New Business

ИЗДАНИЕ ЗА СТАРТИРАЩИ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Брой 32, 21.12.2010

http://www.newbusiness.bg

## АКЦЕНТИ В БРОЙ 32

**СЪВЕТИ ЗА ПРЕДПРИЕМАЧИ ОТ MIT STARTUP BOOTCAMP 2010**
Поредната доза ноухау от Масачузетския технологичен институт...стр. 7

**КАК ДА СЪЗДАДЕМ МАГАЗИН ЗА ДРЕХИ ВТОРА УПОТРЕБА С МАРКАТА MANIA**
Предложението на водещата second hand верига у нас ..... стр. 10

**ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ФРАНЧАЙЗ КЪМ НОВАТА ХОТ ДОГ ВЕРИГА КЕН**
Компанията предлага разпознаваема марка и качествени продукти .....стр. 13

**ДЕСЕТ ПРЕПОРЪКИ ЗА УСПЕШЕН МАЛЪК БИЗНЕС**
Какво може да направи държавата за дребните предприемачи..... стр. 16

# ДОБРИ НИШИ ЗА БИЗНЕС И ПО ВРЕМЕ НА КРИЗА

СТР. 4

## Ambitio пуска на пазара у нас нови Home Automation решения

Доставчикът на технологии за дома Ambitio пуска на българския пазар ново поколение решения за домашна автоматизация (Home Automation). Това е концепция, позволяваща интелигентното управление на всички електрически инсталации в един дом или офис. Предлаганите от Ambitio системи са произведени от лидери в Home Automation сектора, като Bticino, Legrand, Netdothome, Schneider Electric и др.

„Домашната автоматизация позволява не само да се чувствате по-удобно в своя дом, а и да спестите време, да живеете по-сигурно. Home Automation е концепция, която ни позволява едновременно да намалим разходите си и да живеем в унисон с околната среда. Убедени сме, че предстои революция в този сектор и тя няма да подмине и нашата страна. Затова решението ни да се насочим към него, предлагайки едни от първите цялостни решения за автоматизирана домашна среда, беше съвсем естествено„ - посочва Димитър Христов, собственик на фирма Ambitio.

„Добрата новина е, че броят на компаниите в сектора за домашна автоматизация се увеличава непрекъснато и от смятана за екстра, достъпна само за по-заможни хора, тази технологична сфера вече се превръща в необходим и достъпен елемент от всеки модерен дом„ - убеден е Димитър Христов. Фирма Ambitio вече стартира и нов сайт, посветен на домашната автоматизация - http://www.homeautomation.bg/ , а всеки желаещ може да се увери във възможностите на решенията в новоизградения демонстрационен център на адрес Бул. България, N 60 – шоурум Ambitio.

### START IT SMART ОРГАНИЗИРАТ ЛЕКЦИЯ НА ТЕМА ИНВЕСТИРАНЕ

Клубът Start IT Smart, който се занимава с подкрепа на стартиращите предприемачи, ще организира лекция на тема „Инвестиране за предприемачи„. Тя ще се проведе в Аудитория 325 Мусала на Факултета по математика и информатика на Софийския университет, на 22 декември. Началният час е 18:00 ч., а от 20:00 ч. ще има парти за участниците.

Лектор е Ивайло Пенчев, основател на проекта Walltopia, който има достатъчно пространен опит по темата. Събитието е насочено към всеки, който иска да стартира собствен бизнес или вече е стартирал такъв, но продължава да е отворен към нови знания по темата. Тя е подходяща и за хора, които нямат намерение да стават предприемачи, но все пак биха искали да чуят още една гледна точка за това как може да протече животът им.

### MOCHI MEDIA ИНВЕСТИРА В НАЧИНАЕЩИ РАЗРАБОТЧИЦИ НА ИГРИ

Компанията Mochi Media, която през март тази година анонсира своя фонд за инвестиране в разработчици на онлайн игри от целия свят, вече е вложила 400 000 щ. долара в 20 малки екипа, съобщиха днес нейни представители. Първите три игри, направени с парите на щатския фонд, дори вече са готови - Planetary Conflict, Toxers и Feed the King.

Общата сума, която Mochi Media планира да вложи в гейм фирми или просто екипи от програмисти, е 10 млн. щ. долара, като условието е създадените от тях игри да бъдат достъпни само на сайта MochiGames.com. Компанията партнира с разработчиците по различен начин - чрез спонсорство, лицензиране или чрез издателски договори за техните продукти. За сега тя е подкрепила фирми от Южна Америка, Европа и Югоизточна Азия.

### УДЪЛЖИХА СРОКА ЗА ФИРМЕНАТА ПРЕРЕГИСТРАЦИЯ

Пререгистрацията на фирмите в Търговския регистър, която трябваше да приключи до края на 2010-а  се удължава до края на 2011 година. Това решиха депутатите от правната комисия късно вечерта в сряда, 15 декември. Първоначалната идея беше срокът да бъде удължен с шест месеца ( до края на юни 2011-а), но заради огромния брой дружества, които не са се пререгистрирали,крайната дата ще бъде изтеглена с цяла година. По данни на Агенцията пи вписванията, която стопанисва Търговския регистър до момента над 800 000 предприемачи все още не са подали заявленията си за пререгистрация. След пускането в експлоатация на регистъра, фирмите има-

## НОВАТА СЕРИЯ ПРИНТЕРИ НА HP АКЦЕНТИРА ВЪРХУ ВЪЗВРЪЩАЕМОСТТА НА ИНВЕСТИЦИИТЕ ЗА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Новите принтери, многофункционалното устройство (МФУ) и скенерът са проектирани, така че да помогнат на малкия и среден бизнес да увеличи продуктивността си и да намали консумацията си на електричество, консумативи и хартия:

- HP LaserJet Pro CP1025nw Color Printer (359 лева1) е най-малкият цветен лазерен принтер(2) и един от най-енергийно ефективните цветни лазерни принтери в света.(3)

- HP LaserJet Pro CP1525nw Color Printer (439 лева1) предоставя качествен печат с професионално качество от лесно за употреба, достъпно и компактно устройство.

- HP LaserJet Pro M1536dnf МФУ (579 лева1) увеличава ефективността посредством своите функции за печат, копиране и факс, докато предпазва активите на вашия бизнес чрез функция за заключване на факса.

- HP Scanjet Pro 3000 (859 лева1)сканира само с едно натискане на бутона. Скенерът е със система за двустранно сканиране и може да работи с различни медии от ламинирани карти до документи с размер А4.

Разширявайки ePrint портфолиото си за малкия и среден бизнес, HP продължава да помага на служителите да бъдат продуктивни на работното си място, като им осигурява възможност да печатат директно от мобилни устройства. И трите принтера, представени от HP тази есен, позволяват на представителите на малкия и среден бизнес да изпращат документи директно по имейл до регистрирания персонален имейл адрес на принтера, даден от HP.

ха на разположение 3 години за пререгистрация. Към момента едва 300 000 са изпълнили това задължение.
Дружествата, които пропуснат и новия окончателен срок, няма да минават през служебна ликвидация, а ще бъдат обявени на сайта на Агенцията по вписванията. Така всеки, който има интерес, ще може да поиска пререгистрация и обявяване в ликвидация по реда на Търговския закон.

Депутатите от правната комисия отхвърлиха идеята при пререгистрацията в регистъра да се вписват имената на всички акционери в дружествата. Идеята на правосъдното министерство беше по този начин да се дадат гаранции за прозрачност при упражняване на правата, произтичащи от поименните акции в акционерното дружество. От ведомството на Маргарита Попова предвиждаха и създаване на книга за акционерите, която да съдържа пълна и актуална информация за притежателите на поименните акции във всеки един момент. Народните представители обаче отхвърлиха и това искане.

### MICROSOFT НЯМА ДА ОТВАРЯ XBOX ЗА РАЗРАБОТЧИЦИ СКОРО

Игровата конзола Xbox 360 на Microsoft изглежда като перфектната платформа за независими разработчици на телевизионни приложения, а и потребителите явно обичат да гледат видео на този вид устройства. Засега обаче компанията не планира да отвори гейм конзолата си за външни разработчици, съобщиха нейни представители.

Вместо това Microsoft ще се фокусира върху развитието със собствени усилия на диференцирано медийно съдържание, достъпно през нейната онлайн услуга Xbox Live, което ще има за цел да разкрие пълния й социален потенциал. Компанията ще създаде и нови къстъмизирани потребителски интерфейси за гледане на видео.

### GOOGLE Е ПРИДОБИЛА СТАРТЪП ЗА МОБИЛНИ РАЗПЛАЩАНИЯ

Неотдавна Google интегрира в своята мобилна операционна система Android, както и в своите собствени „гугълфони„ Nexus-S, възможности за работа с технологията Near Field Communication, позволяваща пренос на данни на много близко разстояние. Това е важна иновация, защото ще позволи появата на редица нови приложения за разплащания и контрол на достъпа.

Преди броени часове блогът TechCrunch пък разкри, че интернет гигантът се е сдобил с част от своето ноухау в тази сфера от канадския стартъп ZetaWire, който компанията е придобила неотдавна.

# Добри ниши за бизнес и по време на криза

Дори и по време на криза, някой сектори в икономиката определено ги очаква доста розово бъдеще. В тях има „хляб“ за всеки предприемач, който се усети навреме и реши да се впусне в начинанието. Със следващите редове ще се опитаме да очертаем няколко от тях с надеждата, да сме полезни на хората, които се чудят с какъв бизнес да се захванат.

На първо място може спокойно да поставим

селския туризъм.

През последните 20 години туризмът в България имаше много висок темп на развитие, което доведе до ултра-урбанизиране и пренасищане на курортите. Логично бе това да предизвика отлив на платежоспособни туристи, които наистина търсят място за почивка. Така по-малките ниши постепенно започват да намират своето място в сектора.

Предимствата са няколко - възможностите за селски туризъм в България са неограничени, поради спецификата на нашата страна. Наред с това той дава алтернатива на масовия (индустриален туризъм), чиято материална база и туристически продукт характеризират вече една потискаща стандартизираност.

Не трябва да се пренебрегва и възможността за лесен достъп до свежи средства - селския туризъм се финансира по мярка 312 от „Програмата за развитие на селските райони“ на Европейският съюз, която стартира на 29 септември 2008-а. Може да се кандидатства с проекти на стойност до 400 000 евро, като максималният размер на средствата, който могат да се получат безвъзмездно е до 200 000 евро.

И разбира се, добрият пример от чужбина. Във Франция, Англия, Холандия, Ирландия, Германия, Испания и др. практикуването на селския туризъм се стимулира на национално равнище. Туристическите пътувания към села и селски местности заемат вече второ място след ваканциите на море.

Но всеки предприемач, решил да се впусне в това занимание, не трябва да пропуска и евентуалните трудности пред които ще се изправи. Лоша инфраструктура е най-сериозната пречка за развитието на селския туризъм. Второкласната и третокласната пътна мрежа на страната са в окаяно състояние заради липсата на средства и системно занемаряване през последните 20 години. В огромна част от селата липсва канализация, проблем е и осигуряването на течаща вода. Доскоро страната ни почти не отделяше средства да рекламира туризма си, а още по-малко пък селският.

## Био пчеларство

В момента био-то е модерно. И занапред ще става все по-модерно. Екологичните продукти стават все по-търсени, а един от най-печелившите сред тях е медът. Според експерти биологичното пчеларство се очертава като най-перспективната ниша за експорт на български хранителни продукти. Причината е, че през последните години производството на мед в Западна Европа и САЩ е намаляло с около 50% заради използване на генно-модифицирани организми и пестицидни замърсявания, които пораждат нови болести и вредители.

Плюсовете, които може да отбележим са най-вече природни дадености и традиции. Спадът в интензивното селско стопанство в България след 1989 г. наред с отрицателните си последствия за икономиката, откри много пространство пред биологичното земеделие и в частност биологичното пчеларство. Освен чистата природа, страната ни е един от известните производители на мед. А пък заради проблемите с популациите на пчелите, продукцията на пчелните биоферми се продава на още по-високи цени от обикновения мед.

И тук финансиране може да се осигури чрез програмите на Европейския съюз. Общо за „Агроекология“, тоест за биопроизводство и за други дейности, засягащи стопанисване на земеделска земя по начин, щадящ околната среда, за периода 2007-2013 са заделени 455 млн. евро. Или една четвърт от бюджета на програмата за развитие на селските райони.

Е, за да сме максимално обективни няма да ви спестим истината за административните пречки. Бюрократичните процедури по усвояването на европарите си остават много тежки. Именно това отказва много от кандидат - биофермерите. Изискваната задължителна сертификация на продуктите също не е евтина, което плаши хората и част от тях изобщо не искат да се захващат с биоземеделие.

Донякъде именно това прави процедурите при разплащането доста тромави - биопроизводителите, в това число и пчеларите са подложени на най-голям брой проверки и като правило получават всичките си субсидии последни.

Има и други две неща, за които всеки решил да се впусне в този тип бизнес трябва доста да внимава - отказът от използване на химични торове и препарати води до много по-често прилагане на ръчен труд, както и до използването на препарати на биологична основа, които са по-скъпи. Всичко това изисква подготовка и постоянно набавяне на информация за нововъведенията. Друг сериозен проблем е нелоялна конкуренция. По принцип дейността на биологичните пчелини е нормативно регламентирана и се контролира от сертифицираща организация. Контролът на сертифициращата организация удостоверя-

ва, че пчеларят практикува биологично пчеларство и продуктите, които произвежда са биологични пчелни продукти. Много продукти обаче се предлагат по магазините с етикети, на които стоят надписи БИО, ЕКО и т.н., но без да отговарят на изискванията на лицензираните сертифициращи организации. Това руши доверието на потребителите в истинските био продукти.

Друга изключително перспективна ниша, за която обаче са необходими по-сериозни инвестиции е изграждане на

## фотоволтаични мощности.

Европейският съюз сериозно набляга на производството на екологично чиста енергия. На всяка страна членка бе гласувана определена квота, която тя трябва да покрие, като за България целта е до 2020 г. 16% от крайното потребление да е от възобновяеми енергийни източници.

Електроенергията произведена от фотоволтаични централи, по закон се изкупува задължително по преференциални цени, при това за срок от 25 години. За инсталирана мощност до 5 киловата цената е 823 лв. за мегаватчас (без ДДС), а за централи над 5 киловата цената е 755 лв. за мегаватчас(без ДДС). Изградената веднъж система има дълъг живот (над 25 години), минимални разходи за поддръжка, сравнително кратки срокове за възвръщане на инвестицията (от 7 до 9 години, в зависимост от конструкцията) с оглед на дългия живот на цялата система, производство на екологично чиста електрическа енергия.

По данни на Българската фотоволтаична асоциация немалко инвеститори, готови да вкарат в този сектор стотици милиони евро, а това би помогнало на страната да се пребори с кризата. Подготвя се и създаването на Национален публичен регистър за възобновяемите енергийни източници, в който ще влязат и тези за фотоволтаични централи. Това ще извади проектите на светло и ще се види къде какви инвестиционни намерения има.

Разбира се и тук не всичко е по мед и масло. Необходимо е прецизиране на част от текстовете в Закона за възобновяемите енергийни източници. Например малки покривни проекти за фотоволтаични централи почти липсват, защото процедурите са сложни и скъпи. Ако някой иска да сложи няколко слънчеви панела на покрива на сградата си, е принуден да мине по същия път като за изграждане на голяма енергийна мощност.

# Съвети за предприемачи от MIT Startup Bootcamp 2010

ЧАСТ III

Продължаваме темата от миналите два броя с най-важните моменти от лекциите на предприемачи от конференцията на Масачузетският технологичен институт. Обзора е възможен благодарение на блогъра Jason L. Baptiste, който не само присъства на събитието през септември, но и в блога си прави кратко резюме на голяма част от презентациите.

## Stephen Wolfram (Wolfram Research) - Контролирайте съдбата си без външно финансиране

Много нови компании се фокусират около намирането на първоначален капитал поставайки се в позиция да бъдат изхвърлени от бизнеса който самите те са създали след време. Звучи тъжно, но това е практиката свързана с продажбата на дялове и сливания между отделни компании. Wolfram демонстрира че е възможно да контролирате своя бизнес като създавате компания с дългосрочни цели.

## Започнете с нещо което разбирате

Wolfram стартира Mathematica след дългогодишна работа в този бизнес сектор и желанието му да изрази ясно своете присъствие пред света. Когато създавате компания, която смятате да прославите на международно равнище вие имате определена привързаност към нея. Тази привързаност е близка до тази на фанатичните почитатели на даден продукт. Ще ви бъде доста по-трудно да продадете компанията си и ще се грижите за продуктите ви така сякаш са ваши деца, и никога няма да ги изгубите.

## Внимавайте с управителите които наемате

Wolfram е създал редица компании преди да основе Wolfram Research. Като най-голямата си грешка той отчита наемането на управители които не са на същата вълна като него. Това е причина за създаването различия между визията на продуктите и тяхното желание да останат в компанията. Заобиколете себе си с хора, с които искате да прекарате дълго време заедно.

## Може да правите готини изследователски проекти, когато сте собственици на компанията

WolframAlpha може би никога нямаше да съществува, ако Stephen Wolfram не беше собственик на корпорацията. Проекта е изключително голям и се нуждае от сериозен човешки и финансов капитал за да бъде реализиран. Контролирайки компанията, може би ще имате възможност да създавате проекти, които иначе едва ли ще може да осъществите.

*Chris Wanstrath – един от основателите на GitHub по време на лекцията си на MIT Startup Bootcamp 2010. Останалите презентации от събитието може да откриете тук: http://www.youtube.com/user/StartupBootcamp*

## Kevin Hale (Wufoo) - В поддръжката на клиентите се крие вашето тайно оръжие

Създавайте продукти отчитайки че ще се налага да ги поддържате в последствие

Ако си мислите да добавите страхотна нова функционалност с изключителна сложност и впечатляващи ефекти не го правете. Тази функционалност и ефекти ще се върне към вас като бумеранг от гледна точка на поддръжката. Мислете за нея като за основна част от бизнеса и как тя ще бъде засегната от функциите, които добавяте

## Измервайте емоциите

Измерването на емоциите е критично когато молите вашите потребители за обратна връзка. Wufoo са добавили в анкетата си за обратна връзка поле с въпрос как потребителите се чувстват попълвайки я. Те не са очаквали че много хора ще попълнят това поле, но в крайна сметка над 80 процента са го разписали. Това е измеримо с броя на отговорите за това какъв браузър ползват клиентите им.

## Персоналното отношение е в голям плюс

Служителите на Wufoo продължават да пишат ръчно благодарствени писма на своите клиенти. Повечето от нас имат негативни впечатления от поддръжката на редица продукти и услуги, за които плащаме и тези малки жестове могат да окажат голямо влияние на потребителите. Затова изненадайте своите клиенти с персонално отношение към тях. Дори след като знам, че Wofoo правят това, виждайки ги отново, продължавам да му се радвам сякаш е за пръв път.

## Ric Fulop (A123 Systems) - Фокусирайте се върху хората.

Ric е хардуерен тип, който е чужда територия за онлайн предприемачи като Jason L. Baptiste. Преди това е бил един от основателите на A123 Systems. Компанията се занимава с производството на литиеви батерии използвани в голяма част от съвременните устройства. Според него още от първия ден трябва да сте фокусирани върху хората с които създавате компанията.

## Посейте семената с един или двама души

Всяка компания стартира с един или двама ключови играча. Създаването на спойка между тях е ключът към дългосрочния успех на фирмата и нейните продукти. Въпреки че не създавате компания за да остане малка и впоследствие очаквате да се разрастнете първоначалните хора в отбора са от изключително значение за организацията.

## Открийте практични съветници

Създаването на хардуерна компания е изключително сложно начинание. Как да навлезете в света на хардуера или друга сложна територия където доверието е от изключителна важност. Открийте правилните съветници които имат практически опит в областта и може да използвате знанията им на заем. След като спечелите тяхното доверие, може да го ползвате за развитие на бизнеса си като цяло.

## Фокусирайте се върху инвеститора.

Парите са основния знаменател, когато набирате капитал. Всички инвеститори разполагат с тях и всички долари са зелени. Това което е от значение обаче е човека от другата страна и неговите познания в областта в която е вашата компания. Въпреки че нямам планове да създавам хардуерна компания, ако имах Ric би бил един чудесен инвеститор с който да осъществя контакт. Вашата фирма навярно ще решава много специфични проблеми и е добра идея инвеститорите ви да могат да ви дадат едно рамо, например с връзки в сектора към който се насочвате. Това е истинската дефиниция на „Инвестиция с добавена стойност“.

## David Cancel (Compete/Performable) - Данните служат за измерване на реалността

David Cancel от Performable бе последния говорител на събитието с полезна и много истинска лекция за многообещаващите предприемачи. Твърде често сме изключително впечатлени от прочитането на поредната история за успешни предприемачи или посещаването на конференция с известни лектори. Тази първична енергия често ни пречи да се вслушаме в реалността и да погледнем реално върху заобикалящите ни факти. Когато ентусиазмът ви е висок, често имате чувство че няма какво да се изправи на пътят ви. Но ето част от ключовите неща, които наистина имат значение:

## Бизнес плановете и демонстрациите са безполезни

Бизнес плановете и демонстрациите се провеждат в контролирана среда и често без обратна връзка от реалните клиенти. Често те не могат да оцелеят в реалният свят просто защото не са пригодени за него. Никой не се интересува от тях, затова и вие не трябва да ги превръщате в приоритет номер едно.

## Породете емоции

Едва ли искате да сте зациклили при преговори с инвеститори и да чувате мънкане и заучени фрази като „Това е интересно.“

*Performable е услуга за онлайн анализ и уеб метрики за маркетинг специалисти*

от тяхна страна. Вие желаете клиентите ви, инвеститорите и потенциалните ви партньори да са ентусиазирани така както и вие самите.

## Следете числата

Престанете да следите сайтовете за успели предприемачи и да слушате крайните истории за техният успех. Това което трябва да правите е да следите информацията постъпваща от вашите собствени клиенти. Измерването на обратната връзка, категоризирането и анализа и ви позволяват да си изградите реална представа за заобикалящата ви среда вместо да слушате преувеличенията или интригите от медиите.

Надеждата ни припокрива възгледите на Jason L. Baptiste направил резюме на събитието, което да служи едновременно като мотивация и предупреждение към всички предприемачи. Защото тук и сега е идеалният момент да стартирате вашата компания. Вие сте единствените, държащи ключът от бъдещето, което може да бъде светло или тъмно в зависимост от решенията които взимате. Да се надяваме, че скоро ще можем да отразим лично подобни събития, за да може и българските компании да са мотивирани да се включват все по-често в глобалния пазар. Skype го направиха, защо не и вие?

# Как да създадем магазин за дрехи втора употреба с марката Mania

КОМПАНИЯТА ПРЕДЛАГА СИЛЕН МАРКЕТИНГ, ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА, НОУХАУ И КОНСУЛТАЦИИ НА СВОИТЕ ФРАНЧАЙЗ ПАРТНЬОРИ

*В настоящия брой на NewBusiness.bg продължаваме да представяме възможностите за стартиране на франчайз бизнес, които видяхме на тазгодишното Франчайзинг Експо. Този път сме избрали за два бизнес модела: хот дог количките на КЕН са достъпни за почти всеки малък предприемач, без сериозни налични средства и без опит, докато откриването на магазин за дрехи втора употреба под марката Mania предполага наличието на около 35 000 лв. и е подходящ за предприемачи, които вече са натрупали някакви средства и търсят добри нови възможности за инвестирането им.*

Ако секторът на дрехите втора употреба ви е интересен за стартиране на бизнес, добрата новина за вас е, че най-голямата българска верига – Mania – вече има франчайзинг програма (http://www.shmania.net/bg/franchise.php). Компанията е на пазара от 14 години и вече е разработила успешна бизнес стратегия и рекламна концепция в резултат на което на пазара са наложени марките „Second Hand Mania“ и „Mish-Mash“. Към момента магазините на веригата са 26 на

територията на България и 3 в Букурещ – Румъния. Общата им търговска площ надхвърля 14 000 кв.м. а персоналът наброява повече от 350 човека. У нас търговски обекти има в градовете София, Варна, Плевен, Шумен, Добрич, Сливен, Търговище, Габрово, Русе, Кюстендил, Ямбол, Ловеч, Велико Търново, Карнобат, Севлиево, Хасково, Кърджали, Враца и Стара Загора. Компанията предлага възможност да се присъедините към марката, използвайки целия опит и утвърдени пазарни позиции на нейния екип.

## Възможности за франчайз

Можете да стартирате франчайз бизнес към марките „Second Hand Mania“ и „Mish-Mash“. И в двата случая ще полу-

чите успешен търговски модел за продажба на дрехи втора употреба и нови стоки, наложена и известна на българския пазар търговска марка, критерии и консултации при избора и наемане на подходящ магазин, както и гъвкава ценова политика. Освен това фирмата – франчайзодател ще ви предостави достъп до специален софтуерен продукт за регистриране на продажби и отчитане на складова наличност (ERP система), ще можете да използвате програмата „Лоялни клиенти„ на веригата, както и нейния оперативен електронен наръчник, съдържащ над 100 инструкции за управление на работния процес в магазин Мания. На практика вие ще получите инфраструктурата за голям бизнес, но без да сте инвестирали в такъв. Експерти от Mania ще ви предлагат по всяко време професионални консултации в областта на човешките ресурси, включващи набор, подбор и обучение на персонал, периодично атестиране, програми за мотивация на персонала и гъвкави схеми на заплащане. Веригата естествено поема ангажимена да ви осигурява стока, съобразена със сезона, както и във всеки момент да ви консултира за повишаване на продажбите.

## Първоначалната инвестиция

за старта на такъв бизнес е около 35 000 лв., за магазин на площ от 200 кв.м. Тя е за направата на магазина, включително магазинното оборудване, мебелите, рекламната табела, рекламните материали, стоката за две зареждания, софтуерната и хардуерна система, консумативите (закачалки, фирмени торбички, фирмено работно облекло, касови ролки, баркод ролки и други). Освен това инвестицията включва едномесечен депозит, дължим на наемодателя на обекта, първоначален наем за магазина, заплати на персонала и др. (Разходите са описани подробно в карето). От Mania са убедени, че инвестицията може да се възвърне за период от 6 до 12 месеца.

Не е необходимо да имам собствен или нает магазин преди да подпиша договора за франчайзинг. След подписването франчайзополучателят разполага със срок от два месеца да представи подходящ магазин за одобряване от страна на франчайзодателя. За 200 кв.м. магазин са нужни петима служителя, а за всеки 100 кв.м. отгоре – по още един човек. Стоката ще се закупува от Централния склад Варна или най-близкия регионален склад - в София, Стара Загора, Русе, Сливен, Ямбол или Ловеч. Производствената база на „Second Hand Mania“ се намира в гр.Варна, ЗПЗ (Западна промишлена зона) Пивоварен завод. На същото място се помещават централният офис и ръководството на фирмата. Представители на Mania ще проведат обучение, продължаващо минимум десет работни дни за управителя на магазина и пет работни дни за обслужващия персонал. То включва работа със складова програма, начин на осъществяване на продажби в търговския обект, шелфинг, начин на зареждане със стока. За населени места с над 50 000 жители франчайзополучателите не получават ексклузивност. Подобни са и условията за създаване на франчайзингов обект под марката Магазини „Миш-Маш“, но там първоначалната инвестиция е по-ниска (виж карето).

Не е без значение, че избирайки да бъде франчайзинг партньор на Mania, вие на практика приемате и фирмените ценности на компанията. Те включват лоялно и честно отношение към клиента, коректно и уважително отношение към служителя, стремеж към обучение и самоусъвършенстване, както и към промяна, професионализъм във всяко начинание, работа в екип, позитивно мислене и в резултат от първите седем – печалба. Мисия, записана на сайта на фирмата, е „Да бъдат нашите магазини място, в което обикновените хора да се чувстват като у дома си, да се забавляват и срещу малко изхарчени пари, да се почувстват необикновени.„ Наред с търговската дейност, Mania развива и хуманитарна дейност, насочена към финансово и материално подпомагане на помощни домове за деца и възрастни хора, събиране на средства за деца нуждаещи се от скъпо лечение и др.

### Необходима еднократна инвестиция за отваряне на магазин „Second Hand Mania“

| | | |
|---|---|---|
| Такса Франчайз (еднократна) | | ≈ 5 000 лв. |
| Наем на търговска площ/зала | за 200 м2 | ≈ 2 500 лв. |
| Депозит един наем | | ≈ 2 500 лв. |
| Персонал (бр.) заплати | 5 души | ≈ 2 500 лв. |
| Седмична база М1 (кг.) | 1000 кг. | |
| Необходима стока М1 за две зареждания | 2000 кг. | ≈ 9 000 лв |
| Необходима стока за първа седмица на откриване М2 | 650 кг. | ≈ 975 лв. |
| Разход за стока М1+ М2 | | ≈ 9 975 лв. |
| Касово оборудване | | ≈ 3 000 лв. |
| Оборудване за магазин щендери, закачалки, мебели | | ≈ 6 000лв. |
| Консумативи | | ≈ 500 лв. |
| Реклама и рекламни материали | | ≈ 3 000 лв. |
| Общо инвестиция | | ≈ 35 000 лв. |

### Необходима еднократна инвестиция за отваряне на магазин „Миш-Маш“

| | | |
|---|---|---|
| Наем на търговска площ/зала | за 150 м2 | ≈ 1 500 лв. |
| Депозит един наем | | ≈ 1 500 лв. |
| Персонал (бр.) заплати | 5 души | ≈ 2 000 лв. |
| Седмична база М1 (кг.) | 500 кг. | |
| Необходима стока М1 за две зареждания | 1000 кг. | ≈ 4 600 лв |
| Необходима стока за първа седмица на откриване М2 | 350 кг. | ≈ 525 лв. |
| Разход за стока М1+ М2 | | ≈ 5 125 лв. |
| Касово оборудване | | ≈ 3 000 лв. |
| Оборудване за магазин щендери, закачалки, мебели | | ≈ 4 000лв. |
| Консумативи | | ≈ 500 лв. |
| Реклама и рекламни материали | | ≈ 3 000 лв. |
| Общо инвестиция | | ≈ 20 600 лв. |

# Възможности за франчайз към новата хот дог верига КЕН

КОМПАНИЯТА ПРЕДЛАГА РАЗПОЗНАВАЕМА МАРКА И КАЧЕСТВЕНИ ПРОДУКТИ

Продажбата на хотдоци има едно безспорно предимство – за тях винаги ще има клиенти и ще остават предпочитана храна „на крак„ за мнозина – от ученици, до бизнесмени и държавни чиновници. На пръв поглед не трябват и много условия, за да започнем такъв бизнес. Ако наистина решим да го правим, обаче ще последват десетки въпроси – как да си намерим количка, какви продукти да използваме, как да ценообразуваме и да популяризираме своите хот доци в конкурентния сегмент на бързото хранене. Може би най-лесният начин да намерим лесно правилните отговори е като се доверим на

надежден франчайз партньор.

Съвсем от скоро една такава възможност предлага компанията КЕН АД, която вече има и хот дог верига със своята марка. Тя е на пазара от 1991 г. и е специализирана в произ-

водството на малотрайни и трайни варено-пушени колбаси. В разнообразния асортимент на КЕН са включени наденици, камчия, хамбургски и телешки салам, шунка, пастети, шпекови салами и разбира се, водещият продукт на фирмата – кренвирш КЕН. От фирмата твърдят, че качеството и вкусът са в основата на бизнес успеха й. На 24 септември 2009 г. в Стара Загора компанията откри своя нов модерен завод за колбаси, който гарантира навременните доставки на продукция.

На провелото се в края на ноември Франчайзинг Експо 2010 фирмата представи и за първи път публично оповести системата си за франчайз на колички за Хот-Дог КЕН. „Спонтанно изразените мнения на посетителите оцениха щанда на КЕН като най-атрактивния франчайз на изложението въпреки, че в непосредствена близост бяха разположени марки - лидери в хранителния бранш„ - споделят нейни представители.

## Какво ви предлага веригата Хот-Дог КЕН

С количките за хот дог КЕН (http://ken.bg/hot-dog-ken.html) вие може бързо и лесно да създадете собствен хот дог бизнес, като получите компетентна помощ по всички въпроси, които са от значение за стартирането. Компанията предлага модерна концепция за съоръжения, създадени за приготвяне на различни видове хот дог - от класически тип до вариации, съобразени с вкуса на индивидуалния потребител. Съществуват различни видове гарнитури, вкусове и стилове за приготвяне

на сандвичите, а оборудването на КЕН ще ви осигури достъп до максимално широк кръг от клиенти. Веригата предлага бърза възвръщаемост на инвестицията - добра рентабилност, удобна техника, опростен и лесен начин на приготвяне, както и популярен бранд с голямо продуктово портфолио и традиции в качеството. Не на последно място от нея вие ще получите и бизнес система, изискваща ниска инвестиция и минимално пространство. Освен това КЕН осигурява доказана и работеща система за продажба на продукт за бързо хранене, креативен и ефектен дизайн и брандинг. Компанията ще предостави на своите франчайзинг партньори също и рецепти и познания за приготвяне на различни видове хот-дог и други сандвичи. „Ние се стремим да предоставим на нашите собственици на франчайз, средствата и познанията да управляват чудесен частен бизнес, като продавате продукти, с които можете да се гордеете. Ние също поощряваме нашите собственици на франчайзи да изучат уменията, които ще им позволят да разширят и притежават повече от една количка за хот-дог КЕН„ - посочват франчайзодателите.

## Какви са предимствата на КЕН пред останалите участници в сектора?

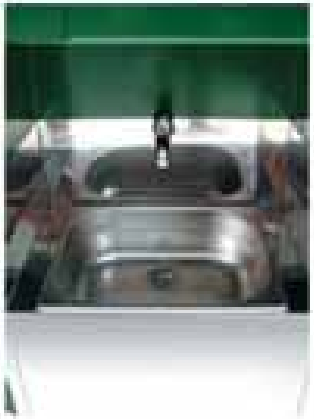
Според представители на фирмата, тя гарантира изключително лесна работа, предлага система, чиято задача е да помага на партньорите и обучава собствениците как да управляват бизнеса си по-ефективно. Освен това тя разполага със силна и развиваща се търговска марка. „Всеки хот-дог се приготвя по поръчка и пред клиента, и е създаден с качествени крен-

***Изборът на локация и район***

*Да бъде на достатъчно видимо и открито място*
*Да има голям човекопоток*
*Да няма в близост други търговски обекти, които предлагат аналогични продукти*

***Оборудването***

*Професионален грил тостер*
*Професионална скара*
*Професионален кренвиршовар*
*Шишове за хот-дог*
*Хладилно помещение*
*Мивка*
*Рекламни винили*



вирши КЕН, както и овкусители за направата на хот-дог. Към момента франчайзополучателите на КЕН са отворили повече от 30 нови обекта за продажба на хот-дог за последните две години на територията на България. Купувачите на системата за франчайз на КЕН посочват като основни предимства гъвкавостта при определяне на местонахождението, изключително ниската инвестиция и минимално пространство, наличието на популярен бранд с голямо портфолио и традиция в качеството, както и бързата възвращаемост на инвестицията. Освен това според тях франчайз моделът има добра рентабилност, а предимство е и опростеният и лесен начин на приготвяне. Експертите на КЕН работят в тясно сътрудничество със своите франчайз партньори и имат структури,чиято задача е да им при рекламата, поръчките за доставки и другите оперативни нужди.

### *Условия и изисквания*

*За да започнете бизнеса с хот доци КЕН, трябва да разполагате с фирма. Тя може да е ООД, ЕООД, ЕТ или дружество по ЗЗД. Правните отношения са уредени в детайлен договор, образецът на който се предоставя при поискване*

*Дали избраното от Вас мястото е Общинско или частен имот – не е от значение*

*Част от откриването на една количка за хот-дог КЕН е преминаването на обучение на всички лица, които ще са пряко ангажирани с дейността*

*Служителите трябва да са с фирмено облекло, което се предоставя безплатно на всеки служител*

# Десет препоръки за успешен малък бизнес

ИЛИ КАКВО МОЖЕ ДА НАПРАВИ ДЪРЖАВАТА ЗА ДРЕБНИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ

*Информацията е предоставена от Българска търговско-промишлена палата (БТПП)*

Навръх втората годишнина от приемането на плана за действие на Европейския Съвет „Законодателен акт за малкия бизнес“ и само няколко седмици преди Комисията да представи доклада си за него, БИЗНЕСЕВРОПА, ЕВРОПАЛАТИ и Европейската асоциация на занаятчиите, малките и средни предприятия (ЕАЗМСП) организираха съвместна инициатива в Европейския икономически и социален комитет, за да обсъдят с главните заинтересовани страни (решаващите органи на ЕС, представители на бизнеса и предприемачи) конкретните бъдещи мерки, които общността и националните законодатели трябва да предприемат във възможно най-кратки срокове, за да подобрят усилията си в посока прилагане на „Законодателния акт за малкия бизнес“ в Европа.

Бизнес организациите очертаха десет предложения във връзка с трите приоритетни теми определени от Съвета в плана за действие „Законодателен акт за малкия бизнес“ от декември 2008: достъп до финансиране, по-добро законодателство и достъп до пазари.

## За какво точно става дума? „Законодателен акт за малкия бизнес“: Десет препоръки за успешен малък бизнес

1. Реформа на финансовите пазари - необходим е балансиран подход при разработването на новите нормативни разпоредби на ЕС за банките (напр. изискванията към капитала). Важно е да се има предвид, че непропорционалните мерки биха повлияли негативно върху цената и достъпа до капитал за малките и средни предприятия и биха намалили потенциално значимия кумулативен ефект, който би се постигнал от съвместното прилагане на множеството мерки, които се обсъждат в момента.

2. Наличие на кредитиране - Необходимо е да се разработят допълнителни инструменти за гарантиране на кредитите, както държавни, така и частни, с цел създаване на ефективна и широко достъпна система за гарантиране на кредитите.

3. Разработване на алтернативни източници за финансиране на малките и средни предприятия - Тъй като възможността на банките да отпускат кредити в средносрочен план ще остане понижена, трябва да се предприемат мерки за повишаване на достъпа на малките и средни предприятия до капиталовите пазари и за създаване на по-добри данъчни стимули за инвеститорите.

4. Публични схеми - Публичните схеми за финансиране на малките и средни предприятия трябва да се усилят както на европейско, така и на национално ниво, с цел да се адресират

конкретните провали на пазара. Необходимо е тези схеми да се опростят с цел подобряване на достъпа на малките и средни предприятия до тях. Особено внимание трябва да се обърне на нуждата от финансова подкрепа при първо разширяване на иновативните компании, която е един от най-широко разпространените проблеми.

5. Да се подобри „оценката на влиянието" при разработването на законите - Необходимо е да се извършва систематична и независима оценка на влиянието (разходи-ползи), което оказват всички проекти за законодателните актове върху малките и средни предприятия, като се вземат предвид различните под-категории от това определение. Консултациите с представители на малкия и среден бизнес при разработването на първоначалната „оценка на влиянието" ще допринесат за този процес.

6. Систематично въвеждане и прилагане на принципа „само веднъж" - публичната администрация на всички нива (европейско, национално, областно и общинско ниво) трябва да се увери, че не изисква от предприятията да предоставят информация, която вече им е била предоставена по друг канал за комуникация.

7. При разработването на законодателните актове да се имат предвид нуждите на малките и средни предприятия - Принципът „да мислим първо за малките" означава, че в основата на всеки законодателен акт трябва да стоят най-малките предприятия, вместо да се правят изключения за тях или да се изключват изцяло от законодателните актове. Този принцип трябва да се прилага последователно в процеса на регулиране и въвеждане на всички нива: европейско, национално, областно и общинско ниво.

8. Електронна оперативна съвместимост - Комисията и държавите-членки заедно трябва да се стремят да се повиши електронната оперативна съвместимост на вътрешния пазар, по-конкретно до 2012 г. да се излезе с позиция по предложението заложено в Акта за единния пазар за приемане на общо решение за взаимно признаване на електронната идентификация и електронната автентичност в ЕС, и през 2011 г. да се преразглежда Директивата за електронните подписи.

9. Устав на Европейското частно дружество - Съвета, с подновената политическа подкрепа от Европейската Комисия, трябва да повиши усилията си за разрешаване на проблема с Устава на Европейското частно дружество - единственото законодателно предложение съдържащо се в „Законодателен акт за малкия бизнес", което не беше прието. Приемането на европейския патент също трябва да е приоритет, който е от изключителна важност за конкурентоспособността на европейските компании.

10. Интернационализация на малките и средните предприятия - призовава се Европейската комисия да приеме по-последователна стратегия за интернационализацията на малките и средни предприятия, основаваща се на принципите на комплементарността, постоянството и публично-частното партньорство.

БИЗНЕСЕВРОПА представлява повече от 20 милиона малки, средни и големи компании. Активни в европейските дела от 1958 г., членовете на БИЗНЕСЕВРОПА са 40 централни индустриални и работодателски федерации от 34 страни, работещи заедно, за да постигнат растеж и конкурентноспособност в Европа.

ЕВРОПАЛАТИ - Асоциацията на Европейските търговско-промишлени палати представлява повече от 20 милиона предприятия в Европа - 93% от които са малки и средни предприятия - чрез членовете си в 45 държави и Европейска мрежа от 2000 регионални и местни палати.

Европейската асоциация на занаятчиите, малките и средни предприятия (ЕАЗМСП) е работодателска организация представляваща основно занаятчии, търговци и малки и средни предприятия от страните членки и кандидат-членки на ЕС. ЕАЗМСП има 85 членуващи организации, включващи над 12 милиона предприятия, с 55 милиона служители. ЕАЗМСП е европейски социален партньор.

# Ще превключи ли Европа на трета скорост?

ЕВРОПЕЙСКАТА ЦЕНТРАЛНА БАНКА (ЕЦБ) СЕ НУЖДАЕ ОТ ПЛАН Б В СИТУАЦИЯТА НА ЗНАЧИТЕЛНА НЕСИГУРНОСТ, СЕ КАЗВА В НОВО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ERNST & YOUNG

Икономиката на Еврозоната беше стабилна през по-голямата част от 2010 г., но през следващата година се очаква забавяне и ръст на БВП достигащ само 1,4% според последното проучване на изданието "Прогноза за Еврозоната" на Ърнст и Янг. Растежът, обаче, се очаква да бъде много неравномерен в 16-те страни. Имайки предвид основните рискове на хоризонта, ЕЦБ трябва да бъде в готовност да приложи съществени допълнителни мерки в подкрепа на европейската икономика в случай на криза.

Растежът на БВП за Еврозоната през 2010 г. се изчислява на 1.7%, малко по-добър от прогнозирания в предишното издание на Ърнст и Янг доклад „Прогноза за Еврозоната", но поглед към състава на растежа оставя малко място за самодоволство. Зареждането с нова стока съставлява 80% от расте-

жа за тази година, но по своята същност това е временно и в бъдеще ще изчезне. Голяма част от забавянето през 2011 г. се дължи на фискално затягане, което според последния доклад на Ърнст и Янг "Прогноза за еврозоната" ще възлиза на повече от 1% от БВП.

Мари Дирон, старши икономически съветник на изданието каза: „В Еврозоната вероятно ще настъпи бъркотия през тази криза. Въпреки това, дори и в този най-добър случай, растежът е силно зависим от северните страните от региона. Разликата с юга неизбежно ще нарастне. Освен това, всеки епизод на нестабилност на финансовите пазари прави много по-лоши сценарии все по-вероятни да се сбъднат."

## Европа на 3-та скорост

Германия води икономическото възстановяване на Еврозоната с ръст на БВП от прогнозираните през тази година 3,5% и 2,1% за следващата година с очакване да достигне нивото на БВП отпреди кризата до края на 2011 г., много по-рано, отколкото се очакваше първоначално. Както износът, така и наскоро вътрешният пазар са допринесли значително за възстановяването в Германия. Страни, тясно свързана с немската икономика, по-специално Словакия (2,8%) и Австрия (2%), също се очаква да нарастват през 2011 г. По-скромен ръст се очаква в други основни „северни" страни, включително Франция и Холандия (1.8% за двете).

Според доклада на Ърнст и Янг "Прогноза за еврозоната" се очаква ръст на БВП в периферните страни през 2011 г. в диапазона от -3.3% за Гърция до -0.7% за Португалия. Тези стойности могат да бъдат значително по-ниски, ако периферните икономики се изправят пред нови сътресения на облигационните пазари и необходимостта от допълнителни мерки за ограничаване на дефицита.

## Най-лошият сценарий предвижда подновяване на кризата

Обичайните неясноти около прогнозата на Еврозоната са увеличават от сегашната криза на държавния дълг. Според изданието на Ърнст и Янг "Прогноза за еврозоната" вероятността е само от 45% за относително благоприятния растеж от 1,4% през 2011 г. Също така вероятно (25%) е и по-бавното възстановяване тъй като намалялото вътрешно търсене се усложнява от банките, борещи се да възстановят своите счетоводни баланси пред перспективата за по-нататъшни сътресения. В такъв случай, ръстът на БВП ще се бори да достигне 1% през 2011 г. и едва 0,8% през 2012 г., в сравнение с 1,4% и 1,7% съответно като отправни точки.

Най-лошият сценарий (10% вероятност) е ескалацията на кризата на държавния дълг да доведе до значително преструктуриране на държавния дълг на периферните правителства в Еврозоната и в крайна сметка до пълен разцвет на финансовата криза. При такъв сценарий растежът на БВП за Еврозоната да бъде значително отрицателен, достигащ до -2%, дори -3 за няколко години, което ще залички всяка надежда за възстановяване, прогнозирано до момента. Ако този кризисен сценарий се осъществи през 2011 г., в края на 2014 г. БВП в Еврозоната все още ще бъде около 3,5% под нивото му отпреди кризата.

Марк Оти, регионален управляващ партньор на Ърнст и Янг за Европа, Близкия Изток, Индия и Африка, каза: „Непредсказуемостта на икономическата ситуация в Еврозоната прави все

по-трудно за търговските предприятия да планират бъдещето си. При преобладаващия песимизъм около растежа на БВП в много части на Европа, бизнесът остава консервативен по отношение на бъдещи инвестиции и планове за наемане на служители."

## Количествено улесняване може да повиши БВП с 2% до 2012 г.

Европейската централна банка (ЕЦБ) изглежда затвори вратата след Федералния резерв на САЩ и количественото улесняване за стимулиране на икономиката. Въпреки това, според проучването ако Еврозоната бъде засегната от нова криза ЕЦБ трябва да бъде готова да възобнови някои от мерките за ликвидност от 2009 г. и 2010 г. и не следва да изключва количественото улесняване като възможност.

Въздействието на втората фаза на количествено улесняване от Федералния резерв (QE2) в САЩ показва значителен потенциал за положително въздействие върху икономиката на САЩ. Това се подкрепя от наблюдаваните промени на финансовите пазари в САЩ след обявяването на QE2. Новият модел на ЕЦБ обхващащ цялата зона показва, че въздействието на количественото улесняване в Еврозоната може да бъде още по-значително, отколкото в САЩ и да повиши БВП с около 2% до 2012 г. Допълнителни положителни резултати биха се получили от по-високи цени на акциите и по-слабо евро.

Дирон коментира: „Притеснително е, че ЕЦБ изглежда е отхвърлила окончателно възможността за прилагане на количествено улесняване. Може да се окаже, че разполага с много малко ефективни средства за противодействие на негативния ефект от подновяване на кризата на държавния дълг в Еврозоната, което изглежда трудно за постигане предвид наличния набор от инструменти. Необходим е „План Б" за паричната политика в Еврозоната предвид рисковете от спад в растежа".

## Лихвените проценти да останат ниски до края на 2011 г.

Дирон сподели: „Стабилният ръст от първата част на 2010 г. може да е насърчил ЕЦБ да вярва, че възстановяването е в кърпа вързано и че Еврозоната може да удържи на по-строги валутни условия. Ирландската криза, обаче, разкри уязвимостта на икономиката на Еврозоната и необходимостта творците на паричната политика да приложат всички налични средства за ограничаване на негативните въздействия. ЕЦБ трябва да продължи да следи колебливото въздействие на фискалното затягане и развитието на финансовите пазари, за да е в готовност да предложи подкрепата си в случай на необходимост."

Според проучването на Ърнст и Янг "Прогноза за еврозоната" при дадените значително по-строги монетарни условия, след като ЕЦБ започна да ограничава заемите си към банковия сектор в Еврозоната, което тласка нагоре междубанковите лихви, лихвените проценти не трябва да се повишават преди втората половина на 2011 г.

## Тревоги на пазара на труда

Различията в икономическите условия се задълбочават особено в пазарите на труда в Еврозоната при актуални нива на безработица вариращи от 4,3% в Австрия до 20,5% в Испания. Това разминаване в нивата на безработица се очаква да остане значително през следващите няколко години. Равнището на заетостта в периферните страни се очаква в най-добрия случай да остане непроменено, усложнено от намаляване на работните места в обществения сектор и на негативното въздействие на ограничените правителствени бюджети върху частния сектор.

В същото време, в останалата част от Еврозоната, ръстът на заетостта се очаква скромно да набере скорост в хода на 2011 г. Като цяло, тези различни условия предполагат, че нивото на безработица в Еврозоната като цяло е малко вероятно да падне през следващата година и не се не очаква броят на безработните да падне под 15 милиона преди 2013 г.

Предстоят ни предизвикателни времена при все още висок риск от спад

Дирон заключава: „Нивата на ръст, постигнати през 2010 г. е малко вероятно да се задържат през новата година, тъй като рисковете от влошаване остават високи. По-нататъшно задълбочаване на сътресенията на облигационните пазарите в Еврозоната е възможно предвид продължаващите опасения за публичните финанси и банковия сектор. Ако това доведе до необслужване на държавни дългове, Еврозоната вероятно ще потъне отново в рецесия. В този контекст, Европейската централна банка трябва да поддържа гъвкава паричната си политика за известно време и да бъде в готовност да прибегне до инструментите, с които разполага.“

## България

Независимо от подкрепата от системата на валутния борд и добрите финансови политики, България претърпя 5% спад на БВП през 2009 г. Въпреки това, след 0.5% спад за първото тримесечие на тази година, БВП се възвърна към ръст от 0,5% през второто тримесечие, но БВП за полугодието е все още с 2,5% по-нисък от година по-рано. При неочаквано силната Еврозона, по-специално Германия, спомагаща за повишаване на ак-

тивността и износа, БВП на България отбеляза второ поредно покачване за третото тримесечие от 0,3%, при икономически ръст на годишна основа от 0.2%, първият годишен ръст за почти две години.

Възстановяването се задвижва почти изцяло от увеличение на износа с наченки на инвестиционно възстановяване в отговор на по-силно външно търсене. Потребителските разходи продължават да падат главоломно с повече от 7% през годината до третото тримесечие, като както правителството, така и домакинствата свиват разходите си в настоящата несигурна среда. Въпреки изненадващо стабилните нива на безработица - около 9% за м. септември, много ниското потребителско доверие, повишаващата се инфлация, (която достигна 3.9% през м. октомври) и поредното замръзяване на заплатите в публичния сектор за 2011 г. натежават на на потребителските кошници. В резултат на това потреблението на домакинствата се очаква да спадне с 3.1% за 2010 г. в допълнение към 6.2% за 2009 г.

Предвид продължаващите проблеми в Еврозоната, тласъкът на икономически растеж от износ също е вероятно да затихне до известна степен, вероятно намалявайки ръста на БВП за четвъртото тримесечие. В резултат на това прогнозираме спад на БВП като цяло с почти 1% през 2010 г. За 2011 г. прогнозираме връщане към умерен ръст от около 3,6% преди набиране на скорост до около 6% за 2012 г., но съществува все по-голям риск, в следствие на по-рестриктивна фискална политика с цел оптимизиране на бюджетния дефицит от очакваните 4,5% от БВП за тази година (в сравнение с първоначалната цел от едва 0,7%) до 2,5% за 2011 г. - ръстът да не достигне тези размери. Ръст на потребителските разходи от 2.4% се очаква за 2011 г. след спада през 2010 г., но рисковете от влошаване продължават да доминират прогнозите за търсенето, допринасяйки към фискалните проблеми, пред които се изправя правителството.

Въпреки че международна облигационна емисия в размер на 1 млрд. евро все още се планира за следващата година за увеличаване на резервите, относително ниското съотношение дълг/БВП и системата на валутния борд допринесоха за предпазване на икономиката от заразата на южноевропейската криза до този момент. Но слабата икономика на ЕС, (която поема 60% от износа, голяма част от който отива в Гърция) неизбежно ще се отрази на перспективите за растеж през следващите няколко години. Тъй като много българи работят в южните страни членки на ЕС със слаб растеж, като Гърция, Италия и Испания, паричните преводи от работниците зад граница (равняващи се на 3,3% от БВП) намаляха с 12% през 2009 г. и ще останат ниски през следващите години, предвид проблемите, пред които се изправят тези икономики.

Правителството все още се надява, че левът, който в момента е фиксиран към еврото, ще влезе в чакалнята за Еврозоната (ERM-II) през 2011 г., а през 2012 г. ще бъде приет и в Еврозоната. Но като се има предвид фискалната и дълговата криза в ЕС и последиците за бъдещите членове на Еврозоната (особено тези като България, които изпитват подобни на гръцките проблеми в отчета на фискалните данни), 2014 г. сега изглежда най-ранната възможна дата за влизане в Еврозоната.

# Как Общинския Гаранционен Фонд за малки и средни предприятия може да помогне на бизнеса ви?

В СЛУЧАЙ ЧЕ ИЗПИТВАТЕ ТРУДНОСТ С НАМИРАНЕТО НА КАПИТАЛ ЗА ВАШАТА ФИРМА, МОЖЕ ДА СЕ ОБЪРНЕТЕ ЗА ПОМОЩ И КОНСУЛТАЦИИТЕ КЪМ СПЕЦИАЛИЗИРАНИЯТ ОРГАН НА СТОЛИЧНИЯ ОБЩИНСКИ СЪВЕТ.

Общинския Гаранционен Фонд за малки и средни предприятия /ОГФМСП/ е учреден на 17.06.2002 г. с Решение на Столичен Общински Съвет /СОС/. ОГФМСП е специализиран орган на СОС, чиито средствата се образуват със заделяне на 10% от общинската приватизация и се натрупват в отделна сметка в Общинска банка.

Общинският гаранционен фонд гарантира кредити на фирми, само, които са регистрирани или развиват дейност на територията на Столична община. Фондът гарантира пред банките до 50% от кредита на малките фирми, но не повече от 100 хиляди лева. До момента ОГФМСП-СО е подпомогнал над 300 фирми, като е съдействал за отпускане на кредити за над 36 000 000 лева . В повечето случаи пред фонда кандидатстват с проекти не отделните фирми, а финансиращите институции, като ползата е двустранна - фирмата получава облекчено кредитиране, а банката увеличава броя на клиентите си.

Целите на ОГФМСП са провеждане на политиката на Столична община за подпомагане на малкия и среден бизнес на нейната територия чрез гарантиране на част от кредитния риск по кредити, предоставени целево от финансови институции на малки и средни предприятия, регистрирани или развиващи дейността си на територията на Столична община.

Целите на ОГФМСП се реализират чрез сключване на споразумения с търговски банки и други финансови институции, които осъществяват специални програми за кредитиране на малки и средни предприятия, разработване на схеми за гарантиране на кредити за малки и средни предприятия, които да определят размера и валидността на гаранциите.

## Дейността на ОГФМСП-СО се извършва по два начина:

* ОГФМСП-СО изпраща фирми – кредитоискатели до банките с писмо , като предварително проучва състоянието на фирмата, в което се цитира, че фондът е склонен да поеме гаранционен ангажимент към тази фирма след окончателното проучване на фирмата от страна на банката.

* БАНКАТА отправя предложение до ОГФМСП-СО за гаранционна подкрепа, придружено с одобрения от нея кредит.

## Ползи

Целта на ОГФМСП е да провежда политиката на Столична община за по-лесен достъп на МСП до кредитните институции и фондовете на ЕС, както и да осъществява консултиране на малките фирми по възможностите за кандидатстване по оперативните програми. В работата си ОГФМСП се придържа към приетата от Столичния общински съвет програма за работата на ОГФМСП-СО. При разработване на програмата си ОГФМСП се е съобразил с приоритетите на СО и с необходимостта ОГФМСП да провежда политиката за подпомагане на малкия бизнес на територията на Столична община.

## Изисквания към компаниите за поемане на гаранционен ангажимент

Фирмите, които кандидат за гаранционна подкрепа от Фонда трябва да отговарят на следните условия:

* седалището на фирмата е на територията на Столична община;
* бизнес-проектът на фирмата ще се реализира на територията на Столична община;
* покриват изискванията и критериите по Закона за малки и средни предприятия;
* фирмата трябва да разполага с обезпечение по кредита с минимална ликвидационна стойност по оценка на Банката в размер на 60% от сумата на главницата по кредита.

## Приоритети за подпомагане на МСП

Общинският гаранционен фонд подпомага с предимство, при равни други условия:

1. В зависимост от категорията предприемачи:

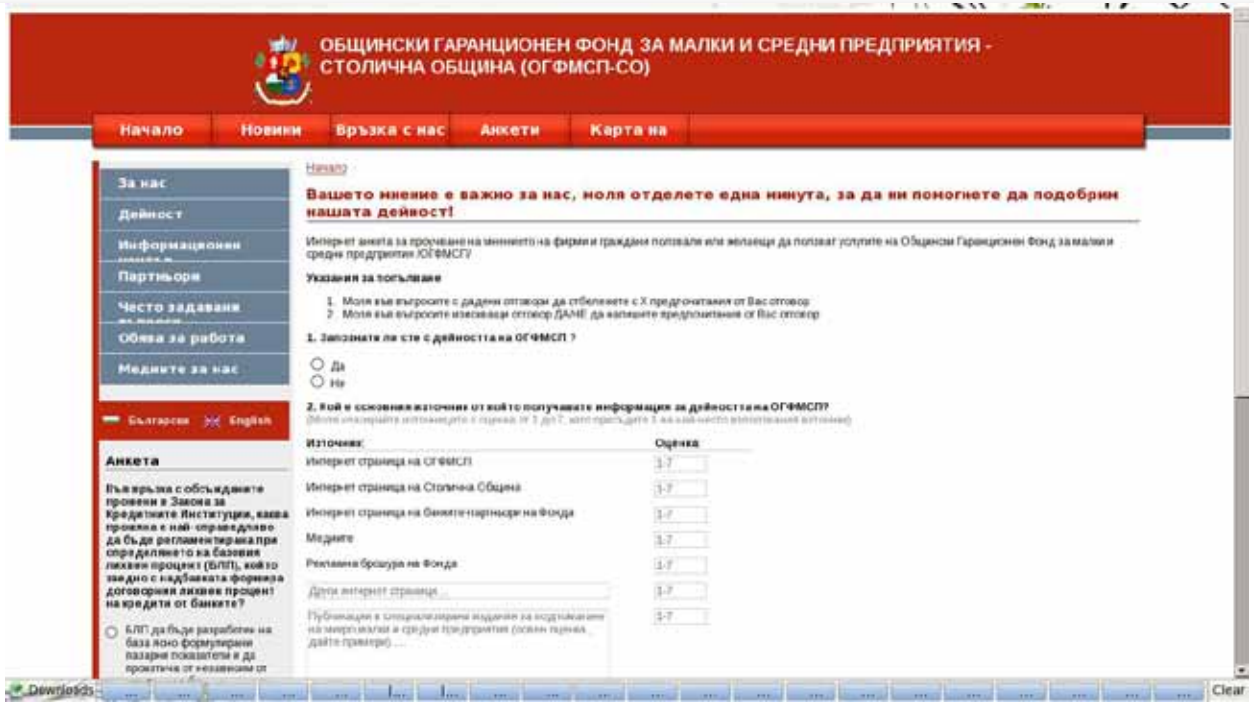
* жени-предприемачи;
* лица с увреждания;
* предприемачи до 30 годишна възраст;

2. В зависимост от вида на проектите за финансиране:

* развитие на бизнес в крайните райони и селища на Столична община;
* туризъм и в частност семейно хотелиерство и ресторантьорство;

* транспорт и транспортни услуги за населението;
* услуги, предоставяни от лекари, зъболекари, рехабилитатори и психотерапевти;
* услуги за свободното време - спорт, културни, младежки дейности;
* експортно-ориентирани производства;
* производство на екологично чисти продукти, както и на машини и оборудване, допринасящи за опазването и подобряването на околната среда;
* високите технологии и информационни услуги;
* трансфер на ноу-хау и обучение на кадри.

Можете да изтеглите формуляр за Искане за издаване на гаранция от страниците на фонда в Интернет на адрес: http://ogf-sofia.com/pub/res/docs/ISKANE_za_garanciq.doc.




*На сайтът на ОГФМСП можете да изтеглите формуляр за Искане за издаване на гаранция*

## Консултантска дейност на ОГФМСП

ОГФМСП извършва консултации на нуждаещите се малки фирми в следните области:

* услуги за разработване на проекти за кандидатстване по отворени грантови схеми по оперативните програми;
* счетоводни услуги;
* правни услуги;
* мениджърски услуги;
* услуги, свързани с получаване на международни сертификати - ISO 9001, 14001, присъждане на първоначален кредитен рейтинг и др.

Сред банките партньори на фонда са утвърдени институции сред които

* АЛИАНЦ БАНК БЪЛГАРИЯ АД
* БАНКА ДСК ЕАД
* БАНКА ПИРЕОС БЪЛГАРИЯ АД
* ОБЩИНСКА БАНКА АД
* ИНВЕСТБАНК АД
* ПЪРВА ИНВЕСТИЦИОННА БАНКА АД
* СИБАНК АД
* ТОКУДА БАНК АД
* ТЪРГОВСКА БАНКА Д АД
* ЦЕНТРАЛНА КООПЕРАТИВНА БАНКА АД
* ЮРОБАНК И ЕФ ДЖИ БЪЛГАРИЯ АД

Повече по темата може да откриете на: http://ogf-sofia.com