от преди към нови обещаващи проекти.

В тези условия се налага въпросът: по-големи ли са шансовете на българските продуцентски компании да реализират нови идеи за телевизионни предавания, или в медийното пространство ще доминират главно световно известни шоута и риалити – формати, лицензирани за България. Както и какви са шансовете на един стартиращ български продуцент с добра идея за оригинално предаване да пробие на медийния пазар у нас, какво трябва да направи той и с какви потенциални проблеми трябва да се пребори. По тези и други теми потърсихме за коментар Камен Йорданов, независим продуцент, с 40 – годишен опит в Българската национална телевизия. Въпросите зададе Александър Александров.

Г-н Йорданов, увеличиха ли се шансовете за успех пред една стартираща продуцентска компания у нас, след промените, настъпили в телевизионния сектор през 2008 г.?

- Безспорно придобиванията на Нова телевизия и ТВ2 от големи чуждестранни компании създадоха нови възможности в сектора, но все още е рано да се каже как ще се развие този пазар. Досега у нас не съществуваше развит пазар на телевизионни продукти и се надявам точно това да се промени. При всички случаи, ако един млад продуцент има добра идея и положи много усилия, за нейното реализиране, той ще има и по-сериозни

шансове за успешна реализация. Качествата на продуцента също са от огромно значение.

Тогава какви качества трябва да има един предприемач, за да бъде добър продуцент?

- Продуцентът е физическо или юридическо лице, което създава, организира и продава продукт, свързан най-общо с понятието култура и изкуство. Той финансира продукцията и ако е необходимо търси външно финансиране – чрез кредити, инвеститори или различни партньор-

ства. Това означава, че изпълнява разнообразни функции – от привличането на средства, които инвестира в създаването на продукта, през реализацията му, неговото маркетингане и др. Той може да бъде носител на идеята на предаването, а може и да купи дадена идея, като най-често именно продуцентът държи авторските и сродните права. Той може да бъде както онзи, който инвестира в продукцията, така и лицето, което се занимава единствено с нейната реализация – т.нар. изпълнителен продуцент. Във втория случай той притежава познанията, опита, а често и екипа, за осъществяването на даден телевизионен продукт – т.е. разполага с готова рамка. При всички случаи продуцентът трябва да е наясно както със сценографията и другите въпроси, свързани с реализацията, така и да има опит в сферата на маркетинга, рекламата, счетоводството и правната страна.

Кои закони регулират този бранш?

– Законът за авторското право и сродните му права, Законът за киното, Законът за електронните медии, а в зависимост от тематиката на продукцията може да има и други нормативни актове.

Да допуснем, че имам интересна идея за ново предаване. Кои са стъпките, през които трябва да премина, за да я реализирам?

- Най-напред вие създавате или закупувате сценарий за предаването. След това всички останали компоненти от продукта – музика, сценография, анимация. Важен елемент е изборът на водещ. За да може всичко това да стане успешно, продуцентът трябва задължително да бъде компетентен и подготвен по тези въпроси. Най-общо създаването на едно телевизионно предаване се разделя на следните етапи: предподготвителен период, подготвителен период, реализация, довършителен период, анализ – рекапитулация на всички дейности и на финансовите аспекти на проекта. Още на идейния етап обаче трябва да се изготви маркетингова и рекламна стратегия и да се направи предварително проучване на аудиторията, както и на интереса от страна на телевизиите. Защото ако един начинаещ продуцент иска да има успех, той първо трябва да знае къде ще си продаде продукта. Добре е да следи конкурсите за нови предавания, които понякога обявяват телевизиите. Друг вариант е да се обърне към вече наложила се продуцентска компания, с която да си партнира.



Какви рискове крие продуцентският бизнес?

- Най-често целият риск при реализацията на едно предаване пада върху продуцента. Именно той е човекът, който финансира проекта, често със собствени средства и освен това ръководи екипа от хора с различни професии и подготовка, и той е този, който трябва да им определи задачите и да ги координира. Безспорно по-малък е рискът, когато се продуцира предаване по лиценз, защото тогава продуцентът получава подробни указания, които трябва да следва и вероятността от грешки е по-малка. При подписването на лицензионни договори се уточняват всички аспекти – кастингът, рекламата, създаването на материалната база, на декора, осветлението, подредбата, водещите и т.н. Всичко това липсва, ако създаваш продукт от нулата, а в добавка съществува и опасност да ти откраднат идеята.

Как може да бъде предотвратена тази опасност?

- Едната възможност е да се регистрира идеята в патентното ведомство, а другата е да се обърнете към “Филмаутор” – организация за управление и защита на авторски и сродни права. Те срещу определена такса могат да защитят вашия сценарий и да вземат вашата страна в случай на последващ спор.

Веселба

Улица на парите

Печелете докато се забавлявате!

Новата онлайн икономическа игра на Darikfinance.bg предлага сериозен награден фонд и много скрити изненади.

Захари Димитров
zak@newbusiness.bg

Напоследък редица изследвания доказват че кредитната и финансовата култура на българите като цяло е изключително ниска. Независимо дали това е факт, или пък е далече от действителността, всъщност много малко организации и отделни личности правят нещо за да подобрят ситуацията. Нормално е за общество, което не е ползвало подобни продукти и услуги, да мине известно време преди да се адаптира и да стане техен консуматор.

Съществуват много и различни начини за повишаване на финансовата култура, но малко от тях са забавни. А какво ще кажете за възможността да печелите реални пари, докато се опитвате да проумеете как работи фондовата борса? Това е напълно възможно с втория сезон на онлайн играта с награди Улица на парите. Тя е предназначена за всички желаещи да търгуват с акции, но без да влагат средства. Разбира се не всеки ще спечели част от наградения фонд, но въпреки това знанията, които ще добиете в процеса на игра, определено си струва отделеното време.

Какво всъщност представлява интерактивната онлайн игра „Улица на парите“?

В нея започвате с 10 000 виртуални лева, с които може да купувате и продавате акции на българската фондова борса. Ако за вас икономика не е мръсна дума, навярно сте чували за взаимните фондове

търгувачи с акции, които могат да увеличат вашите спестявания, значително над лихвените проценти по депозитни продукти предлагани от банковите системи. Принципа на играта копира в умален мащаб именно начина по който инвестиционните посредници, работят с вашите пари. Тяхната цел е да ги увеличат на всяка цена, защото печалбата им се определя от процента чиста доходност, който са реализирали с вашите средства. Подобна игра, целяща популяризирането на борсовите операции бе реализирана в България и преди от екипите на “Икономедиа” и вестник “Дневник”, когато борсата бе в подем. Впоследствие първото издание на “Улица на парите”, се появи в момент, когато на акциите се гледаше доста отрицателно, като на черна дупка, поглъщаща всички инвестиции. Сега ситуацията около световните борси започва постепенно да приема положителен обрат, и вместо да плащате за професионален курс за търгуване на акции, може би е добра идея да проверите устойчивостта си на стрес с втория сезон на “Улица на парите”. Предприемачите трябва да знаят че големите инвестиции са свързани с огромен риск, но именно там се крият и най-сладките печалби.

Разбира се

съществуват много съвети и различни стратегии

за играта, които желаещите могат да прочетат на сайта и да проверят на практика дали работят.

Първата от тях е функцията за създаване на взаимни фондове. Всеки играещ може да създаде собствен фонд или да се присъеди към такъв на негов приятел. За да може самият фонд да инвестира в акции, той трябва да събере поне петима инвеститори. В случай че някой от инвеститорите напусне, фондът ще бъде закрит, ако не се намери нов минимален капитал. Фондовете са отлична възможност на играчи с повече опит или време да помагат на начинаещи или такива, които нямат възможност активно да управляват своите средства. В момента няма ограничение за броя на фондове в които играчите могат да инвестират. Според екипа създаде играта по този начин не само се увеличава взаимодействието между самите играчи, но и се създават паралелно две игри. В едната управлявате сам собствените си средства, а във втората ра-

КОД	КОМПАНИЯ	ЦЕНА	ПРОМЕНА	ЪПРОМЕНА	ОБЕМ	ДЕТАЙЛИ
AGROCORP	Агро Корпорация АГ	9.99	-0.015▼	-1.500%▼	18000	Виж повече
AGROBANK	Агро Банк АД	41.50	1.409▲	3.740%▲	3094	Виж повече
AGROFIN	Агро Финанс АД	9.40	0.348▲	3.750%▲	180	Виж повече
AGROALIM	Агро Алим АД	3.23	0.030▲	0.928%▲	857	Виж повече
AGROTECH	Агро Технолоджи АД	1.48	0.030▲	3.407%▲	11105	Виж повече
AGROTRAK	Агро Трак АД	19.51	-0.293▼	-1.480%▼	610	Виж повече
AGROINVEST	Агро Инвест АД	3.45	0.003	0.009%	10	Виж повече
AGROBANK	Агро Банк АД	1.39	-0.085▼	-6.188%▼	11208	Виж повече
AGROFIN	Агро Финанс АД	3.41	-0.083▼	-2.434%▼	3034	Виж повече
AGROALIM	Агро Алим АД	21.95	0.760▲	3.465%▲	10	Виж повече
AGROTRAK	Агро Трак АД	1.52	-0.028▼	-1.867%▼	17174	Виж повече
AGROALIM	Агро Алим АД	2.30	0.003	0.009%	790	Виж повече
AGROFIN	Агро Финанс АД	2.56	-0.088▼	-3.422%▼	6941	Виж повече
AGROCORP	Агро Корпорация АД	58.96	0.003	0.005%	587	Виж повече
AGROALIM	Агро Алим АД	4.31	0.030▲	0.696%▲	1375	Виж повече

ТОП 10 ФОНДА	ФОНДОВЕ, НАБИРАЩИ КАПИТАЛ
1. OF fund Капитал: 24000 лв. Участници: 12	1. BY INVEST Капитал: 8888 лв. Участници: 4
2. Sub-Index 13 MAX Fund Капитал: 22000 лв. Участници: 11	2. Business Think Work Opportunity Mega Fund Капитал: 6888 лв. Участници: 3
3. ???????? Капитал: 20000 лв. Участници: 10	3. ФОНДА Капитал: 4888 лв. Участници: 2
4. balanced Капитал: 20000 лв. Участници: 10	4. Kalisten Investments Капитал: 4888 лв. Участници: 2
5. Lanka Park Капитал: 20000 лв.	5. Y256KQ Капитал: 4888 лв.

“НАГРАДЕН ФОНД”

Победител в “Улица на Парите” е този участник, чиято стойност на портфейла е най-висока след края на търговската сесия на Българската Фондова Борса на 18.12.2009. Той получава реални пари. Наградният фонд е 14,000 български лева, разделен на две категории – индивидуални играчи и Фондове. При индивидуалните играчи разпределението е: 3,000 лв. за първо място, 1,500 лв. за второ място, 1,000 лв. за трето място, 300 лв. за четвърто място, 200 лв. за пето място и по 100 лв. от шесто до 15-то място. Наградният фонд за Фондове е разделен по същия начин като създателят на фонда получава 50% от сумата, а останалите 50% се разпределят равномерно между участниците във фонда.

Целта на играта “Улица на Парите” е да има основно образователен характер. Подобно на настолните игри от рода на Монополи, тя стимулира желаещите да инвестират в акции. Виртуализацията донякъде ограничава реалистичността, но въпреки това не се губи динамиката на пазара. Играчите могат да купуват акции на корпорации, включени в официалните индекси на Българска Фондова Борса. Търгуването с реални компании и ликвидни акции, би трябвало да увеличи интереса на участниците към тяхното представяне на истинския пазар.

В “Улицата на Парите”, риск да загубите истински пари не съществува. Въпреки това имате два месеца за да се докажете дали ставате за брокер. Всички, които смятат че това е лесно, ще бъдат разочаровани. Постоянното следене на котировки, индекси, новини и събития от света на корпорациите не е за всеки, и ако нямате излишно свободно време, по-добре да не се захващайте.

Добра новина за всички участници в първи сезон е, че могат да ползват старата си регистрация за да играят отново. В новата версия има редица изненади, а наградният фонд е увеличен. За студентите са предвидени специални бонуси, ако посочат университета в който учат. Най-вероятно, освен основния награден фонд ще има и мини игри вътре в играта. В първото издание подобна мини игра с краткосрочни цели позволяваше на участниците да спечелят до \$10 000, марков швейцарски часовник Doxa Trofeo или iPhone.

Препоръчително за новите играчи е да инвестират в секторите, които познават и до известна степен имат възможност да прогнозира развитието в тях. Например ако работите в ИТ сферата - търгувайте подобни компании, ако сте в банковата сфера, купете акции на банки и т.н.

от принципите на борсовата търговия.

Тези които имат желание да усетят емоциите на пазара на акции, ще имат възможност не само да научат нещо полезно, но и да изпитат своите възможности срещу реални съперници. Допълнително наградите за най-добрите увеличават напрежението сред запалените инвеститори. А нима има нещо по полезно за всеки предприемач, от това да придобие знания и умения, при това по забавен и иновативен начин. Екипа на NewBusiness.bg горещо подкрепя инициативата на играта и поздравява организаторите за смелостта им при реализацията на такъв сложен проект, при толкова волатилни борсови времена. Да се надяваме, че начинанието ще бъде наистина успешно, за да може след като финансовата криза отмине България да разполага с обучени инвеститори и брокери.

ботите с различни фондове, или ако сте напреднал управлявате собствен фондов портфейл. Това допълнение е добре дошло за всички, които имат пасивни стратегии и не обичат често да купуват и продават акции, или да отделят много време за следене на пазара и игра.

Другото сериозно нововъведение спрямо сезон едно е наличието на Банка като допълнителен източник на средства за инвестиране. Състезателите могат да теглят кредити от нея, като първите два от тях са безплатни. Следващите се придобиват чрез изпращане на SMS на стойност 2 лева без ДДС. Кредитите са ограничени до една борсова седмица или пет работни дни, след което играчите трябва да възстановят средствата на банката. Те не могат да се погасяват предсрочно, а наказателната лихва е доста сериозна. Допълнително банката приключва работа на 4 декември и след това тази опция ще бъде недостъпна. Фондовете нямат възможност да теглят кредити. Тук възниква основателния въпрос дали някои участници няма да успеят да манипулират пазара с изтеглянето на множество кредити и влияние върху цените на акциите. Варианти за измама в реално времеви игри винаги са налични.

Добрата новина е че печалбите на банката, събрани от изпратените SMS съобщения, ще отидат за

допълнителни награди за играчите.

Като цяло новия сезон на Улица на парите предлага интересни опции и множество възможности за инвестиции близки, до реално случващите се на фондовата ни борса. Онлайн играта, позволява сравнително лесно, бързо и безболезнено да се научат голяма част

Вторият сезон започва на 19.10.2009 г., а краят е на 18.12.2009 г. И предлага нови възможности за играчите, които преди не бяха гостъпни.



Успял предприемач

Арта Базовска

Латвия

ФАМИЛИЯ	Базовска
ИМЕ	Арта
ОБРАЗОВАНИЕ	Бизнес Администрация, Егология, Право
КОМПАНИЯ	VentEko Ltd.
АДРЕС ЗА	
БИЗНЕС КОНТАКТ	22 Rigas Street 2107 Pinki, Babite District
E-MAIL	arta.bazovska@venteko.com
ИНТЕРНЕТ АДРЕС	www.venteko.com
СЕКТОР	Екология
УСЛУГИ	Услуги и консултации в сферата на екологичните технологии.
СЪЗДАДЕНА	1997 г.
СЛУЖИТЕЛИ	58

“Винаги се наслаждавайте на работата си и резултатите няма да закъснеят”

Как реших да се занимавам с бизнес?

След като бях работила в компания със сходна дейност като тази на VentEko, реших, че мога да направя повече и да постигна по-добри резултати, като имах готовност да поема риска и отговорността. И така, на 24-годишна възраст създадох компанията VentEko. Започнах със силна увереност в своя успех. Днес, след 11 години в бизнеса, други компании, както и околната среда в страната, в която живея, извличат ползи от моята дейност.

Какво ми помогна най-много?

Моят максимализъм - не забравям, че положителните амбиции никога не са прекалено големи, ако се основават на усилена работа и иновативни идеи. Във VentEko създадох екип от интелигентни, позитивно мислещи и талантиливи служители. Взаимно се вдъхновяваме за поемане на нови предизвикателства и се наслаждаваме на съвместната работа. Моят личен мотив - обещанията винаги трябва да се изпълняват.

Най-голямото ми предизвикателство досега.

Моето най-голямо предизвикателство винаги е било да поддържам колективния духи да предам вярата си в успеха на моите колеги. Това е изключително важно, ако наистина желаете да просперираме. Наскоро навлязох в напълно нов и интересен етап от моя живот - излизане на международния пазар - където също е предизвикателство с главно “П”!

Най-хубавото в това да си предприемач е...

... да погледнеш назад и да видиш успешната материализация на твоята бизнес идея, която си изградил от самото начало, следвайки собствените си убеждения, мотиви и етични принципи. Шастлив си, защото твоята работа, начин на живот и възгледи са се превърнали в едно цяло, и защото правиш нещо полезно за обществото и за околната среда

Моят съвет към тези, които планират да започнат бизнес

Самата идея за започване на бизнес отваря вратите към деловия свят. Ако решите да я реализирате, следвайте вашите убеждения и стандарти, определете свои собствени стандарти и повярвайте в собствения си успех.