



Акценти в брой 14

<http://www.newbusiness.bg>

## Предприемач "по руски"

Московските банкери нарисоваха портрета на успелия млад бизнесмен..... стр. 5

## Интернет предлага огромни възможности за стартиране на бизнес

Интервю с Любомир Русанов и Методи Дреновски от СуперХостинг.БГ..... стр. 9

## Фризьорство чрез франчайз

Как да открием собствен салон по готова схема.....стр. 11

## Частни социални мрежи за бизнеса

Успешни заместители на Facebook и Twitter..... стр. 18

## Американец превърна тялото си в билборд

Ако не се сещате за подходящ бизнес продукт, огледайте себе си .....стр. 21

## Стартъп на броя

### TRIP.BG -

### ПЪТУВАЙ И НА СВЕТА СЕ ЛЮБУВАЙ

Tripi.bg е сайт, създаден от Иван Динков и Станислав Тошев, по проект „ТЕХНОСТАРТ“ за насърчване на иновационната активност на младите хора в България. Проектът е съвместна инициатива на Министерството на икономиката, енергетика и туризма и Програмата на ООН за развитие. Конкурсът по проекта беше проведен през 2008 г., а през март 2009-а бизнес планът на Иван и Станислав за създаване на туристическия сайт беше отличен от журито.

Станислав и Иван са двама амбициозни предприемачи, съответно на 26 и 27 години, завършили образованието си в Германия и Дания и с идея как да създадат уникална по рода си компания. Основават фирмата ТРИ-ПИ.БГ ООД и стартират сайта Tripi.bg. Той дава възможност на туристически агенции, оператори и хотели да представят своите оферти пред повече потенциални клиенти в България и чужбина. Освен това предлага на клиентите си оферти за екскурзии и почивки, полезна информация за туристически дестинации, използване на иновативна програма за организиране на екскурзии и пътувания, запазване на спомените от всяко едно пътуване (снимки, видео, разкази) и свързване с други подобни сайтове. Също така общуване и обмен на информация с приятели, както и лесен за употреба речник, засега само на 17 езика, съдържащ най-важните думи и фрази за улесняване на общуването.

Целта на Tripi.bg е да бъде бърз за употреба и пълен с полезни инструменти интернет сайт. Сайт, който ти дава възможност да сбъднеш твоите мечти за пътешествия! Tripi.bg е мястото, където започва и свършва твоето пътуване. С помощта на Tripi.bg пътувай и на света се любуйвай!

## Редакционен коментар

### НОВА ГОДИНА ЗА НОВ БИЗНЕС



*Весела Коледа и успешна Нова година!*

*„Тайната на успеха е да знаеш нещо, което никои друг не знае“,  
убеден е гръцкият корабен магнат Аристотел Онасис .*

*Екипът на NewBusiness.bg пожелава на всички предприемачи повече прозорливост, за да откриват уникални бизнес идеи. И попътен вятър, за да избягват вълненията на финансовата криза. С малко повече смелост успехът ви е в кърпа вързан!*

## Специално предложение

### НОВ БИЗНЕС КОМПЮТЪР ОТ HEWLETT-PACKARD

HP Compaq 8000 Elite Business е оборудван с едни от най-съвършените приложения за сигурност в индустрията. Те защитават конфиденциалната информация, дори ако компютърът или твърдия диск бъдат откраднати или изгубени. HP ProtectTools позволява кодиране на информацията на твърдия диск, така че тя да бъде неизползваема за потребители, които нямат съответния достъп.

Освен това HP Compaq 8000 Elite е проектиран така че да намали вредното влияние върху околната среда. Моделът има най-високия резултат (89%) от всички бизнес компютри на HP по програмата за енергоефективност 80 PLUS Gold. Одобрен е и по програмите EPEAT® Gold и ENERGY STAR®. Предимството му се крие във включеното приложение HP Power Manager v2.0, което позволява само с едно натискане на бутона, организациите да следят потреблението на ток, което им позволява по-лесно да

управляват разходите си.

Моделът предлага и бизнес технологии, предназначени за големи предприятия. Като опция клиентите могат да избират между процесорите Intel Core 2 Duo и Core 2 Quad. Освен това компютърът поддържа памет от типа DDR3 SDRAM и операционна система Microsoft Windows® 7. Бизнес клиентите с натовареност, изискваща изпълнение на няколко задачи едновременно, могат да разчитат на HP Compaq 8000 Elite, който предлага разширяване на паметта на твърдия диск до два пъти по един терабайт (1 TB), четец на карти памет, като опция и вход за SD карта за най-компактния модел.

HP Compaq 8000 Elite има модерен дизайн и наситен черен цвят. Продуктът ще бъде наличен от месец декември 2009 г. Препоръчителната цена на базовия пакет на HP Compaq 8000 Elite Business е 780 лв. с ДДС..



# Календар на управителя

## До 15 декември:

### Закон за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО)

- Месечните авансови вноски за декември за корпоративния данък по Закона за корпоративното подоходно облагане.
- Внасяне на данъка върху приходите за месец ноември от бюджетните предприятия.
- Внасяне на данъка върху разходите по ЗКПО за месец ноември: представителни разходи, свързани с дейността; социалните разходи, предоставени в натура; разходите, свързани с експлоатацията на превозни средства, когато с тях се осъществява управленска дейност.
- Внасяне на алтернативен данък по чл.226, чл.234 и чл.241 от ЗКПО върху приходите от помощни и спомагателни дейности по смисъла на Закона за хазарта, начислени през месец ноември.

### Наредба № Н-18 от 13.12.2006 г.

- Подаване на данни на технически носител от производител/вносител на фискални устройства за разчетени фискални паметни през месец ноември
- Подаване на данни на технически носител от сервизна фирма на фискални устройства за издадените свидетелства за регистрация на фискални устройства, за прекъсване и започване на сервизното обслужване, както и за получени уведомления за загубване, повреждане или унищожаване на свидетелството за регистрация на фискалното устройство през месец ноември.

## До 20 декември

### 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 декември

### Закон за местните данъци и такси (ЗМДТ)

- Подаване на декларация за освобождаване от такса за сметосъбиране и сметоизвозване за имоти, които няма да се ползват през 2010 г., ако такова основание и ред са предвидени в наредбата по чл. 9 ЗМДТ на съответния общински съвет.

### Закон за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО)

- Внасяне на данъците при източника по ЗКПО.
- Внасяне на данъка върху дейността от опериране на кораби за месец ноември.
- Подаване на декларация по чл. 259, ал.1 от ЗКПО за упражняване на правото на избор за облагане с данък върху дейността от опериране на кораби.

### Закон за данъците върху доходите на физическите лица (ЗДДФЛ)

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

## КОДЕКС ЗА СОЦИАЛНО ОСИГУРЯВАНЕ

### 31 декември

- Внасяне от осигурителя на осигурителните вноски за държавното обществено осигуряване и допълнително задължително пенсионно осигуряване върху начислени през месец Декември 2009 г. възнаграждения, които не са изплатени до края на същия месец

## ЗАКОН ЗА ГАРАНТИРАНИТЕ ВЗЕМАНИЯ НА РАБОТНИЦИТЕ И СЛУЖИТЕЛИТЕ ПРИ НЕСЪСТОЯТЕЛНОСТ НА РАБОТОДАТЕЛЯ

### 31 декември

- Внасяне от работодателя на вноските за фонд „ГВРС“ върху начислени през месец Декември 2009 г. възнаграждения, които не са изплатени до края на същия месец.

## ЗАКОН ЗА ЗДРАВНОТО ОСИГУРЯВАНЕ

### 31 декември

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

## НАРЕДБА № Н – 8 ОТ 29 ДЕКЕМВРИ 2005 Г.

### 20 декември

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

(Първият работен ден след 20 декември 2009 г. е 21 декември 2009 г.).

### 31 декември

- Подаване на Декларация образец № 6 от работодателите, осигурителите и техните клонове и поделения за дължимите през месец Декември 2009 г. задължителни осигурителни вноски и вноски за фонд „ГВРС“.
- Внасяне на здравноосигурителните вноски за лицата в неплатен отпуск през ноември 2009 г., които не са подлежали на осигуряване на друго основание

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

### **Българска мрежа на бизнес ангелите с нови възможности за стартиращите предприемачи**

Българска Мрежа на Бизнес Ангелите (BBAN) представи новата си онлайн услуга за предприемачи, търсещи финансиране от членовете на Клуба на Бизнес Ангелите в BBAN. Всеки предприемач вече може да запише и изпрати собствен кратък видео клип, с който да презентира своя проект и бизнес намерения пред инвеститорите в Мрежата.

Целта на новата технологична услуга е да се подобри шанса перспективните проекти да бъдат забелязани и да получат своето финансиране значително по-бързо спрямо традиционните практики. Достатъчно е предприемачът да запише кратко видео представяне на идеята и да прикачи файла към описанието на своя проект. Всеки бизнес ангел, членуващ в Клуба, ще може да прегледа проекта и видео презентацията, за да научи повече за самия предприемач.

Ако предприемачът не разполага с инструментите за това, записът може да бъде направен с осигуреното от Мрежата оборудване в офиса на компанията.

### **Бизнесът получи 5 млн. лв. по оперативна програма „Конкурентоспособност“**

От началото на декември тази година Министерството на икономиката, енергетиката и туризма е отпуснало на 26 български компании близо 5 млн. лв. по Оперативна програма „Конкурентоспособност“, събщи Жулиета Хубенова – съветник по европейските въпроси в министерството. Сумата ще покрие авансови плащания на дружествата, които работят по проекти, одобрени от програмата, уточняват от пресцентъра на ведомството.

Помощта е по 4 процедури – създаване и развитие на стартиращи иновативни предприятия, технологична модернизация в големи предприятия, технологична модернизация в малки и средни предприятия, покриване на международно признати стандарти.

По-голямата част от средствата ще бъдат използвани за обновяване на производствени мощности на крайните бенефициенти в широк кръг отрасли – фармация, строителство, химическа, мебелна и текстилна индустрия, соларни и хидросистеми, гипсопроизводство, издателска дейност и др.

Министерството на икономи-

ката, енергетиката и туризма е готово до края на годината да подкрепи кандидатите по програмата с допълнителни 5 до 8 млн. лв. Помощта ще е за дружества, при които се финансират междинни плащания за стартиращи иновативни фирми такива, които реално са приключили с проектите си за международно признати стандарти и технологично обновление.

### **ERP системата EnterpriseOne вече е по-достъпна за бизнеса**

Българската софтуерна компания Алое Ко обяви, че намалява цената на лицензите за своята ERP система EnterpriseOne с 20 процента. Промяната в цената важи от 1 декември и е безсрочна. Тя обхваща също CRM системата EnterpriseOne CRM, както и мобилното решение MobileSeller.

„Анализите на пазара ни показват, че в момента има значителен брой фирми, които се нуждаят от ERP система, но просто не могат да си я позволят. Техните мениджъри са наясно, че подобна система може да им помогне да оцелеят в условията на намален обем на продажбите и по-малки маржове, но все пак не могат да отделият нужните средства. Европейските програми се задействат много бавно, кандидатстването е относително трудно и остава възможността за закупуване със собствени средства. Затова ние ще намалим трайно цената на разработената от нас ERP система EnterpriseOne, като по този начин ще дадем възможност на тези фирми да се сдобият с модерна информационна система и да повишат конкурентоспособността си,“ - посочва Иван Аржентински, управител на Алое Ко - „ERP носи чиста ефективност. В момента всички имат нужда от такива системи и ние ще им ги доставим на цената, която фирмите могат да си позволят.“

Според мениджъра на Алое Ко, една от основните тенденции, които наблюдаваме през отиващата си 2009 г. в сегмента на ERP системите, е превръщането на този клас бизнес технологии от своеобразен лукс във все по-достъпни решения, от които вече могат да се възползват дори малките и средни фирми. „Зрелостта на технологията позволява все по-бързо и по-лесно приложение, което обуславя намаляването на цените и превръщането на ERP системите в масови продукти. Това е процес, през който пре-

минава всяка технология – в началото се използва предимно от ентузиастите и постепенно, развивайки се става по-масова. Повече подробности за предимствата от внедряването на ERP система са достъпни на адрес <http://erp.bg/Information/DoINeedERP.aspx>.

Успоредно с намаляването на цената Алое Ко проодължава да предлага и схеми за разсрочено плащане, насочени към фирми, които имат нужда от ERP система, но нямат необходимия бюджет. При този вариант компаниите започват да печелят веднага от предимствата на технологията, но плащат за нея на малки месечни вноски, без да намотават разходите си.

### **Търсят име за домейна на кирилица**

Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МТИТС) обяви анкета за избор на символи, които да бъдат използвани за националния домейн на кирилица. Името трябва да се състои от минимум две букви, поне една от които е визуално различна от латинските. Символите трябва да бъдат смислово и еднозначно асоциирани с името на държава, като името трябва да бъде различно от съществуващи до момента означения на други държави или територии.

Предложения се очакват до 31 декември 2009 година. Двама от участниците в допитването, които са предоставили валиден адрес и име, ще получат награда от МТИТС – лични електронни подписи. Сертификатите ще бъдат връчени от министър Александър Цветков в началото на 2010 година.

Допитването е част от политиката на МТИТС за прозрачност, осигуряваща на обществото възможност да участва в процеса на взимане на важни решения. Министерството работи с граждански организации и признати специалисти по всички въпроси, свързани с националния и обществен интерес.

Заради стартиране на ускорената процедура за регистриране на Интернет имена за държавите, които използват азбуки, различни от латиницата, МТИТС планира да организира в началото на 2010 година и кръгла маса по въпросите на новите имена на домейни на държавите.



## НОВИНИ

### Българско приложение на Бианор води класациите на Apple App Store

Три седмици след излизането си в Apple App Store iMediaShare надмина 60 хиляди сваляния на седмица. Приложението е на второ място в категорията фотографии след Photoshop Mobile на Adobe Systems и продължава да бъде сред водещите приложения в класацията New & Noteworthy.

iMediaShare позволява мултимедийни файлове намиращи се на мобилния телефон да се гледат на домашния телевизор посредством Wi-Fi връзка и наличната домашна мултимедийна система, включително някои игрови конзоли. Приложението е съвместимо с новите модели телевизори поддържащи UPnP/DLNA стандарт.

Компанията е готова с новата iPhone версия, която дава възможност за стрийминг през мобилните телефони на мултимедийно съдържание от социалните мрежи и уеб-базиран фото албуми като Facebook, Flickr и Picasa. Очаква се скоро да бъде добавена и опция за споделяне на видео съдържание.

„iMediaShare е приложение изключително подходящо за фабрично пакетиране в мобилните телефони, като ги прави по-полезни и функционални и добавя по-голяма стойност за потребителите,“ каза Костадин Йорданов, изпълнителен директор на Бианор. „Приложението е разработено за различни мобилни операционни системи и е достъпно за производители на мобилни устройства, които искат да отличат своите продукти сред останалите,“ добави Йорданов.

Повече информация за iMediaShare може да бъде намерена на сайта - <http://imediashare.bianor.com/>

### Спиди Нет вече ще предлага и застраховки

Столичният телекомуникационен оператор Спиди Нет разширява диапазона на предлаганите услуги в партньорство със Застрахователен брокер Карол Стандарт, част от финансовата група Карол. Съвместно ще се предлагат всички видове застрахователни продукти - Автокаско, Гражданска отговорност, Имущество, застраховки „Живот“ и „Злополука“, на водещите застрахователни компании на българския пазар.

Освен това компанията започва да предлага чрез своя колцентър и денонощен асистънс при възникване на застрахователни събития на всички клиенти на Спиди Нет

и Карол Стандарт. Операторите в колцентъра на Спиди Нет вече са преминали специално обучение за работа с клиенти на застрахователните услуги.

„Нашият колцентър е едно от звената, в които сме инвестирали най-много средства през последните месеци. Днес в него работят висококвалифицирани специалисти, внедрени са най-модерните решения за обслужване на клиенти от Cisco Systems и това ни позволява да използваме този ресурс за нови типове бизнес. Другият важен фактор при разширяването на дейността е откриването на подходящите партньори и аз се радвам, че в сферата на застраховането ще си сътрудним с водеща компания, каквато е Карол Стандарт,“ - заяви Страхил Иванов, изпълнителен директор на Спиди Нет.

Операторът предлага на своите потребители бърз и лесен достъп до най-популярните застрахователни услуги, спестявайки тяхното време и съобразявайки се с техните предпочитания при избора на застрахователна компания. Освен това всички потребители на телекомуникационните услуги на компанията ще получат и отстъпки в цените, ако закупят застраховка от Спиди Нет.

### Пускат нов развлекателен портал

В българското интернет пространство стартира нов развлекателен портал със социални функционалности - <http://joke.bg/>. Сайтът съчетава най-популярните възможности за забавление, като споделяне на видеоклипове, снимки, шеги, вицове или други текстове с някои нови социални функции, като например интеграция с водещи в света социални мрежи. Joke.bg работи официално от днес - 10 декември и само за първите часове на своето онлайн присъствие събра солидна база от фенове и регистрирани потребители.

Потребителите на сайта могат да споделят съдържание през своя профил или анонимно, да си добавят приятели, да контактуват помежду си по различни начини и да се организират в общности, групи по интереси и др. Сред акцентите ще бъдат и провеждането на различни онлайн конкурси - за най-оригинална и забавна авторска снимка и др. За някои от конкурсите ще бъдат осигурявани награди от водещи български и международни компании от сферата на технологиите.

В основата на работата с Joke.bg е лекотата и удобството, както при споделянето или търсенето на съдържание, така и при самата регистрация - тя става изключително лесно, чрез връзка с Facebook \*.

Плановите на създателите на Joke.bg от фирма ComHEX са сайтът да се наложи като българската социална мрежа за забавление, а желанието им е да спомогнат за по-ведрото ежедневие на настроението на интернет потребителите у нас.

### Ту-то на кабинета ще лети до август 2010-а

Приключи успешно техническият преглед и програмата за удължаване на експлоатацията на Ту-154, съобщиха от Министерството на транспорта, съобщенията и информационните технологии. Самолетът е част от правителствения Авиоотряд 28 и стана печално известен с повреда на Атлантика, която принуди делегацията на президента Георги Първанов да прекъсне визитата си до Мексико в презминалата година.

Процедурите по самолета са били извършени в Москва от 3 ноември до 3 декември 2009 г., като свидетелството за удължаване на ресурса е продължено до 14 август 2010 г. Според изискванията тази процедура се извършва всяка година. Самолетът е в летателна годност и притежава всички необходими сертификати и свидетелства. Стойността на рутинната техническа поддръжка на самолета е 132 000 евро, а програмата за удължаване на ресурса струва 70 000 долара. Средствата са осигурени от националния бюджет.

### АПИ си търси застраховател

Агенция пътна инфраструктура обяви открита процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет „Застраховане на автомобили, собственост на Агенция „Пътна инфраструктура“. Срокът за подаване на документите за участие в процедурата е 23 декември 2009 година. Част от изискванията към участниците са да притежават валиден лиценз за извършване на застрахователна дейност, както и да представят кратка анотация за дейността на фирмата/гружеството.

Документацията за участие в процедурата е публикувана на интернет страницата на агенцията [www.api.government.bg](http://www.api.government.bg) в секция „Обществени поръчки“.

# Предприемач “по руски”

**Най-успешните московски предприятия са семейните фирми, основани от провинционалисти, твърдят московските банкери.**

*Павел Миледин,  
Российский Forbes  
(превод от руски)*



По улеснения за частния бизнес Русия се намира на 120-то място, между Бангладеш и Коста Рика. Руският малък бизнес прави само 12% от Брутния вътрешен продукт на огромната страна. При това предприемачите постоянно са обект на проверки от правоохранителните и данъчните органи. На всичко отгоре сега има и криза. Удивително, но в тези условия малкият и среден бизнес, съдейки по изследване на Ситибанк и Руският център за микрофинансиране (Российский микрофинансовый центр (РМЦ), с оптимизъм гледат към бъдещето и нелошо се справят с финансовите проблеми.

Подобно изследване двете организации провеждат за първи път. Неговата цел е, съобщават партньорите, да се разбере „личността на собственика на малък бизнес”. База за изследването стават клиентите-предприемачи, които са обслужвани в руският клон на Ситибанк в Москва.

## Как изглежда средният московски предприемач?

Това е мъж с висше техническо образование, на възраст от 33 до 46 години. Той еднолично управлява своя бизнес. Дори и да има няколко съдружници в едно предприятие, в повечето от половината случаи има един основен собственик с дял над 50 на сто във фирмата. Основните цели за започване на собствен бизнес са следните – финансова независимост (58% от запитаните) и възможност за получаване на по-високи доходи (48%), като са дадени няколко възможни отговора.

Любопитство буди преди всичко собствената оценка за успешността на бизнеса. Около половината (46% от запитаните) считат своят бизнес за успешен и преди началото на кризата, и по време на нея. Още 24% оценяват успешността на своят бизнес на средно ниво, както сега, така и до започването на финансовата рецесия. Изводът е, че

## кризата оказва незначително влияние

на 70% от малките предприятия. Предприемачите, които признават, че изпитват затруднения са само 28% от запитаните.

Тези резултати по принцип съответстват на констатациите от изследването „Малък и среден бизнес в условията на криза“, проведено от „Опорой России“ през ноември тази година. По данни на тази обществена организация, спадът на промишлената продукция и сривът на услугите довеждат до проблеми при трети малки компании. От септември ситуацията започва да се подобрява. Неразплатените вземания от клиенти се съкращава и само 17% от фирмите показват увеличаване на междуфирмената задължнялост (за сравнение през януари размерът е бил 27%). Броят на хората, за които възможността да привличат финансови средства е било трудна или невъзможна, също се е намалил (46% през ноември спрямо 75% през януари тази година).

Какво друго прави впечатление в изследването за успешността на бизнеса? Предприемачи, запитани от Ситибанк и РМЦ, считат, че



## семеиният бизнес е два пъти по-успешен

от този, при който съдружници не са роднини (62% спрямо 36%). Фирми, управлявани от собственици с произход от провинцията са по-успешни от собственици родени в Москва или Санкт Петербург.

Много важно значение има и образованието на управителите. 63% от предприемачите имащи висше икономическо образование притежават успешен бизнес, а всеки трети „техничар“ може да каже, че е водещ в своят бизнес. Ключовите качества за успешния предприемач са професионализъм, умение да



открива навреме и да решава проблеми, както и да поставя на наестият от него персонал адекватни задачи.

Собствениците на малък бизнес с голям оптимизъм гледат към бъдещето. Повече от 70% от запитаните очакват повишаване на оборотите. Други планове са повишаване на качеството, разширяване на номенклатурата на произвеждана продукция, както и географско разширяване на бизнеса.

## Откъде толкова самочувствие?

„Това не ме удивлява. Хората просто вярват, че бъдещето ще е по-добро, че кризата може само да помогне в развитието, като създава нови ниши за бизнеса“ – казва президента на РМЦ Михаил Мамут. Той счита, че именно тези позитивни очаквания се наблюдават от отговорите на анкетираните, независимо от текущите проблеми, административните бариери в развитието на бизнеса, както и намесата на държавните органи. Приблизително същото казва и Сергей Коротков, визепрезидент и директор на развитието на Ситибанк: „Хората винаги се надяват на по-добро“ /NB/

# Интернет предлага огромни възможности за стартиране на бизнес



*Методи Дреновски*

**Глобалната мрежа дава шанс на обикновения човек да стане предприемач и да постигне успех без връзки или големи първоначални инвестиции, убедени са управителите на СуперХостинг.БГ Любомир Русанов и Методи Дреновски пред NewBusiness.bg. Въпросите зададе Александър Александров.**

**Какви са прогнозите ви за развитието на онлайн бизнеса в България през следващата година?**

**Л. Русанов:** Онлайн секторът не е спирал възходящия си тренд през последните месеци, въпреки че те не бяха особено лесни за повечето икономически браншове и аз вярвам, че с постепенното излизане от кризата през 2010 г., той ще расте още по-бързо. Ако до преди няколко години повечето собственици на малки фирми не намираха за нужно да присъстват в Интернет, то днес едва ли има много предприемачи, които да не осъзнават нуждата да са видими в уеб среда. Те вече знаят, че собственият сайт е задължително, но не достатъчно условие и търсят различни възможности за онлайн реклама. А това от своя страна ще създаде и предпоставки за появата на нови Интернет медии, портални сайтове или онлайн игри, чиито бизнес модел е базиран на рекламните приходи. Очаквам да се появят все повече нишови информационни сайтове, както и такива, предлагащи по-достъпни рекламни възможности на малките и средни фирми.

**Кои са причините за ръста в онлайн сектора и как оценявате шансовете на стартиращите предприемачи в този бранш сега?**

**М.Дреновски:** Ако търсим причините за ръста на Интернет бизнеса в настоящия момент, вероятно ще ги открием в един глобален процес, свързан с прехода от индустриално към информационно общество и произтичащата от него цялостна промяна в потребителските нагласи. Днес хората комуникират в социалните мрежи, споделят там своите снимки и видеоклипове, говорят с помощта на безплатни VoIP програми, могат да получат отговор на всеки въпрос с едно единствено запитване в търсачките. Ежедневието ни се промени много през последните години и онези предприемачи, които успеят да участват в тази промяна, предлагайки ни нови възможности за комуникация, споделяне, информиране и забавление, имат огромни шансове за успех.

Освен това броят на хората, ползващи Интернет у нас, се увеличава всеки ден, а рекламните агенции и марке-



тинговите отдели в големите компании все по-често поглеждат към мрежата, като най-бързо развиващия се канал за комуникация с техните потенциални клиенти. Нараства и броят на дяловите инвеститори, които гледат към този сектор у нас, което означава, че всеки начинаещ предприемач има шанс да създаде хубав проект, да го популяризира и да намери стратегически купувач за него в бъдеще. На практика мрежата дава шанс на обикновения човек да стане предприемач и да постигне успех без връзки или големи първоначални инвестиции. А най-хубавото е, че развитието на този сектор ще се отрази ползотворно не само на работещите в него фирми, но и на цялата икономика, тъй като Интернет притежава способността да оптимизира работата в други икономически сектори.

#### **Вие традиционно подкрепяте различни стартап – инициативи. Защо?**

**Л.Русанов:** СуперХостинг.БГ си партнира със Start UP Foundation, при провеждането на техните конференции – бяхме Златен спонсор на пролетното събитие Start UP IT, взехме участие и в националната конференция Start UP 2009, която се проведе преди около месец. Днес присъствието в Интернет и нуждата от хостинг са неразделна част от стартирането на бизнес и ние виждаме в начинаещите предприемачи наша важна аудитория. Опитваме се да им помагаме по различен начин, често предлагаме различни отстъпки за тях, консултираме ги при създаването на сайт, при избора на подходящ хостинг план, при оптимизацията за търсачки и други дейности. На сайта ни <http://www.superhosting.bg/> можете да прочетете различни материали, улесняващи създаването на блогове, на елементарни фирмени сайтове, оптимизацията за търсачки и др. Днес съществуват редица инструменти, които правят присъствието в мрежата значително по-достъпно за малки и средни фирми и нашето желание е да информираме хората извън бранша за тези възможности. Колкото повече стартиращи фирми успеят да се развият успешно, толкова повече потенциални клиенти ще имаме ние в дългосрочен план.



*Любомир Русанов*

#### **Освен при хостинга на сайтове, през последните месеци се наблюдава ръст и при използването на виртуални сървъри (VPS). Бихте ли разказали повече за тази услуга?**

**М.Дреновски:** Услугите от типа „виртуален сървър“ са интересна възможност за малките и средни фирми или независимите софтуерни разработчици да намалят своите разходи за ИТ инфраструктура. VPS (Virtual Private Server) е хостинг услуга, при която един физически сървър се разделя на няколко логически виртуални сървъра. Всеки от тях работи напълно независимо от останалите, като използва параметрите, които са лимитирани в зависимост от избрания план. Главните предимства на виртуалните сървъри са значителното понижаване на разходите в сравнение с използването на наета машина, наличието на гарантирани ресурси, независимото управление и възможността за създаване на резервно копие на данните. Услугата е изключително изгодна за стартиращи компании, защото те разполагат с цялата необходима им в началото ИТ инфраструктура, без да се налага да купуват скъпо оборудване още през първите и най-трудни месеци от своето развитие.

#### **Преди няколко месеца СуперХостинг.БГ зае първото място по брой хостнати домейни на българския пазар по данни на WebHosting.info, въпреки че фирмата е едва на четири години. На какво според вас се дължи този успех?**

##### **Кои са СуперХостинг.БГ**

*СуперХостинг.БГ е компания, съсредоточила своята основна дейност в областта на хостинг услугите. Тя е сред водещите български доставчици на уеб хостинг, регистрация на домейни, виртуални и наети сървъри, издаване и инсталиране на SSL сертификати, уеб дизайн и др. услуги с добавена стойност. През последните няколко години СуперХостинг.БГ се утвърди като най-бързо развиващата се хостинг компания на българския пазар, участвайки активно в процеса на консолидация и заемайки първо място по брой хостнати сайтове у нас.*

Нашата фирмена политика се базира на няколко ключови принципа: предлагане на висококачествени услуги, увеличаване на добавената стойност за нашите клиенти чрез допълнителни предложения, лекота в общуването с нас и никакви компромиси при поддръжката на услугите ни. Съпорт отделът ни работи 24 часа в денонощието, седем дена в седмицата и е достъпен по различни комуникационни канали. Достъпът до услугите ни също е лесен и интуитивен, като целият процес по закупуването на нов домейн или хостинг план може да бъде осъществен през сайта ни, с няколко клика на мишката. Тези ключови принципи, комбинирани с активна маркетингова политика, обясняват бързото развитие на компанията и ни позволяват дори когато придобиваме други хостинг фирми, да запазваме техните клиенти, които остават доволни от промяната. Радващо е също, че делът на корпоративните ни клиенти е доста голям, тъй като за тях поддръжката и качеството на услугите са от особено голямо значение. /NB/



# Он-лайн рекламата - шансът на предприемача

Росен Цветков  
rosen@newbusiness.bg



*Добрата идея винаги привлича вниманието, дори и он-лайн.*

Който каквото да говори или мисли, лека - полека традиционните медии отиват в историята. За доста хора подобен възглед може и да звучи еретично, но пък от друга страна отмирането на всяка една епоха отваря пътя на младите хора, с буден ум, желание и идеи да развиват нещо, за което отдавна, явно или пък тайно, са мечтали. С една дума бъдещето е на Интернет. Разбира се, хрумването за бизнес е само първата стъпка. Дори и да започнете, рано или късно се стига до неизбежния проблем - липсата на пари. Но изход и от тази задънена улица има - стига да сте достатъчно упорити и настойчиви да доведете до край това което сте започнали. Защото шансът за всеки проект в мрежата е он-лайн рекламата.

По време на провения се неотдавна в столицата форум WebIT Андрю Брайфорд, директор "Проучване и стратегии" в AOL Advertising, заяви: "Вече минаха почти 20 години, откакто в мрежата се появи първият банер, а

## радикалните промени в Интернет,

на които вече сме свидетели, са само бегъл поглед на това, което ни очаква в бъдеще. Вие сами виждате експлозивното нарастване на съдържанието, произведено от самите потребители чрез блогове, видео и мобилни платформи. Тази динамика доведе и до откриването на нови ниши, както и до нови възможности за сближаване на клиента и рекламоателя. Потребителите продължават да искат да имат по-голям контрол, да получават каквото поискат, когато и където поискат. Това от друга страна означава, че компаниите, които рекламират, неизбежно ще продължават да търсят нови пътища, за да достигне посланието им до аудиторията. Наистина, радиото, телевизията и външната реклама винаги ще имат своята изключително важна роля, но Интернет телевизията вече отваря една нова ера в развитието на рекламния бизнес".

Красноречиво потвърждение за тези думи е и публикуването преди дни проучването на Европейската асоциация за интерактивна реклама. Основанията да се вярва на данните в него съвсем не са малко - докладът е изготвен след анкети с водещи маркетингови специалисти в компании от девет европейски държави.

Според анализа, бюджетите за реклама, които фирмите отделят, все повече се пренасочват

## от традиционните към он-лайн медиите.

В сравнение с първата половина на 2009 г., големите компании все повече предпочитат да прехвърлят разходи от телевизията към он-лайн каналите.

"Всички наши анализи показват, че он-лайн рекламата продължава да процъфтява и да се развива, най-вече заради гъвкавостта си, лесната разбираемост и способността да предложи на брандовете бърза възвращаемост на инвестицията,

при положение, че световната криза удря общите рекламни бюджети. Именно поради тази причина рекламирането в Интернет продължава да се налага като предпочитано средство за рекламодателите в цяла Европа. Те търсят все по-нови формати, каквото е рекламирането през мобилни приложения”, казва изпълнителният директор на Европейската асоциация за интерактивна реклама Алисън Фенан.

Всъщност ето и конкретните цифри - над 83 процента от участниците на пазара са заявили, че са увеличили разходите си за он-лайн реклама през 2009 г. спрямо предходната. Ръстът догодина ще е 93 на сто, а през 2011-а се чака скок с допълнителни 93 процента. Проучването на асоциацията показва още, че 33% от рекламодателите възнамеряват да увеличат бюджета си за онлайн видеореклама. 20% пък смятат да дадат повече за реклама по мобилните телефони.

## А парите, които се разиграват в Интернет, съвсем не са малко.

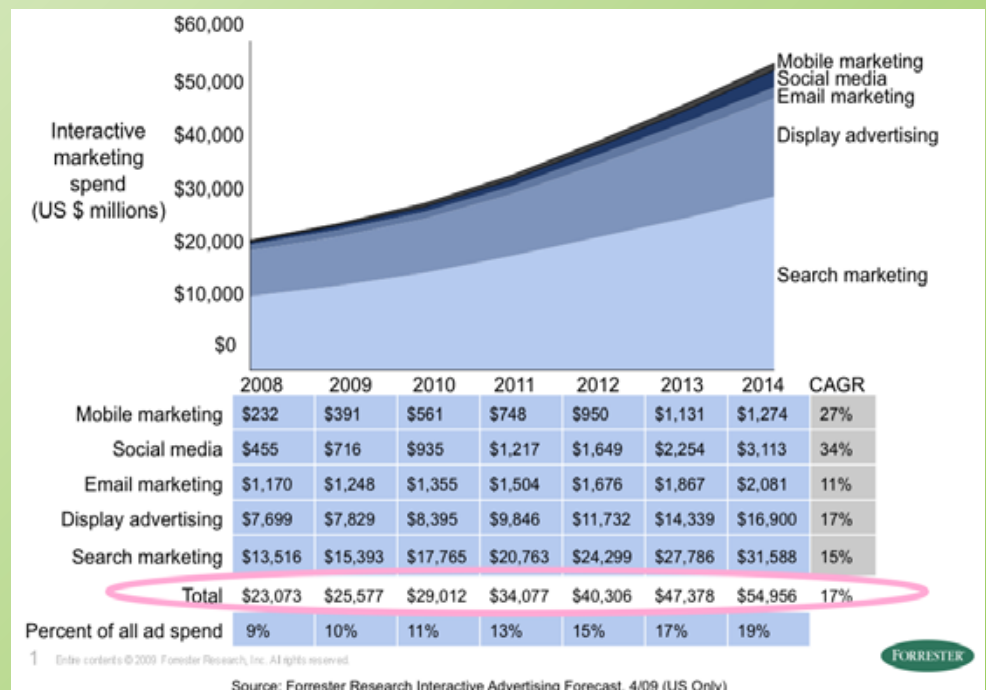
Очакванията на специалистите са, че догодина в световен мащаб за популяризиране на стоки и услуги в мрежата, ще бъдат разпределени 65 млрд. щатски долара! Увеличението е с 11% в сравнение с 2009 година.

Най-сериозните инвестиции ще са в он-лайн търсачките. През 2010 г. те ще се увеличат с 12% и ще достигнат 25 млрд. щатски долара, докато вложенията за офлайн реклама ще скочат с 5 на сто. Инвестициите за bluetooth реклама се очаква да достигнат 6% пазарен дял в световен мащаб през 2010 г. - т.е. за тях ще бъдат дадени 3.3 млрд. щатски долара, (19% увеличение в сравнение с 2009 г.). Всъщност до голяма степен нарастването на инвестициите за bluetooth реклама се дължат на високите продажби на Apple iPhone и изобщо смарт-телефоните в световен мащаб.

В България някои също вече се ориентираха доста добре в очерталата се ситуацията. На 25 септември тази година официално бе обявено създаването на “Интерактив Асошиейшън България” (IAB). Асоциацията бе създадена от водещите интернет медии, които покриват над 90 процента от интернет аудиторията в България и събират над 80 на сто от пазара на онлайн рекламата в страната: “Дарик Нюз” ЕООД, “Дир.БГ” АД, “Икономедиа” АД, “Инвестор.БГ” АД и “Нет Инфо.БГ” АД. Идеята на учредителите е да развият асоциацията в духа на целите и стойностите на световната организация The Interactive Advertising Bureau (IAB) и да отворят “Интерактив Асошиейшън България” за членство на технологичните компании, рекламните агенции и рекламодатели в България за по-нататъшно стимулиране и развитие на интерактивната реклама у нас.

Основните цели на сдружението са: да популяризира интерактивния маркетинг и да подпомага рекламните, маркетинг и PR специалистите, рекламните и маркетинг агенциите, медиите шоупеве, да споделя най-добрите практики на интерактивната реклама, да създава и утвърждава критерии за единна измеримост и професионални и етични стандарти, да извършва проучвания в областта на интерактивната реклама и маркетинг и да публикува и разпространява резултатите от тях, да подпомага обучението на кадрите в интернет медиите.

Причините за това



1. Entire contents © 2009 Forrester Research, Inc. All rights reserved.

Source: Forrester Research Interactive Advertising Forecast, 4/09 (US Only)

FORRESTER

**Постъпленията от он-лайн реклама не са за пренебрегване.**

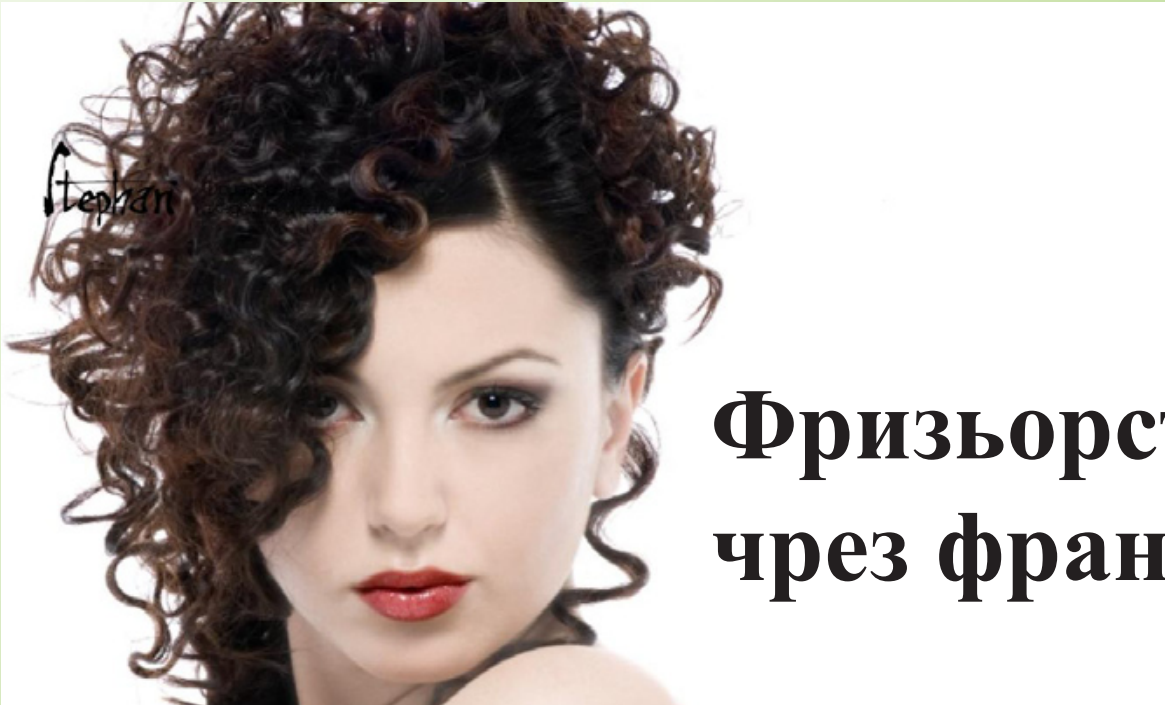
## „групирани“ на големите в бранша

съвсем не са случайни - в България имаме всички необходими условия за развитието на Интернет рекламата. По официални данни Интернет потребителите у нас са над 3 милиона. Масово се развиват он-лайн медии, он-лайн магазини, рекламни и интерактивни маркетинг агенции. А в същото време делът на интерактивния маркетинг и реклама в общите маркетинг бюджети е под 5%, докато в развитите пазари достига до 15% дял.

Наистина тази година не е лека за бранша, защото заради световната финансова и икономическа криза големите рекламодатели у нас доста свиха бюджетите си. Но пък от друга страна това отвори допълнителни нови възможности за предлагане на нови ефективни икономични рекламни продукти към малкия и средния бизнес. Като например непрекъснато увеличаващия се дял на Pay Per Click рекламата.

Прогнозите за бъдещето обаче са повече от оптимистични - при нетен пазар на Интернет рекламата през последните няколко години около 25 милиона лева, България, следвайки тенденциите на пазарите от Централна и Източна Европа, може да постигне през следващите две - три години двуцифрен ръст. Тоест, пари ще има - стига да се намери начин да се привлече вниманието на рекламодателя. /NB/

## Предложение



# Фризьорство чрез франчайз

Люба Спасова,  
[luba@newbusiness.bg](mailto:luba@newbusiness.bg)

Да създадеш фризьорски салон със собствени средства не е никак лесна задача. Като се започне от наемането на помещение и закупуването на мебели и оборудване, та чак до избора на дистрибутори, които да осигряват необходимата козметика. Начинанието е свързано с доста разходи, а за добрата му реализация трябва и сериозен бизнес план. Затова повечето млади фризьори у нас се примиряват с идеята, че преди да отворят собствен салон, дълги години ще упражняват занаята на заплата при някой друг. Времената обаче се менят, а отскоро вече се предлага чудесна възможност за развитие на собствен фризьорски бизнес.

### Готови модели

Едно от неписаните правила в бизнеса гласи, че ако нямаш представа как да се развиваш, винаги можеш да взаимстваш нечия чужда идея и да я усъвършенстваш. В миналото това е предизвиквало безброй конфликти, но днес е част от бизнес стратегиите на много успели марки. Досещате се, че става дума за така популярните напоследък франчайзингови модели, при които големи корпорации предоставят на готово своята визия. Стартиращите предприемачи просто я взаимстват и получават уникалната възможност да прескочат сложния и бавен процес на утвърждаване и популяризиране.

Подобен модел вече съществува и за младите фризьори в България, както и за всички, които искат да инвестират парите си в салони за красота. В началото на декември международната верига Stephan представи своя франчайзингов модел у нас, който включва не само утвърден план за развитие, но и богат избор от практически курсове за усъвършенстване на уменията. С подкрепата на своя ексклузивен партньор L'Oreal Professionnel веригата предлага пакет от услуги, преференции и ноу-хау за развитие на фризьорски салони под марката Stephan с фокус върху добре селектирания и обучен персонал, комфортни и стилни интериорни линии и работа с професионалните продукти от портфолиото на козметичния гигант.

### Основните предимства

на франчайзинговия модел Stephan са не само 35-годишния опит



на пазара, но и уникалният метод на работа. Специалистите на компанията подкрепят всеки нов партньор от самото начало, спестявайки цялото административно лутане при узаконяването и регистрацията на нов фризьорски салон. Помагат също при подбора на качествен персонал, като гарантират, че той няма да изостави работодателя си веднага след като премине няколко курса на обучение. Бъдещите и настоящи собственици на салони могат да избират между няколко корпоративни линии за обзавеждане и дизайн, като получават търговски отстъпки при покупката на мебели и козметични продукти. Истинското предизвикателство за добрите фризьори пък е възможността да се развиват артистично чрез участия на сцена по време на модни сесии и представяне на колекции. Не на последно място Stephan предлага ефективен маркетингов модел за развитие на салона и непрекъснатата професионална грижа за репутацията на веригата.

За да даде пример на бъдещите инвеститори, компанията откри първия салон от веригата в София. Това е т.нар. майстор франчайз, който олицетворява философията на марката и показва как трябва да изглеждат,



**Салоните с марката Stephan са еталон за качество.**

## как ги работят и как се развиват салоните?

Първите стъпки към бъдещия успех минават през няколко безплатни консултации със специалистите от веригата, чиято цел е да измерят взаимния интерес на двете страни от евентуалното партньорство. След това клиентите получават индивидуална оферта, в която са включени всички услуги, които желаят да ползват - маркетинг, обучение, партньорски програми. В зависимост от предпочитанията цената варира между 13 и 17 хил. лв. годишно, а договарянето се сключва за срок от четири години. Предлагат се и ограничен брой ексклузивни пакети за 20 хил. лв. годишно, но те са за инвеститори, които ще участват най-активно в живота и развитието на веригата и ще

ползват пълния набор от преференциални условия. Бизнесмените с два и повече салона с марката Stephan могат да разчитат на допълнителни отстъпки.

Цялата необходима информация за франчайзинговия модел на веригата Stephan е публикувана на нейния интернет сайт. На [www.stephan.bg](http://www.stephan.bg) може да бъде намерена пълна информация за обучението в академията, начина на отваряне на салон, да бъде направено конкретно запитване, да се разгледат артистичните изяви и последни колекции с марката Stephan. Академия и салони Stephan са и в Twitter на [twitter.com/stephanbg](https://twitter.com/stephanbg) и Facebook - Academy Stephan. /NB/

### ОБЩИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПАРТНЬОРИТЕ:

1. консултирана със Stephan подходяща локация и позициониране
2. комфортно помещение, отговарящо на изисквания на марката за пространства, необходими за съответния брой работни места и сервизни помещения
3. помещение, отговарящо на всички изисквания на регулаторната рамка в България
4. зареждане и работа само с продуктите на L'Oreal Professionnel
5. обзавеждане, отговарящо на препоръките на марката за удобство и комфорт; няма обвързване с конкретна марка
6. общи интериорни линии и цветове, съгласно наръчник за употреба на логото и корпоративните цветове на Stephan
7. избор на готов персонал от академията или подготовка на нов екип за нуждите на конкретния салон
8. утвърждаване на план за продължаваща подготовка и усъвършенстване на персонала
9. административни практики в салона - общи плюс препоръки за оптимизация
10. утвърждаване на стартов маркетингов план за определяне на потенциални клиенти и начините за достигане до тях
11. ежемесечни одити по качеството

### ОБЩ ФРАНЧАЙЗИНГОВ ПАКЕТ:

1. първоначални безплатни консултации
2. консултации по локация, помещение, организация на пространството, брендиране, функционалност
3. селекция и продължаващо обучение на персонал
4. търговски преференции-отстъпки при обзавеждане и зареждане с продукти
5. стъпка по стъпка план за административно уреждане на салона спрямо действащото законодателство
6. препоръки за вътрешната административна и отчетна дейност
7. стартови маркетингови консултации
8. възможност за индивидуален маркетингов и бизнес план
9. възможност за ROI план за всеки конкретен случай
10. възможност за участие в артистичните изяви и проекти на веригата
11. участие в общата рекламна политика на марката в България - Интернет и традиционна.



# Съвети за набиране на начален капитал

**В света на предприемачите има две основни групи - едната притежава средства, а другата идеите, нуждаещи се от финансиране. Спйката между двете е определяща за това дали един бизнес ще стартира добре, или ще потъне в дебрите на "добрите идеи, които никога не станаха реалност"...**

*Захари Димитров,  
zak@newbusiness.bg*

Ако четете тези редове най-вероятно сте от хората, които имат нужда от свежи средства, за да започнат собствен бизнес. Доста често, общувайки с предприемачи (или псевдо такива), те изтъкват като основна пречка за стартирането на собствен бизнес липсата на финансиране.

И наистина, ако се замислите - ако отворите шанд за продаване на хамбургери (или пък нещо друго), след няколко години упорита работа, шансът да излезете на печалба е доста голям. Дали обаче ще удържите пет години на пазара? Време, през което ще трябва да инвестирате всичките си средства, най-вероятно допълнителен заеман капитал (бил той и оборотен), нерви и дори лични взаимоотношения.

От друга страна, липсата на финансиране въобще не е пречка. Въпреки че в момента кредитите от банките наистина се дават на "богоизбрани", стига да търсите упорито и да успеете да защитите идеята си пред бъдещия ви спонсор, има голяма вероятност той да се съгласи да подкрепи вашия проект.

След като сме се договорили, че имаме наистина интересна идея, остава просто да намерим стъпките, които ще увеличат шанса ни да се докопаме до чуждия капитал. Тяхното минаване е лесно, стига да сте ги определили правилно. Mark Littlewood, пишещ за мрежата на бизнес лидерите, има интересни наблюдения за това какво се е променило през последна година в



## **очакванията на инвеститорите и бизнес ангелите.**

За да продадете правилно вашата идея, трябва да се поставите поне за малко от другата страна. Например, ако сте инвеститор, замислете се защо предприемачите искат да предоставят своята идея именно на вас? Ако пък сте предприемач, трябва да мислите как да накарате инвеститора да избере вашия проект

пред тези на останалите конкуриращи се за неговите средства.

Основната част от пъзела е ясна на всички - трябва да имате добра идея, подробно описана в конкретен бизнес план. В него следва да са определени не само колко пари е необходимо да получите, но и печалбата на инвеститора, времето, за което по възможност инвестицията ще стана рентабилна, а по възможност и мини анализ на риска за това какво би могло да се обърка. По този начин демонстрирате, че не всеки план е безгрешен и сте мислили как да реагирате, дори ако нещо се обърка.

Това е изключително важно момент и трябва да се обмисли и реализира правилно. Инвеститорите желаят честни разговори. Най-вероятно някога и те са били млади предприемачи, с голи идеи и желание да намерят нужното им финансиране, за да ги осъществят. Затова, когато говорят с вас, трябва да ви чувстват близки. Да се успокоят, че могат да правят бизнес с вас, не само по време на възход, но и когато нещата не вървят в правилна посока. Цикълът на растеж на даден бизнес, никога не е лесна задача, и

## различните хора действат странно при разнообразни обстоятелства.

Много често, когато говорите с инвеститор, той може да се опита да ви задава изключително провокиращо въпроси, на които, въпреки че звучат безсмислено, трябва да отговорите. Целта на този опит за натиск е нагнетяването на стрес у вас. Инвеститорът знае, че сте се подготвили добре върху материалите, които му представяте, но това не му пречи да се опита да ви злепостави, за да види как ще реагирате в напечена ситуация. Ако се справите добре, нещата ще бъдат във ваша полза, в случай обаче че откажете да разисквате темата, или отговаряте вяло, едва ли ще успеете да се преборите за парите, от които се

нуждаете. Подобна техника се използва и от много интервюиращи по време на интервюта за нова позиция. Особено ако се налага да работите в сфера, където общуването с много и различни хора е ежедневие, като например търговски консултант. Затова винаги имайте предвид, че трябва да сте подготвени да защитите идеята си с всички възможни средства, дори да ви обиждат или неочаквано да сменят посоката на разговора.



*Посещението на специализирани събития и срещи в областта в която творите ви позволява да завържете контакти с потенциални инвеститори.*

## Защо Връзките са Важни?

Много хора, отлични инвеститори с богат опит, до голяма степен подценяват значението на връзките. Уреждането на работите с познати понякога е единственият начин да успеете да реализирате проекта си. Набирането на средства е изключително сложен и неблагодарен процес. Затова никога не е рано да подготвите почвата за потенциални бъдещи инвеститори. Ходенето по конференции, семинари и симпозиуми е важно. Създаването на познатства и дори приятелства в областта, в която се развивате, ви създава име. Инвеститорите предпочитат да работят с познати лица, отколкото да дадат парите си на първия срещнат с „гениална“ идея. Не трябва обаче да подценявате и обратната

страна на монетата. Опитите ви да се включите навсякъде - да отговаряте на въпроси в интернет дискуссионни форуми, винаги да реагирате на събития и да се стараете да привлечете внимание, може да ви изгради облик на псевдо-експерт, знаещ от всичко, но по-малко. Затова трябва да се стараете да влезете в ползрението на доверените мрежи от бизнес ангели, които може да попитате лично за съвет или за визията им за пазара, в който работите. Не бъдете нагли, просто се дръжте човешки и нещата могат да се наредят във ваша полза. Не забравяйте обаче, че впечатлението, което оставате за себе си, може да бъде едновременно полезно и вредно за бизнеса ви. Навлизането в интересния свят на инвеститорите, може да бъде лесна задача, стига да има кой да ви представи на подходящия човек. Почти както при любовните отношения :-)

## Онлайн мрежи

В интернет вече има достатъчно форуми и мрежи по темата. Някои от тях успяват да съберат големи общества от предприемачи обсъждащи различни проекти и идеи. Подобни микро мрежи или дискуссионни групи могат да се открият и във Facebook, LinkedIn, Xing и други подобни социални платформи. Ставайки част от подобна общност може да откриете не само приятели със сходни на вашите проблеми, но и много ценни идеи и съвети. Най-доброто разбира се е, че когато ви приемат за пълноправен член ще имате по-голям престиж не само сред предприемачите, но и сред инвеститорите. За голяма част от тези групи организирането на срещи между предприемачи и инвеститори е регулярно събитие, на което ще може да покажете своите идеи и намерения. Не забравяйте обаче, че участието ви трябва да бъде активно. Не само да отговаряте на чуждите проблеми, но и да споделяте своите собствени, да търсите помощ и сътрудничество. Предизвиквайки по този начин емпатия сте на крачка от личните срещи, където вече единствено от вас зависи дали ще получите желаното финансиране.

Не забравяйте че един проект трябва да е печеливш за всички участващи в него страни, затова ако средствата са единствената ви пречка за да стартирате собствен бизнес потърсете начин да я преодолеете. В случай, че успеете да си изградите име може да прибегнете и към

## алтернативни методи за набавяне на средства.

Един от тях е спонсорство от много хора (crowd funding) с малко средства. Голяма част от предприемачите се страхуват да канят бизнес ангели, за да не им вземат бизнеса ако той се окаже неуспешен. Страхът да се рискува обаче може да попречи на много хора да реализират своите цели. Crowd funding финансирането действа по схемата на взаимните фондове. Когато един човек няма достатъчно средства за да инвестира на борсата, но иска да получи от сумите разигравани там, той може да се обедини с други (често непознати) инвеститори, така че общите им капитали да станат достатъчни за да купуват и продават дялове или акции на предприятия. Финансирането от много хора ви позволява да привлечете множество сравнително малки предприемачи към вашия проект. По този начин едновременно си набавяте необходимия ви капитал и си запазвате контролния пакет, без да се страхувате че останалите съсобственици в един момент могат да решат, че ще се справят и без вашите услуги. Тази идея звучи чудесно на теория, но реализацията и е значително по-трудоемка. Въпреки това, нищо не пречи да създадете сайт в който да изложите желанието си, че искате да стартирате собствен бизнес, необходимите ви средства и да го популяризирате чрез различни групи и свързани сайтове. Например ако решите да стартирате проект в ИТ сферата, има достатъчно форуми и групи за програмисти, където не само може да откриете нужното ви финансиране, но също така и хора, които да се присъединят към проекта ви.

С други думи, кризата и липсата на средства не трябва да ви спират да осъществите мечтите си. Или поне да опитате. Просто трябва да бъдете достатъчно оригинални за да търсите алтернативни решения и да имате поне една щипка късмет! /NB/



*Замислете се дали вашите съученици или колеги от университета не биха спонсорирали идеята ви.*



# Осем правила как да изберем счетоводител

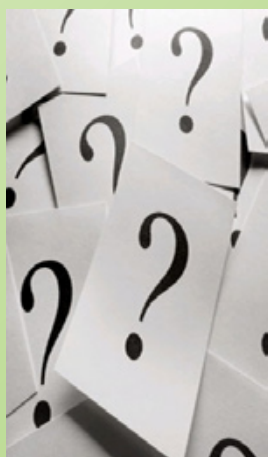
Преслав Недев

Голяма част от новостартиращите предприятия, както и част от работещите малки и средни такива не могат да си позволят да наемат шатен счетоводител и ползват услугите на упражняващи свободна професия счетоводители или специализирани счетоводни предприятия. За съжаление не винаги сътрудничеството е удачно, а поправянето на допуснатите грешки често струва и скъпо.

Преди време имах такъв случай – дойде председателят на едно ООД, като в счетоводните му отчети се водеха в наличност малко повече от двеста хиляди лева. До момента отчетността е била подготвяна от някаква роднина на единият съдружник, която е взимала документите в дома си, изготвяла е някакви отчети и ги е предавала. Когато на фирмата се назначава данъчна проверка, се оказва, че платените данъци изобщо не съвпадат с тези, които биха се дължали при коректно водена търговска документация. Накрая с управителя стигнахме до договаряне за възстановяване на счетоводството и на него му се наложи да плати хонорар за преосчетоводяване на данните за предходните две години. И този хонорар е допълнителен разход, освен сумите платени за „пропуснатите“ данъци и съответните наказателни лихви.



## На какво трябва да обърне внимание един стартиращ предприемач при избор на външен счетоводител:



**1.** Наскоро чух от един колега, че никога не се обажда на клиентите си през почивните дни – празници, събота, неделя. Мислите ли, че така трябва? По-скоро е обратното. Счетоводният бизнес е такъв, че един нормален счетоводител трябва да знае всичко за своите клиенти. Както е популярна поговорката „че на поп и адвокат всичко се казва“, за една търговската дейност е необходимо счетоводителят да знае всякакви подробности. Нормалният счетоводител не е просто човек, който взема фактурите и банковите документи, после да ги обработва в компютъра и накрая да разпечатва едни таблици. Той трябва да пита за всичко – къде какво е станало, дори е съвсем нормално да ви поиска допълнителни документи, които за вас биха се сторили една „излишна бумачина“. Ако счетоводителят не ви пита за подробности, а само оформя междинните (месечни) или годишните отчети, а често и да „измисля“ ситуации без необходимите първични документи, то той е просто един занаятчия, а това означава, че е много вероятно при данъчна ревизия да възникнат проблеми.

**2.** Добрият счетоводител е длъжен винаги да има информация за предадените от вас документи (договори, фактури, актове, протоколи, банкови извлечения, складова документация). Ако му зададете въпрос откъде се е появила това или онова число за плащане на данъка, той трябва да може да ви отговори сравнително бързо – в рамките на 5 – 10 минути, като ви даде подробна информация, както и да обоснове своята позиция. Ако не може да направи това, означава, че не се отнася към вас като към важен клиент и рано или късно или ще се появят проблеми или ще прекратите съвместната дейност.

**3.** Един професионалист никога не приема на доверие числата, той винаги проверява



– Не е лошо да направите следният експеримент, ако сте се договорили за услугата „изготвяне на платежни документи“. Например ако имате някоя фактура за плащане, опитайте със следната реплика: „Изгответе ми платежно нареждане към Х ООД, май трябваше да им плащаме 2000 лв от предния месец“. Добрият счетоводител ще провери какво има да се плаща и какъв му е размера, да посочи в платежното нареждане по кой номер фактура се превеждат парите. Това освен че е във ваша полза, показва уважение и към колежата счетоводител от Х ООД, който ще знае по кое задължение са преведени тези пари.

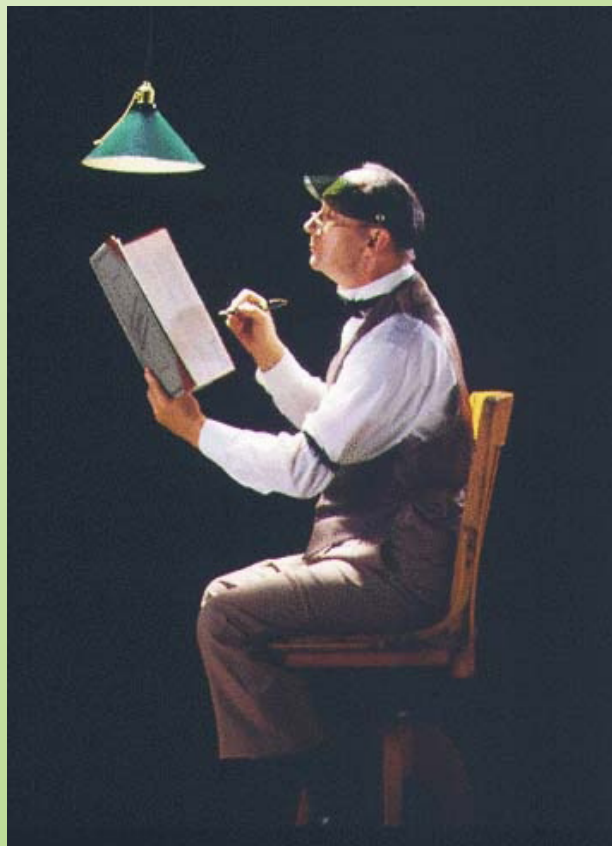
**4.** Поинтересувайте се какъв опит има счетоводителя, с какъв тип фирми се занимава, се е занимавал, какви по големина, в какъв сектор от бизнеса. Малко или много в счетоводният бранш има специализация, защото колкото и правилата на счетоводната отчетност и данъчното облагане да са едни и същи за всички, толкова и интерпретацията на търговските процеси и документооборота е различен. Например най-лесно е счетоводното отразяване в сферата на услугите, средно по трудност е в търговията, а е сравнително трудно в производството и строителството. Имайте предвид, че счетоводител, който се занимава с големи фирми, където документооборота е максимално усложнен не означава, че той ще се справи и с фирма, където отразяването е сравнително леко. Тъкмо обратно, много често се допускат елементарни грешки, които са или резултат от подценяване на бизнеса, или на неправилна интерпретация на самата сделка.

**5.** Опитният счетоводител умее да намира общ език с данъчните. Това е просто необходимост при ежедневната му работа, още повече, че му се налага постоянно да контактува с данъчните власти. Ако един счетоводител постоянно се оплаква от ревизорите – това е лош признак. Разбира се, често се случват търкания между счетоводител и ревизор, но това е нормално – сблъскват се различни позиции – счетоводителят е на страната на клиента си, данъчният на държава, но това не означава, че на вас трябва да ви се оплаква прекалено.

**6.** Добър счетоводител не е този, който винаги в първите дни предава баланси, декларации и т.н. отчети, а този който знае законите и предлага на клиентите си възможни методи за легално оптимизиране на данъчното облагане. Счетоводителят трябва да ви предлага възможни варианти, при които да се намалява ефективното данъчно облагане, стига разбира се, да не е противозаконно.

**7.** Обикновено външният счетоводител – упражняващ свободна професия, обслужва няколко фирми. Опитайте се да разберете колко клиента има и приблизително каква му е месечната натовареност. Някак несериозно звучи ситуацията счетоводител да работи на трудов договор някъде, а едновременно с това да обслужва и 40 – 45 фирми след работно време. Дори и да попаднете на такъв, добре е да помислите дали този човек ще успява да ви обърне достатъчно внимание. Нормално, без да прави компромис с качеството, един счетоводител може да се справи с не повече от десет фирми. Същото се отнася и до специализираните счетоводни предприятия, ако се спрете на тях. При договарянето опитайте се да разберете колко нает персонал имат и изисквайте да ви бъде назначен точно определен счетоводител, с когото ще контактувате, когато е необходимо спешно да се свърши нещо. При по-малките счетоводни кантори човека за контакти обикновено е управителя и ако той твърди, че персонално се занимава с вас, можете да си направите експеримент (например по т.3)

**8.** Бъдете особено подозрителни ако ви се предлага счетоводно обслужване на дъмпингова цена. Стандартната тарифа на счетоводител-частник започва от 150 лв месечно за фирми нерегистрирани по ДДС и 250 лв за регистрирани по ДДС, при минимален брой документи и ниска сложност. Това са едни минимални цени, под които счетоводният бизнес не е ефективен, а се предполага, че едва ли предпочитате документацията ви да се обработва от партньор, който ще фалира всеки момент. /NB/



Ной- хай

# Частни социални мрежи за бизнеса



**Вместо да пречите на служителите си да ползват Facebook или Twitter, създайте тяхна вътрешно фирмена алтернатива, която да ползват както за да качат снимките от коледното служебно парти, така и да обсъдят последните си идеи съвместно!**

Захари Димитров  
zak@newbusiness.bg

В последните години развитието на социалните мрежи е толкова стремглаво, че е трудно да се създаде точно хронологично и исторически достоверно описание на случващото се. Факт е обаче, че потребителите на подобни социални проекти непрестанно се увеличават. Като започнем от всеизвестния Facebook и корпоративните мрежи от рода на LinkedIn, Xing и минем през специализирани фенски групи, например за даден изпълнител ThisIs50.com, то техния възход е лесно да се забележи.

Изглежда че с развитието на човешкото общество, хората си остават социални животни и имат необходимостта да споделят и обменят не само идеи и мнения, но снимки, видеоклипове и какво ли още не. Навремето подобен отдушник бяха форумите, но днес социалните мрежи са основния виновник за загубеното работно време на служители по целия свят.

Затова, ако сте мениджъри, може да реагирате по някой от следните начини. Да се противопоставите на новата мания или да я подкрепите. Блокирането на достъпа на служителите ви до подобни услуги, неминуемо ще увеличи недоволството сред персонала. Но има и друг начин да се възползвате от социалните мрежи, а именно да насочите вниманието на персонала си в правилната посока. Много често мрежите се изграждат от хора със сходни интереси или местоположение - например университетски, на различни фирми, училища. Създавайки собствена корпоративна частна мрежа ще ви даде опцията да позволите на служителите си да споделят информация, която обаче може да се ползва и за развитие на бизнеса.

**Как да направим служителите доволни, като в същото време ги следим какво публикуват?**



Подобно решение предлага уеб проекта Socialwok. И при него основната идея е, че общества от рода на тези във Facebook и Twitter, са толкова ефективни именно поради начина по който ни позволяват да комуникираме с нашите приятели и познати. Целта на Socialwok е да не ни се налага повече да копираме хиляди екземпляри на даден документ или да пращаме скрити копия на писмата ни до различни партньори. А да ни позволи да общуваме с тях много по-лесно и удобно. Услугите които сайта предлага позволява

на организациите да се възползват от съвременната инфраструктура за по-добра вътрешна комуникация и съвместна работа. Рекламирана като Facebook + Twitter за бизнеса, мрежата позволява по-добра вътрешно фирмената комуникация, като дава възможност на компаниите да споделят и да си сътрудничат както в самите тях, така и с техните бизнес партньори. Зад проекта Socialwok стои стартиращата компания Voiceroute, създатели на друг много интересен проект Druid. Те са създали Socialwok като решение за споделянето на информация едновременно в тяхната компания (имат офиси в Сингапур и Кънектикът), така и с много други партньорски фирми, с които работят по различни проекти.

Socialwok добавя липсващите възможности за социално споделяне на информация към Google Apps (повече информация по темата може да откриете в брой 7 на NewBusiness.bg). Ако вече ползвате тези средства за сътрудничество, създаването на частна мрежа за вашата организация може значително да подобри бизнес средата, в която работите.

## Цялото взаимодействие е съсредоточено върху статус съобщения от рога на „Какво правиш в момента?“,

позволявайки на всеки да се включва в отговорите и да споделя идеи, връзки към различни сайтове, документи, клипове и други информационни потоци.

Създаването на потребителски профили и работата в групи помага на служителите не само да не се загубят идеите в организацията, но и да се натрупа своеобразна база данни за различните проекти и дискусиите по тях. По този начин може да се открие също кои хора наистина се включват с идеи и предложения и кои предпочитат да се въздържат от коментари и по възможност от излишни инициативи ;-)

Ползвайки Socialwok може да интегрирате съдържание от сайтове като YouTube, Scribd, Slideshare, файлове, интерактивни карти и други. Създаваните онлайн емисии могат да се публикуват към различни други социални мрежи като Twitter, Facebook, LinkedIn, FriendFeed или като RSS съдържание към вашия корпоративен уебсайт. По този начин едновременно пазите ценните неща в границите на компанията ви, и общувате с вашите клиенти и партньори. Socialwok ви позволява да публикувате вътрешно корпоративното ви съдържание към произволна мрежа с какъвто акаунт си пожелаете. Самото публикуване става с натискането на един бутон. Поддържа се и публикуването в различни страници от един Facebook акаунт. Това може да бъде полезно ако работите с различни клиенти, или популяризирате различни кампании. Потребителите на Gmail могат да ползват създадения за целта аплет, така че да следят новостите в корпоративната им мрежа директно от интерфейса на пощенската услуга.

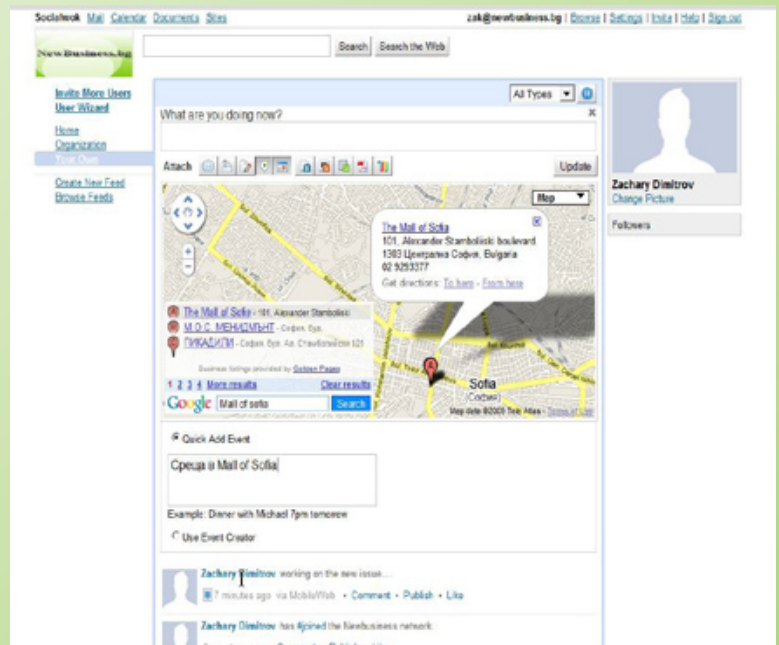
Търсенето на хора, емисии, публикации и файлове в Socialwok мрежата е изключително лесно - може да прегледате списъци или да търсите по ключови думи. Резултатите от търсенето се появяват в една единствена страница, сортирани по последни събития без значение дали информацията е открита в публикации, документи, връзки или другде.

**Мрежата поддържа споделянето на различни видове файлове както в хранилището на Socialwok, така и в Google Docs.**

Създаването на събитие позволява да се интегрират възможностите на Google Calendar за изпращане на SMS съобщения и електронни писма и на Socialwok за създаване на онлайн емисиите и експортирането им към различни социални мрежи или любими страници. По този начин създавате веднъж даденото мероприятие, и то автоматично се появява където е необходимо, без да се налага да го популяризирате допълнително или да известявате всеки един по отделно.

С помощта на Socialwok мениджърите могат да се информират за новите и популярни събития, които се случват в тяхната компания и да подпомагат служителите си с информация, експертна помощ, или линкове към сайтове с подобна тематика.

Към създаваните публикации може да каните и външни наблюдатели, с които да обсъждате различни детайли по дискутираните теми. По този начин гъвкаво може да се възползвате от интеграцията на различни средства за комуникация, като в същото време споделяте само тази фирмена информация, която е необходима на отсрещната страна за да се свърши работата.



## Как може моята компания да използва Socialwok?

Всеки желаещ може да стартира собствена Socialwok мрежа и да покани колеги и приятели. В момента се предлагат тестови бета акаунти и единственото което трябва да направите е да въведете вашия валиден и-мейл адрес. За момента основната регистрация е безплатна и може да ползвате всички налични опции и мини приложения от Socialwok платформата. Безплатна версия предлага допълнителни административни възможности, приложения и поддръжка. Конфиденциалността на всяка една мрежа се осигурява като се ограничи достъпа до тези потребители с валиден бизнес адрес. Например във вашата мрежа могат да влизат само посетители разполагащи с поща на служебния ви домейн (например, всеки чийто мейл завършва на @moyatafirma.bg). Socialwok е изградена върху инфраструктурата задвижваща Google App и Amazon Cloud S3. Всяка една група регистрирана за услугата си запазва пълните права и отговорности за информацията, която споделя. Целия трафик от и към мрежата е защитен чрез криптиране със SSL връзка. Дори някой да се опитва да ви следи, ще му бъде изключително трудно да декодира съобщенията ви. Компанията стояща зад проекта Voiceroute твърди, че няма да споделя информацията ви с други компании или заинтересовани лица.

## Полезна ли е Socialwok?

Ако сте потребители на Google Apps, използването на допълнителните възможности на Socialwok, може повече да помогне отколкото да навреди на вашата работа. Бързото споделяне на информация е от ключово значение за ефективността на бизнеса в днешно време, а мрежите са се доказали като отлично средство за създаване на свежи дискусии и мини общества обединени от различни проекти. Съвместяването на вътрешно фирмена частна социална мрежа, заедно с опциите за експортиране на голяма част от информацията към други мрежи или потребители е добре дошло за всеки един екип. Не е за подценяване и факта, че голяма част от опциите на Socialwok могат да се ползват от iPhone, Android или Blackberry смартфони, дори когато сте офлайн. Не случайно този проект е носител на отличие на престижния сайт за уеб 2.0 приложения TechCrunch. Тези които обичат новите технологии, могат да се включат и по друг начин. Създавайки собствени приложения работещи върху Socialwok и Google Apps платформите, които могат да се дистрибутират и продават на платените акаунти, ако са наистина полезни. За повече информация разгледайте сайта на мрежата.

Интеграцията на Socialwok с различни технологии на Google, както и с очаквания Google Wave, ни кара да се радваме на подобни приложения, които са изключително полезни за управлението на различни екипи от хора. /NB/

## Бизнес идея

# Американец превърна тялото си в билборд

**Бившият маркетинг специалист Джейсън Седлър доказва, че ако не се сещаме за друг подходящ продукт на нашия бизнес, то това можем да бъдем дори ние самите.**



*Александър Александров*

Колко инвестиции са нужни, за да започнем малък бизнес? Много – биха отговорили мнозина и то главно от хората, които никога не са правили това. Никакви – би бил отговорът на американеца Джейсън Седлър и вероятно би добавил, че единствения актив, който трябва да имате, за да започнете ... сте вие самите. За него това твърдение важи в съвсем буквалния смисъл, защото младият маркетингов специалист успява да създаде собствена компания и да я превърне в печелившо начинание, предлагайки единствено рекламна площ върху собственото си тяло.

Подобно на мнозина млади американци, Седлър остава без работа преди малко повече от година, в следствие на глобалната криза. За разлика от мнозина, обаче той не търси решение по традиционния начин – изпращайки десетки CV-та на мейлите на HR отделите, а съзира в безработицата възможност

## сам га поеме контрола

върху своя живот. През миналата година Джейсън основава своя собствена компания I Wear Your Shirt с единствен предмет на дейност – предлагане на услугите си като своеобразен „жив билборд“. Днес той има зад гърба си (в буквалния смисъл на този израз) десетки американски компании – от малки, до големи корпорации и от финансовите услуги, до корпоративните решения за обединени комуникации.

„Всъщност това е една доста проста идея и аз съм едно обикновено момче. Продавам всеки ден от годината при фиксирана цена – така 1 януари струва 1 щ. долар, а 31 декември – 365 щ. долара. Ще продавам всички 365 дни в годината, без изключение“ - споделя Джейсън от страниците на своя сайт - „Няма никаква тайна и аз не съм рок звезда, професионален атлет, манекен или каквато и да е сензация. Просто съм страстен почитател на маркетинга, достатъчно активен човек съм и обичам да постигам целите си.“



## Какво получавам клиентите му?

Компаниите, които заложат на нестандартната жива реклама, трябва просто да изпратят по електронната поща изображението, което трябва да бъде отпечатано върху фланелката, в съответната големина. След това Джейсън поема ангажимента да носи фланелката през съответния ден, да се разхожда на публични места, да се снима във видеоклип, който да публикува в YouTube и Ustream.tv, да публикува снимки в своя блог (<http://iwearyourshirt.com/blog/>), както и в сайта за хостинг на изображения Flickr, да напише коментари в блога, във Facebook и в своя фирмен Twitter – акаунт, както и да включи фирменото лого и уебсайт на клиента в своя календар. И всичко това – за всеки отделен ден от съответната рекламна кампания.

Успехът на младежа е безспорен (календарът му за 2009 г. отдавна е запълнен) и според мнозина се дължи на умелото съчетаване на оригинална идея с оптималното използване

## Възможностите на социалните мрежи



и web 2.0 средства за комуникация. Показателно е, че само последователите на Джейсън в Twitter са над 17 000. „Винаги съм мислил креативно и разбира се, винаги съм носил тениски, като всеки друг. Когато проектът „Million Dollar Homepage“ стана сензация преди години, аз осъзнах, че трябва да има нещо подобно, което би могло да донесе успех и на мен“ - посочва младежът. Подобно на популярния от близкото минало уебсайт, чиито създател стана милионер от продажбата на пиксели, Джейсън Седлър разчита и на силния ПР ефект, който се дължи на уникалността на идеята му. Във виртуалния пресрум към сайта на неговата фирма, можете да видите линкове към над сто публикации за него във водещи издания и новинарски агенции, сред които New York Times,

LA Times, Reuters, The Daily Telegraph, CNN, MSNBC, CBS и много други. Не липсва и отразяване в популярни онлайн услуги, като Yahoo!, AOL.com, както и в регионални медии. Всички тези публикации предизвикват интереса към сайта на Джейсън, което генерира

## огромен брой посещения.

А това оправдава напълно средствата, вложени от неговите клиенти в рекламата.

„Имам много гъвкава програма, така че ако искате да ме видите на избрано от вас специфично място за бизнес, просто ми изпратете email! Аз ще взема видеокамерата си и ще документирам всичко“ - обещава младият предприемач от страниците на сайта си. Той прави уговорката, че носи тениски в X – размер, както и че фланелките не е задължително да са с корпоративно лого. Всеки желаещ може да наеме Джейсън, за да си направи нестандартен майтап, изненада на своята любима или поздрав към приятели. Има разбира се и определени ограничения в тематиката на рекламните, които също са описани на сайта.

За онези, които все още си мислят, че



## идеята е налуничава,

ще добавим, че очакваните приходи на Джейсън през 2009 г. са около 83 000 щ. долара., при средна годишна заплата в САЩ от около 32 000 щ. долара. Разбира се, младежът не е натрупал милиони и едва ли някога ще влезе в класацията Топ 500 на сп. Форбс, но успехът му е безспорен в сравнение със собственото си положение, докато е бил безработен, както и в сравнение със съдбата на хилядите американци, които през последните месеци си стоят в къщи и изпращат CV-та. Джейсън може би ще има проблем в момента, когато реши да превърне бизнеса си

в система, работеща без неговото участие. Към момента обаче той се радва на добри приходи, стабилен малък бизнес от типа „self – employed“, постоянен интерес от страна на потенциални рекламодатели, както и относително ниски разходи по дейността.

Освен това предприемачът

## Вече мисли и за създаването на екип,

наемайки още един младеж, който да прави същото като него. „През 2010 г., когато закупите един ден от [www.iwearyourshirt.com](http://www.iwearyourshirt.com), вие ще получите двама души, които ще носят вашите фирмени фланелки. Аз ще правя това тук в Джаксънвил, Флорида, а Еван Уайт ще носи фланелка с размер L в Лос Анжелис, Калифорния“ - споделя Джейсън. Това означава също и два комплекта от видеоклипове, снимки, както и постинги във всички изброени по-горе социални мрежи. Интересът към неговите услуги продължава да е голям, а всички дни от януари, до юли 2010 г. са напълно заети. Според младия маркетингов специалист, неговият успех се дължи на достъпната и ценово – ефективна реклама, която привлича малките фирми с ограничен маркетингов бюджет, както и в готовността на по-големите рекламодатели да експериментират в нови тактики и комуникационни канали. Популярността на банерната реклама продължава да спада, а всеки рекламен канал, включващ персонална ангажираност на своя създател, се възприема много по-добре от традиционните средства. /NB/

Успял предприемач**Иво Боскарол** *Словения*

**“За да бъдеш различен, винаги си поставяй прекалено високи цели.”**

ОБРАЗОВАНИЕ	Икономически науки
КОМПАНИЯ	<b>PIPISTREL d.o.o., Ajdovscina</b>
АДРЕС	Goriska Cesta 50a 5270, Ajdovscina, Slovenia
E-MAIL	info@pipistrel.si
ИНТЕРНЕТ АДРЕС	www.pipistrel.eu
СЕКТОР	Авиация и космонавтика
УСЛУГИ/ПРОДУКТИ	Експериментални самолети
СЪЗДАДЕНА	1987 г.
СЛУЖИТЕЛИ	47

**КАК РЕШИХ ДА СЕ ЗАНИМАВАМ С БИЗНЕС?**

Всичко започна от моето хоби и от желанието ми да имам принос за света на авиацията.

**МОЯТ МОДЕЛ НА ПОДРАЖАНИЕ ЗА ЗАПОЧВАНЕ НА БИЗНЕС**

Няма. Вместо модел на подражание, най-значимата движеща сила бе предизвикателството да покажа, че мога да успея с високотехнологичен продукт дори в неблагоприятна бизнес среда.

**КАКВО МИ ПОМОГНА НАЙ-МНОГО?**

Разбирането от страна на моите колеги, нестандартното мислене, основните познания по икономика от колежа, както и възпитанието, получено от моите родители.

**НАЙ-ГОЛЯМОТО МИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО ДОСЕГА.**

Определянето на нови стандарти в авиацията чрез моите продукти и създаването на нови категории авиационна дейност в устойчива среда с остарели стандарти.

**НАЙ-ХУБАВОТО В ТОВА ДА СИ ПРЕДПРИЕМАЧ Е...**

... независимостта, да носиш отговорност само за себе си като компания и фактът, че за теб не съществуват ограничения - единственото ограничение е твоето мислене.

**МОЯТ СЪВЕТ КЪМ ТЕЗИ, КОИТО ПЛАНИРАТ ДА ЗАПОЧНАТ БИЗНЕС**

Никога не се страхувайте от по-големите и по-силните. Вместо това си поставяйте прекалено високи цели и вярвайте в постигането им! Истинските препятствия съществуват само във вашето съзнание. Ако сте уверени в себе си, препятствията се превръщат в решения.

**Източник:**

Европейска комисия, “Тайната на успеха. Съвети от европейски предприемачи”, Люксембург:  
Служба за официални публикации на Европейските общности, 2009