NewBusiness.bg

ALOE co. BUSINESS MANAGEMENT SYSTEMS

ИЗДАНИЕ ЗА СТАРТИРАЩИ ПРЕДПРИЕМАЧИ Брой 3, 13.07.2009

Акценти в брой 3 **http://www.newbusiness.bg**

Как да намерим инвеститор?

Съвети за привличане на финансови средства за начинанието ви ..... стр. 3

Интервю с Борислав Бориславов, управляващия партньор на Българска Мрежа на Бизнес Ангелите ... стр. 4

В кухнята на патентното облагане

Всичко, което трябва да знаете за патентния данък ..... стр. 6

Предстои създаването на първия български „стартъп гараж“

Малки фирми и фриленсъри ще използват съвместно офис и ресурси ..... стр. 12

Управлението на проекти като цялостен подход към бизнеса

Безплатни project management решения с отворен код ..... стр. 23

Редакционен коментар

БИЗНЕС СТАРТ ИЛИ ДОБРО ОБРАЗОВАНИЕ

Александър Александров

Предприемачеството и доброто образование са две от ключовите ценности на повечето развити икономики по света. Затова винаги ми е звучало до някъде парадоксално, че най-големите бизнесмени много често се оказват хора, които или не са завършили своето висше образование, или изобщо не са го започвали, или ако са взели дипломи от университет, след това са се захванали с нещо съвсем различно. Дори и да не броим най-богатият до скоро човек на планетата Бил Гейтс, списъкът на милиардерите без висше образование е доста дълъг.

Вероятно могат да бъдат търсени много причини за този феномен, но според мен ключовата от тях е, че истинските предприемачи уважават познанието прекалено много, за да си позволят да го ограничат до един лист хартия, наречен диплома. Те най-често са движени от стремежа си да променят статуквото и да изграждат новите обществени порядки, докато образователната система често е сред най-бавно променящите се институции. Динамиката на обществените промени е толкова бърза, че често виждаме как преподавателите се опитват да ни подготвят със средствата на миналото да решаваме проблемите на утрешния ден, за които днес дори нямаме представа.

Далеч съм разбира се от мисълта да убеждавам някого, че образованието не е важно и бих казал, че аз лично силно уважавам времето, прекарано в университета. От ключово значение обаче е да не се задоволяваме само с наученото през петте години на следване, а ежедневно да бъдем отворени към новите тенденции и възможности. Защото най-пагубен в съвременния бързо променящ се свят е житейският план: „Да се изуча – да си намеря работа по специалността – да дочакам години за пенсия, когато държавата ще се грижи за мен.“

Затова в новия брой на NewBusiness.bg ще откриете някои ценни материали, подсказващи ви как сами да вземете живота си в ръце и да подсигурите старините си, без да разчитате на фактори, намиращи се извън вас.

Специално предложение

ИЗЛЕЗЕ ДЕВЕТА ВЕРСИЯ НА BUSINESS INTELLIGENCE РЕШЕНИЕТО QLIKVIEW

http://businessintelligence.bg/

Шведската компания QlikTech представи деветата версия на своето Business Intelligence решение QlikView. Продуктът, който вече наложи нови стандарти за лесен и бърз достъп до бизнес анализи, с новата си версия става още по-достъпен за компании, независимо дали са малки фирми, или големи корпорации, без значение в кой бранш работят или каква платформа използват. Освен това новата версия разширява възможностите за достъп до бизнес информация навсякъде и по всяко време, включително като част от cloud – инфраструктура, на лаптоп или през мобилно устройство. В QlikView 9 са подобрени производителността, скалируемостта, възможностите за справки и достъпът до данни в реално време. Новата версия вече е достъпна и у нас и се предлага от консултантската компания Балкан Сървисис (http://balkanservices.bg/), която е партньор на QlikTech за България.

Сред най полезните нови функции в QlikView 9 са:

– Enterprise Manageability (управление на ниво големи корпорации) – възможности за мащабно разгръщане, поддръжка на значителни обеми от данни, информация в реално време и PDF справки;

– Достъп през Cloud (разпределена) – инфраструктура, посредством Elastic Compute Cloud (EC2) услугата на Amazon;

– QlikView Mobile – клиенти за Java Mobile и iPhone;

– QlikView Personal Edition – безплатен инструмент за разработка на персонализирани приложения, базирани на QlikView;

– По-лесна и достъпна употреба, включително подобрена визуализация и възможности за търсене на информация.

“BI индустрията е в процес на сериозна трансформация. Движещите сили за всяко внедряване днес са факторът time to value, както и по-лесното използване на решенията и нашият значителен ръст до момента е доказателство за този факт” - обяснява Ларс Бьорк, главен изпълнителен директор на QlikTech.

Мисъл на броя: „Ако животът ти даде лимон, направи си лимонада!“

Стартъп на броя

ФИРМА ЗА ПОЧИСТВАНЕ “ВЕТ КЛИЙН” ООД

Вет Клийн (http://www.vetclean.com) е нова почистваща фирма, която съчетава качествената работа, бързината и използването на професионална швейцарска техника. Основателите на фирмата са Васил Димитров, Емил Димитров и Тодор Градинаров, от чиито първи букви е съставено и името. Фирмата има млад и амбициозен персонал, специализиран в почистване на твърди и меки подови настилки, сухо изпиране на меки подови настилки, почистване на тапицерия, мебели, стъкла, щори, реклами, дограми, прах, превозни средства, санитарни помещения, умивалници, душ кабини, вани и дори джакузита. Сред специалните услуги, които Вет Клийн предлага е и „Комплексно почистване „след парти”. Всички уреди и аксесоари са тествани в изпитвателна лаборатория и отговарят на стандарта за качество ISO 9001.

„Ние работим с качествени и екологично чисти препарати, инвестирали сме в модерна техника, стремим се към бързо обслужване, коректно отношение и дискретност. Същевременно предлагаме услугите си на достъпни цени, които са по джоба на всяка фирма и дори на много домакинства“ - посочва Тодор Градинаров - „Убедени сме, че пазарът на почистващи услуги в България тепърва ще се развива, а същевременно има нужда от повече модерни фирми, които да предлагат качество и гаранции на клиентите.“

Тази страница ще бъде посветена на комуникацията между NewBusiness.bg и нашите читатели, партньори, както и блогъри, интересуващи се от темата за предприемачеството. Тук ще отделяме внимание на вашите въпроси, на идеите за развитие на изданието и на сайта http://newbusiness.bg/, различните съществуващи и нови инициативи в подкрепа на младите бизнесмени. Благодарим на всички, които вече ни писаха с предложения или въпроси и ще се радваме, ако нашите отговори ви бъдат от полза. Отново ще използваме възможността да ви информираме, че можете да комуникирате с нас както по мейл, така и в социалните мрежи Facebook (http://www.facebook.com/group.php?gid=98431610078) и Favit.bg (http://favit.com//?l=bg).

Editorial Network:
Дара Христова
Люба Славова
Александър Александров
Захари Димитров
Росен Цветков
+359 885 90 52 99
+359 898 60 61 12
+359 888 55 61 17
info@newbusiness.bg

Ценни съвети получихме от Иван Богданов в групата на NewBusiness.bg във Facebook. Ето какво ни е писал той:
Сменете формата на списанието. Варианта А4, особено както колоните са до долу, изисква постоянен скрол нагоре надолу за да се чете. Вероятно е мислено за печатно издание, но ако ще се набляга на електронното, предлагам да се премине към А5, форматиран да излиза по 2 страници на екран. Така цялата статия ще се вижда без скрол и ще се чете доста по удобно.

От екипа на NewBusiness.bg:

Благодарим ви за съветите и бързаме да отговорим, че NewBusiness.bg е замислено изцяло като електронно издание и никога не сме планирали да се появява на хартия. Иначе в момента обмисляме промяна във формата на изданието и разглеждаме различни варианти за това, тъй като много от Вас ни писаха, че сегашният формат не е най-удобния. Надяваме се до 1 – 2 седмици да сме готови с нов дизайн.

ВИЕ ПИТАТЕ, НИЕ ОТГОВАРЯМЕ

В миналия брой Даниела Любомирова ни попита как би могла да развие собствен бизнес в сферата на планинския и еко туризъм, в който тя има опит и интерес. Цялото писмо на Даниела можете да прочетете в Брой 2 на NewBusiness.bg (http://newbusiness.bg/userfiles/newbusiness2.pdf).

Даниела, благодарим ти за интересния въпрос и бързаме да посочим, че той е доста обширен, така че трудно можем да му отговорим в няколко реда. Първите стъпки, към започването на собствен бизнес включват ясно определяне на продуктите и/или услугите, които можеш да предлагаш в сегмента, който си избрала (в случая планинския туризъм), след което на база на тях ще можеш да определиш и своите потенциални клиенти. Изключително важна стъпка, която малките фирми у нас често пренебрегват, е изготвянето на бизнес план, който ще ти даде яснота, как би могъл да се развива твоят бизнес през следващите месеци и години. Освен това, ако си решила да кандидатстваш за кредит в банка или да търсиш друг източник на финансиране (например за закупуване на екипировка, превозно средство за транспорт на туристите, уебсайт и др.), бизнес планът е задължително условие, чрез което ще покажеш на потенциалните инвеститори, че имаш ясна представа за всички аспекти от дейността и си надежден партньор. При избора на юридическата форма (ЕТ, ООД, АД), под която ще развиваш дейността си, той също ще ти свърши добра работа, защото ще ти даде яснота колко голям ще е твоят бизнес в началото. Темата за еко туризма е изключително интересна и затова очаквай в някой от следващите броеве на нашето издание отделна статия, посветена на възможностите в този сегмент, както и на програмите, по които можеш да получиш финансиране от ЕС. Поздрави и успешни начинания!

Екип на NewBusiness.bg

Календар на управителя:

15.07.2009 г.
Еднолични търговци, облагащи се по общия ред: плащане на месечна авансова вноска за данък върху доходите за юли 2009 г.

Еднолични търговци, облагащи се по общия ред, които нямат задължение да правят месечни авансови вноски: плащане на тримесечна авансова вноска за данък върху доходите за второто тримесечие на 2009 г.

Физически лица-получатели на доходи по чл.29 от ЗДДФЛ, изплатени от лица, различни от предприятия и самоосигуряващи се лица, както и самоосигуряващи се лица, получатели на доходи по чл.29 от ЗДДФЛ, независимо от вида на платеца на доходите: внасяне на данъка върху доходите за второто тримесечие на 2009 г.

Физически лица-получатели на доходи от наем, факторинг, франчайз и други договори за предоставяне ползването на права по чл.31 от ЗДДФЛ: внасяне на данъка върху доходите за второто тримесечие на 2009 г.

Лица, задължени по ЗКПО за данъци върху разходите: плащане на данък върху представителни разходи, свързани с дейността, разходите за поддръжка, ремонт и експлоатация на превозни средства за управлението, социални разходи в натура за юни 2009 г.

Регистрирано по ЗДДС лице, извършило ВОД: издаване на фактура за ВОД при данъчно събитие от юни 2009 г.

Бюджетните предприятия с приходи по чл.1 от ТЗ и от наеми: внасяне на данъка върху за юни 2009 г.

Местни лица с финансови кредити с чуждестранни лица и вземания и задължения с чуждестранни лица: представяне на отчети за БНБ за второто тримесечие на 2009 г.

Лица, упражняващи хазартна дейност: внасяне на данъка върху приходите от помощни спомагателни дейности по смисъла на Закона за хазарта за Юни 2009 г.

Физическите и юридически лица, които предлагат нощувка в средства за подслон, места за настаняване и туристически хижи: плащане на туристическа такса за юни 2009 г.

Лица, облагащи се с корпоративен данък: плащане на месечна авансова вноска за корпоративния данък за юли 2009

Лица, облагащи се с корпоративен данък, които нямат задължение да правят месечни авансови вноски: плащане на тримесечна авансова вноска за корпоративния данък за второто тримесечие на 2009г.

20.07.2009 г.
Осигурители по извънтрудови правоотношения: подаване на декларация образец 1 за осигурителния доход и осигурителните вноски за юни 2009 г.

Оганизаторите на хазартната игра и телефонният или телекомуникационен оператор: декларираме за юни 2009 г. направените залози и данъка върху хазартната дейност от игри, при които залогът за участие е увеличената цена на телефонна или друга телекомуникацио

Телефонният или телекомуникационен оператор: внасяне за юни 2009 г. на данъка върху хазартната дейност от игри, при които залогът за участие е увеличената цена на телефонна или друга телекомуникационна връзка

Доставчици на услуги, извършвани по електронен път по реда на глава осемнадесета от ЗДДС: подаване на декларация за второто тримесечие на 2009 г.

Регистрирано по ЗДДС лице, извършило ВОП: издаване на протокол за ВОП при събитие от юни 2009 г., ако доставчикът не е издал фактура до 15 юни 2009 г.

НОВИНИ

Start UP Конференция 2009 ще се проведе през есента

Тазгодишното издание на Start UP Конференция - най-големия форум за стартиране и развитие на собствен бизнес в България – ще се проведе на 31 окт – 1 ноем и 7-8 ноември, през два поредни уикенда. Целта на събитието, организирано от Start UP Foundation (http://startup-bg.org/) е да стимулира предприемаческия дух и да покаже на младите хора как да превърнат своите идеи в успешен бизнес.
Конференцията ще включва networking сесии, в които се създава мрежа от контакти между стартъпи, инвеститори и хора, които искат да стартират; конкурс за най-добър стартъп; лекции и панелни дискусии с предприемачи и мениджъри, които ще дадат практически съвети в различни области, както и успешни истории на български предприемачи
Участниците в събитието традиционно са хора, планиращи да стартират или вече започнали свой бизнес. Конференцията ще се излъчва онлайн и всеки ще може да я гледа на живо, а сесиите ще се записват на видео и всеки може да ги гледа свободно на сайта на организаторите или да си ги изтегли.

Райфайзенбанк с корпоративен блог

На адрес http://blog.rbb.bg Райфайзенбанк пуска собствен блог, който дава възможност на потребителите да получават отговори на своите въпроси относно банкови продукти и услуги. По този начин банката създава форум за пряк контакт с клиентите си и с другите интернет потребители с участието на свои експерти и като част от стратегията си за развиване на съвременни комуникационни форми.
"Корпоративният блог на банката, ще ни позволи да осъществим директен контакт с нашите клиенти, да им даваме бърза информация, а те в реално време ще могат да задават своите въпроси и да публикуват коментарите си" - каза Ваня Ирибаджакова, Началник отдел "Комуникации и корпоративен секретариат" на Райфайзенбанк. "Като модерна финансова институция, ние се насочваме към нови и съвременни средства за комуникация и търсим допълнителни канали за контакт с настоящите и бъдещите ни клиенти" - допълни тя.
В корпоративния блог на Райфайзенбанк http://blog.rbb.bg ще се публикуват анализи, описания на продукти и услуги, събития и новини, любопитна информация от банковия и финансов свят. В същото време, читателите му могат да публикуват своите коментари и въпроси в интерактивен формат, като експерти на банката ще дават навременна информация по поставените проблеми. Блогът на Райфайзен е с удобен и ориентиран към интернет потребителите дизайн, публикациите се подреждат по хронологичен ред, като са разделени по различни категории (продукти, събития, информация за компанията и др.), а клиентите могат да търсят информацията, която ги интересува, по етикетите на всяка статия.

Как да намерим инвеститор?

Съвети за привличане на финансови средства за начинанието ни

Александър Александров

„Ще ми откраднат идеята" – това е може би най-често срещаната тревога на онези, които искат да стартират собствен бизнес, имат идея с какво да се захванат и се чудят дали да я споделят с по-заможни свои познати или направо с непознати, които имат достатъчно пари, за да ги подкрепят. Затова често се случва такива хора да предложат на своите потенциални инвеститори сделки от типа: „Аз ще ти кажа страхотна идея, а ти ми дай 1000 лв. и е твоя!" или „Като разработиш бизнеса, ще ми дадеш процент от печалбата". Още по-често се случва изобщо да не натрупат смелост, оставяйки своята идея да събира прах в някое чекмедже, докато някой друг не се сети за нея и не я осъществи.
Вероятно този тип потенциални предприемачи биха се учудили доста ако разберат, че

инвеститорите не крадат идеи

и рядко се интересуват от тяхното естество, но това, в което винаги биха вложили своето време и средства, са хората. Първо защото онзи, на когото е дошла една оригинална идея, вероятно и в бъдеще ще открива нови възможности за бизнес и нови пазарни ниши и е много по-ценен като личност, отколкото струва самата идея. И второ – защото често цялостната визия на автора на идеята и енергията, която той би вложил в нейното осъществяване са реалната движеща сила в бизнеса. И всеки друг, поставен да ръководи същия проект, едва ли ще разполага с тези две ключови за успеха на начинанието предимства. Затова е малко вероятно когато представите своята идея на потенциален инвеститор, той да ви я открадне или да я откупи, осъществявайки я без вас. Той би могъл да хареса предложението и да поиска да работите заедно или да не го хареса и да ви изпрати до вратата, но можете да сте сигурни, че

преди всичко ще оценява вас

самите, начина ви на мислене и предприемчивостта ви.
И все пак как да намерим човек, който би вложил собствените си пари в проект, само защото ние сме убедени, че начинанието ще бъде печелившо. Парадоксално е, но светът е пълен с предприемачи, които дори не могат да си представят, че ще намерят някой, който да инвестира в идеите им и същевременно – с инвеститори, търсещи свежи проекти, в които да вложат своите средства. При това и потенциалните предприемачи, и собствениците на капитал често изпитват трудности

да открият подходящия партньор,

на когото да се доверят.
Възможностите да привлечем финансиране са разнообразни и започват с финансовата подкрепа от страна на семейството, роднините и приятелите. Практиката в световен мащаб е от този най-близък източник на финансиране да се привличат до 10 000 евро, но у нас границата вероятно е по-ниска. Тази група инвеститори се характеризира с това, че най-често няма добри познания относно пазарния сегмент, в който планирате да стартирате бизнес и водещият мотив обикновено са добрите ви лични взаимоотношения. Понякога тези хора са склонни да ви подкрепят дори и без ясни договорености какво ще спечелят те от проекта, а като гаранция най-често служат вашите добри отношения.
Следващата група инвеститори включва

богати физически лица,

склонни да вложат парите си в нови бизнес начинания. Те често са успели мениджъри със сериозен опит в бизнеса, а понякога – и в сектора, в който планирате да стартирате. В много страни по света е прието този тип източници на финансиране да бъдат наричани бизнес ангели, а според статистиката те най-често са готови да вложат в една нова компания до 250 000 евро. В случай, че сте изгубили оптимизма си покрай световната икономическа криза и не вярвате, че точно в този момент някой ще даде пари точно за вашето начинание, е добре да посочим, че в известна степен

кризата дори увеличава шансовете ви.

Просто защото богатите хора вече имат значително по-малък избор в какво да вложат парите си, пазарите на ценни книжа или недвижими имоти днес трудно могат да им донесат възвръщаемост и капиталовложението в нови бизнес начинание е сред най-добрите възможности. Как да се свържете с такъв инвеститор, четете в интервюто с Борислав Бориславов, управляващ партньор на Българска Мрежа на Бизнес Ангелите, което следва на стр. 4 в настоящия брой. Това е единствената у нас работеща организация, посветена на осъществяването на контакт между стартиращи предприемачи и бизнес ангели. Тя вече обединява 20 инвеститори, а очакванията са техният брой да нараства.

Първата книга за предприемчиви SPA мениджъри вече е на пазара

По време на традиционното специализирано изложение за фризьорство, козметика, маникюр, педикюр, SPA и уелнес услуги Arena Professional беше представена първата книга за предприемачи в бюти сферата. Авторът Йордан Йорданов представи първо на посетителите на националното изложение своя „Наръчник по предприемачество", който е плод на 6-годишни изследвания и наблюдения на пазара. Всички засегнати теми, практики и съвети са адаптирани към българските условия, дават знания и „сверяват часовника" на всички работещи в бранша и желаещите да се включат в тази предпочитана пазарна ниша.

Правилата за бизнес и успешно наложени практики в сферата на бюти, SPA и уелнес услугите и туризма в България все още няма. Всички, които са решили да се занимават с този тип предприемачество имат нелеката задача да разучат всички условия, законодателни изисквания, да определят маркетингова и мениджърска стратегия, да съберат и изградят добър екип по свой начин и усмотрение, разчитайки само на личните си усещания. Често се ползват преводни текстове и материали от чужбина, които обаче са не приложими у нас и дори могат да доведат до лоши резултати.

Добрата новина е, че вече има кой да помага на бизнеса – първият „Наръчник по предприемачество в българските условия, в сферата на бюти, SPA и уелнес услугите и туризма". Читателите ще могат да се запознаят с различни прагматични и рационални критерии, изисквания, методи и похвати за успешно развитие на собствен бизнес в бюти сектора в рамките на квартала, селището или курортния център. Това е едно предизвикателство към ученолюбивите, постоянно заети инвеститори и мениджъри на стартиращи и утвърждаващи се предприятия в тази специфична индустрия.

Това е книга за хората, които са достатъчно иновативни и амбициранни да доведат до успех начинанията си. Предназначена е и за учащите във висшите учебни заведения, професионални гимназии и колежи, които искат да разширят знанията си и да добавят в уменията си know-how за една нова и неразработена пазарна ниша, която има нужда от качествени кадри на всички нива. Йордан Йорданов е доктор по икономика, консултант по здравен, СПА и Уелнес туризъм. Автор е и на книгите "Маркетинг на българския балнеологичен туризъм", "Спа и уелнес туризъм", "Спа и уелнес с дъх на вино и история".

В България има много качествени предприемачи

Специфично за бизнес ангелите е, че те могат да ви помогнат не само със средства, но и с ноухау, контакти и опит, обяснява в интервю пред NewBusiness.bg управляващият партньор на Българска Мрежа на Бизнес Ангелите (http://www.bban.eu) Борислав Бориславов

Въпросите зададе Александър Александров

Г-н Бориславов, от кога съществува Българската мрежа на бизнес ангелите и с какво точно се занимава тя?

– Българската мрежа на бизнес ангелите е създадена в края на 2007 г., а официално развива дейност от май 2008 г. Основната й цел е да свързва търсещите финансиране предприемачи с неформални, частни инвеститори или т.нар. „бизнес ангели". Ние осъществяваме връзката между тези, които имат реалистични идеи, разполагат с предприемачески усет, но нямат необходимия капитал и успешните инвеститори, които проявяват интерес към бизнеса в България и страните от региона на Югоизточна Европа. Стремим се да се превърнем в успешен и познат инструмент за насърчаване на финансирането и инвестициите в региона и да се наложим като фактор за развитието на предприемачеството в Европа. От юни 2008 г. сме пълноправен член и на Европейската мрежа на бизнес ангелите. Ключови ценности в дейността на организацията, превърнали се в правила в работата ни са доверието, конфиденциалността, прозрачността, етичността и партньорството. До средата на тази година пред нас бяха представени петдесетина проекта на предприемачи, а броят на ангелите в мрежата ни е достигнал двадесет. Над 50% от проектите са в сектора на информационните технологии.

Понятието бизнес ангел е ново за България, но е добре познато в световен мащаб. Можете ли да разкажете малко повече за този модел на финансиране?

– Бизнес ангелите са неформални инвеститори, най-често състоятелни физически лица с богат управленски опит, включително и серийни предприемачи, които финансират подходящи, според индивидуалните си предпочитания идеи. Важно е да споменем, че те подпомагат проектите, в които инвестират не само със средства, но и с контакти, ноухау, опит и поръчки, тъй като почти винаги имат много повече познание за спецификите на развитието на една бизнес организация от търсещия финансиране, а често разполагат и с познания и връзки в съответния отрасъл. Това е причината капиталът, който предоставят те, да се нарича „умни пари" и често те са много по-ценни от самото капиталовложение. Затова осигуряваме и възможност да се представят проек-

НОВИНИ

Основателят на Netscape ще търси технологични стартъпи

Марк Андреесен (Marc Andreessen), основател на позабравената компания Netscape и разработчик на едноименния браузър, обяви, че е създал съвместно със своя бизнес партньор Бен Хорвиц нова инвестиционна компания, която ще бъде специализирана в подкрепа за високотехнологични стартиращи фирми.

Фондът за рискови инвестиции се нарича Andreessen Horowitz, а инвестиционният му капитал е 300 милиона щ. долара. Размерът на вложенията във всеки отделен проект ще бъде от 50 000 до 50 милиона щ. долара. Андреесен посочи, че ангажиментите му към новата компания няма да повлияят на членството му в съвета на директорите на Facebook и eBay.

През 1993 г. Марк Андреесен основава компанията Netscape Communications, която по-късно е продадена на AOL за колосалната по онова време сума за Интернет фирма от 4.2 млрд. щ. долара. След това технологичният предприемач основава компанията за cloud - услуги Loudcloud, която пък става собственост на Electronic Data Systems и Hewlett - Packard.

Първо франчайзинг експо в България

На 2 и 3 ноември 2009 г. в столичния хотел Шератон ще се проведе първото българско изложение за франчайзинг - Franchising Expo Bulgaria 2009. Събитието се организира от Франчайзинг.БГ и издателство Икономедиа АД и ще включва богата семинарна програма от водещи световни лектори в сферата на франчайзинга и български специалисти.

Франчайзингът представлява бизнес модел, при който предприемачът не изгражда собствена марка и корпоративна идентичност, а получава такава под наем срещу определена сума. Освен това той взима на готово и цялата развита система на организация на фирмата, както и ноу-хау за бизнес процесите. Целта на франчайзинг изложението е именно да популяризира тази практика сред българските бизнесмени.

На Franchising Expo Bulgaria 2009 ще бъдат обявени победителите в конкурса „Франчайз на годината“ и се очаква да бъде създаден български „Франчайз клуб“.

ти, които търсят както финансиране, така и ментори, отново срещу дял от компанията.

Колко често срещани са такива инвестиции в световен мащаб?

– По данни на Европейската мрежа на бизнес ангелите (http://www.eban.org/), към момента европейският пазар на инвестиции от страна на бизнес ангели се оценява на 5 млрд. евро, а този в САЩ – на 15 млрд. евро, инвестирани в общо около 60 000 компании. Това означава, че този пазар е по-голям от сегмента на фондовете за рисков капитал (VC), оперирящи в тези региони, като по брой сделки пазарът е по-голям и от този на private equity фондовете. Световната практика показва, че капитал до 10 000 евро най-често се намира от приятели и роднини на предприемача, а бизнес ангелите инвестират в проекти между 10 000 евро и 250 000 евро. Случва се такива самостоятелни инвеститори да обединят усилията си и да участват заедно в проекти на стойност до 500 000 евро, а за по-големи суми вече се търсят фондове за рискови инвестиции или други форми на финансиране. Към момента в европейски, а и в световен мащаб е на лице липса на инвестиции в диапазона между 500 000 евро и 2 млн. евро. За българския пазар все още не можем да определим тенденции, тъй като имаме данни едва от тази и миналата година, но през септември вероятно ще можем да публикуваме по-обширна информация.

Какво печели един предприемач от взаимоотношенията си с бизнес ангел?

– Предимствата са много и както вече казах, далеч не се изразяват само във финансово отношение. Бизнес ангелите са не само инвеститори, но и ментори на предприемача, способни да му помогнат в решаването на много проблеми, за чието съществуване в началото той дори не предполага. Освен това те инвестират в ранни фази от развитието на бизнеса и най-често получават миноритарен дял в проекта. Друго предимство е, че бизнес ангелите не предоставят заеми и очакват възвръщаемост едва ако компанията е успешна.

При какви условия работите с предприемачи, търсещи финансиране?

– Чрез нас всеки предприемач може да открие финансиране, както и ментор за своя бизнес - проект в размер от 10 000 до 250 000 евро, срещу дял от собствеността на компанията. Процесът е максимално опростен и не изисква изготвянето на тежки документи, планове и обосновки. Когато получим проект от предприемач, ние първо му помагаме да го приведе в подходяща форма, в случай, че е необходимо, посочваме какво трябва да се коригира, след което публикуваме проекта и го разпространяваме до членуващите в мрежата бизнес ангели. Когато осигурим инвеститор, получаваме от предприемача 5% от сумата, с която бизнес ангелът финансира проекта му. От страна на бизнес ангелите получаваме годишна такса за членство.

Бихте ли разказали повече на читателите на NewBusiness.bg за текущите проекти на Българската мрежа на бизнес ангелите?

– От началото на юни организацията ни работи по нов бизнес модел, предлагайки на всички предприемачи, както и на регистрираните в Мрежата бизнес ангели улеснен механизъм за представяне на проекти и извършване на инвестиции. Преди месец създадохме сайта http://www.startbusiness.bg/, който е изцяло насочен към предприемачите и описва стъпките, необходими за привличането на инвеститор. Също към стартиращите бизнесмени е насочена и новата ни онлайн платформа http://ventures.bban.eu/, а до края на месеца ще заработи и сайтът http://angels.bg/, насочен към инвеститорите.

Отразява ли се икономическата криза на дейността ви?

– Да, кризата определено ни се отразява и то положително. От една страна тя спомага за появата на повече предприемачи, търсещи финансиране, които освен това са с по-реалистични очаквания. От друга страна се увеличава броят на бизнес ангелите, тъй като много от другите инструменти за печалба вече не са толкова доходоносни, колкото бяха преди – например пазарът на ценни книжа и този на недвижими имоти.

Очаквате ли у нас да се появи нова компания, която да се превърне в световен тренд, подобно на Google, YouTube или Skype?

– В България има много качествени предприемачи и според мен трябва да сме идеалисти и да вярваме, че това може да се случи.

НОВИНИ

HP подкрепи креативността на младите хора по света

HP стартира интерактивната кампания "Listen 2U" (http://www.hp.com/listen2u), която има за цел да подкрепи младите изобретатели, режисьори и други креативни млади личности. С популяризирането на интернет като мощно средство за себеизразяване сред младежта, инициативата на HP ще им даде нова възможност да бъдат чути, посочват от компютърния гигант. Основна роля в кампанията играе сайтът http://www.hp.com/listen2u, който ще предлага информация за кампанията и конкурса и ще събира кандидатури и резултати, включително видеоклипове и снимки от младите участници. Отделни групи на "Listen 2U" в YouTube, Facebook Flickr и Twitter ще допълват уебсайта.

Кампанията "Listen 2U" ще достигне до младите хора в Европа, Близкия Изток и Африка (EMEA), обединявайки социалните онлайн медии с директни дейности. В същото време програмата ще предостави на HP нови начини да изслушва младите хора, като разработва компютри, които по-добре предугаждат техните нужди. Вдъхновена от нови изследвания за

това, как младите в региона EMEA са повлияни днес и за ролята, която технологиите играят в живота им, "Listen 2U" ще предизвика тази част от населението да правят изобретения, да режисират филми и да развият своя талант и находчивост. Те ще могат да се съревновават, за да спечелят продукти на HP, които ще им помогнат да осъществят творческите си мечти.

"Видно е, че днешните млади хора постоянно се приспособяват към новите технологии и безбройните творчески възможности, които те предлагат" – казва Лучиана Броги, Маркетинг вицепрезидент, отговарящ за HP Personal Systems Group за EMEA – "Нашите изследвания показаха, че този феномен води до натрупано търсене на изява. Предлагаме на

В кухнята на патентното облагане

Всичко, което трябва да знаете за патентния данък

Дара Христова

„На този свят са неизбежни единствено смъртта и данъците." – човек би казал, че известната мисъл на Бенджамин Франклин е измислена конкретно за патентния данък, защото той се заплаща на годишна база и без значение каква е печалбата на лицето, развиващо патентна дейност. Този вид налог се заплаща от огромен брой малки предприемачи, като започнем от часовникари и фризьори, и стигнем до физически лица и еднолични търговци, развиващи дърводелски, стъкларски, фотографски услуги и дори гадателите, масажистите и компаньонките. Затова в настоящото издание на NewBusiness.bg обръщаме повече внимание на тази тема.

Добре е да споменем, че местната власт дълго време воюва с Министерския съвет и Народното събрание за правото да определя ставките и да събира парите от патентния налог. И в края на 2007 г. успя да постигне своето, като от 2008 г. патентният данък от републикански стана местен, т. е. вече се администрира от общинските власти и приходите от него влизат в съответните общински бюджети. Според Закона за местните данъци и такси (ЗМД) минималните и максималните граници за този налог се определят от държавата, а всяка община самостоятелно решава колко да се плаща за извършването на конкретните патентни дейности на нейната територия. С други думи, за долен праг се смята най-ниската ставка за страната, а за горен – най-високата.

Кой плаща патентен данък?

На облагане с този налог подлежат предприемачите (физическо лице или едноличен търговец, които извършват някоя от посочените в ЗМД патентни дейности), чийто оборот не надвишава 50 000 лв., нямат регистрация по ДДС и не са вписани в регистъра като дружества с ограничена отговорност (ООД), еднолични дружества с ограничена отговорност (ЕООД) или акционерни дружества (АД). Освен това лицата, които плащат патентен данък, са освободени от задълженията си по Закона за данъците върху доходите на физическите лица (ЗДДФЛ).

За да определи размера на налога, местната власт взима предвид стопанското значение на населеното място (квартал, зона на града), икономическото му състояние, големината, броя на жителите, както и сезонна или постоянна е дейността, която се облага. Според представителите на браншовите организации обаче, след въвеждането на финансовата децентрализация на общините*, много от местните администрации с мотив или без наличието на такъв, се възползва-

НОВИНИ

младите място, на което да бъдат чути и където ги изслушваме.”

Първото мероприятие от кампанията е конкурсът, наречен “RU the next inventor?” (“Ти ли си следващият изобретател?”), който приканва младите потребители да създадат видеоклип, показващ най-невероятното нещо, което искат да правят с компютър. Тези 30-секундни клипове ще бъдат качени на YouTube (http://www.youtube.com/group/RUtheNextInventor) и ще могат да бъдат гледани и оценени от всички. HP ще избере десетима финалисти от най-високо оценените и най-гледаните клипове и ще избере крайния победител. Конкурсът ще бъде последван от още два конкурса. Освен това HP разработи съвместно с Менса онлайн играта “Digital Genius” (http://areyouadigitalgenius.com), която измерва цифрови познания, умения и сръчност. Тя ще позволи на младите да се съревновават, да показват уменията си и да споделят с приятели. Всеки месец ще бъде избиран победител, който ще получи безплатни продукти на HP.

Кампанията ще включва и пътуващо шоу - “Listen 2U Турне”, което ще направи обиколка на Европа, като започне от Испания на 1 юли и завърши във Великобритания на 26 октомври 2009 г. Посетителите му могат да качват видеоклипове и снимки на уебсайта на “Listen 2U”, да общуват с екипа на кампанията и да видят най-новите компютри на HP. Пътуващото шоу няма да пропусне и България – камионът ще спре във Варна на 12.08.2009 г. на Rappongi Beach и в Слънчев бряг на 13.08.2009 г. на Cacao Beach.

Според поръчаното от HP изследване, вдъхновило мероприятията на “Listen 2U”, по-голямата част от младите хора вярват, че Интернет им позволява да имат повече влияние върху бъдещето, отколкото предишните поколения. Също така, според тях той им позволява да се ангажират с въпроси, които са от значение за тях. Въпреки това по-малко от един процент от младите, участвали в допитването, смятат, че политическите лидери ценят мнението на младите хора. “Младите са катализатори на промяната” – казва Броги – “Чрез Интернет и социалните медии, те разполагат с безпрецедентен достъп, даващ глас на това поколение, който ще има по-голямо влияние отвсякога.”

ха от възможността да завишат размера на дължимия годишен (патентен) данък.

Корените на проблема

обаче са малко по-надълбоко. От години в публичното пространство различни правителствени и неправителствени експерти коментират, че патентният данък е остарял, че има нужда от сериозен ремонт и актуализация и най-вече от повишаване на ставките. В тази задочна дискусия много съществен е политическият аспект. Ако правителството инициира в Народното събрание проектозакон за увеличаване на патентния данък, рискува да си навлече критиките на опозицията и всенародния гняв. Ще припомним, че някои големи и доста агресивни професионални групи, като таксиметровите шофьори например бяха именно на патентен данък. С предоставяне правото за определянето и събирането на този вид данък към общините всъщност управляващите си измиха ръцете и прехвърлиха отговорността за всякакви промени в ставките на местната власт. С надеждата, че

ако тя реши да увеличи патентния данък,

ресторантьори, фризьори и т.н. ще се тълпят пред кметските врати, а не пред портите на парламента или на Министерския съвет.

И действително – по думите на Рангел Чолаков, председател на Националната занаятчийска камара (НЗК), практиката до момента показва, че доста общини са се възползвали без основание от дадената им възможност да увеличат размерите на патента. „Това доведе до „мигриране” на солиден брой предприемачи в зоната на сивата икономика, а други бяха принудени да се пререгистрират като юридически лица, което от своя страна е свързано с немалки разходи” – твърди той. За да се предотврати излишното напрежение и да бъде реалистично данъчното облагане, от камарата на занаятчиите предложиха през 2009 г. патентният данък да бъде заменен с държавна такса, регламентирана в Закона за данъците върху доходите на физическите лица. Нещо което обаче не се случи. С оглед на сегашната политическа обстановка обаче, вероятността за промени е доста голяма. Още преди година лидерът на СДС Мартин Димитров се опита да лобира в Народното събрание

патентният данък окончателно да отпадне.

Тогава той не можа да намери подкрепа, но след резултатите от парламентарните избори преди седмица ситуацията е коренно различна. След като от началото на 2008 г. правителството прие, а парламентът гласува 10-процентна ставка за корпоративния налог, облагането с патентен данък може би наистина вече не е толкова изгодно. Особено предвид факта, че корпоративният налог се дължи върху печалбата, а много от фирмите у нас работят на загуба...

„Патентният данък беше въведен, за да облекчи живота на малките фирми. В началото вършеше добра работа, защото те намаляваха счетоводните си разходи и по тази причина облагането им бе по-ниско. Разговарял съм с доста подобни предприятия и всички биха предпочели облагане по общия ред” – посочва Мартин Димитров.

Експертите от Българската стопанска камара пък виждат решението на проблема във

Въвеждането на задължителна регистрация по ДДС

на всички стопански субекти, без оглед на техния оборот. Според някои анализатори обаче, че това е доста драстична мярка. Един обикновен часовникар, който в зависимост от об-

НОВИНИ

IT браншовите организации ще създават общ регионален бранд SEE IT

В периода 10-13 май 2009 г. в София се проведе тридневен международен форум на тема "Ролята на професионалните браншови организации за насърчаване на конкурентноспособността на малките и средни предприятия в ИТ сектора и създаването на общ бранд SEE IT". Събитието се организира от БАСКОМ, в рамките на проект по линия на Централноевропейската инициатива. Съорганизатори бяха Австрийската професионална асоциация за оперативен мениджмънт и информационни технологии (UBIT), Паневропейската мрежа на МСП в областта на ИТ (PIN-SME) и италиански консултанти.

Целта на мероприятието беше осъществяването на обмен на опит и добри практики относно важната роля на модерните браншови асоциации в обществения живот и осигуряването на съвременни ИТ продукти и услуги за другите индустрии. Форумът събра представители на браншови организации от региона като Албания, Хърватска, Македония, Румъния, Молдова, Сърбия и Украйна.

Програмата бе съставена от паралелни сесии и кръгли маси, както и работни посещения с участието на браншовите организации за обмяна на 'ноу-хау' и опит в областта на организационни и управленски модели, основни приоритети, стратегии и програми, съвместни проекти с държавни и други организации, европейски проекти; държавна политика в областта на ИКТ, ПЧП и изпълнение на проекти; образованието като средство за повишаване на конкурентноспособността на МСП, сътрудничество между браншовите асоциации и академичните среди с оглед на възпитаването на образовани и квалифицирани ИТ специалисти и др.

КЗК глоби аптеки за въвеждане в заблуждение

Комисията за защита на конкуренцията наложи глоба от 10 000 лв. на ЕТ «Таня Живакова», гр. Хасково, за извършено нарушение по чл. 32, ал. 4 от ЗЗК (отм.). Експерти на комисията са установили, че от страна на ЕТ «Таня Живакова» са изнасяни съобщения с надпис «-16%» на витрините на две аптеки, нейна собственост, се посочва на сайта на КЗК.

Назначената от КЗК експертиза не е могла да установи стоките, за които се отнасят рекламираните намаления. Не са предоставени разпечатки, от които да е видно как се осчетоводяват промените в цените на дребно, когато тези цени се намаляват по решение на собственика. Според представители на КЗК, така формулирано рекламното съобщение формира у потребителя впечатление за цена на дребно на предлаганата стока, по-ниска от тази на конкурентите, а не в самия търговски обект, която като неконкретизирана и недоказана, заблуждава потребителите и изкривява потребителското търсене.

Все пак при определяне на санкцията от регулаторния орган са взели под внимание краткия период на извършване на нарушението, икономическото състояние на търговеца и оказаното съдействие от негова страна в настоящото производство.

щината, в която работи, плаща патентен данък между 60 и 390 лв., едва ли има достатъчно оборот, оправдаващ регистрацията по ДДС, купищата свързани с нея справки и документи, които ще трябва да изготвя и парите за специализирани счетоводни услуги и консултации.

Експертите на камарата обаче смятат, че ако бъде въведено регистрирането по ДДС на „общо основание", то ще принуди нелегалните търговци да излязат на светло, а измамите с фактури ще могат да бъдат засичани по-лесно.

Има обаче и мнения за запазване на патентния данък, тъй като той е един от данъците, при които

дължимите суми винаги са предварително известни

и позволяват планиране. Освен това предприемачите имат стимул да печелят повече пари, при положение че налогът им не се променя в зависимост от печалбата. Тази позиция бе изразена от Института за пазарна икономика (ИПИ). Според главния му икономист Димитър Чобанов приходите от патентния данък могат да се предвидят много лесно и той не трябва да отпада изцяло. „Друг е въпросът – смята Чобанов – дали ефективните ставки в момента са адекватни на получаваните приходи и реализираната печалба, но при всички положения

хората трябва да могат да избират

сами как да бъде облаган бизнесът им."

Както се вижда, няма единно мнение относно необходимостта и ефективността на патентния данък. И с просто око се вижда, че съществуването и прилагането му е свързано с много и най-разнородни проблеми. Почти сигурно е, че новите народни избраници няма да се решат да направят крачка назад и да прегласуват въпросния налог да попадне под административната шапка на държавата. Трудно е да се повярва също, че те ще се решат и на подобна радикална мярка като отмяната на патента въобще. По-скоро патентното облагане ще се превърне в поредната удобна тема за политически крамоли в парламента, без от тях да произтече нещо съществено за бизнеса.

Можете да видите пълния списък с патентни дейности, както и минималната и максималната граница на ставките на сайта http://newbusiness.bg/.

*** Финансовата децентрализация е продължителен процес, обхващащ цялостната система на финансови взаимоотношения на всички равнища на публично управление и отговаря на следните принципи:**

1. Създаване на система от стимули, насочена към увеличаване на местните приходи, укрепване на потенциала в сферата на финансовото управление и максимална степен на местна автономност при определяне на характера и съдържанието на общинските услуги.

2. Опростена структура на финансовите взаимоотношения.

3. Строга финансовата дисциплина от централната и от местната власт.

4. Възможност на централната власт да наблюдава и оценява процеса на децентрализация.

5. Децентрализираната система на финансови взаимоотношения отчита различията на общините във финансовите им ресурси, управленска компетентност и дава възможност на общините с различен потенциал да се развиват съобразно своите особености.

6. Условия за ефективен граждански контрол.

НОВИНИ

Ръст от 33% на плащанията през ePay.bg за първите шест месеца на 2009 г.

33% ръст на електронните плащания отчитат от ePay.bg за първото шестмесечие на 2009 г. За периода януари-юни броят на транзакциите е достигнал близо 1.2 млн., спрямо 900 хил. за първото шестмесечие на предходната година. Общата сума на транзакциите за този период надхвърля 52 млн. лв. "Това е напълно нормално, тъй като все повече потребители се доверяват на онлайн безкасовото плащане и към днешна дата броят им надхвърля 110 хил." - коментира Георги Маринов, Изпълнителен директор на ePay. "Очакваме през летния сезон броят на транзакциите да се повиши значително, защото удобството, което системата предлага, улеснява извършването на плащания по всяко време, дори и докато си почивате на плажа" - допълни той.

Тенденциите показват и сериозно нарастване на броя потребители, пазаруващи онлайн. За първото шестмесечие на 2009 година броят на транзакциите към електронните магазини е над 83 хил., което е с 66 % повече спрямо месеците януари - юни 2008 година.

С над 67% е нараснал и обемът на плащанията през Микросметка в ePay.bg. Тя представлява електронно средство както за плащане, така и за получаване на пари през Интернет. Използването й дава възможност на потребителите да оперират в електронна среда, без дори да се налага да притежават банкова карта. Само за първите шест месеца на 2009 г. през Микросметка са преминали над 57 хил. транзакции, като за 2008 г. техният брой е 34 хил. "Не сме изненадани, че броят на транзакциите нараства с такава скорост, тъй като използването на системата е изключително лесно, напълно достъпно и спестява време" - добави още Георги Маринов.

За да гарантира сигурността на всички транзакции през системата, както и за допълнително психологическо успокоение на потребителите, ePay.bg ги застрахова срещу злоупотреба съвместно със ЗПАД Армеец. Годишната стойност на застраховката е 100 000 лв. и тя позволява възстановяването на неправомерно наредените преводи, независимо от причините за това. Застраховката е в сила от началото на 2008 година и до сега няма случаи на активирането й.

ePay.bg е специализирана в изграждането на платежни системи, електронна търговия и сигурност на предаването на информация през Интернет. Предлаганите от нея системи се използват от всички български банки, като осигуряват възможност за извършване на безкасови плащания на стоки и услуги през Интернет и банкомат. Към момента в платежните системи, оперирани от ePay.bg, са включени всички мобилни и телефонни оператори, електроразпределителните дружества в цялата страна, топлофикационни и ВИК дружества във всички големи градове, както и повечето големи кабелни, сателитни и Интернет оператори. През ePay.bg потребителите могат да заплащат още данъци, такси, наеми, комисиноони и др., както и да извършват банкови преводи, да пазаруват онлайн и т.н.

SalesForce – онлайн средство за управление на клиентите

CRM системите стават все по-достъпни за малки и средни фирми, включително и под формата на уеб базирани услуги

Захари Димитров

Един човек може да уволни всички във вашата фирма – от нейния собственик (вас самите), до последния служител и този човек е клиентът. При това, той може да го направи дори и без да знае, като просто избере вашата конкуренция. Или поне в това е бил убеден Самюел Уолтън, собственик на веригата хипермаркети Уол-Март, който приживе е бил най-богатият човек на планетата, а натрупаното от него състояние днес позволява и на петте му наследници поотделно да са в челото на класацията на списание Forbes. Ако човек, създал такова колосално богатство, е вярвал в значението на добрите отношения с клиентите, ние нямаме никаква причина да мислим обратното.

Истина е, че доброто обслужване на клиентите винаги е било от жизненоважно значение за развитието на всякакъв вид бизнес, но днес, с навлизането на все по-усъвършенствани бизнес софтуерни решения, компаниите обръщат все повече внимание на

управлението на взаимоотношенията

със своите потребители.

Този процес започва с маркетинговите усилия за привличането на нови клиенти, самата дейност по продажбите, последващата поддръжка, както и обратната връзка относно предлаганите от вас услуги или продукти. Именно обратната връзка дава възможност да си изградите мнение, как ви възприемат и ако е необходимо - да коригирате имиджа си. Всички тези етапи от привличането и запазването на клиентите днес са обединени в нов клас софтуерни решения за бизнеса, наречени CRM (Customer Relationship Management). Този вид системи не само правят по-ефективно самото управление на взаимоотношенията с клиентите, но представляват и мощен аналитичен маркетингов инструмент. Ранното внедряване на такова решение още при стартирането на бизнеса може да се окаже ключово за способността ви не само

НОВИНИ

Управителите отговарят пред НАП за задълженията на фирмата си

Управителите на фирмите или членовете на органите на управление са солидарно отговорни за задължения на фирмата, при неподаване на декларации за данъци или задължителни осигурителни вноски. Това е записано в указание на изпълнителния директор на НАП, което беше публикувано на интернет страницата на агенцията в четвъртък, 9 юли.

В документа е записано, че ако дружеството не притежава имущество или активи срещу които да се предприемат обезпечителни мерки за събиране на публичните му задължения, то органите по приходите могат да предприемат процедура за принудително събиране срещу управителя на фирмата. Специално за NewBusiness.bg Росен Бъчваров, директор на пресцентъра на приходната администрация обясни, че това не е нещо ново. "Този механизъм е в сила още с приемането на Данъчно-осигурителния процесуален кодекс и е подробно описан именно там. Тъй като в закона е обяснено твърде сложно, преценихме, че изпълнителният директор на НАП Красимир Стефанов трябва да издаде указание за прилагането му", каза още Бъчваров.

По принцип, тази практика се прилага от служителите на НАП в случаите когато недобросъвестни управители на фирми с големи задължения, установени с ревизионен акт, ги прехвърлят на малограмотни или бедни хора. В тези случаи отговорността за неплатените данъци и осигурителни вноски ще се търси от ръководителите на дружеството за времето, когато то е натрупало своите задължения, обясниха още данъчните.

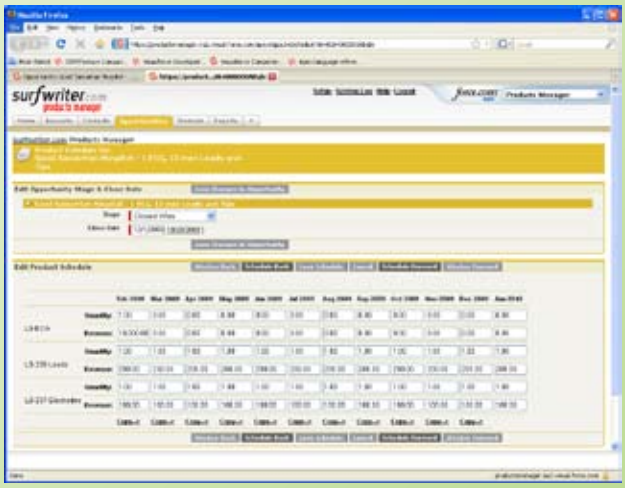
Отговорността на управителите на дадено дружество може да възникне за всички видове данъци и задължителни осигурителни вноски, които са дължими от фирмата, пише в указанието. Това може да са задължения, които се отнасят до фирмата, като например по ДДС, корпоративен данък, или невнасяне на задължителни осигуровки и данък върху доходите на физическите лица за заетите в дружеството. Също така когато фирмата се представлява от повече от едно лице, то тогава отговорността за плащането на дължимите данъци и осигурителни вноски може да възникне за всеки представляващ фирмата.

По думите на Росен Бъчваров, ако фирмата ви изпадне в несъстоятелност и не можете да се разплатите кредиторите си, има голяма вероятност управителят ви (или вие, ако сте управител) да се прости с личния си апартамент, автомобил, компютър и всичко, което може да покрие задълженията на дружеството. Причината е, че отговорността вече не е на дружеството (ако е за ООД е до 5 000 лв., колкото е и капиталът), а на конкретно физическо лице. В указанието пише още, че ако дълговете на предприятието се плати, то се погасява и отговорността на управителя.

бързо да постигнете растеж,

но и да прогнозирате бъдещото развитие на своята фирма.

До неотдавна CRM системите се предлагаха предимно за банки и големи



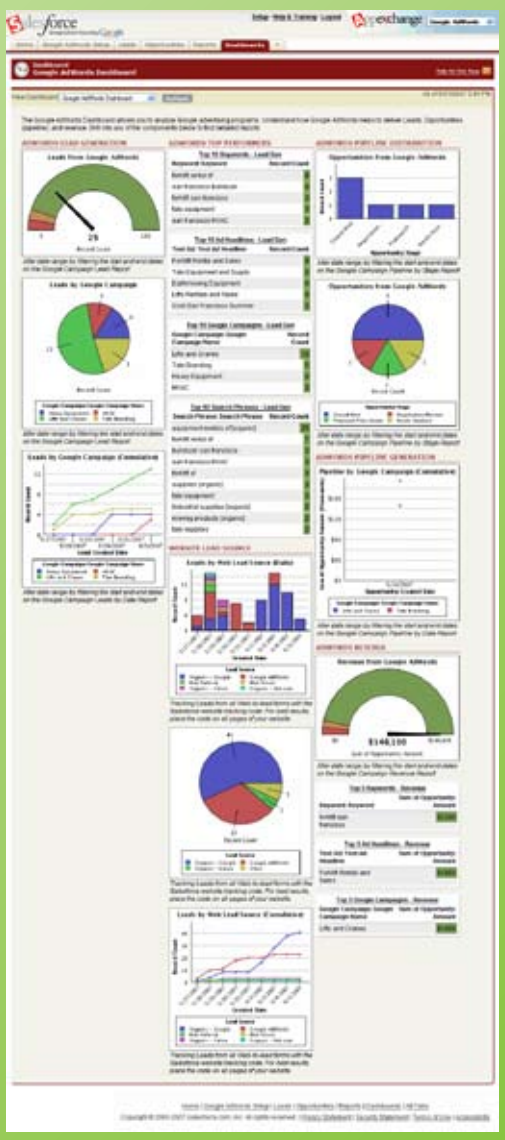
корпорации, но през последните години се появиха много нови решения или версии на съществуващите, насочено специално към малките и средни фирми. Те се характеризират с много по-достъпна цена, както и с редица възможности за облекчено внедряване, при което използващата ги компания плаща само за модулите, които наистина й трябват. А другата добра новина е, че все по-често срещаме CRM решения, достъпни като услуга през Интернет, при което фирмата може да се възползва от техните функционалности срещу месечна такса, вместо да плаща цялата цена на продукта. Един такъв вариант е системата SalesForce, която се предлага в България от четири години под формата на Software as a Service (софтуер като услуга).

Какво представлява SalesForce?

Уеб приложението не само управлява връзките с клиентите, но и увеличава значително възможностите за вземане на решения при пускането на нови услуги, предлагането на промоции или развитието на маркетингова стратегия. SalesForce включва множество опции, съобразени с различните области в които предприятията работят: ако сте производител на мебели например, разполагате с различни настройки, от тези които са достъпни в случай че имате PR агенция. Идеята за използване на маркетинг микс за подобряване дейността на компанията е наистина удачно реализирана в SalesForce. Това онлайн CRM решение може да служи като интеграционно звено между различни отдели, за споделяне на данни от тях. Възможностите на продукта се адаптират изключително лесно към малкия и среден бизнес сегмент. CRM услугата е разделена на различни продукти, сред които продажби, услуги и поддръжка, управление на отношенията с партньорите, маркетинг, идеи и анализи. Потребителите на Salesforce могат лесно да прибавят и премахват различни полета с информация, в зависимост от това дали са им потребни или не. Настройката на специфични опции, може да се прави и на ниво платформа - например с добавянето на отделни секции като финанси, човешки ресурси и други.

Притеснява ли ви споделянето на данни?

Онлайн обработката на корпоративна информация винаги е сериозна пречка за широкото навлизане на подобни продукти, предлагани на абонаментен принцип. При SalesForce обаче данните, които предоставяте са



НОВИНИ

НАП и НОИ започват съвместни ревизии на некоректни осигурители

Националната агенция за приходите (НАП) и Националният осигурителен институт (НОИ) започват съвместни ревизии на некоректни работодатели. Това се договориха ръководствата на двете институции на съвместна среща, която се проведе през изминалата седмица. Съвместните ревизии ще стартират през следващите месеци.

Проверките са част от усилията на двете институции да преустановят някои незаконни практики за избягване на плащане на данъци и осигурителни вноски, както и да се гарантират приходите в бюджета от задължителни осигурителни вноски и данък върху доходите на физическите лица.

Селекцията на некоректните осигурители ще се извършва от НОИ на база на данните, с които институтът разполага. Участниците в срещата подчертаха, че се забелязва тревожна тенденция за намаляване на реалните приходи от осигурителни вноски. Това ще затрудни обезпечаването на средства за извършване на необходимите осигурителни плащания - обезщетения за болнични и майчинство. Така например някои работодатели само начисляват работни заплати на ненает реално персонал, не внасят осигурителни вноски, а при настъпване на временна неработоспособност се изплащат парични обезщетения. По-този начин държавата и държавното обществено осигуряване се натоварват двойно – един път от невнесените осигурителни вноски и втори път – с изплащането на средства по болнични листове.

На срещата управителят на НОИ Сотир Ушев и изпълнителният директор на НАП Красимир Стефанов подписаха също и Инструкция за обмен на информация между двете институции. Документът определя реда, начина, вида и сроковете, в които НАП и НОИ ще си обменят информация за открити и закрити банкови сметки на осигурители и самоосигуряващи се лица, регистрирани осигурители и самоосигуряващи се лица, уведомления за нови и за прекратени трудови договори, данни за съставени ревизионни актове и др.

Продължава промоцията по срочни влогове на Банка ДСК

Банка ДСК удължава срока на предлагане на изгодни условия по срочни влогове в лева, щатски долари и евро за физически лица и фирмени клиенти до 31 август 2009 г. включително.

Промоционални лихвени проценти са в сила за новооткритите през периода 1.07. - 31.08.2009 г. срочни влогове за срок от 1, 3 , 6 или 12 месеца. Промоционалните условия са валидни за срочни влогове в лева, евро и щатски долари за физически лица, малки и средни предприятия, за корпоративни клиенти, както и за новооткрити виртуални срочни депозити на физически лица в същите валути. Минималната сума за откриване на срочни влогове на физически лица е 250 лева, евро или щатски долари.

За всички останали продукти в обхвата на промоцията са приложими общите условия на Банка ДСК за съответната клиентска група и продукт.

криптирани и доставчикът на услугата няма представа какво качвате в неговата база данни. По този начин сте защитени както от предоставянето на информация на трети лица, така и от изтичане на данни към самия доставчик.

Предимствата

Това, което получавате, абонирайки се за SalesForce, е постоянно

усъвършенстване на продукта и използване на най-актуалната версия във всеки момент, без при това да се налага да прекъсвате работата си, за да обновявате CRM системата. Благодарение на използваната платформа за създаване на допълнителни приложения AppExchange, когато бизнесът ви се разрасне достатъчно, можете да създавате произволни модули към основното приложение. Вече има

български приложения написани за тази платформа.

Освен като стандартна CRM система SalesForce има възможност да използва уеб приложения, добавящи различни опции към основната система за обратна връзка. Например ако използвате активно възможностите на Web 2.0, можете да активирате модул в който да следите съобщенията за ваши продукти и услуги в социални мрежи, като Twitter. Интеграцията на продуктите на Google към онлайн софтуера на SalesForce позволява да се възползвате от предимствата на GMail, Google Talk, Google Docs, Google Calendar и Google Start Page, съвместно с уеб базираната CRM системата за по-бърза комуникация. Обединяването на възможностите на Google AdWords и SalesForce платформата пък дава възможност за удобно и

бързо провеждане на рекламни и маркетингови кампании

и проследяване на техните резултати.

А най-хубавото е, че ако не желаете да използвате повече възможностите на SalesForce, можете да прекратите абонамента си, така че веднага да намалите фирмените си разходи. Гъвкавостта на услугата е полезна за стартиращи компании, които имат желание да използват последните решения за управление на клиентите си, като в същото време нямат неограничени бюджети и развити маркетингови стратегии за целта. Употребата на подобно решение още със самия старт на даден бизнес може да се окаже важен фактор за растежа му в последствие. Официалните цени на услугата започват от 9 долара за месечен абонамент, включващ основните функции на софтуера и ограничен брой потребители. Тази цена е ниска дори за един стартиращ предприемач в България, особено като се има предвид функционалността, която SalesForce предлага. Информация за различните

Възможности и цени на абонаменти

за платформата може да откриете тук: http://www.salesforce.com/assets/pdf/datasheets/DS_RightSFDC.pdf

Представител и сертифициран партньор на Salesforce за България е OnboardCRM (http://www.onboardcrm.com/). Добра практика е преди да се доверите на подобно решение - да го тествате за известен период. Ако вече сте изградили организационната си структура може да направите това, като се регистрирате на http://www.salesforce.com/form/signup/freetrial.jsp?d=70130000000EeY0 за тридесет дневна пробна версия.

salesforce.com
Success On Demand.

НОВИНИ

Нов конкурс по Седма рамкова програма

Службата за научно - развойна информация CORDIS на Европейския съюз публикува обява за конкурс по 7 Рамкова Програма с идентификационен номер FCH-JU-2009-1. Той е в областта на инфраструктура за транспорт и презареждане на гориво, производство и дистрибуция на водород, използване на горивни клетки.

Общият бюджет по този конкурс е 71,3 млн. евро, а краен срок за подаване на документи – 15.10.2009 г. Повече информация е достъпна на сайта на CORDIS.
http://cordis.europa.eu/fp7/dc/index.cfm?fuseaction=UserSite.FP7DetailsCallPage&call_id=225

Тази есен без БАИТ Експо

Традиционното технологично изложение БАИТ Експо няма да се проведе тази есен, научи NewBusiness.bg от източници, близки до организаторите. Причините не са обявени официално, но се предполага, че сред тях е икономическата криза и спадът в поръчките на ИТ оборудване през последните месеци.

От 28 до 31 октомври обаче в Интер Експо Център ще бъдат проведени първите по рода си Дни на информационните технологии. Те ще съчетаят богата семинарна програма с участието на браншовите организации АСТЕЛ, БАИТ, БАСКОМ, ИКТ Клъстър, СЕК, BWA, както и фирма Ай Си Ти Медиа със съпътстваща изложба, организирана от Агенция Булгарреклама.

Събитието ще бъде насочено към b2b сегмента и ще позволи на представители на бизнеса да се запознаят с новата държавна администрация, да обсъдят състоянието на бранша в условията на икономическа криза и др. актуални теми. В рамките на ИТ дните, на 30 и 31 октомври ще се проведе Национална конференция Информационните технологии за новото образование.

Изложбената зона ще включи и 15-ото издание на PC World софтуерната изложба, организирана от Ай Си Ти Медиа. Паралелно с Дните на информационните технологии 2009 ще се проведе и Expo Print & Imaging - специализирана изложба за дизайн, фотография, печат, реклама и визуални комуникации.

Предстои създаването на първия български „стартъп гараж“

Проектът ще позволи на малки фирми и фриленсъри да използват офисно пространство и ресурси, споделяйки разходите си

Александър Александров

Стартъп гаражите по света представляват концепция за подкрепа на малките и средни фирми чрез използването на общи ресурси (офис, конферентна зала, техника, Интернет и дори машина за напитки) от много на брой предприемачи. Името на този тип клъстъри не е случайно, защото в Западна Европа и САЩ гаражите отдавна са се наложили като места за стартиране на бизнес (спомнете си от къде са тръгнали Apple, Yahoo! и десетки други технологични компании). Въпреки че главното предимство на стартъп гаражите е в по-ниската цена на използване на ключови за бизнеса ресурси, все повече малки фирми избират тази форма на организация на работата по още една причина – ежедневната работа

в компанията на други млади и креативни хора

се оказва изключително полезна и тези споделени офиси все по-често стават известни като места, в които се раждат нови идеи. У нас вече се готви откриването на първия такъв гараж и може би за никого не е чудно, че зад проекта стои Start UP Foundation (http://startup-bg.org/) - организацията, направила най-много за популяризирането на предприемачеството сред младите хора в България. Към момента сред ключовите инициативи, които тя развива, са събития, включително най-голямата годишна конференция за стартиращи фирми, онлайн медия за предприемачи, библиотека за специализирана литература, технологични лаборатории за разработка на иновации, както и развитието на гаража.
С него целта на момчетата и момичетата от екипа е да направят възможно

използването на офис,

достъп до зала за срещи, компютърна техника, Интернет и телефон, както и адрес за кореспонденция от всеки стартиращ бизнесмен, на цени, започващи от 18 лв. на ден и достигащи до 250 лв. месечно. Според информация от блога на фондацията (http://blog.startup-bg.org/), гаражът ще предоставя следните възможности и ресурси на своите потребители: БюроGarage; принтер / скенер / ксерокс; високоскоростен Internet – LAN и WiFi; бели дъски, мебели, ток, вода, кафе и канцеларски материали; конферентна зала с проектор и флипчарт; кухня и трапезария с хладилник, кафемашина, микровълно-

НОВИНИ

Бизнес срещи по машиностроене, електротехника и електроника на Пловдивския панаир

Фондация „Приложни изследвания и комуникации" и Българска стопанска камара организират дни за двустранни срещи (technology brokerage and business matchmaking event) в сферата на машиностроенето, електротехниката и електрониката по време на тазгодишния есенен Пловдивския панаир. Срещите ще се провеждат на 29 септември 2009 г., в Палата 6, зала 2 в панаирното градче.

Събитието се организира в рамките на партньорската мрежа Enterprise Europe Network - най-голямата информационно - консултантска мрежа в Европа, чиято цел е да подпомага малките и средни предприятия в развитието на техния иновативен потенциал и да повиши информираността им за политиките на Европейската комисия, насочени към бизнеса.

Повече информация е достъпна тук:
http://b2b.bia-bg.com/files/290909-Invitation%20machine%20match%20Plovdiv%202009%20BG%201.pdf

Форум по заваръчни технологии в Пловдив

На 15 и 16 юли в гр. Пловдив ще се проведе двудневен форум по заваръчни технологии, който е част от честването на 15-годишния юбилей на компанията Тюф Норд България. Тя е основана през 1999 г. с основна дейност в областта на сертифицирането на системи за управление на качеството. Оттогава портфолиото от услуги на дружеството непрекъснато се обогатява. Днес важен принос за успеха му имат и предоставяните възможности за допълнителна квалификация, както и предоставяне на услуги в областта на енергетиката и околната среда.

Стоян Йотов, управител на Тюф Норд България посочи, че именно предлагането на широк спектър от услуги е силната страна на компанията. Днес тя контролира целия производствен процес на заварени конструкции като съдове под налягане, тръбопроводи, стоманени конструкции, асансьори и кранове. Фирмата подкрепя своите клиенти в обученията по заваряване и тяхното сертифициране в съответствие с европейските директиви.

Повече информация е достъпна тук:
http://events.dir.bg/_wm/news/news.php?nid=233536&df=676773&dflid=3

Google улеснява търсене на картинки под Creative Commons

Водещата Интернет компания Google предложи нова услуга, улесняваща значително блогърите и собствениците на онлайн медии. Търсачката добави в своята опция за търсене на изображения възможност за търсене на картинки, според правото да бъдат използвани за търговска цели или да бъдат променяни.

С това Google демонстрира подкрепата си за лиценза Creative Commons, който позволява свободното използване на авторско съдържание, при различни условия. Очаква се новината да увеличи популярността на този лиценз, който е предпочитан от все повече млади музиканти, фотографи и писатели. Освен това новата функция за търсене позволява да се откриват и картинки под лиценза GNU Free Documentation.

ва печка; библиотека и място за почивка; колела, за да се придвижват по-бързо из София; охрана и поддръжка.

Както посочва Валентин Алексиев, лидер на Start UP Foundation, ползите от използването на гаража ще включват креативна среда,

Възможности за споделяне на идеи

и добри практики, наличието на всички необходими условия за ефективна работа, споделяне на разходите между членовете на гаража, възможности да работят заедно върху по-големи проекти и

за по-големи клиенти, networking, както и взаимопомощ между членовете. „Всеки един от стартъпите и фриленсърите трудно може да си позволи всички тези неща самостоятелно. Заедно могат да се развиват много по-бързо и устойчиво" - посочва Валентин, според когото мястото ще е подходящо за стартъпи и хора със свободни професии, които имат нужда от добри условия за работа, креативна среда и ниски (разумни) разходи за тях.

Целевата група на проекта

включва самонаети специалисти, предприемачи и консултанти, занимаващи се с проектиране на сгради, сайтове, софтуер, мебели и др., програмиране, дизайн (уеб, интериорен, екстериорен), разнообразна творческа дейност, журналисти на свободна практика, сценаристи, малки Интернет медии, блогъри, писатели, специалисти по реклама, връзки с обществеността, фотографи на свободна практика и др.

Първата среща за организацията на стартъп гаража се проведе през декември миналата година в УАСГ. На нея организаторите представиха идеята на няколко десетки младежи, планиращи или развиващи собствен бизнес както и фриленсъри. Бяха показани различни модели на такива места, след което заинтересуваните от участие в проекта обсъдиха редица детайли по осъществяването му. Участниците решиха гаражът да функционира под формата на неправителствена организация и потребителите, които го използват, да заплащат такса, за която да им се издава фактура. Тези, който са със

статут на постоянни членове

(Full time members), пък ще имат право на глас при избора на управител. Местоположението ще е близо до Студентски град, а капацитетът ще бъде 40 места. Очаква се постоянните членове да са 28 човека (70%), при средна дневна заетост - 34 човека (85%). Финансовите разчети за проекта са публикувани тук http://blog.startup-bg.org/, като според представители на фондацията, за стартирането ще са необходими първоначални инвестиции в размер на 15 990 лв., а месечните разходи ще са около 6 050 лв. Възможно е също постоянните членове сами да си обзаведат работните места (бюра и столове) и да плащат по-нисък месечен наем, за да се намалят големите разходи в началото. В този случай първоначалните инвестиции ще паднат с 50%. Трите варианта за членство включват постоянен член (Full time member), редовен член (Regular member) и възможности за дневен наем (Daily drop-in). Към момента екипът е в процес на търсене на подходящо помещение, а NewBusiness.bg ще ви информира своевременно за развитието на проекта.

Повече информация за гаражи, обединяващи стартиращи фирми в различни страни по света:

http://en.wikipedia.org/wiki/Coworking

http://the-hub.net/

http://the-hub.net/invitation.html

http://hatfactory.net/

http://coworking.pbwiki.com/

http://images.businessweek.com/ss/07/02/0227_coworking/index_01.htm

http://citizenspace.us/

http://www.indyhall.org/

НОВИНИ

IDC Business Intelligence Roadshow 2009 ще се проведе през септември

Системите за бизнес анализи (Business Intelligence) могат да се окажат ключови за вземането на правилни решения и за запазването на жизнеспособността на всяка организация, дори за постигане на конкурентно предимство, особено по време на криза. Въпреки това, в неблагоприятна икономическа ситуация, с понижено търсене и ограничен достъп до кредит често компаниите преразглеждат или отлагат за неопределено време по-значителни ИТ проекти, посочват от водещата аналитична компания IDC.

Годишната конференция на IDC - Business Intelligence Roadshow ще събере и тази есен на едно място независими експерти, анализатори, лидери от индустрията и крайни потребители за да дискутират последните тенденции, да обменят опит, да споделят най-добрите практики и да потърсят заедно начини за справяне с неблагоприятното влияние на глобалната икономическа криза, използвайки съществуващите и развиващите се технологии.

Повече информация за програмата на конференцията има на:
http://www.idc-cema.com/events/bi09bg

Лятно бизнес училище за мениджмънт в инфраструктурата и енергетиката

Шестото лятно бизнес училище „Икономика и мениджмънт в инфраструктурата и енергетиката, публичните и комунални услуги“ ще се проведе от 13 до 16 юли. Събитието се организира от “Юкономикс” и е предназначено за студенти последен курс, магистри и млади специалисти. То ще се състои в Центъра за образование и култура “Илиев” в София, със съдействието на OVERGAS.

Темите на обучението включват: Въведение в инфраструктурата и енергетиката, публичните и комунални услуги; Икономика и мениджмънт на електроенергетиката; Икономика и мениджмънт на природния газ; Икономика и мениджмънт на топлоснабдяването

Енергийна ефективност и възобновяеми енергийни източници; Мениджмънт на въглеродните емисии; Икономика и мениджмънт на ВиК компании; Телекомуникации и др.

Темите и дискусиите ще бъдат представени от мениджъри на водещи български и чуждестранни компании. Участие ще вземат и експерти от МИЕ, ДКЕВР, КРС и други. Участниците в обучението ще имат възможност да срещнат успешни мениджъри и експерти, както и да дискутират теми и въпроси от сектора в неформална обстановка. Специален гост лектор ще бъде Хелмут Бленк от E.On Energie, Германия. Повече информация е достъпна тук.
http://events.dir.bg/_wm/news/news.php?nid=231572&df=627427&dflid=3

Няколко полезни средства за развиване на бизнес в други страни от ЕС

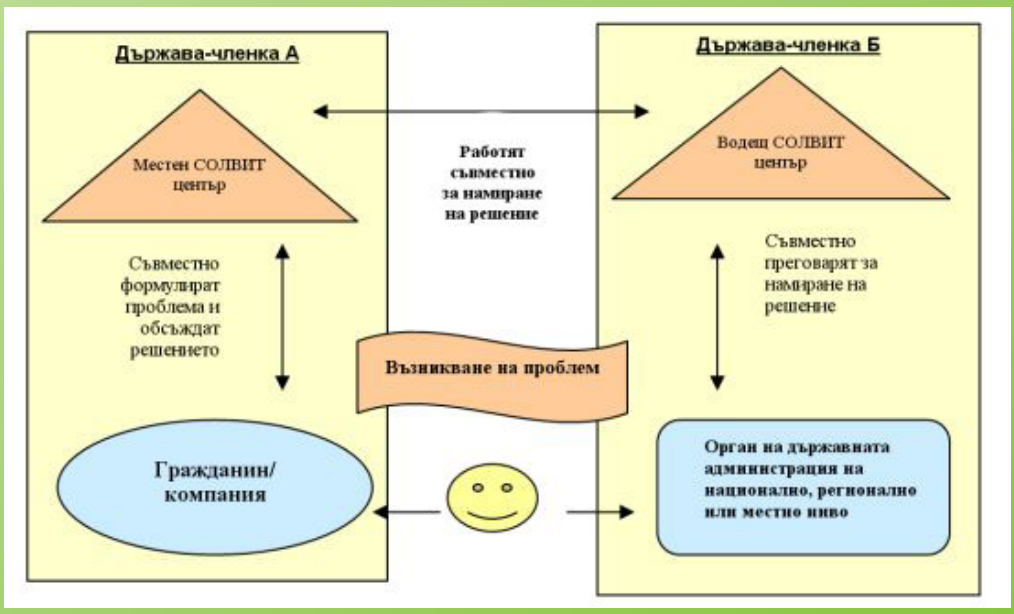
Как да защитаваме правата си и да се информираме по-добре, когато работим на единния европейски пазар

Александър Александров

Европейска мрежа Солвит
http://www.solvit.government.bg/
http://ec.europa.eu/solvit

Мрежа Солвит представлява услуга за подкрепа на гражданите и фирмите от ЕС, при проблеми между тях и националните администрации на страните – членки. Тя разполага с центрове във всяка страна – членка на общността, както и в Норвегия, Исландия и Лихтенщайн. Чрез тази разгърната мрежа на практика Солвит функционира подобно на нещо като „червен телефон“ между изпълнителните власти, който действа при нарушаване на правата на физически лица и фирми в различни европейски държави.

Нуждата от подобна организация възниква поради наличието на все повече и по-разнообразни възможности за движение на хора, на стоки и средства в рамките на единния европейски пазар. Това налага необходимостта европейските граждани и фирми да получат защита на правата си от страна на националните администрации, които трябва да ги третират по еднакъв начин и с еднаква сила навсякъде. Практиката обаче отдавна е показала, че понякога се



НОВИНИ

Семинар „Електронно декларираме на износа”

Българската стопанска камара и Агенция „Митници” имат организират семинар „Електронно декларираме на износа”, който ще се проведе на 28 юли, вторник, от 13:30 до 17:30 ч. в сградата на БСК, на ул. „Алабин” 16 - 20, в София.

От 01.07.2009 е пусната в експлоатация втората фаза на системата за контрол на износа, свързана с неговото електронно декларираме. Има разработени нови функционалности при митническите учреждения на износа и изходните митнически такива. Поради важността на въпроса, Агенция „Митници” предостави за семинара лектори, които да дадат основните насоки в бъдещата работа, както и да отговорят на специфични въпроси. Организаторите посочват, че поради големия интерес към темата и с оглед оптимален ефект броят участници е ограничен.

Регистрации за участие се приемат до 23 юли, четвъртък, или до изчерпване на местата. Таксата за участие е 180 лв. с включен ДДС на участник. Таксата се заплаща в срок до 24 юли, петък, след наше потвърждение на регистрацията.

Във Варна ще се проведе практическа лекция по Guerrilla Marketing

В ход е регистрацията за практическата лекция “Guerrilla Marketing: Интернет маркетингът за твоя успех!”, която ще се проведе на 17.07.2009 г. в гр. Варна. Лекторът Жанет Найденова е сред утвърдените маркетинг консултанти в Източна Европа и единствен “Certified Master of Guerrilla Marketing Coach” на Стария континент, сертифициран през Интернет.

Лекцията ще има силно изразен практически характер и ще включва десетки нови методи, както и идеи, основаващите се на доказани маркетинг и бизнес техники. Сред акцентите на обучението ще бъде постигането на маркетинг ефективност, при използване на ограничен бюджет.

Както уточняват организаторите, местата за участие са ограничени, датата е фиксирана и записването е на база датата на регистрация. Таксата е 99 лв. (без включен ДДС). Повече информация е достъпна тук: http://www.guerrilla-marketing.eu/

срещат трудности при администрирането на гарантираните права и тяхното правилно прилагане.

Мрежата Солвит (на английски език “SOLVIT” или „разреши го”) представлява нещо като „служба за бързо реагиране“, която трябва да решава възникналите спорове. Услугата е безплатна и е фокусирана върху преодоляване на различни проблеми и конфликти, възникнали в резултат от неправилното прилагане на законодателството на ЕС в областта на вътрешния пазар от администрациите на държавите-членки. Най-често тези проблеми са свързани с взаимоотношенията гражданин - държавна администрация или фирма - държавна администрация, а организацията не се занимава с решаването на проблеми в частната сфера.

Как функционира услугата?

В основата на ефективната работа на Солвит стои комуникацията между отделните центрове на организацията. Българският Солвит център е част от Дирекция ‘’Координация по въпросите на Европейския съюз и международните финансови институции’’ към Министерския съвет. Всички отделни центрове разполагат с достъп до специално създадена от Европейската комисия единна база данни, за да решават проблемите, възникнали пред гражданите и компаниите. Целта на мрежата е всеки проблем да бъде решен най-много до 10 седмици, като в някои случаи този срок може да бъде удължен с още 4 седмици. Първоначално местният координационен център проверява дали възникналият проблем може да бъде разрешен в рамките на мрежата или е това може да стане чрез други средства. Ако центърът прецени, че със случая ще се заеме Солвит, той го вписва в електронната база данни на мрежата и проблемът се прехвърля към съответното звено в държавата, в която е възникнал. Последното трябва да потвърди приемането на случая в рамките на една седмица, след което започва процес на комуникация със засегнатата администрация.

За какво можем да използваме Солвит?

Мрежата работи в следните области: признаване на професионални квалификации; разрешение за пребиваване; достъп до образование; право на установяване; права в областта на заетостта; права в областта на социалната сигурност; свидетелство за управление на моторно превозно средство; регистриране на моторно превозно средство; данъчно облагане; свободно движение на капитали и плащания; пазарен достъп за продукти; установяване като самостоятелно заето лице; граничен контрол; предоставяне на услуги и др. В компетенцията на Солвит обаче влизат само проблеми от презграничен характер, които са възникнали в резултат на неправилното прилагане на Общностното законодателство и то с участието на държавен орган или местна администрация. Освен това по съответния проблем не трябва да е започнала съдебна процедура.

Какво можем да направим?

Когато пред гражданин или фирма от страна – членка на ЕС възникне проблем, свързан с дейността на вътрешния пазар на съюза, той може да се обърне към мрежата, като попълни и изпрати специален формуляр от Интернет страница на мрежата http://ec.europa.eu/solvit, както и чрез изпращане на електронно писмо на адреса на мрежата (за България той е solvit@government.bg.

Europe Enterprise Network
http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm

Мрежата на Европейските иновацион-

НОВИНИ

NAVITEQ представи нова услуга за уеб разработчици

NAVITEQ пусна Beta версия на своята нова услуга NMAPS API, предназначена за web разработчици. Тя представлява JavaScript базиран приложно-програмен интерфейс, който позволява интеграция на динамична карта на България в web страници.

NMAPS API дава възможност на клиента да въвежда върху картата локации, символи и информация, важни за посетителите на web страницата му. Динамичната карта е добавена стойност към всеки web сайт, който излага информация, тясно свързана с локация на обекти, посочват от NAVITEQ.

Като локален разработчик и доставчик на най-пълната и актуална база географски данни за България, NAVITEQ прави първата стъпка към налагане на българската версия на API услугата. Компанията използва различни методи за събиране на географски данни – открити източници, сателитни и аерофото снимки, анкетьори и собствена мобилна лаборатория.

Услугата е достъпна тук: http://maps.naviteq.net/

Avaya и IBM разширяват сътрудничеството си в областта на комуникациите

Американският разработчик на VoIP корпоративни решения Avaya и компютърният гигант IBM обявиха разширяването на своето сътрудничество в сферата на обединените комуникаци за бизнеса. Към партньорството на двете компании ще бъдат добавени и новите продукти за защита, сертифицирани от Avaya, предназначени за корпоративни клиенти и правителствени организации.

Освен това те ще фокусират усилията си върху поддръжката на Avaya Aura – новата обединена комуникационна архитектура, която ще бъде интегрирана в съществуващите комуникационни услуги на IBM. Корпорациите ще предоставят съвместно цялостни решения за обединени комуникации, които се отличават със значително опростяване на фирмения комуникационен ландшафт, много бърза възвръщаемост на инвестициите и подобрена продуктивност.

С новите интегрирани решения на IBM и Avaya потребителите ще могат да комуникират по всяко време, навсякъде и през всякакъв тип устройства или мрежи. Освен това Avaya сертифицира продуктите Proventia GX 5208 и Proventia Management SiteProtector SP1001 на IBM, като съвместими с IP телефонните си решения.

ни и информационни центрове (Europe Enterprise Network – EEN) представлява услуга, създадена в подкрепа на бизнеса в ЕС, чрез предоставянето на информация и съвети. Тя функционира от 2006 г. и обединява две по-стари организации - Евро-инфо центровете към Търговско-промишлените палати и Иновационните спомагателни центрове. Днес EEN обединява над 600 звена в над 40 страни на Стария континент. Мрежата е насочена главно към подкрепа за малките и средни предприятия, но е достъпна също и за големи компании, научноизследователски центрове и университети. На нея можете да разчитате, ако имате нужда от информация за релевантното законодателство в някоя друга държава, относно възможности за финансиране или откриване на подходящи бизнес партньори и др.

Какви услуги предоставя EEN?

Сред възможностите за малки и средни предприемачи са предоставяне на информация относно функционирането и възможностите на вътрешния пазар на стоки и услуги, вкл. препращане към актуални търгове; популяризиране на инициативите, политиките и програмите на ЕС, имащи отношение към малките и средни предприятия, както и на процедурите за кандидатстване; обратна връзка за измерване влиянието на съществуващите политики, свързани с малките и средни предприятия, както и проучване мнението на бизнеса, свързано с въвеждането на нови политики. Освен това мрежата се занимава с подпомагане на малките и средния предприятия при осъщесвяването на презгранични дейности и намирането на партньори от частния и публичния сектор, както и организиране на кооперационни борси за технологичен трансфер и ноу-хау между иновационни предприятия.

Мрежа FIN-Net
http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/finnet/index_en.htm

FIN-Net представлява европейска мрежа за извънсъдебно решаване на спорове, възникнали между потребители на финансови услуги и финансови институции (например банки, застрахователни компании, инвестиционни дружества и др.). В компетенцията на организацията обаче влизат само спорове с трансграничен характер, като най-често за арбитър се привлича несъдебна институция в страната, където е локализирана финансовата компания. Сред услугите, предоставяни от FIN-Net са използване на Интернет страницата на FIN-Net с цел определяне на подходящата схема за извънсъдебно решаване на спора в страната на доставчика на финансови услуги; свързване директно със съответната институция или със схемата за извънсъдебно решаване на спорове в страната на потребителя, където ще му се помогне да намери най-подходящата схема в страната на доставчика на финансови услуги и ще му бъде предоставена всичката необходима информация относно процедурата.

НОВИНИ

Спиди Нет навлиза в сегмента на услугите за сигурност

На 1 юли столичният Интернет доставчик Спиди Нет (http://www.speedy-net.bg/) стартира партньорство с националната охранителна компания 3S COT (http://www.3ssot.com/). С това Спиди Нет стъпва на пазара на услуги за сигурност и охрана, предлагайки на своите корпоративни и домашни клиенти набор от възможности в тази насока.

Клиентите на оператора ще получат достъп до редица услуги с добавена стойност, сред които 24 часово наблюдение, контрол, обработка и съхранение на сигнали, незабавна автопатрулна реакция при получаване на сигнал от алармената система в обекта или паник бутон, инженеринг, доставка, изграждане и поддържане на системи за сигурност, охрана, мониторинг, централизирана и физическа охрана на обекти; охрана и съпровод на ценни пратки и опасни товари.

3S COT разполага с 36 автопатрулни екипа в София и над 150 в страната, а максималното време за реакция при сигнал е 5 минути (7 минути при силен трафик). Освен това компанията за охранителни услуги предлага денонощен гаранционен сервиз на изградените от нея алармени системи, както и възможност за сключване на договор с лимит за имуществена отговорност, заявен от клиента (от 2000 до 100 000 лева). В този случай месечната цена се завишава с 0,085% върху заявения лимит, а при възникване на имуществена щета, клиентът получава обезщетение в пълен размер на щетата до заявения лимит, без оглед на времето на автопатрулната реакция.

"Сигурността се превръща във все по-значим приоритет както за фирмите, така и за домакинствата у нас, престъпниците стават все по-изобретателни и нараства нуждата да им се противодейства професионално. Партньорството с 3S COT ни позволява да разширим портфолиото си от услуги, добавяйки към функциите за информационна сигурност за нашите клиенти, също и възможност те да защитят физически своите домове, офиси и имущество" - заяви Страхил Иванов, изпълнителен директор на Спиди Нет - "Целта на Спиди Нет е да предлага не само Интернет, а широк спектър от функционалности с добавена стойност, като телефония, интерактивна телевизия, изграждане на WiFi точки, отдалечена администрация на офисни мрежи, софтуерна и хардуерна поддръжка, както и услуги по сигурността."

Аутсорсингът на услуги по поддръжка дава добри шансове на България

Страната ни е перфектно позиционирана на глобалния пазар за кол-център услуги и очакванията на анализаторите са този сегмент да увеличава обема си у нас

Когато обмисляме подходящите възможности за стартиране на бизнес, един от факторите, които непременно трябва да имаме предвид са глобалните промени в пазара на труда и пренасочването на огромни капитали от богатите икономики, към развиващите се пазари за редица поддържащи дейности. В миналия брой на NewBusiness.bg ви запознахме с темата за софтуерния аутсорсинг и лесните възможности за предприемчиви български програмисти да стартират бизнес, пишейки код като

подизпълнители на чуждестранни компании.

Сега ще обърнем внимание на един друг бързо развиващ се глобален сегмент, в който страната ни също има сериозни шансове да привлече част от пренасочващите се капитали. Става въпрос за пазара на услуги по телефонна поддръжка, маркетинг и продажби, осъществявани чрез кол – центрове. Според мнозина бизнесът на този тип организации е сред малкото, които ще се увеличават дори и в условията на финансова криза, просто защото западните компании все по-често ще търсят по-евтини варианти за изнасяне на своите поддържащи телефонни дейности, а у нас, както всички знаят, трудът е много по-ниско платен. А щом има

пари, които обикалят планетата

в търсене на нови собственици, това означава, че има възможности както за стартиране на нови компании в тази насока, така и за започване на работа, при това без да е нужна квалификация или висше образование.

Всъщност когато става въпрос за избор на дестинация за кол – център, ключовите фактори са три, а хубавата новина е, че България е добре позиционирана по отношение на всеки един от тях. На първо място от значение са хората: кол – центровете се нуждаят от млади хора, способни да използват нови компютърни решения, да контактуват спокойно с клиентите и

най-вече да владеят чужди езици.

На второ място имат значение технологиите. Днес цената на гласовите услуги през VoIP инфраструктура е почти клоняща към нула, което означава, че при наличието на модерно комуникационно решение, няма значение дали служителят по поддръжката на британска кабелна телевизия се намира в гр. Ипсуич или например в София, Варна, Пловдив и дори Момбай. Все пак предимство на страната ни е, че разполага с изключително добра международна телекомуникационна свързаност, дължаща се на близостта ни с Истанбул и стремежа на всеки голям европейски телеком да изгради свое трасе до турската столица, преминавайки през България. Третият важен фактор е свързан с културните традиции и близостта до западния начин на живот. В това отношение страната ни също има по-добри позиции, в сравнение с

конкуренти от Индия, Египет, Мароко

или Виетнам например.

Към момента у нас работят няколко десетки кол-центъра, сред които има както вътрешни звена на български фирми, така и подразделения на западни компании и няколко специализирани организации, предлагащи изнесени кол-център услуги. Очакванията са поръчките на последните да се увеличат през тази и следващата година, предвид нарастващия аутсорсинг на услуги от страна на все повече американски и западно – европейски компании. Сред най-активните в тази сфера сектори са телекомуникационните оператори, Интернет и кабелните доставчици, банковите и застрахователни компании, фирмите за каталожна търговия и др. Все още над 80% от големите американски компании разполагат със собствени контакт – центрове и очакванията са скоро те да изнесат тази дейност към външни фирми, най-вече извън страната.

Освен поддръжката, все по-често кол – центровете се използват за директен маркетинг по телефона, а неотдавна у нас се появиха и фирми, занимаващи се с аутсорсинг на търговските процеси, които поемат цялата дейност по продажбите на своите клиенти. Пазарът става все по-динамичен и вероятно скоро ще видим още по-интересни нови бизнес модели.

НОВИНИ

Център за данни Daticum стъпи на пазара в Северна Америка

Българският център за данни Daticum стартира дейност на северно – американския пазар за колокация и наемане на сървъри. Компанията, която е част от Сирма Груп, вече има четири клиента от САЩ и отчита нарастващ интерес от други фирми. Daticum развива в Северна Америка маркетингова и търговска дейност, използвайки своя позициониран в София център за данни, който е единственият в България от най-високото Ниво 4, според стандартите на международната организация TIA. Центровете за данни са сред онези нови браншове, за които не съществуват национални граници. Компания, инвестирала в качествена инфраструктура, както и в надеждна телекомуникационна свързаност, би могла да се конкурира с фирми от всяка точка на света.

Представителите на Daticum тълкуват ин-

тереса на американските компании като доказателство за високото качество на предлаганите от българския център за данни услуги, съчетано с достъпните дори според тукашните стандарти цени.

"За нас интересът от страна на клиенти от САЩ е доказателство, че Daticum предлага качество на обслужването, поддръжка и международна свързаност, които напълно покриват американските стандарти" - заяви Росен Маринов, изпълнителен директор на българския център за данни - "Създаденият от нас център за данни не само е единственият в страната, покриващ изискванията на Ниво 4 на TIA, но и предлага услугите си на цени, сравними с тези на другите центрове у нас. А използването на услугите на Daticum си остава несъизмеримо с разходите на една компания за изграждането на собствен обект."

Друга причина за интереса към услугите на Daticum в САЩ е именно фактът, че изнесеното използване на центрове за данни е наложена практика в Северна Америка и Западна Европа, и този тип услуги са добре познати там. Компаниите в развитите икономики знаят точно от какво се нуждаят при наемането или колокацията на сървъри и все по-рядко западни организации инвестират в изграждането на собствени сървърни помещения. "У нас изграждането на сървърни помещения във фирмите все още е често срещана практика, а това означава сериозен разход за всяка компания и едновременно с това ангажиране на ръководството с несвойствени за него въпроси, които са далеч от основния бизнес

Кол-центровете - удобна възможност за добро начало

Сегментът ще пренасочи към страната ни още капитали от САЩ и Западна Европа, поради все още голямата разлика в заплащането на труда, както и наличието на добри специалисти с висока езикова грамотност у нас

Росен Цветков

За младите хора, които искат да работят и да натрупат малко повече пари за първоначална инвестиция в нещо друго, а защо не и собствен бизнес, кол-центровете на големи чуждестранни компании са изключително удобна възможност. Предимствата се не едно или две - гъвкаво работно време, добро заплащане, при това почасово. От друга страна за големите западни фирми, цената на труда тук е далеч по-ниска отколкото в страната им, както впрочем и цените на телефонните разговори, което през последните години ги накара да поразвържат кесиите и много от тях откриха кол-центрове в България. Достатъчно е да напишете "Кол център" в търсачката "Гугъл" и буквално може да се изумите от хилядите резултати, които излизат.

Ученици например разказаха за NewBusiness.bg, че

печелят по 1300 лева на месец

с работа по пет часа на ден след часовете. По-оправните тийнейджъри без проблем си изкарват над хилядарка на месец с пет дни работа в седмицата, а за най-добрите има и сериозен шанс да се издигнат в кариерата. Разбира се задължителното условие е перфектното владеене поне на един западен език и наличието на желание.

"Кол-центровете в момента са истински хит на пазара. Заради кризата в Западна Европа все повече западни фирми се изнасят към България, за да намалят разходите си. Отварят се стотици работни места за специалисти по работа с клиенти, като стартовите заплати стигат и до 2 хил. лева" - обясняват експертите по човешки ресурси. "Можеш да работиш и 3, 6 и 12 часа на ден, както и през уикендите, стига да имаш желание.

Висше образование не е необходимо,

но трябва да се справяте с езиците перфектно. Ще трябва да минете през няколко интервюта, преди да ви наемат" – посочват пред нашето издание от кол-център на известна софтуерна компания.

Младежите, които говорят перфектен английски, обикновено започват с 1300 лв. заплата. За два западни езика възнаграж-

Модерно

Напоследък, сред най-търсените обяви за работа в кол-центрове са тези за работа към онлайн казино. Достатъчно е да се влезе в www.jobs.bg, избира се държава - България, град - София град и под нея пак София. Най-важното е на ключовата дума да се напише "csms". Справката на NewBusiness.bg показа, че в момента има около десетина актуални обяви. Търсят се хора с италиански, чешки, гръцки, португалски, унгарски и дори сръбски език.

Според хора, занимаващи се с подобна дейност, в зависимост от отдела за който се кандидатства, се определя заплатата и работното време. Най-често се работи по-осем часа, но възнаграждението е доста щедро.

"Само не се насочвай към party gaming/poker и други от сорта. Тяхната работа е доста по-тежка защото бачкат повече от 9 часа. И графиците се правят за месец - два напред. При това положение не остава много време за купони и жени, както и за лекции" - предупреждават препатили.

НОВИНИ

на клиента" - добави Росен Маринов - "В крайна сметка тази тенденция води до намаляване на конкурентоспособността на българските компании в една все по-бързо глобализираща се икономика и до понижаване на добавената стойност, която те предлагат на своите клиенти."
Според Маринов ще нараства международното значение на центровете за данни, тъй като този тип бизнес не се влияе от физическото разположение на инфраструктурата, а по-скоро от качествената свързаност и глобалното мислене на мениджмънта. "Един център за данни не само може да предлага услугите си във всяка точка на света, но и да помогне на своите клиенти да се превърнат бързо и лесно в глобални играчи, без да се налага да наемат офиси и оборудване в държавата, в която искат да предлагат услугите си" - добави Маринов.

Нови принтери за домашни офиси от HP

HP представи два нови принтера от серията Officejet. HP Officejet 6000 и HP Officejet 7000 са предназначени да увеличат ефективността и продуктивността в малкия офис и микро-бизнес организациите. Двата продукта са проектирани на база на мащабируемата технология на HP, която осигу-

рява намаляване на консумираната енергия и разходите за цветен печат с до 40% на страница в сравнение с лазерни принтери.
P Officejet 6000 предлага достъпен печат на бизнес документи с професионално качество, висока трайност и ефективност, а широкоформатният HP Officejet 7000 позволява печат на снимки с професионално качество, A3+ печат с бърза скорост, както и още по-съвременни и гъвкави приложения. Продуктът е създаден, за да помогне изцяло в създаването на собствени маркетингови материали на малкия и микробизнес.
Ключовите възможности, които предлагат продуктите, включват минимална загуба на хартия и с до 40% по-малък разход на енергия, което намалява влиянието вр-

ху околната среда. И двата принтера са одобрени по програмата ENERGY STAR. Като използват оригиналните самостоятелни мастилници, потребителите могат да печатат с професионално качество с до 40% по-ниски разходи за цветен печат в сравнение с лазерните принтери.

дението вече гони две хиляди. Най-търсени са немският, френският и испанският. Допреди година - две на почит бе и холандският език, тъй като доста рядко у нас се срещаха хора, които могат да го говорят. Няколко фирми дори организираха шестмесечни обучителни курсове за кандидат служителите си, като през този период дори им плащаха определено възнаграждение. Единственото условие бе те да подпишат договор, че след като преминат обучението за определен период

ще работят именно в тази фирма.

Сега заради кризата търсенето на холандския е намаляло, макар че за най-добрите работа винаги се намира.
Не бива да се забравя, че в кол-центровете има възможност месечното възнаграждение доста да се увеличи заради получаваните бонуси, които за най-добрите могат да достигнат до 800 лева. Всичко зависи колко обаждания са били приети от дадения работник и дали клиентите са останали доволни от обслужването, което са получили.

Отношението към клиента

е изключително важно, защото най-често разговорите например с крайно ядосан гост на хотел от друг континент представляват доста сериозно изпитание за нервите на всеки човек. Но за операторите в колцентър това е ежедневие. Те трябва да отговарят на изискванията на клиентите на различни компании, които използват услугите на контакт центъра. В тази графа попадат интернет резервации, реклама на определен продукт, както и отговаряне на всякакви запитвания, свързани с конкретната стока. До скоро например голям

хит бяха продажбите на камини

във Франция и Белгия.
Именно поради факта, че се общува с хора по целия свят, операторите трябва донякъде да имат и подход към всеки потенциален клиент. Затова трябва да са проактивни, с положителна нагласа към работата и донякъде психолози, защото бързо трябва да се ориентират в обстановката, особено когато това се случва по телефона и на чужд език.
Впрочем високите заплати изкушават не само учениците и студентите. Все повече чужденци у нас се хващат на добре платената работа. Затова не е странно, че ако се разходите покрай "Бизнес-парка" в "Младост - 4" лесно

можете да видите мароканци или алжирци,

говорещи на френски. Те не крият, че тук взимат почти същите пари както и във Франция, но сметките им за квартира и храна са много по-ниски. И не крият колко са хубави българските момичета - и най-вече тези в Студентски град. Ирландците също се изкушават да идват в страната ни - за тях и бирата тук е по-евтина, отколкото на Албиона.
Аутсорсинг компаниите ухажват служителите си и с атрактивни социални пакети. Младите хора разполагат с ваучери за храна и таксита, както и с допълнителна здравна застраховка. По-голямата част от шефовете им осигуряват и допълнителни обучения, както и и тиймбилдинги, макар в момента заради кризата тези разходи да са поорязани.

Тенденции

Кол центърът на HP в България е реализирал 6.9 млн. лв. печалба за 2008 г., което е спад с 55% спрямо 2007 г., показват данни на дружеството публикувани в края на юни. Приходите от продажби се увеличават със 17.5% на годишна база и достигат до 69.6 млн. лв. Към края на 2008 г. в дружеството работят 1507 души, от които 944 директно наети и 563 - наети през агенции партньори. Увеличението на персонала е с 537 души за година.
Дружеството извършва отдалечена поддръжка, управление на IT инфраструктура и отстраняване на повреди на място. Основните клиенти са от Германия, Австрия, Швейцария, Великобритания, Ирландия и скандинавските страни.
Разходите за персонала през миналата година се увеличават със 131% на годишна база до 26.7 млн. лв., а тези за материали и консумативи намаляват с 56% до 2.1 млн. лв. Ръст има и при разходите за външни услуги - с 18.7% до 24 млн. лв. Собственият капитал на кол центъра към края на 2008 г. е 9.3 млн. лв., а пасивите му са 6.6 млн. лв. Прогнозите са към края на 2009 г. дружеството да увеличи капацитета си с 30-40%, като броя на заетите, ще достигне 2000 души. Очакванията са като цяло световната финансова криза да генерира допълнителни бизнес възможности за дружеството, доколкото големите компании потенциални клиенти ще се стремят да оптимизират разходите си и аутсорсингът на определени дейности и функции е една от възможностите за такова оптимизиране.

Как да запазим добри отношения със служителите си

Алтернативни възможности за поддържане на висока ефективност на екипа във време, налагащо ограничаване на бюджета

Люба Спасова

„Зад всеки успешен бизнес стоят достатъчно мотивирани хора" - това е може би най-важното правило на успелите предприемачи. Затова и въпросът, който най-често си задават мениджърите, е: "Как да не изгубя най-добрите си служители?". Този въпрос става още по-важен в условията на криза, когато човешкият потенциал продължава да бъде от критично значение за успеха на фирмата, но задържането на персонала е предизвикателство дори и за най-малките фирми. Още повече, че острият недостиг на специалисти през последните години разпространи модата на т. нар. "бенефитс" (от английски - преференции), като един от сигурните методи не само за привличане, но и за задържане на кадри.

Безплатните карти за фитнес бяха сред първите добри идеи на работодателите в тази посока. Служителите и до ден днешен ги предпочитат, защото им осигуряват известно разнообразие и полезно раздвижване след ежедневното висене пред компютъра. Днес хит са

Ваучерите за храна и отстъпките за пазаруване

в по-големи магазини. Най-вече, защото чрез тях фирмите спестяват част от данъците си. Отпускането им у нас се регулира от две наредби на Министерството на труда и социалната политика и Министерството на финансите – Наредба №7 за условията и реда за издаване и отнемане на разрешение за издаване на дейност като оператор на ваучери за храна и осъществяване на дейност като оператор и Наредба №11 за определяне на условията и реда за осигуряване на безплатна храна. Според текстовете на Наредба №7 талоните на стойност до 40 лв. месечно се признават за разход на работодателя и не се облагат с данък върху доходите на работниците. С ваучерите, издадени по Наредба №11 пък, на служителите се осигурява безплатна храна, но от точно определен вид – например кисело мляко и този тип разходи също са освободени от данъци. Иначе казано, ако работодателят увеличи заплатата на работниците си с 40 лв. под формата на талони за храна, те ще могат да си купят безплатни продукти, а компанията ще отчете тези пари като свой разход и

ще си спести данъците върху тях.

В противен случай, ако същата сума бъде дадена в брой, фирмата реално ще плати повече, а служителите ще получат по-малко от 40 лв., заради начислените данъци и осигуровки. Ефектът от подобна политика най-често е положителен, защото тя хем се тълкува като грижа от страна на работодателя, хем му помага да увеличи производителността на персонала без особени средства.

Правилото за съжаление важи в

условията на идеален пазар,

на който няма недостиг на кадри, а компаниите не си крадат специалистите с хитрини. У нас обаче конкуренцията е сериозна дори и сред най-малките фирми, а т. нар. Headhunting (буквално „лов на глави") е изключително характерна практика за някои от бързо развиващите се браншове, какъвто е IT секторът и принуди фирмите да бъдат по-изобретателни в предложенията си за работа. Дребните придобивки, като карти и намаления, вече се възприемат не като бонус, а като даденост поне в технологичния сектор и обикновено се връчват заедно с трудовия договор. Съвременните награди за добре свършена работа са под формата на 10 процентно увеличение на доходите в края на всяка календарна година и

две, дори три допълнителни заплати.

Служителят знае, че колкото повече дава на фирмата, толкова повече получава от нея, без да се притеснява, че изработеното ще бъде изядено от растящата инфлация. В този ред на мисли примамливо звучат и предложенията за подаръци по повод големите християнски и семейни празници през годината. Жестовете винаги се запомнят, при това не само от служителите, но и от техните семейства. Веднъж спечелени на страната на фирмата, близките са тайното оръжие, което парира всеки опит за напускане на "толкова изгодна работа".

Истински професионалисти по отношение на допълнителните "бенефитс" са софтуерните и компютърни компании, които традиционно си съперничат за

най-добрите програмисти на пазара.

Силната конкуренция между тях въведе много от популярните практики за лов на служители по света и роди едни от най-невероятните преференции. Също като Google например, някои работодатели у нас предлагат на служителите си

акции от фирмата като подарък.

Идеята им е да ги стимулират да увеличат цената им със собствения си труд, като в същото време им осигуряват допълнителен доход. От офертата обаче могат да се възползват само дългогодишните служители, които вече са допринесли с труда си за развитието на компанията. За всички останали това е стимул да не бързат да напускат работното си място преди да са натрупали необходимия за преференцията трудов стаж.

Друг ценен бонус за по-старите кадри са възможностите

да получат жилищен кредит

или да си купят автомобил на лизинг при изключително ниски лихви. Разликата до пазарното им ниво се по-

Сауна изкушава френски застрахователи

Застрахователният гигант "Дженерали" предлага на хората, които се трудят във филиала на компанията в Сен Дени (Франция), всякакви глезотии - от вече станалите "банални" служебни ресторанти и фитнес салони до сауна, парна баня, козметични и фризьорски услуги. Уморените от работната среда имат на разположение специални шумоизолирани кабини, в които да се усамотяват, да говорят на глас или да гледат с празен поглед в една точка. Осигурена е и външна фирма, която вместо служителите поема досадните битови ангажименти, като гладене, поправка на обувки, пазаруване, наглеждане на децата и прочие. И всичко това под един покрив и на крачка от работното бюро.

Хамамът, въпреки че е по-влажен вариант на сауната, предлага истински релакс за не повече от 45 минути в обедната почивка. Побира до осем души и може да се използва и след края на работния ден.

ема от фирмата, като в някои случаи лихвата се разделя в съотношение 2:1 в полза на служителите. Други работодатели пък са толкова щедри, че поемат до две-трети от семейните разходи за кола или къща. Хубавото в случая обаче не са спестените харчове на работниците, а това, че компанията застава с името си зад задължението и е гарант, че то ще бъде изплатено.
Безспорен хит напоследък са и популярните на много места

корпоративни детски градини.

Те са разположени в същата сграда, в която работят "мама" или "татко", а персоналът в тях се състои от специалисти, наети от работодателя. Удобството на този вид детска градина е, че сутрин родителите отиват директно с децата си на работа, а вечер не им се налага да се притесняват, че ще закъснеят да ги вземат. Излишно е да се пояснява, че така служителите не си тръгват по-рано от работа, а когато се налага, лесно могат да бъдат убедени да останат и след края на работния ден. Елиминира се и напрежението от ежедневните разправии с шефа заради неотложния семеен ангажимент "да взема детето от градина".

Цената на подобен душевен комфорт

естествено е висока и не всеки работодател може да си я позволи. Това обаче съвсем не означава, че работниците в по-малките компании задължително са подценени и са в ролята на машини, които изкарват парите на шефа. Има компании, които също прибягват до хитри методи за задържане на персонал, без това да им струва кой знае какво. Добрите мениджъри знаят, че мотивацията се гради в процеса на работа и затова никога

не оставят служителите си да скучаят.

Колкото по-разнообразни са отговорностите им, толкова по-ангажирани се чувстват те с целите на компанията и изпълняват съвестно задълженията си. На по-амбициозните се предлага подходящо фирмено обучение, а на търсещите развитие - разнообразие от курсове. По този начин служителите получават предизвикателство, различно от ежедневните рутинни задължения. На езика на специалистите по развитие на човешките ресурси това се нарича

"метод на моркова"

и често се използва от компаниите, които наистина държат да имат квалифициран персонал. Както заяви и един от най-големите професионалисти в бранша Пол Евънс по време на деветата международна конференция на Българската асоциация за управление и развитие на човешките ресурси у нас преди година: "Няма смисъл да привличате таланти, ако не ги развивате, а е безсмислено да ги развивате, ако не умеете да ги задържате".
А това безспорно е въпрос, към който всяка една компания подхожда индивидуално и в зависимост от собствените си възможности.

Киновечери разнообразяват програмисти

Световноизвестната търсачка Google е популярна не само с приза най-добър работодател в света, но и с това, че редовно организира филмови вечери за служителите си. Компанията наема цели киносалони за 24 часа, в които се прожектират само хитови заглавия, а на всеки се позволява да си доведе по един гост за компания.
Слънчеви панели, рециклирани килими и безплатен обществен транспорт са само част от "зелените" практики, които Интернет гигантът упражнява. Последната инициатива на компанията беше инсталирането на специална ековъздушна система в кампуса в Маунтин Вю. Благодарение на нея въздухът се пречиства от излишните токсини и микроби. Системата е инсталирана за всички, на които им се налага да работят цяла вечер, за да дишат само свеж въздух.

Работната обстановка в офиса на Google в Цюрих е размито понятие. Служителите се вдъхновяват от кабинети с формата на лодки, такситa, яйца,ски лифтове или дървета, в които те могат да са в унисон с настроенията си.

Управлението на проекти като цялостен подход към бизнеса

Свободният софтуер дава възможност на предприемачите да използват безплатни project management решения

Захари Димитров

На практика всяка бизнес дейност, независимо дали е изграждане на магистрала, музикален концерт, или просто откриване на баничарница, представлява проект и като такъв, може да бъде разделена на едни и същи етапи и да се управлява по едни и същи принципи. Въпреки това много малко от стартиращите предприемачи възприемат по този начин бизнеса си и често в началото ентусиазмът е водещ, за сметка на планирането и разработването на различни стратегии. Ако приемем подхода на управление на проекти обаче, бихме могли значително да си улесним живота, виждайки как нашият бизнес се превръща от хаотично нахвърляни дейности в

организирана система.

Ключов принцип в организацията на работата е раздробяването на задачите на отделни подчасти, често съпроводено с назначаването на различни изпълнители и с пресмятане на необходимото време и ресурси за изпълнението им. Например в процеса на регистриране на дадено дружество трябва да се определят отделни стъпки за да се мине през целия път: запазване на името на фирмата, която смятате да основете; създаване на дружествен договор; откриване на набирателна банкова сметка и внасяне на капитал; заверка на документите при нотариус, внасянето им в Агенцията по вписванията, както и много други.

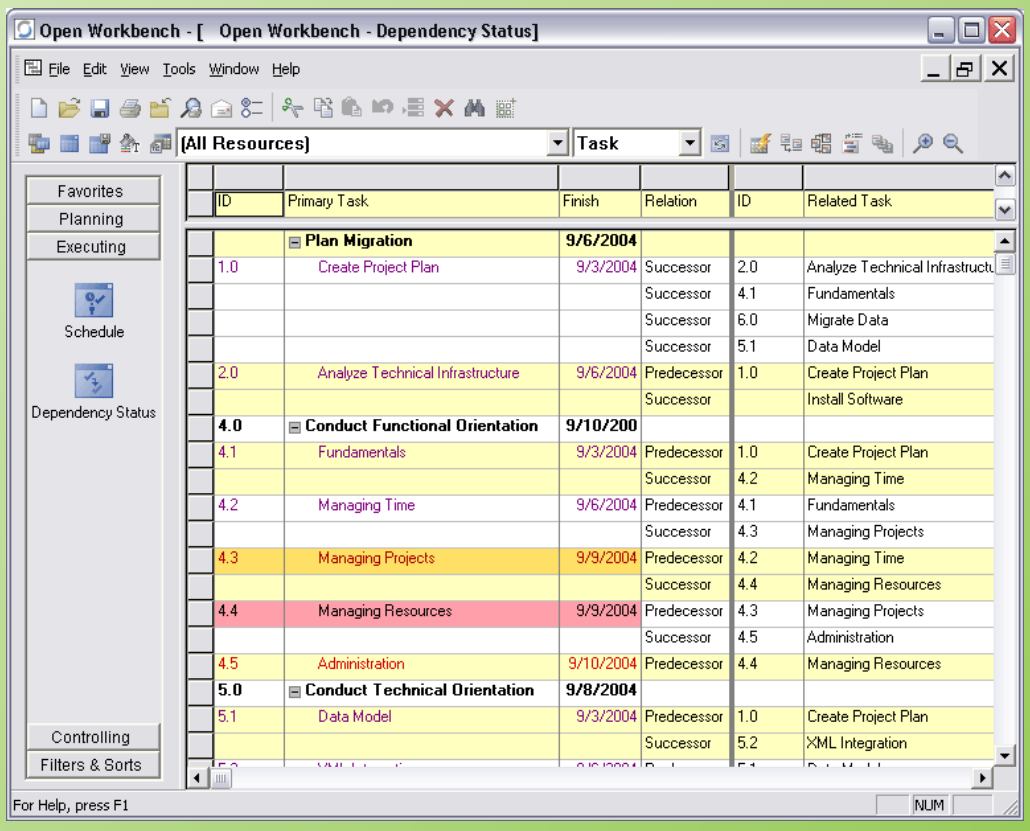
Всяка една от тези стъпки може да бъде разделена на отделна задача от общ проект и да се разпределят времето и ресурсите между съдружниците за изпълнението им. На пръв поглед такива тривиални неща изглеждат доста досадни и излишно бюрократични за

малки прохождащи компании.

Заглеждайки се в детайлите обаче можете да установите, че всъщност планирането, реализирането и контрола на различни проекти могат да се окажат вашето конкурентно предимство пред останалите млади предприемачи, които не се възползват от тези възможности. В корпорациите има цели отдели по планиране и развитие на проекти, тъй като те отдавна са оценили положително нуждата от подобна дейност. Следващият път, когато създадете уникален продукт или идея, но печалбата не идва, можете да се замислите дали правилно сте планирали и предвидили всичко. А ако използвате

инструменти за управление на проекти

ще можете бързо да проследите отделните фази и по-лесно да установите къде нещо куца, или ако нещо е пропуснато – какво трябва да се добави. Предимства, от които не могат да се възползват предприемачите, решили да работят по интуиция.



Освен това при дефинирането и изпълнението на проекти не е задължително всички задачи да се изпълнят последователно - част от тях могат да са зависими една от друга, други да се добавят на по-късен етап, а трети - да се развиват паралелно и в даден момент да окажат своето влияние. Времето инвестирано в управление на проекти и насочването им в правилна посока, определено не е изгубено.

Какво означава управление на проекти и защо е важно?

Основната идея, която гурутата в областта ще ви обяснят е, че трябва да се направи мрежова диаграма, представяща поглед върху отделните стъпки, за постигане целите на проекта, сроковете или времето на всяка една от тях и хората, които работят по реализацията им. Следва дефиниране на връзките между задачите и периода за тяхното изпълнение. Универсалността на този метод го прави широко приложим за различни области. Разпределянето на задачи и делегирането на отговорности може да се прави за проекти в ИТ сферата, строителството, продажбите, логистиката, търговията и потенциално всички бизнес области. Методологията е еднаква независимо от бранша който сте избрали.

Как става на практика?

Всеки с малко свободно време може да си инсталира софтуер от рода на Microsoft Project и да стартира самообучението си в създаването и управление на проектите. Освен този продукт, за който има издадени ръководства на български език съществуват и други комерсиални приложения за управление на проекти и планиране на ресурсите. Доста изчерпателен списък на подобен софтуер може да се открие тук: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_project_management_software Интерфейсът на повечето приложения е достатъчно интуитивен и всеки който е работил с Microsoft Office едва ли ще има проблеми да ползва подобна програма. Още по-големи са предимствата в употребата на свободен софтуер, при която всеки може да добавя и модифицира кода на приложението, а ако не е в състояние може да плати и друг да го направи за него.

Предимства на открития изходен код

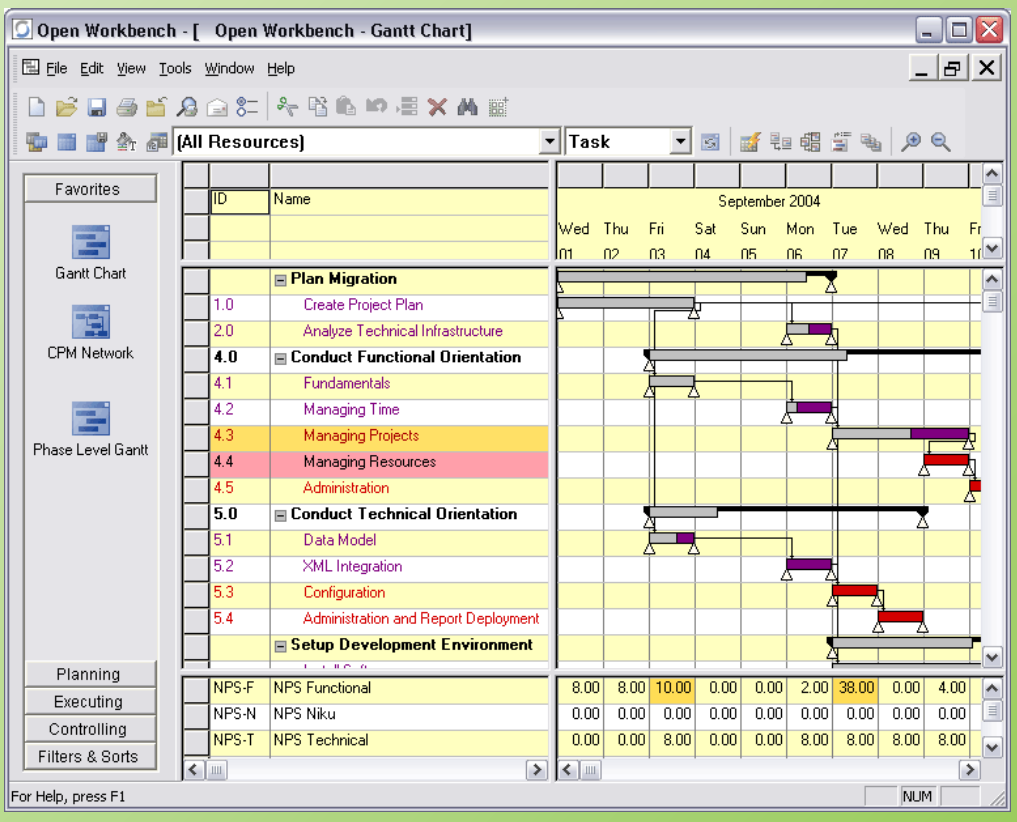
За да не бъдем голословни ще ви запознаем накратко с възможностите на приложението Open WorkBench (http://www.openworkbench.org/). Целта на този проект е да се разработи програма с открит изходен код на световно ниво с множество възможности за гъвкаво планиране и управление на проекти. Open WorkBench иска да предостави истинска алтернатива на професионалните мениджъри на проекти, които могат да разполагат с мощно средство за управление на комплексни работни планове, задачи и ресурси. Създателите на WorkBench са CA Clarity Division (преди известни като Niku), които предоставиха изходния код на приложението на обществото за свободен софтуер така, че всички негови потребители да се възползват от базарния модел за разработка на софтуер, който включва високо качество, по-бързо навлизане на иновациите и намаляване на разходите. Мениджърите на проекти и останалите крайни потребители, могат да очакват устойчиво развитие на софтуера и множество нови възможности допълнително прибавени от разработчиците и отделните доставчици на услуги към Open WorkBench проекта, свободно достъпен на SourceForge.net.

Какво може да се прави с Open WorkBench?

Решението е достатъчно зряло и изчистено средство за планиране и управление на най-разнообразни проекти. То се съобразява с необходимостта от поддръжка на системите за управление на проекти, като в същото време е приспособено за лесно научаване от нейните потребители, благодарение на интуитивния си потребителски интерфейс и начина по който се възприема информацията. Според официалните статистики десетки хиляди мениджъри на проекти са се доверили на Open WorkBench, като използват пълноценно възможностите на приложението за планиране и изпълнение на

различни по сложност проекти.

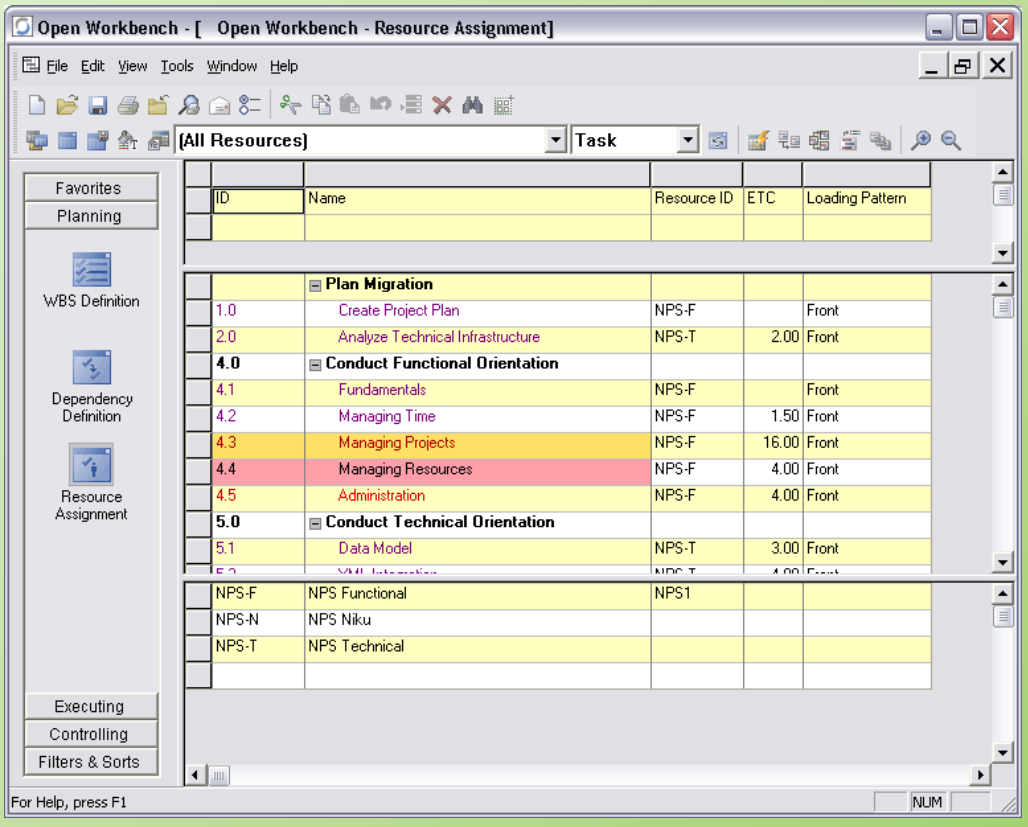
Всички проекти преминават през серия от задачи (или фази) през техния жизнен цикъл. Използвайки Open WorkBench тези критични задачи или фази са значително по-лесни за управление, което увеличава възможностите за успешно приключване на проектите. Open WorkBench позволява на мениджърите на проекти да създават работната структура (Work Breakdown Structure - WBS) със задачи и цели за постигане, основни линии на поведение, планиране на проектни планове със зависимости, присвояване на съответните ресурси към дадена задача, планиране на работата върху задачите за определен времеви период, настройка на планирането и регистриране на реално извършената работа, връзка към главния и подпроектите, разпределяне на ресурсите между тях



и извършване на анализ на рентабилността им.

Модерно планиране на задачите

След като е създаден планът за даден проект, мениджърите могат да разписват различни задачи и да им присвояват необходимите ресурси за тяхното успешно приключване. За големите проекти планирането може да бъде наистина заплетен процес в който трябва да се търси баланс както от гледна точка на отношенията между отделните задачи, така и от достъпните ресурси и срока за изпълнение на задачите. За да улесни потребителите на софтуера Open WorkBench разполага с Auto Schedule възможност, създадена, за да се справи лесно с такова ниво на сложност. С няколко щраквания на мишката Auto Schedule ще организира вътрешния си набор от правила, за да създаде разписание, което да се вписва в предвидените ограничения, зависимости, приоритети и достъпност до ресурсите, като автоматично ще генерира най-добрия план за завършване на проекта. Когато планът е одобрен, мениджърът на проекта може да създаде основна линия, която дава представа за развитието на проекта и позволява ревизиите и да се сравняват с първоначалния план.



Гъвкав преглед на информацията

Проектните мениджъри разполагат с достъп до библиотека от различни изгледи в Open WorkBench, която им позволява да настроят доста детайлно информацията, която се показва, така че да тя да се хармонизира с нуждите им. Поддържат се различни диаграми и таблици, включително стандартни Gantt и базирана на нива Gantt схеми, както и логически организирани, PERT диаграми. Всяка една организация ползваща приложението може да дефинира и разпространява собствени изгледи в зависимост от използваните в нея корпоративни стандарти и нужди.

Управление на обхвата на проектите

Когато е необходима модификация на обхвата на даден проект, независимо дали това е породено от нови изисквания, липса на ресурси или време, или бюджетни ограничения Open WorkBench ще се опита да идентифицира тези потенциални проблеми и тенденции, преди те да попречат на правилното изпълнение на проекта. Приложението извършва анализ на критичните пътеки, като анализира изолирани мрежи от зависимости и задачи с негативни стойности. Вторият автоматизиран анализ е на пресметнатото време за завършване на задачите - допълнително се изчислява необходимото време за приключване на задачите и проверка на последиците, в случай че се пресрочи крайният срок. Анализът на придобитата стойност (Earned Value) позволява да се следи истинският прогрес на проекта, като се вземат предвид усилията положение за постигането на определена цел. Това е още една основна техника за управлението на проекти, която е заимствана

пряко от финансовите анализатори.

Мениджърите могат да рафинират плана на даден проект, благодарение на извършените анализи и използвайки основната линия за следене на развитието на проектите, да сравнят промените в обхвата с първоначалния план за детайлен анализ на ситуацията. Използването на правилната информация за бързо идентифициране на евентуалните проблеми е решаващо за успешното приключване на всеки един проект и отделните части от него.

Какво печелим?

Постоянният анализ на развитието на проекта намалява или елиминира изцяло изненадите чрез ранното откриване на потенциални тенденции и ситуации, които могат да доведат до лоши резултати. Периодичната проверка на различните аспекти на всеки проект служи като профилактика за неговото „здравословно състояние“.

Честотата и степента на детайл на анализа зависи изцяло от времето, което можете да отделите за създаване и контрол на проектите си. В случай че решите да следите нещата изкъсо и правите често анализ, ще имате сравнително малко време за каквото и да било друго. Ако преминете към другата крайност и

анализирате рядко

вашите проекти, може да не откриете навреме потенциалните проблеми, така че да разполагате с възможността да се справите с тях, без да навредите на развитието на проекта и неговия краен успех. Разделяйки приоритетите на вашия нов бизнес на отделни парчета е много по-лесно тяхното изпълнение и проследяване на ефикасността им. Затова дори и да започвате своето развитие тепърва, не пропускайте да разгледате опциите, които приложенията за управление на проекти предлагат - шансът да добавят стойност към бизнеса ви е голям.

IT Милиардерите

(продължение от бр.2)

MySpace - основният конкурент на Facebook

в момента има над 200 млн. потребители. На него се дължат 4.46 % от всички посещения на сайтове в Америка, както и 80% от влизанията в страници от типа социални мрежи в страната.
Но нека да видим, кой стои зад възхода на този проект, който беше първият, наложил понятието онлайн социална мрежа в публичното пространство. Крис де Улф е роден през 1966 г. и през 1988 г. се дипломира в университета "Вашингтон", (където е член на Братството Beta Theta Pi) а след това следва и в университета на Южна Калифорния. Далеч по-противоречива е информацията за неговия партньор Том Андерсън. Според едни, той е роден на 8 ноември 1975 г., а според други е с около пет години по-възрастен. Още по-загадъчна аура му придават писанията, че през 1985 г., още като 14 годишен ученик в гимназията "Сан Паскуал" в Ескондидо, Калифорния, Андерсън се е подвизавал като

компютърен хакер под името Lord Flathead

Твърди се, че той е водачът на отбора, който успява да проникне в компютрите на Chase Manhattan Bank, променя регистрите и оставя съобщение, което гласи, че ако не му бъде осигурен свободен достъп до системата ще унищожи всичко. Но и до сега обвинение не му е предявено.
Преди създаването на популярната днес социална мрежа, домейнът MySpace се е развивал като място в Интернет за обмен на файлове. Регистриран е през 1998 г., и е предоставял свободен достъп и малко дисково пространство за потребителите, които са имали възможност да го увеличат, ако привлекат нови членове. Поради слабите приходи обаче, собствениците на проекта са се принудили да го продадат през 2001 година. В сегашният си вариант Myspace е създаден през юли 2003 година от Андерсън и Де Улф и е сред

петте най-посещавани уебместа в САЩ.

Успехът на проекта се дължи на един съвсем обикновен факт: оказва се, че младите хора умират да си показват снимки и да си разменят мнения. През 2005 г. Рупърт Мърдок купува компанията Intermix, която управлява Myspace за 580 млн. долара. Заради това на десетото издание на годишните награди Webby, което се състоя през юни 2005 г., Андерсън и Де Уолф са избрани за победители в категория "Пробив на годината". Въпреки сключената сделка, двамата милионери и доскоро

запазваха ръководните си длъжности

в компанията. През април бившият оперативен директор на Facebook Оуен Ван Ната замени на поста изпълнителен директор Крис Де Улф, а бившият шеф на интернет гиганта AOL Джонатан Милър пое позицията на президент от другия основател на сайта Том Андерсън. Само преди дни пък вестник Guardian съобщи, че MySpace ще съкрати 30% от своите 1600 служители. Причината е, че в последните месеци страницата загуби голяма част от трафика и рекламните си приходи и остана далеч зад основния си конкурент Facebook. Засега съкращенията са само в САЩ, но според непотвърдена официално информация на Guardian, предстои закриването на европейските офиси в Италия, Франция и Испания.

Twitter набира скорост

След успехите на YouTube, MySpace и Facebook, следващата тенденция за социални контакти в мрежата, на която се възлагат големи очаквания, безспорно са микроблоговете. И по-конкретно един от тях – Twitter, наричан понякога "SMS-ът на Internet". Накратко казано става дума за безплатна социална мрежа и микро-блог услуга, която позволява на потребителите да изпращат и четат статус съобщения, познати като туийтове. Текстовете са

Създателите на My Space Крис Де Улф и Том Андерсън (вдясно), бяха наредени от журналистката Барбара Уолтърс сред десетте най-забележителни личности на 2007 г.

до 140 символа, съхраняват се в страницата с потребителския профил на автора им и се изпращат към другите потребители -

известни като последователи,

които са се абонирали за тях. Изпращачът може да ограничи достъпа до статус съобщенията си до кръга от свои приятели или да позволи отворен достъп до тях. Туийтовете могат да се изпращат през уеб страницата на Twitter, през SMS или през приложения написани от трети лица с помощта на публикуваното от Twitter API. Услугата е достъпна безплатно през Интернет, но изпращането на туийтове през SMS се облага с такса от страна на GSM оператора.

На туитърите Джак Дорси (вляво) и Евън Уилямс явно не им липсват свежи идеи.

В края на юни "Файненшъл таймс" писа, че притиснатите от кризата младежи в САЩ са намерили ново приложение на системата. Над 6 хил. компании зад Океана вече прилагат функциите на социалната мрежа, за да намерят по оригинален и достъпен начин новите си служители сред възрастовата група с едни от най-сериозните проблеми на пазара на труда. Последователите на определено дружество вече могат да разбират моментално за

освобождаване на позиции в структурата

на организацията и в най-кратък вариант - за характеристиките на търсения кандидат. Този иновативен подход за търсене на работна ръка получава много добро оценка от младежите в САЩ. Новата функция на социалната мрежа стартира през февруари 2009 г. и вече набира огромна популярност. Потребителите на услугите на социалната мрежа са се увеличили с 83% само за април, надминавайки 17 милиона души и регистрирайки постоянен растеж.

Основателите

Джак Дорси, Биз Стоун и Евън Уилямс вярват, че са създали следващата вълна в комуникациите, нещо средно между електронна поща, текстови съобщения и социална мрежа. Уилямс е бизнесменът зад Twitter. На 37 години той има солиден опит като изпълнителен директор в Силициевата долина, работил е в Google и мнозина го смятат за автор на термина "блогър". Роден в Небраска, той си пробива път към Силициевата долина в края на 90-те като създател на компютърни кодове на свободна практика. През 1999 г. регистрира Blogger.com, оригиналната фирма за блог - софтуер, която е купена от Google точно след като Уилямс наема Стоун. Двамата напускат след продажбата, за да се присъединят към Twitter на

изобретателя му Дорси.

"Какво искате да знаете? - пита Стоун. - Какъв е трафикът? Или пък какво мислят хората за iPhone, Гордън Браун, за най-добрата кръчма или срещата на Г-20? Всичко това се обсъжда в Twitter. Не можем всички да се търсим по телефона едновременно. Twitter е врязваща се технология на момента, която работи в реално време."

Как печели компанията?

Съсобствениците казват, че търсят всякакъв възможен източник на доходи - от реклама до такси за частни вътрешни Twitter мрежи или процент от транзакциите, които се правят чрез Twitter. "Опитваме различни неща. Някои ще проработят, други не. Ще минем през същите процеси като всяка друга компания. Google не знаеха отначало модела си за приходи. Facebook все още изработват техния. Те са на 5 години, ние - на 3. Винаги има начин да направиш пари, ако имаш нещо ценно и хората го харесват" - твърди Стоун.

Големите акули в бранша

обаче вече обикалят около тях. В края на миналата година Facebook отправи неуспешна оферта за Twitter, възлизаща на 500 млн. долара в акции. Тя обаче бе отхвърлена след няколко седмици преговори. Според съобщението главната причина, поради която сделката е пропаднала, е цената. Наред с това акционерите на Twitter искали да доразвият бизнес модела на сайта и да започнат да генерират приходи, каквито в момента няма, писаха западни медии.

Други анализатори предполагат, че Twitter може би все още не се интересува от продажба на предложената цена, предвид факта, че тя е в акции на Facebook.

Оценката на социалната мрежа,

която дойде от инвестицията на Microsoft в нея (през миналата година компанията на Бил Гейтс придоби 1.6% от Facebook и правото да помества своя реклама там до 2011 г. срещу 246 млн. долара), е 15 млрд. долара и според Twitter е завишена. Според акционерите, реалната цена на Facebook е по-скоро 5 млрд. долара, което означава, че офертата е на стойност около 150 млн. долара.

Засега обаче няма причини да се бърза. Постепенно все повече водещи компании осъзнават потенциала на Twitter и възможностите да рекламират в него (като например компютърния гигант Dell). А на вратата вече чука и Google с нова оферта за придобиване на компанията.