New Business

ИЗДАНИЕ ЗА СТАРТИРАЩИ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Брой 28, 25.10.2010

http://www.newbusiness.bg

АКЦЕНТИ В БРОЙ 28

КАК СЕ ПРАВИ МОДЕРЕН БИЗНЕС В МАЛЪК БЪЛГАРСКИ ГРАД
Четете в специалното ни интервю с г-н Станчев - собственик на Плади Компютърс ООД ..... стр. 10

КАК ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ ДА СЕ ВЪЗПОЛЗВАТ ОТ GOOGLE BUZZ?
Новият инструмент на Google може да е от полза за бизнеса .....стр. 16

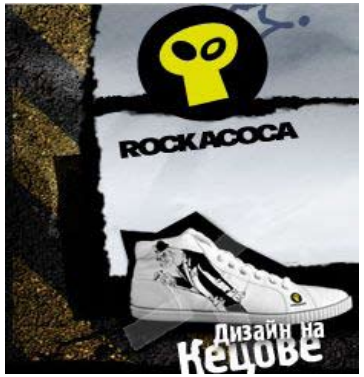
STARTUP 2010 БЕ ГЛЕДАНА ОТ НАД 1500 ЧОВЕКА
Какво се случи на националната конференция за предприемачество четете от нашия обзорен материал..... стр. 20

FREELANCE LODGE ЩЕ ПОПУЛЯРИЗИРА ПОЧАСОВАТА РАБОТА
През ноември освен новия сайт на NewBusiness.bg очаквайте и първия безплатен семинар на тема freelance и работа по проекти ..... стр. 24

КАК ДА ПРОДАВАМЕ ВСИЧКО В EBAY?

12

Rockасоса - обувки, кецове и аксесоари по ваш дизайн



Rockасоса е компания за алтернативна мода. Те създават специални дизайни, които се изработват ръчно върху обувки, аксесоари и други предмети.

Специално нарисуваните обувки са истинско отражение на твоята уникална личност и индивидуален стил. С дизайните на Rockасоса ти се открояваш във всяка тълпа.

А ако искаш да стигнеш по-далеч, винаги можеш да им се обадиш и те ще приготвят нещо специално за теб.

Rockасоса използва само най-добрите материали. Техните бои са връх в индустрията и хората, които ги произвеждат, определено знаят какво правят. С тези бои твоите любими нарисувани кецове ще бъдат лъскави и ще изпълват сърцето ти с радост доста дълго време.

И все пак е хубаво да кажем, че ако се погрижиш за твоите обувки и те ще се погрижат за теб, което значи - без футбол, ритане на бордюри или други стъргащо-протриващи дейности :)

Rockсасоа е в час с високите стандарти, а и ти не заслужаваш нищо друго.

Създайте уникални обувки сега на
www.rockacoca.com

ПРАВЯТ БЪЛГАРСКО СТАРТЪП УЧИЛИЩЕ

Фондация StartUP ще създаде първото българско училище за стартиращи предприемачи. Това съобщиха от организацията ексклузивно пред NewBusiness.bg. В училището ще има лекции от наложили се бизнесмени, които ще подготвят начинаещи предприемачи. Сред темите, които ще бъдат засегнати, са презентирането на идеи, привличането на инвестиции, продажбите, маркетингът и други важни аспекти от стартирането на бизнес. Все още не е ясно как ще се нарича проектът, но се очаква той да стартира до два месеца.

УДЪЛЖИХА СРОКА ЗА ФИРМЕНАТА ПРЕРЕГИСТРАЦИЯ

Срокът за пререгистрация на фирмите, които трябваше да изтече на 31 декември т.г., се удължава с половин година до 30 юни 2011 г. Това предвиждат одобрените от правителството в сряда промени в Закона за търговския регистър. Всички еднолични търговци и клонове на чужди компании, които не се впишат повторно в Търговския регистър до 1 юли 2011 г., ще се считат автоматично за закрити от тази дата.

Всички разпоредителни действия и сделки на непререгистрирани ООД-та, АД-та и кооперациите след 1 юли 2011 г. ще са нищожни.

Едноличните търговци пък ще бъдат заличени, защото те си остават отговорни с цялото си имущество и като физически лица за задълженията, които са поели. Клоновете на чужди компании ще бъдат закрити, а фирмените им дела ще се архивират и ще се съхраняванти от окръжните съдилища.

На 1 октомври догодина Агенцията по вписванията ще обяви два списъка - един за заличените ЕТ и чужди търговци и друг за непререгистрираните дружества и кооперации. След това до края на юни 2014 г. се дава срок на всеки заинтересован да поиска за компания от втория списък да се проведе ликвидация.

Т.е. ако някой има претенции към дадена фирма - например НАП, топлофикация, ВиК, доставчици или заемодатели, отделни съдружници и т.н, може да поиска откриване на процедура по ликвидация. Разходите за процедурата ще се покриват от имуществото на фирмата, която се ликвидира, а ако тя няма такова - заявителят плаща разноските. Ако никой не поиска пререгистрация и последваща ликвидация по Търговския закон, съответното дружество просто ще се заличава.

Всички заявления за вписване, за заличаване на обстоятелства и за обявяване на актове в търговския регистър ще се подават само по електронен път за акционерните дружества и командитните дружества с акции, предвиждат още промените.

Още на www.newbusiness.bg

TOP CLASS ТЪРСИ НОВИТЕ ЛИДЕРИ В БЪЛГАРИЯ

Предприемачески РАСТЕЖ

Четвъртото поколение на програмата Top Class ще започне през идната седмица. Това е едногодишна програма за менторинг, която дава възможност на млади предприемачи да получат достъп до точните идеи, знания и личности и по този начин да развият бизнеса си по-бързо, без това да нарушава графика им и да пречи на ръководенето на компаниите им. Срещите се състоят два пъти в месеца, в следобедните или вечерните часове. Освен основната програма, младите предприемачи имат възможността да участват и в допълнителни дейности на партньорската мрежа на
CEED.

В рамките на Top Class, подбрани амбициозни предприемачи и мениджъри получават възможност да се запознаят с известни бизнес личности – мениджъри и собственици на компании - които в качеството си на ментори предоставят своите опит и съвети.

В нея могат да да участват Предприемачи и млади мениджъри, които отговарят на следните критерии: Мотивирани и с интересни бизнес идеи, Желание да обменят опит, желание да разширят своята мрежата от контакти.

Критерии за кандидатстване
Ако сте предприемач, трябва да отговаряте на следните критерии:
- Компанията Ви да е на пазара от поне 3 години;
- В нея да работят поне 5 служители;
- Годишни приходи от BGN 500,000 или висок прираст през последните три
години;
- Интересни бизнес идеи;

Желание да намерите партньори на местния пазар и да излезете на
международен пазар.
Ако пък сте мениджър в компания, трябва да притежавате следните качества:
- Да обичате и търсите нови предизвикателства;
- Да желаете да разширите своята мрежа от контакти;
- Да сте от хората, които непрестанно търсят начини да усъвършенстват своята
професионална подготовка;
- Да сте нетърпеливи да се изкачите нагоре в кариерата си;
- Да имате интересни бизнес идеи и дори да желаете да имате своя компания.

Повече информация можете да получите на www.ceed.bg

ЖЕНИ ПРЕДПРИЕМАЧИ СЕ СЪБИРАТ НА МЕЖДУНАРОДЕН ФОРУМ В СОФИЯ

На 19 – 20 ноември 2010 г. в „Шератон София Хотел Балкан“, гр. София, ще се проведе Втори международен форум за женско предприемачество, организиран от Асоциацията на жените предприемачи в България – СЕЛЕНА.

Повече по темата четете http://www.newbusiness.bg/news/view/1285

РАЗДАВАТ НАГРАДИТЕ EMPOWER НА 1 НОЕМВРИ

На 1-ви ноември, Денят на народните будители, на специална церемония в столичния „Sofia Live Club“ ще бъдат оповестени победителите в най-големия конкурс за млади предприемачи в България „Награда EMPOWER за изключителни млади предприемачи“. По-рано през деня, най-добрите седем бизнес плана ще бъдат оценени от финалното жури, което се състои от управителите на водещи организации, партньори на конкурса, и висши представители на държавната администрация и американското посолство.

Общият брой получени документи за стартиране на нов бизнес – 191 беше рекорден и надвишаваше многократно очакванията на организаторите. През лятото на 2010, всяка от допуснатите за участие в конкурса предприемаческа идея беше разгледана от двама независими съдии, експерти в оценяването на бизнес планове. След приключването на първия етап най-добрите 20 кандидатури бяха подложени на втора оценка от други двама независими експерта.
Най-високо оценените седем млади предприемачи, заедно със своите бизнес екипи са поканени да представят идеите си пред финалното жури, което има задачата да разпредели наградния фонд от повече от 200 000 лева, както следва: 100 000 лева първа награда, 60 000 лева втора награда, 40 000 лева за третото място и специална „Зелена награда“.

Повече по темата четете онлайн тук http://www.newbusiness.bg/news/view/1270

НОВА СОЦИАЛНА МРЕЖА ЗА АУТСОРСИНГ ПРИВЛЕЧЕ 3 МИЛИОНА ДОЛАРА ИНВЕСТИЦИИ

Poptent – първата в света социална мрежа, специализирана в т.нар. „краудсорсинг„, успя да привлече инвестиции в размер на 3 милиона щ. долара, при първия рунд за набиране на капитал, организиран от нея. Рундът е бил ръководен от инвестиционния фонд MK Capital. Новината е част от нова вълна стартъпи, които провеждат успешни кръгове за привличане на нужните им за развитие инвестиции – теденция, която според мнозина маркира раздвижването на американския пазар на рисков капитал.

ОКТОМВРИ - НОЕМВРИ

31 октомври ЗМДТ, ЗКПО, ЗДДФЛ

- Внасяне на окончателния годишен /патентен/ данък за четвърто тримесечие на 2010 г.
- Декларираме и внасяне на данъците при източника по ЗКПО.
- Внасяне на данъка върху дейността от опериране на кораби за месец септември.
- Внасяне от платеца на дохода на окончателните данъци за начислени/изплатени доходи по глава шеста от ЗДДФЛ.
- Декларираме от платеца на дохода на окончателните данъци за начислени/изплатени доходи по глава шеста от ЗДДФЛ.
- Внасяне от работодателя на авансовия данък, определен по реда на чл. 42, ал. 6 от ЗДДФЛ върху брутния размер на сумата от частичните плащания по трудови правоотношения, ако през септември са направени само частични плащания.

14 ноември ЗДДС, ЗКПО, Наредба №Н-18

- Подаване на справка-декларация по ЗДДС, ведно с отчетни регистри и магнитен носител и внасяне на дължимия ДДС за данъчния период - месец октомври.
- Подаване на VIES-декларация от регистрирано лице, което е извършило вътреобщностни доставки или доставки като посредник в тристранна операция за данъчния период - месец октомври.
- Месечните авансови вноски за ноември за корпоративния данък по Закона за корпоративното подоходно облагане.
- Внасяне на данъка върху приходите за месец октомври от бюджетните предприятия.
- Внасяне на данъка върху разходите по ЗКПО за месец октомври: представителни разходи, свързани с дейността; социалните разходи, предоставени в натура; разходите, свързани с експлоатация на превозни средства, когато с тях се осъществява управленска дейност.
- Внасяне на алтернативен данък по чл.226, чл.234 и чл.241 от ЗКПО върху приходите от помощни и спомагателни дейности по смисъла на Закона за хазарта, начислени през месец октомври.
- Подаване на данни на технически носител от производител/вносител на фискални устройства за разчетени фискални памети през месец октомври
- Подаване на данни на технически носител от сервизна фирма на фискални устройства за издадените свидетелства за регистрация на фискални устройства, за прекъсване и започване на сервизното обслужване, както и за получени уведомления за загубване, повреждане или унищожаване на свидетелството за регистрация на фискалното устройство през месец октомври

10 ноември ЗДДФЛ, ЗКПО, ЗСВОТС

- Внасяне от работодателя или възложителя на авансовия данък, удържан през месец октомври за доходи от трудови правоотношения и за доходи от друга стопанска дейност по чл. 29 от ЗДДФЛ.
- Подаване на декларация по ЗКПО за данъка върху хазартната дейност от лотарии, томболи и числови лотарийни игри Бинго и Кено.
- Подаване на Интрастат-декларации пристигания/изпращания по ЗСВОТС за месец октомври 2010 г.

Програма БАС за вас

За много стартиращи предприемачи, без съмнение най-трудната стъпка, след като осигурят необходимото им финансиране за да претворят идеите си за бизнес на практика, е как да продължат да развиват започнатото.

Повечето от тях знаят за оперативна програма „Конкурентоспособност“ или за банковите кредити за малки фирми, като най-достъпна възможност да съберат необходимите им средства. Малцина обаче са чували за една по-непопулярна програма, която цели именно насърчаването на развитието на старт-ъпи чрез осигуряване на необходимата квалифицирана косултантска помощ.

Става въпрос програмата на Европейската банка за възстановяване и развитие (ЕБВР) - БАС, която управлява мрежа от офиси за подпомагане развитието на малките и средни предприятия в Югоизточна Европа, Северозападна Русия, Самара и Азия. Към момента програмата БАС работи в петнадесет държави и е приключила успешно повече от 5 000 проекта.

Основни цели на програмата БАС са „да съдейства за растежа и подобряване конкурентноспособността на малките и средни предприятия чрез финансирането на бизнес консултантски услуги, предоставяни от най-добрите местни консултанти“. Другата задача е да спомага за развитието и усъвършенстването на уменията на местните консултанти да посрещат нуждите на предприятията от такива услуги.

В България програмата предлага съдействие при избирането на най-подходящите местни консултанти за решаването на конкретни бизнес проблеми и изпълнението на конкретни консултантски задачи. В случаите когато специфичните нужди на дадена фирма не могат да бъдат удовлетворени с умения на специалисти в страната е възможно да бъдат ангажирани чужди, които да работят в тясно сътрудничество със своите местни колеги, предавайки им своя опит.

Отпуска се субсидия до 50% от общия разход за консултанската услуга, но не повече от 9 хил. евро за даден проект. Финансиране се предоставя за консултантски услуги при маркетингови проучвания, търсене на партньори и инвеститори, подбор и оценка на необходимо оборудване, одобряване организационната и управленска структура, изготвяне на бизнес планове, развитие и усъвършенстване на финансово-счетоводните и контролни системи, на управленските информационни системи, подготовка и издаване на свидетелства за системи за контрол на качеството (ISO, HACCP, и др.) Все неща, от които всеки прохождащ, а и вече поутвърдил се бизнес има изключително наложителна нужда.

Разбира се, не само изброените по-горе консултантските услуги могат да получат финансиране от програмата БАС. Всеки проект се разработва по начин, който да пасва на специфичните нужди на конкретното предприятие. Всъщност единственото изключение са правните и одиторски услуги, за които Програмата БАС не отпуска парична помощ.

Финансиране се отпуска за малки и средни фирми от всички стопански сектори с изключение на тези, работещи в селското стопанство, строителството, военната индустрия, тютюнопроизводството, банковото дело, хазарта, управлението на недвижими имоти. Програмата подпомага предприятия, работещи в областите на хранително-вкусовата промишленост, производството на строителни материали, както и фирми, които се занимават с търговия или работят в сферата на услугите. Условията са те да частни и с български мажоритарен собственик, да съществуват най-малко от две години и да имат от 15 до 250 служители (работници).

От досегашната си дейност в страната програма БАС получи висока оценка и признание от българските предприемачи, консултантски фирми, браншови организации и институции, които подпомагат развитието на малките и средни предприятия. Екипът на програмата има практика активно да си сътрудничи с такива организации, за да се координират и допълват усилията на различните институции за подпомагане на фирмите в страната. Наблюдава се тенденция все повече МСП, следвайки примера на първите проекти, финансирани по програма БАС, активно да търсят квалифицирана външна помощ за решение на техни специфични проблеми, твърдят хората от екипа на програмата.

На практика около една трета от реализираните проектите на програма БАС са за подобряване на управленската ефективност. През последните години все повече фирми, които са успели не само да оцелеят, но и да се развият, изпитват нужда от по-добра организация на производството и персонала, за да могат по-успешно да осъществят следващите стъпки на своя растеж. Увеличаването броя на персонала, както и вида на предлаганите стоки и/или услуги, прави трудно управлението на целия процес от следене изпълнението на отговорностите на служителите, ефективността на отделните стоки / услуги и приходите от тях, до управлението на складовите наличности. Този тип проекти е показател за реалния растеж на българските предприятия.

Проектите за подготовка и внедряване на системи за контрол на качеството заемат второ място, като съставляват 28% от общия брой проекти на програмата досега. Големият интерес към системите за качество се дължи от една страна, на натиска, изпитван от българските предприятия да търсят нови пазари в страни, където сертификацията по качество е задължителна, от друга страна, за да могат да работят с партньори и доставчици, които я изискват или пък вече са сертифицирани. Компаниите, които внедряват система за контрол на качеството, обикновено са водени и от добре осъзнатата необходимост за подобряване на своята организационна структура, както и от желанието да предоставят гаранции на клиентите си, че са в състояние да произвеждат и доставят продукт с постоянно високо качество.

Проектите за подобряване пазарните позиции на предприятията, пък заемат трето място, с 27% от общия брой проекти, което е показател за настоящото развитие на икономиката в страната като цяло и за състоянието на малките и средни предприятия в частност. Докато в началото на деветдесетте години имаше недостиг на редица стоки и услуги, сега броят на производители и доставчици е много голям и съответно конкуренцията е много по-интензивна. В тази среда фирмите се конкурират не само помежду си, но и със стоки и услуги внасяни свободно от Европа. Ето защо българските предприемачи трябва да инвестират много повече усилия в подобряването на пазарната си стратегия и планиране, както и постоянно да търсят нови партньори и източници за допълнителни инвестиции.

В същото време не трябва да се забравя, че и кризата също оказва влияние на дейността най-вече на малките фирми. Но, пък погледнато положително, според уверенията на българските управляващи, поне краят и вече се вижда.

Повече информация за програмата можете да научите на:

HTTP://WWW.BASPROG.COM

Deloitte.

Полският интернет портал Нетмедия още веднъж си подсигури първото място в класацията на Делойт за Най-динамично развиващи се технологични компания за 2010 година за Централна и Източна Европа с ръст от 15,005%. За втора поредна година компанията зае челното място в основната категория, а за седма поредна година компания от Полша е на водеща позиция в класацията.
В същото време чешкият интернет спортен оператор LiveSport зае челно място в категорията Изгряващи звезди, а победителят Нетмедия оглави категорията на 5-те най-големи технологични компании.

Тази година са класирани компании от десет страни: България, Хърватска, Чешка република, Естония, Унгария, Литва, Полша, Румъния, Сърбия и Словашка република, а 16 от фирмите се класират за първи път през тази година.

Средният ръст на класираните компании през 2010 година е 967%. Това е впечатляващ ръст, като се има предвид, че кризата се отрази силно в технологичния сектор в региона през изминалата година, а фирмите от бранша бяха принудени да възприемат мерки като намаление на контролираните разходи, на разходите за наемане на нов персонал и капиталните разходи, както сочат резултатите от миналогодишното проучване сред изпълнителните директори на топ 50 най-динамични технологични фирми.

Четири български фирми заемат позиции в престижната класация: Инвестор.БГ АД , Телерик АД., Е-Кард

Интерконсулт България,

като Инвестор.БГ се класират на пето място с ръст от 1,633%.

Дариуш Нахила, Управляващ съдружник за ТМТ групата на Делойт Централна Европа, отбеляза, че „подобрението в средния ръст на развитие спрямо миналата година е индикатор за това, че технологичните компании от нашия регион са устояли на въздействието на рецесията. От изключителна важност за възстановяване на сектора в пост-кризисния период ще бъдат стабилното управление и ясната ръководна визия."

По отношение на технологичния сектор, софтуерните компании възвърнаха доминантните си позиции в класацията от 2006г. с 29 компании сред най-динамично развиващите се 50, следвани от интернет компаниите (общо 17 класирани), компании за телекомуникации/нетуъркинг и компании за компютърни/периферни устройства (съответно с по 2 представени компании в класацията). И отново, 4 от топ 6 най-динамично развиващи се компании принадлежат към интернет бранша, което подсказва за невероятния потенциал на този сегмент от технологичната индустрия.

Полша е с най-силно присъствие със своите 11 успешно класирани компании, а Будапеща е градът с най-голям брой класирани компании, с централни офиси в този град – общо 10 на брой, следван от Прага – 7 компании и Варшава – 6 компании.

Проучване сред Изпълнителните директори на технологичните компании

Заключенията от тазгодишното Проучване сред изпълнителните директори откроява факта, че спрямо миналата година технологичните компании и техните ръководства се сблъскват с редица предизвикателства.

„В подкрепа на схващането, че висококвалифицираните служители са най-важния фактор за растеж, изпълнителните директори пренасочиха своя фокус към развитието на професионалните умения на своите екипи и като мярка срещу общоприетото мнение за липса на достъп до квалифицирана работна ръка на пазара", допълва г-н Нахила. Според него, „ най-голямото лично предизвикателство за изпълнителните директори е изграждането на лидери и делегирането на отговорност – още един признак за стремежа на ръководителите на технологичните компании правилно да подредят приоритетите на бизнеса си в дългосрочен аспект."

Проучването показва, че болшинството (81%) от участвалите в него са изразили категорична убеденост за растеж през следващите 12 месеца, като по-голямата част очакват ръст между 11% и 50 % през 2010г.

Категория „Изгряващи звезди"

Победителят в тази категория е чешкия спортен интернет сайт оператор LiveSport с ръст от 681%. 3 от 5-те компании класирани в категорията са представители на интернет бранша, което е своеобразен знак, че можем да станем свидетели на изкачване до челни позиции на интернет компаниите в Technology Fast 50 през следващите години.

ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ НИ ЗАКОНИ СА ОТ КАМЕННАТА ЕРА

Разговора води Дара Христова

Станимир Станчев е собственик на „***Пладн компютърс***“ ООД, основана през 1998 година. Дружеството е лицензиран доставчик на интернет в гр. Ловеч и се занимава и с асемблиране, поддръжка и продажба на компютърни системи. Станчев, е човекът, който успя да пусне интернет дори най-високите ни планински върхове и труднодостъпните хижи. Повече информация може да намерите на http://www.lovechnet.com/

Г-н Станчев, как се появи идеята да се занимавате с компютри и интернет и то точно в Ловеч?

- Не мога да кажа, че съзнателно съм се насочил към този бизнес. Преди да се захвана сериозно с информационните технологии, се занимавах чисто любителски, просто ми беше интересно. През 1995-а, докато бях студент в София работех във фирма за асемблиране на компютри. Там научих занаята, но не ми харесваше лудницата на големия град. Реших да се върна в Ловеч. Това се случи доста подходящ момент, когато имаше остра нужда от компютърни специалисти. Нямаше подходяща фирма към която да започна работа, затова със съдружника си наехме офис и създадохме „Пладн компютърс“.

Започнахме преди повече от 10 години и запълнихме една празна ниша. Клиентите имаха нужда от качествена услуга, каквато до момента липсваше. Честно казано големите печалби никога не са били водещ мотив. Основната ни цел беше да спечелим повече лоялни клиенти в един малък град като Ловеч. Мисля, че успяхме да го постигнем за 12 години работа. И след толкова натрупан опит зад гърба си, мога да кажа, че отношението към клиентите е най-важното нещо в този бизнес. Винаги сме се стараели цялостно да решаваме всичките им проблеми, свързани с компютрите и софтуера, за да могат да ги ползват пълноценно, да останат доволни и след това пак да се върнат при нас.

Когато основахме „Пладн компютърс“ през 1998-а се занимавахме основно с асемблиране и ремонт на компютри. Бяхме само аз и съдружника ми. Постепенно, заради нарастващото търсене, започнахме да поддържаме хардуера и базовия софтуер на повечето фирми в града и околностите. В един момент работата стана толкова много, че се наложи да назначим още двама души.

През 2000 г. се появи интернетът. Първо се впуснахме по модата и отворихме гейм зала. Доставянето на интернет връзка до обекта си беше истинско приключение. Dail-up интернета беше ужасен - скъп, бавен и прекъсваше. Впоследствие осъзнахме, че точно това е нашата златна ниша. Всеки втори клиент ни питаше дали можем да прокараме интернет до мястото, където живее. Намерихме начин как да започнем да свързваме с ethernet кабели всеки дом. До 2003-а изградихме мрежа в целия град и вече имахме стотици абонати. Неусетно се превърнахме в интернет доставчик, използвайки една изключително евтина, гъвкава и високоскоростна технология за пренос на данни, която днес вече доказа че е много по-добра от ADSL-а, широко разпространен в цяла Европа. Назначихме още хора, за да смогнем с лавинообразното нарастване на клиентите и работата. Сега доставката на интернет ни е приоритетна дейност. Времето на висящите по дърветата лан кабели отдавна премина и сега изграждаме и разширяваме мрежата си само с оптични кабели и то положени подземно. Скоростта и качеството на интернета за 10 г. е нараснало около 1000 пъти! И изобщо не преувеличавам, от смешните 4-5Кб/с през 2000 г., сега средната скорост на достъп до интернет е над 5000Кб/с. И най-вероятно тази тенденция ще се запази.

Можете ли да кажете колко пари ви бяха необходими за първоначалната инвестиция?

- Не беше много. Със съдружника ми събрахме около 5000 лв., които стигнаха за регистрация на фирмата, а след това и за наемане на малък офис. После, с печалбата от услугите и асемблирането на компютри започнахме да се разрастваме. В един момент се оказа, че офиса е толкова препълнен с клиенти и техника, че имаме спешна нужда от повече пространство. Наехме по-голямо помещение, в което сме и до днес.

Спомняте ли си с кое ви беше най-трудно? Например имахте ли проблем с намирането на служители?

- Не беше лесно! Всъщност, най-ценното във фирмата в момента са служителите. Отне ни доста години да съберем качествен екип, който да си обича работата и да я върши както трябва. Бяхме на принципа проба–грешка. Много е важно хората във фирмата да я чувстват като своя и да се отнасят към клиентите като с приятели, на които трябва да се помогне на всяка цена. При нас няма не може, винаги се стремим да решим проблемите на клиентите докрай, дори когато те самите да ги предизвикват от незнание или неправилно боравене с техниката. Първите години бяха точно такива. Много малко хора можеха да боравят с компютри и интернет, но въпреки това си купуваха. Често се налагаше не да поправяме компютри, а да показваме как се работи с тях, как да се предпазват от вируси, как да си отворят пощата и какво ли още не. Но всичко това се отплаща, много от тези хора и до днес са ни лоялни клиенти, въпреки че има вече доста конкурентни фирми.

В момента колко души работят при вас и разширихте ли дейността си?

- Развивайки се като интернет доставчик през 2005-а във фирмата вече работеха над 10 човека. Към днешна дата са 20. Не сме направили никакви съкращения заради финансовата и икономическата криза. Дори увеличихме състава с още две попълнения. Винаги сме стимулирали работниците си с добри заплати и бонуси. Това е много важно за качествената им работа.

Какво направихте с първите спечелени пари?

- Както първите, така и всички останали средства, които изкарахме ги инвестирахме в разширяване на дейността. Впрочем със съдружника ми не разпределяме дори дивиденти, разчитаме само на текущите си заплати.

Много по-важно е да се вложи в развитие и разрастване на бизнеса, което води до увеличаване на печалбата, вместо да се харчат пари за глупости. Още много има да се инвестира в инфраструктура, да се повиши надеждността на мрежата, защото според мен експанзията на интернет едва сега започва. 10 години са много малък период за да си мислим, че развитието на глобалната мрежа е приключило. Скоро ще сме свидетели на интегрирането и с телевизията и мобилната телефония. Няма да спрем докато не изградим оптична връзка до всеки един абонат - само така можем да посрещнем предизвикателствата на бъдещето.

Нека си поговорим малко за административната част на това да имаш фирма. Например, сами ли водехте счетоводството (в началото), какви са разходите за счетоводител за фирма като вашата?

- Специално счетоводството е дейност, която още при създаването на фирмата аутсорснхме в счетоводна къща. Това е сложна материя, и аз съм далеч от мисълта, че ако назнача някой гениален счетоводител, той ще се справи с всички безумни юридически, административни и счетоводни казуси, които възникват ежеминутно покрай нашата дейност. В добрите счетоводни къщи с които работим има достатъчно квалифицирани кадри, включително и юристи. Много по-добре е повече глави да умуват над „гениалните“ административни, регулативни, счетоводни и юридически закони. Това, както и юридическите консултации, са специфични услуги, за които е добре фирмите да разчитат на други специализирани в тези дейности кантори. Убеден съм, че и тези кантори, не си ремонтират компютрите сами, а разчитат на фирми като нашата.

В този ред на мисли, имахте ли проблем с държавните институции, когато решихте да се захванете със собствен бизнес?

- Когато станах предприемач, нямах особени проблеми. През първите години, се занимавахме с разбираеми и прости за законодателя неща, за които нормативите са измислени и шлифовани: ремонт, поддръжка, продажба на компютри.

Развивайки се обаче като интернет доставчик, срещам недомислени закони и наредби, които по никакъв начин не са съобразени със социалното и икономическото значение на широколентовия интернет достъп, както и с нуждата от бързото му проникване сред домакинствата. Тази дейност е нова не само за България, но и за целия свят, а нормативната уредба за полагане на комуникационни кабели е от каменната ера. Например, в новия Закон за устройство на територията (ЗУТ) е забранено полагането на въздушни кабели в населени места над 10000 души.

Подземното полагане на тези кабели технически отнема години, а е и многократно по-скъпо. Никъде не става ясно какво мотивира това ограничение, защо точно 10000 човека. Това ограничава достъпа на абонати до интернет, защото кой оператор въобще би си позволил например в един голям квартал с къщи, каквито има в градове над 10000 население, да изгради подземна мрежа, при положение, че разходите му за свързване на абонат, ще прехвърлят 2000-3000 лв. със всички строителни разрешения, проекти и т.н. Кога ще избие тия разходи с такса за интернет от 20 лв. на месец... Може би след 10 г., да не говорим, че всяко свързване на абонат, ще отнема 2-3 месеца, докато траят всички строителни процедури, преди да се закопае кабела. Коментираме абонати, живеещи в къщи в областните градове. Те автоматично са дискриминирани от този закон, и до тях никой оператор няма да пусне кабел, ако спазваше закона. Поради тази причина всички телеком оператори, включително и бившия монополист имат въздушни мрежи в тези райони, и съгласно законовите разпоредби, подлежат на санкция от 5000 до 50000 лв., за нарушение. Регулаторите могат да съберат доволно много пари от глоби на всичките над 1000 лицензирани интернет доставчици и телекоми. Това е факт, защото закон има, той е с прекрасни цели и идеи (да живеем в един прекрасен град без висящи кабели), но без да е съобразен с реалността и с истинските нужди на гражданите - да имат високоскоростен достъп до интернет, възможен единствено с оптичен кабел. Получава се като ***Параграф 22***.

Имате ли представа как е решен този въпрос в другите държави?

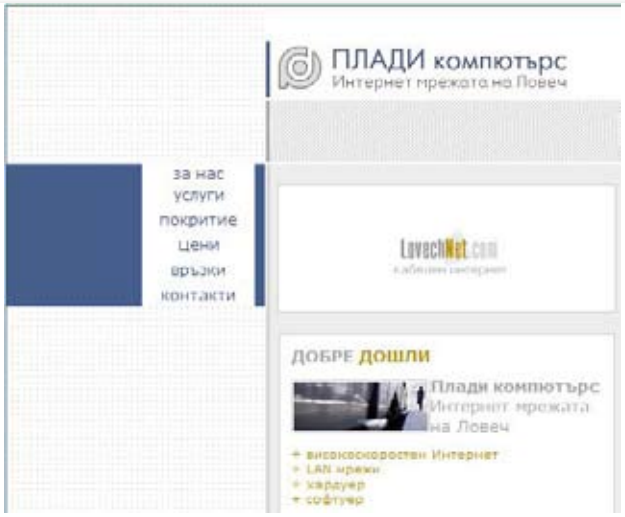
- В някои страни, като САЩ, въздушното полагане на кабели не е забранено. В Лас Вегас има оптични кабели на дървени стълбове по улиците и явно не пречат на никого. В големите градове на Европа е задължително подземно. Но пък имат добре изградена общинска канална мрежа под тротоарите на всяка улица. Там не се правят улици без да положат и голям брой тръби или колектори, където всеки оператор, плащайки наем на общината, да разполага своите кабели подземно. Така хем общината печели, хем операторите лесно достигат до всяка сграда под земята. В България единствено БТК (сега Виваком) има добре изградена подземна канална мрежа, но това е така само в големите градове. В кварталите с къщи в малките населени места почти няма канали. Или пък има закопани медни телефони кабели, които определено не стават за високоскоростен интернет. Да не говорим че до преди 4 години не се допускаше други оператори да слагат кабели в каналите. Сега това е възможно, но след като успееш да се преборишс тромавата бюрократична процедура и солен наем от близо 30ст./метър.

Излиза че всички са нарушители и трябва да плащат глоби. Ако законът бъде спазен, трябва въздушните кабели да се премахнат и да се върнем в каменната ера.

Смятам, че е редно вече да бъде изготвена поне една смислена
наредба, в която да се запише ясно, че в райони с ниско жилищно
застрояване, кабелите могат да се полагат въздушно. Трябва да се намалят адмнистративните пречки при проектиране и изграждане на нови мрежи, да се дадат разумни срокове за изграждане на подземните канални мрежи в центровете на градовете и жилищните комплекси с кооперации. Смятам, че трябва да се оставят работещите въздушни мрежи до изграждане на алтерантивни подземни, защото това отнема години. Смятам че тази забрана трябва да се постави на обществено обсъждане, защото е въпрос засягащ услуга от първа необходимост, като достъпа до информация и интернет.

Според вас, кои са основните предизвикателства при разрастването на един бизнес?

- Бизнесът е като живота - има динамика, възходи и падения. Човек трябва да е готов за тях, да ги приема нормално и да се учи от грешките си. Добрият бизнес се изгражда след много проби и грешки, няма универсална формула за успех, дори и за неуспехите няма такава формула. Понякога загубата в един бизнес ти носи успех в друг. При мен беше точно така - изградих интернет мрежа, която буквално **уби** гейм залите. Финансовата загуба за лицензи и хардуер не беше малка. Но всяко зло за добро.



Каква е разликата между стартирането на бизнес в София и в град, като Ловеч?

- Голяма! :) В малкия град бизнесът има други правила. Почти всички хора се познават, клюките бързо се разпространяват. Тук един бизнесмен не може да си позволи да е нелоялен към клиентите си, защото те просто се познават помежду си. Един недоволен клиент може да доведе до загуба на 100 доволни. Това има и своите плюсове, тук регионалната реклама има по-ниска стойност. Никой не би си купил интернет услуга, заради реклама в местния вестник или радио. Хората правят рекламата/антирекламата неволно, от уста на уста. Затова и се стремим клиентите да са максимално доволни. Друга отрицателна черта на бизнеса в малкия град е размерът на печалбите. Клиентите не са много, приходите също. Тук не е място където можеш да реализираш печалба от мащаба, трябва да си доволен и на малко.
Аз се радвам че нашата фирма дава работа на близо 20 млади хора, които не са избягали в чужбина а са останали в нашия малък и красив град. Имат семейства и харесват работата си.

Какви са плановете ви за бъдещето?

Бизнес плановете си няма да ги разкривам. Само ще кажа че обичам родния си град и България. Живеем в едно райско кътче. Имаме невероятна природа и много красиви планини.

Какъвто и бизнес да правя, ще е тук. Вероятно ще е свързан с интернета, или по скоро с това което той ще се превърне...

В тази връзка, защо решихте да пускате интернет в планините?

- Правя това по-скоро с по високите хижи и заслони, защото все някой трябва да го направи. На мен не ми коства много, това е един подарък за всички планинари. От малък съм в планините по повече от 100 дена в годината. Обикалям навсякъде, това лято минах два пъти маршрута Ком-Емине. Радвам се, когато виждам млади хора по планината, пълни ми душата. Заради тях основно слагам и уеб камери, за да се зарибяват и да ходят. Това е начин да се откъснат от компютрите в къщи.

Възможността да ползват горе безжичен интернет, да пращат снимки, да чатят в скайп определено привлича младежите. Нека не се заблуждаваме, глобалната мрежа е основен начин за общуване, но нека нека не го превръщаме начин на живот за тинейджърите. Животът в планината е прекрасен, интернетът само ще помогне на младите да направят по-бърза и ефективна реклама на това което виждат! :)

Как предприемачите да се възползват от Google Buzz

Захари Димитров,
zak@newbusiness.bg

Услугата за споделяне на информация на Google може да се окаже изключително полезна за малкия и среден бизнес

Google Buzz се появи на бял свят преди седем месеца и въпреки, че услугата все още не е успяла да измести Twitter и Facebook за споделяне на данни, тя определено има какво да предложи на компаниите. Идеята на Google е да ползват Buzz като социален инструмент за споделяне на информация вграден в уеб базираната им електронна поща Gmail. Потребителите на тази възможност, която може да се изключи, могат да споделят връзки към сайтове, видео клипове, кратки съобщения и да ги коментират като организират информацията в разговори видими от интерфейса на електронната поща.

Потребителите на услугата могат да избират дали споделяната информация да бъде само с желаните от тях събеседници, като например група от приятели или да бъде общо достъпна в Интернет пространството. В момента към Buzz са интегрирани редица популярни услуги за споделяне на информация като Picasa, Flickr, Google Reader, YouTube, Blogger, FriendFeed, identi.ca и Twitter. Това означава, че на практика разполагаме с още един маркетингов канал, където да промоторим продуктите и услугите си. За компаниите това определено би било от изключителна полза, поради което и от проекта Mashable (http://mashable.com/2010/02/26/google-buzz-small-business/) са описали основните полезни опции в помощ на малките и средните фирми. Както и гореописаните уеб приложения станали изключително популярни в последните години, така и Google Buzz може да предостави редица предимства на хората и компаниите решили да го използват. Ето и най-

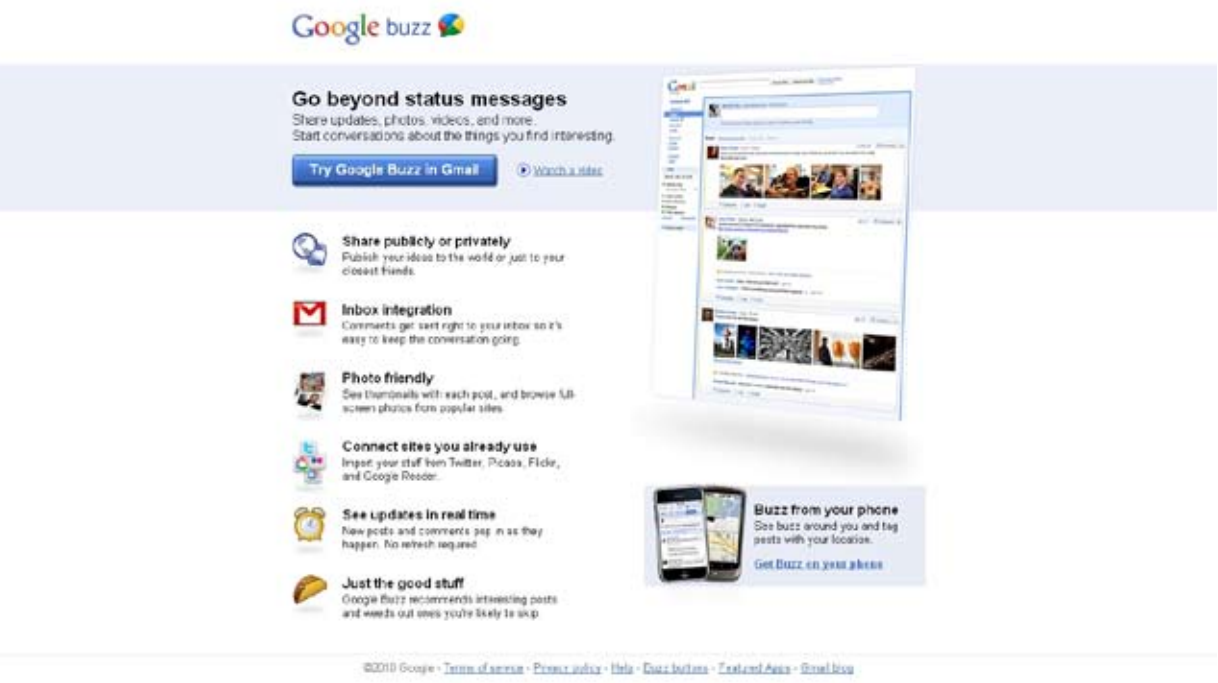
полезните възможности, които компаниите могат да почнат да ползват веднага.

1. Получаване на обратна връзка от клиентите?

Подобно на RSS онлайн новинарските емисии и начина по който функционира Twitter, Buzz дава възможност да публикувате съобщения към група последователи, които са се абонирали за вашите новини. В сравнение с Twitter услугата на Google има някои видими предимства. Публикуваните съобщения могат да са над 140 символа и да включват снимки и линкове, което ги прави отлични за публикуване на фирмени PR материали. Допълнително отговорите към всяко едно публикувано съобщение са групирани, което позволява лесното им проследяване и анализирани. Например при пускането на нов продукт, много бързо може да се ориентирате дали той е полезен и как се възприема, поне според най-технологично напредналите ви потребители. Освен това на публикациите може да се отговаря чрез електронна поща или веднага чрез чат услугата Google Talk.

2. Връзка с партньори

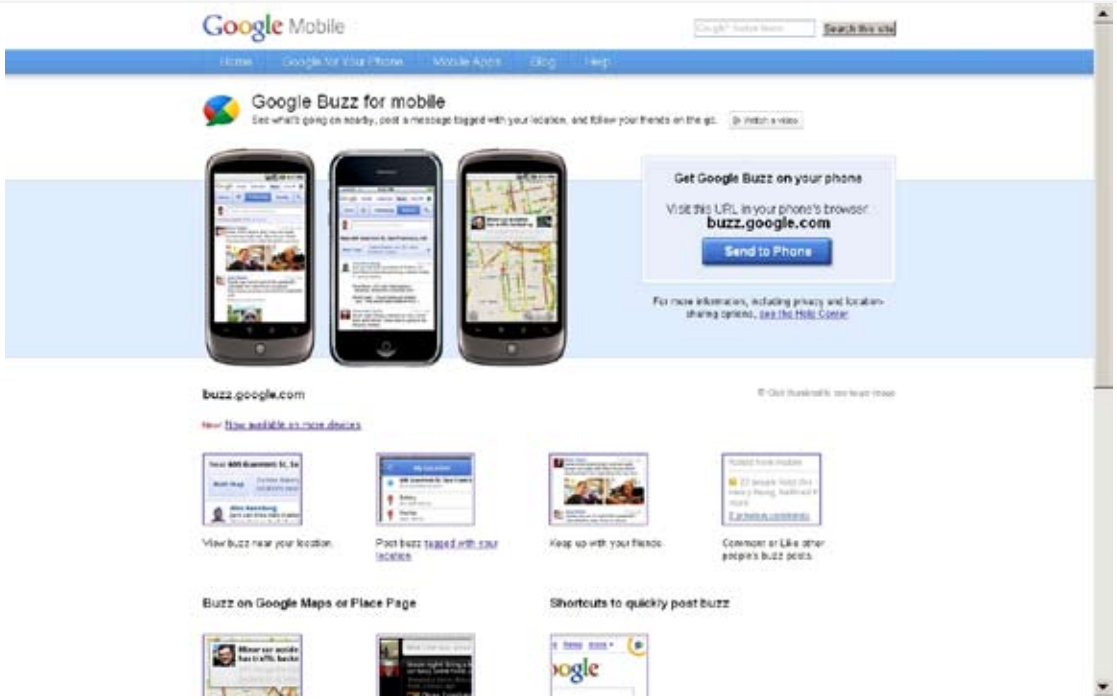
Ако използвате Gmail за служебна кореспонденция вече разполагате с изградена мрежа в Google Buzz. Интеграцията на тези две услугите позволява да споделяте информация с хората с които най-често общувате. След като изберете на кои от тях желаете да следите Buzz новостите, вие автоматично следите новините около тях. Може да ги коментирате, харесвате, или да отговаряте с писма или чат съобщения. Представете си сега че поддържате връзка с няколко склада за суровини и може в реално време да се информирате кои



материали са пристигнали и бързо да поръчвате необходимите ви количества преди конкурентите ви да са ги изкупили.

3. Съвместна работа

Google Buzz позволява да изпращате съобщения както на всичките си последователи, така и на избрани групи от тях. Ако използвате опцията за създаване на групи с приятели (например, колеги, партньори) в Gmail, те автоматично ще бъдат достъпни в Buzz. В противен случай може да създадете нови групи по всяко време. Това дава възможност както за свикване на бързи онлайн дискусии с колегите като например, кой ще има възможност да работи допълнително през почивните дни, така и за споделяне на важна информация към вашите търговски партньори. Тази функционалност е изключително полезна и доста напомня на специализираните инструменти за онлайн сътрудничество като SocialWok (http://newbusiness.bg/articles/view/617/chastni-sotsialni-mrezhi-za-biznesa) за които сме писали в старите броеве на NewBusiness.bg.



4. Маркетинг

Споделяйки информация с клиентите си ги привличате като част от по-близкото обкръжение на вашата компания, където и те имат възможност да споделят мнението и желанията си относно вашите продукти и услуги. Това не само позволява да следите настроенията на потребителите ви и да правите проучване на пазара. С няколко клика може да разгледате профилите на следващите ви клиенти и да разберете от какво се интересуват, какво друго харесват и евентуално къде се намират. Разбира се ако са разрешили споделянето на такава информация, но въпреки това тази възможност не трябва да се пропуска. Разполагайки с данни за вашите

клиенти може да ви е по-лесно да идентифицирате и впоследствие отговорите на техните нужди и потребности особено ако сте малка компания или правите строго специализирани продукти и услуги. При по-големите компании ползата от Buzz като маркетингов инструмент е дори още по-голяма. А никой не би подценил дори най-малкия допълнителен информационен канал, особено когато е безплатен!

5. Споделяне на съдържание

Въпреки изброените скрити предимства на Google Buzz, които са описани по-горе, основната му цел си остава социалното споделяне на информация. Точно както компаниите използват Twitter и Facebook и инструмента на Buzz има потенциала да се превърна в мощна медия за споделяне на съдържание. Може да го използвате за популяризиране на новите си продукти и услуги, и да изисквате обратна връзка от клиентите ви за техните предимства и недостатъци. Както и при останалите услуги от подобен род може да смесвате промоциални съобщения с друга полезна информация за вашите продукти и услуги и да общувате активно с клиентите си.

Разбира се както и повечето услуги на Google Buzz е създадена първоначално за крайните клиенти, а не за бизнеса. Липсват важни функции като бизнес акаунти, многопотребителска поддръжка, интеграция с други пощи освен Gmail и много други. Има и съмнения дали Google Buzz ще се утвърди във времето както и другите подобни услуги или в един момент ще отпадне подобно на широко рекламирания Google Wave. За да ползвате пълноценно Buzz е хубаво да създадете корпоративна Google Profile страница. В нея може да има линкове и полезна информация за компанията ви, което от своя страна ще засили до известна степен онлайн присъствието ви. Социалният инструмент на Google има доста полезни опции, които може да се ползват, дори преди да е станал официална част от Google Apps бизнес приложенията. Нищо не пречи да имате още един комуникационен канал с вашите потребители. Затова ако сте пропуснали да се осведомите за възможностите на системата посетете http://www.google.com/buzz и се информирайте, за да бъдете в час с последните ИТ новости, които могат да допринесат за развитието на бизнеса ви.

Близо 1500 гледаха конференцията StartUP 2010

Националната конференция за предприемачество Startup събира всяка година млади предприемачи, студенти, бизнес ангели, инвеститори и изпълнителни директори на водещи компании.

Как да изградим устойчив стартъп, как да открием финансиране за него и да съберем успешен екип? А какво ще стане ако се провалим и трябва ли да ни е страх от това? Тези и много други интересни въпроси бяха разгледани на тазгодишното издание на станалата вече традиционна конференция StartUP. Събитието, което е първото в България, поставило си за цел да събуди предприемаческата инициатива среда младите хора, се организира от StartUP Foundation. Тази година то се проведе на 16 и 17 октомври в зала „София„ на Интерпред и за пореден път събра стотици начинаещи и по-опитни предприемачи, студенти, представители на инвестиционните фондове, масмедии и обикновени ентусиасти. Конференцията отново се проведе с подкрепата на СуперХостинг.БГ, в качеството им на златен партньор. Сребърни партньори пък бяха Strategize!, CEED, Студентският съвет на Университета по архитектура, строителство и геодезия, Interpred, Streamer.bg, Devin и Зелена земя.

Конференцията започна в 9:00 ч., на 16 октомври, при доста сериозен интерес. През двата дни тя беше

посетена от над 400 участника,

а общият брой на уникалните IP адреси, от които събитието беше проследено на живо в Интернет, надмина 1100. StartUP Conference 2010 се излъчваше на живо по два стрийминг канала, осигурени от СуперХостинг.БГ и от Streamer.bg. Посетителите на страницата www.startup-bg.com по време на конференцията достигнаха 4,566 а във Фейсбук страницата на събитието те са – 874.

„Отзивите за конференцията са изключително позитивни. Много хора ни казаха, че това е най-добрата конференция на стартъп досега. Около половината ни гости идваха за пръв път и изказаха мнение, че ще дойдат пак задължително. Откъм съдържание - първия ден според повечето посетители е започнал малко бавно, но после сме влезли в ритъм, докато вторият ден е бил супер силен. Спонсорите ни също са доволни и ще ни подрепят отново догодина„ - сподели пред NewBusiness.bg Стани Милев, който е сред организаторите на събитието.

Участниците на тазгодишната StartUP конференция имаха възможност да чуят ценни съвети, споделени от успели български предприемачи,

да споделят бизнес идеите си,

както и да участват в дискусии и работни групи по актуални въпроси, засягащи различни проблеми при стартирането и развитието на успешен бизнес. Сред най-интересните лекции бяха: „Как да моделираме идеите си в успешен бизнес„ от Светлан Станоев и Цветелина Тенева (Strategize!), „Failure!?„ от Атанас Юруков (Favit), „Изграждане на устойчив startup„ от Явор Иванов (Svejo), „Как да съберем kick-ass team и да го мотивираме„ от Ивайло Ленков (NetClime). През вторият ден пък акцентите в програмата бяха „Инвестиции и финансиране„ от Марин Илиев (Neveq), „Brand по партизански„ от Йордан Жечев (DDB); „За предприемачеството и мечтаенето“ от Ивайло Пенчев (Walltopia) и др.

Един от най-интересните гост лектори тази година беше Ивайло Пенчев, основател на Walltopia, който опроверга някои от най популярните митове и заблуди при стартирането на бизнес и сподели

16 безценни бизнес съвета,

до които той е достигнал „по трудния начин“. Йордан Жечев от DDB разбуди духовете и нажежи атмосферата в залата със страхотната си лекция на тема „Бранд по партизански“, която провокира много въпроси и отпуши ентусиазма на присъстващите. Атанас Паскалев от Book Botique разказа как е стартирал и как предприемаческия дух се е формирал в него с всяко нещо, с което се е захващал професионално.

Георги Кърдев и Христо Георгиев от Stock-Podium пък направиха едно виртуално пътуване по пътя от идеята до инвестицията.

Според мнозина, най-силната лекция обаче беше на Ивайло Пенчев, който макар да съветваше прости неща, направи многопластово, дълбоко и много провокативно представяне. Лекцията на Атанас Юруков от Favit също беше много интересна и провокативна. Разгледаната от него тема за

провала, като важна част от успеха

беше посрещната с интерес от публиката и беше изключително полезна, особено предвид често срещаното у нас схващане, че е по-добре да не се захващаш с предприемачество, защото най-вероятно няма да излезе нищо от това. Йордан Жечев от DDB направи страхотна лекция на една много подценявана тема – маркетинга. По време на втория ден от събитието се проведе и паралелна работна сесия с предварително избрани стартъп фирми, на която партньорите на конференцията от Strategize! организираха групова дискусия и изработиха маркетингова стратегия за навлизане на пазара на новостартирала компания.

„Радващо е, че през последните години се наблюдава

засилване на интереса на младите хора

у нас към предприемачеството и споделяне на ценности, като инициативност, иновативност и стремеж към поемане на отговорност за собствените успехи в живота. Ние от StartUP Foundation вярваме, че появата на повече нови фирми е единственият правилен път към дългосрочен икономически ръст, защото стартъпите са доказали своето значение като двигател на икономиката навсякъде по света. Именно в това виждаме ролята на организираната от нас конференция – да запали искрата сред младите хора в България, да им даде ценни насоки за успех по пътя на предприемачеството и да ги предизвика

сами да се преборят за по-хубав живот,

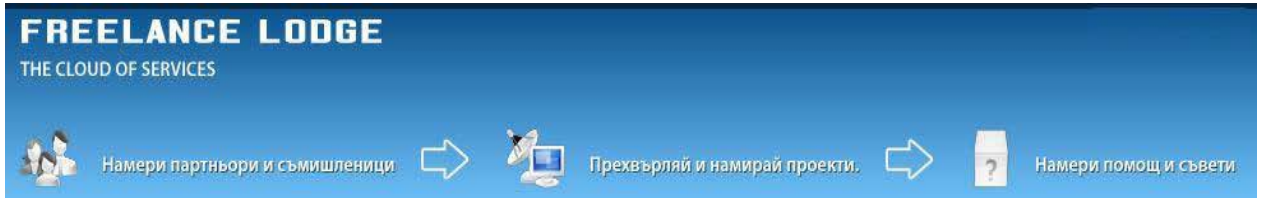
вместо да чакат някой друг да им го осигури„ - посочи Стани Милев. Той изрази радостта си от успеха на конференцията, предвид сложната органзиционна ситуация и това, че някои от предишните организатори са предали щафетата на новия екип в последния момент. „Имахме месец и половина да съберем екипа и да организираме всичко. Мисля че се справихме по възможно най-добрия начин. Имахме гафове, като спиране на тока по обяд в събота, единият лектор не се появи в неделя, но успяхме да се справим с тях без да попречат на протичането на конференцията и някой да разбере.„

Стани сподели и част от

бъдещите планове на Start-UP Фондацията,

които включват по-голяма и по-разчупена конференция, с повече изложения, уъркшопи и дискусии, по солидна и дълга маркетинг кампания и съвместни срещи с организацията OpenCoffe, на които всеки ще може да си представи бизнеса и в неформална среда да обсъжда идеите си с други предприемачи, мислители и инвеститори. „Ще съберем активното общество на предприемачите. Искаме да станат част от организацията на StartUP Bulgaria и всеки да се включи с каквото може – нещо, като клуб на предприемача. Стартираме и Стартъп Училище. Искаме да намерим надъханите хора с идеи и да ги подготвим да разработят и да порадават идеите си, след което да ги свържем с инеститорите. Имаме интерес от България, от Полша и други страни. Компании и фондове ми звънят и казват имаме пари, дайте ни хора с идеи, а ние нямаме какво да им дадем, защото хората с идеи не са готови да вземат тези инвестиции. Това ще ни е основният фокус догодина„ - добави младият предприемач.

Freelance Lodge ще популяризира почасовата работа у нас



През ноември ще се състои първият безплатен семинар на тема фрийленс и работа на проект

Ако сте решили, че свободата е ключов приоритет и искате да работите от дома си или от всяка точка, където се намирате в даден момент, може би фрийленсът е точно за вас. Той не е точно стартиране на бизнес, но лесно може да се превърне в такова, ако увеличавате броя на клиентите си, управлявате времето си правилно и постепенно започнат да ви разпознават като човек, който си върши работата качествено и навременно. Фрийленс може да бъде всяка дейност, която се извършва и се заплаща на проект или на „парче„, без дългосрочни взаимоотношения между служителя и работодателя. Най-често той се практикува от програмисти, дизайнери, журналисти, автори на други видове текстове, специалисти по компютърни мрежи, проектанти, фотографи и др. По света има ***десетки мрежи от фрийленсъри,*** които свързват изпълнителите в различни сфери с работодатели и популяризират този вид дейност. Не така обаче стои въпросът в България.

„Фрийленс е относително непознат и непопулярен термин у нас. Съществува погрешното схващане, че самостоятелно работят единствено ученици и студенти в първите години, които не могат да намерят работа. Това е изключително повърхностно и некоректно – в Западна Европа и САЩ фрийленсът е начин на живот за стотици хиляди специалисти. В България също има такива, но основната таргет аудитория на експертите са компании и клиенти в чужбина„ - твърдят от Freelance Lodge (http://freelance-lodge.org/)

първата българска организация, създадена, за да популяризира тази концепция за работа. Ложата беше създадена през Юни 2010 г. и днес обединява няколко десетки фрилансъри от различни сфери.

През следващия месец Freelance Lodge, в партньорство с Mytime.bg ще организира

безплатен семинар на тема фрийленс

и почасова работа / работа на проект. Той ще започне на 26 ноември, от 9:00 ч. в залата на Централен Кооперативен Съюз на Раковска №99. Входът е свободен, но е необходимо първо да се направи заявка. Лекторите от ложата ще разкажат за начина си на работа, инструментите, които използват, методите за популяризация, чрез които се котират на пазара, както и някои други важни неща около правовото и икономическо позициониране на българския и чуждия пазар.

„Целта на семинара е да разкрие потенциала на freelance обществото в България, да обедини специалистите, работещи самостоятелно, както и да открие нови бизнес и финансови възможности за работа на проектна или почасова основа. Партньорите от Mytime.bg предлагат разработена

платформа за търсене на специалисти

за работа 'на парче'. Ако имате нужда от независим специалист, може да публикувате предложението си в борсата на Mytime.bg. А ние, Freelance Lodge, ще се отзовем и ще консултираме конкретния казус„ - посочват от ложата.

Сред лекторите на семинара ще бъдат Марио Пешев (freelance разработчик, трейнър, консултант, както и блогър. Той е Sun сертифициран експерт с опит в различни платформи, включващи разработка на десктоп и уеб приложения на Java, PHP, Python, създаване на мобилни приложения за Android и др.); Майк Рам (консултант и преподавател по управление на проекти и разработване на софтуер. Специалист по комуникационни умения и говорене пред публика, както и създател на клуб „Спри и помисли!„); Мариана Евлогиева (експерт в писането на текстове за различни медии с над 20 годишен опит на свободна практика като автор и редактор в различни печатни издания); Богомил Шопов (известен уеб професионалист с афинитет към отворения и свободния уеб, организатор на конференции за уеб технологии и свободен софтуер) и др.

„Семинарът има няколко цели. Искаме да покажем на бизнеса, че ние сме тук и практиките от Западна Европа и САЩ фрийленсът да е

форма на сериозен бизнес

се налагат все повече в България. Искаме също да привлечем повече фрийленръси при нас и да опровергаем представите, че фрийленсъри са само учениците и студентите, които не могат да си намерят работа. Освен това за нас е важно да развием партньорството си с екипа на Mytime.bg, обединявайки усилия в намирането на проекти и събирането на екипи„ - посочва Марио Пешев, който е и един от основателите на ложата. Той сподели за NewBusiness.BG, че предстоят и други събития, обучения и разширяване на партньорствата с други стартъп и фрийланс екипи.

Мнозина сочат фриленса като работната система на бъдещето и със сигурност той ще се развива и у нас. Свободата служителят да избира степента на своята заетост от една страна и възможността даден работодател

бързо да създаде мрежа от специалисти,

които да работят по определен проект, след което да не е ангажиран към тях – от друга, правят тази концепция доста привлекателна. От предприемаческа гледна точка, ако приемем идеята на Робърт Киосаки за четирите начина за печелене на пари (като служител, като самонает / фрийленсър, като собственик на бизнес и като инвеститор), то фрийленсърите не са в най-изгодната ситуация в перспектива. Проблемът е, че ако те са добри, най-често работата им се увеличава многократно, а същевременно този тип професионалисти често нямат на кого да прехвърлят задачите. Първо защото клиентите им имат доверие на тях, а не на друг и второ защото те самите, ако са успешни, трудно се доверяват на подизпълнители и се стремят да правят всичко сами. Това обаче би могло да бъде проблем чак в дългосрочен план и съвсем не означава, че успешният фрийленсър не е доста по-добре платен и същевременно – по-свободен от служителя на трудов договор. В този смисъл най-сериозното предизвикателство пред фрийленсърите може би е след като са си извоювали успех в този сегмент, да създадат бизнес система, която сама да работи за тях, преминавайки в следващия квадрант – този на бизнес собствениците (по Киосаки). Но преди това пред мнозина стои по-скоро въпросът как да печелят достатъчно пари и да живеят добре, без да се налага всяка сутрин да ходят в нечий офис и да работят на трудов договор за някого.

Как да правим бизнес през eBay?

Мнозина от нас поне веднъж са обмисляли създаването на квартално магазинче за какво ли не, но са се отказали, порадимногото разходи, регулаторни изисквания, сблъсъка с администрацията и в крайна сметка – малката очаквана печалба от подобен проект. Е, достатъчно е да създадем акаунт в популярния сайт за продажби eBay и изведнъж ще се сдобием с виртуален магазин във всеки квартал на всеки град, разполагащ с интернет свързаност по света! При това – получавайки на готово цялата инфраструктура на компанията eBay и без да се налага ние самите да влагаме сериозни първоначални средства.

Примерите за хора, натрупали състояние над един милион от продажби по eBay, вече са десетки, а хиляди са онези, които си докарват прилични месечни доходи, без да се налага да ходят на работа. Джонатан Харис е бил служител в малък магазин за обувки, преди да се захване с продажби през популярния онлайн аукцион. Днес компанията му за продажба на обувки по eBay - Gotham City Online – се оценява на

8 милиона щ. долара.

Друг известен eBay – милионер Марк Радклиф напуска преди 11 години компанията Tesco и започва да развива своята мрежа за онлайн търговия. На 32 години той вече обслужва 36 000 клиенти месечно, дава хляб на 34 служители, а в гаража му го чакат неговото Ferrari за 150 000 паунда и Aston Martin за 118 000 паунда. Днес мнозина се възползват от възможностите, които предлага eBay като най-голямата „търговска площ„ в света, позволяваща на потребители от България да си закупят пуловер от Хонконг или на такива от Япония да се сдобият с рядък екземпляр от китара, на която е свирил лично Джон Ленън.

eBay вече е достъпен и през мобилната платформа Windows Phone

„В eBay се продава всичко –

от обувки, мобилни телефони и плеъри, през имоти, самолети, острови, домейни, антики и различни виртуални продукти. Мнозина продават просто своите стари вещи, докато други търсят пазарни ниши, доставчици и стартират дългосрочна търговска дейност, използвайки вместо магазин единствено сайта за онлайн продажби. Естествено eBay печели от всяка една транзакция през сайта, но това не би трябвало да е проблем за вас, след като така или иначе вашите стоки също ще бъдат закупени, чрез онлайн платформата. Основното правило, което споделят всички, търгуващи през този онлайн аукцион, е че няма непродадена стока в eBay. И няма как да е иначе, след като сайтът ви дава достъп до

най-голямата аудитория от клиенти

по целия свят.

Може да се каже, че има два начина за забогатяване чрез eBay. Първият е да намерите някакъв много рядък предмет – например скъпа стара цигулка, монета с висока нумизматична стойност или неизвестни текстове на някой отдавна починал писател, след което да продадете находката си :) В случай, че не знаете къде да откриете подобни неща, остава стартирането на дългосрочни продажби през популярния сайт, превръщайки тази дейност в бизнес. Дали ще забогатеете от нея? Отговорът на този въпрос зависи от две неща: 1) колко пари трябва да спечелите, за да се почувствате богати и 2) колко време сте готови да отделите за да ги спечелите.

Първото нещо, което трябва да направите, ако решите да се занимавате с това, е да вземете решение,

какво ще продавате.

Разгледайте тенденциите на пазара, вижте кои са най-често продаваните стоки в самия eBay. Не е зле да помислите и за това, от което разбирате вие – в каква сфера сте работили до сега, какви специфични познания имате и т.н. Ако искате да не се ограничите с еднократни продажби, а да имате по-дългосрочен успех, трябва да намерите своята свободна ниша на пазара.

Следващата много важна стъпка е да намерите добър доставчик. Всъщност, ако сте решили да развивате бизнес с eBay продажби в дългосрочен план, именно това може да се окаже ключов фактор за вашия успех. Трябва ви някой, който

ще ви гарантира навременни доставки

и то на добра цена.

На трето място идва работата. При това – усилената и ежедневна работа. Съжалявам, че ще трябва да разочаровам всички, които са мислели, че забогатяването е процес, свързан с почивка и подсвиркване. Истината е, че вие може да нямате работно време и дори ако искате - да си поспите през деня, но това не значи, че няма да прекарате цялата следваща нощ в писане на продуктови спецификации или поръчка на нови продукти. Може и да работите от дома си, но това не означава, че ще стоите пред телевизора или ще пиете бира със съседите. Тези неща ще се случат, но едва след като постигнете първите си успехи. В някои отношения продажбите по eBay са дори по-трудни от поддържането на квартално магазинче, защото се налага винаги да сте на линия и да обслужвате поръчки 24 часа в денонощието. Ето някои важни елементи от успешния бизнес по eBay, на които е добре да наблегнете.

Проучвайте сегмента, в който продавате!

Може да харесвате дадени продукти и да си мислите, че те ще вървят много добре по Интернет, но по-добре базирайте убежденията си на реално проучване на пазара. Вижте дали тези стоки вече се продавт по eBay, на какви цени и какъв е интересът към тях.

Акцентирайте върху продуктовите описания!

Трябва да напишете наистина добри текстове, за да задържите вниманието на потребителите върху вашето предложения, сред хиляди други оферти. Направете си труда да откриете любопитна информация, която лиспва другаде. Добавете всички предимства, които биха били важни за вашите клиенти. Ако пишете големи текстове, използвайте удебелен шрифт, за да изведете важните акценти. Предложете и алтернативни начини за използване на продуктите, които са различни от общоприетите.

Изображенията са важни

Една картинка струва колкото хиляда думи, затова винаги поставяйте възможно най-качествените снимки на своите стоки! Човешкото подсъзнание запаметява много по-добре изображенията и те са особено важни, ако искате клиентите да си спомнят за вас в бъдеще. Използвайте фон, който не отклонява вниманието от самия продукт!

Отговаряйте на въпросите предварително!

Помислете за всичко, което може да не е ясно на вашите бъдещи клиенти и се постарайте да дадете прецизна информация по въпроса. Обяснете как ще бъде доставена стоката, какви са вариантите за заплащане, как гарантирате, че тя няма да има повреди. Помислете за всички тревоги, които вие самите бихте имали при пазаруване по интернет и отговорете на тях.

Направете си блог!

Един оригинален начин да привлечете повече потребители, е да си направите англоезичен блог и да го развивате със свежо и интересно съдържание всеки ден. След това просто можете да започнете да добавяте информация за предлаганите от вас продукти с линкове към съответните страници в eBay. Ако продавате например гейм конзоли Nintendo Wii, можете да напишете ревю за пазара на такива развлекателни системи, включително за новите игри и контролери.

Ниски първоначални цени

Ако продавате чрез аукцион, поставяйте най-ниските първоначални цени, които можете да си позволите. Това е добър начин да окуражите посетителите да участват в наддаването. Практиката показва, че когато се събират много кандидати, винаги се намират няколко, които да наддават активно, достигайки очакваната от вас цена.

Софтуерната индустрия се възстановява и разкрива нови работни места

Bulgarian IT Industry Barometer

(BITIB)

2010 Edition

Софтуерните фирми у нас винаги са се развивали по свой собствен начин, без да се влияят от цялостната икономическа обстановка в страната. Вероятно защото много от тях работят на аутсорсинг пазара и печелят парите си по американските или западноевропейските стандарти, като същевременно живеят и ги харчат тук. Затова не е чудно, че през отминалата година, в която повечето български компании по-скоро съкращаваха служители, софтуерният бранш е отчел ръст в броя на работните места с 8 процента. Данните са на второто годишно изследване на състоянието на ИТ сектора „Барометър на българската ИТ индустрия“, проведено от Българска Асоциация на софтуерните компании – БАСКОМ, с участието на Българската уеб асоциация. Проучването е категорично: софтуерната индустрия затвърждава позициите си на една от малкото български индустрии с висока добавена стойност и конурентноспособност в световен мащаб, осигуряваща добри възможности за професионална реализация и развитие на хората, работещи в нея.

Днес има няколко важни причини, в този сегмент. На първо място през следващите години търсенето на софтуерни продукти в целия свят ще се засили много. Бизнес организациите са изправени пред сериозна миграция на своите процеси към нови системи – платформи за електронни продажби, ERP (Enterprise Resource Planning), BI (Business Intelligence), софтуерни телефонни централи, CRM (Customer Relationships Management). Правителствата от своя страна трябва да преминат към системи за електронно управление и администрация.

да изберете да стартирате бизнес

Някой трябва да направи всичко това и търсенето на софтуерни специалисти или екипи в глобален план ще нараства. Втората ключова причина е, че вие можете много по-лесно да намерите финансиране за създаване на ИТ компания, тъй като много бизнес ангели и инвестиционни фондове днес са готови да вложат парите си именно в това.

И на трето място – софтуерният бизнес може да ви донесе

много по-голям ръст

в бъдеще. Мнозина от нас стартират бизнес с единственото желание да излязат от офисите и да работят за себе си, получавайки достатъчно пари, за да живеят добре. Първоначално тази визия изключва стремеж към висок ръст на бизнеса, но след втората или третата година започваме да се питаме: Какъв е потенциалът за ръст в сектора, в който работя? Има ли други сфери, в които с по-малко усилия бизнесът ни да расте по-бързо? Възможно ли е нашият годишен приход да достигне 100 000 лв., 1 милион лева или повече? Е, много по-лесно ще е да си отговорите положително на последния въпрос, ако разработвате софтуерни продукти, вместо ако имате да кажем верига баничарници. За справка: компании, като Apple, Microsoft и Oracle, които са стартирали от гаражи, а днес са сред лидерите по пазарна капитализация в света.

Данните от проучването на БАСКОМ потвърждават тези изводи. Според него през последната година се запазва делът на износа от общите продажби на софтуерни продукти на около 50%, като се увеличава със 7% делът на

експорта на продукти с висока добавена стойност.

Водещата експортна дестинация си остава Европа със 74% от поръчките, като за сравнение през 2008 г. този показател е бил 75 процента. На второ място е Северна Америка с 26% (24% през 2008 г.), а делът на останалите региони е пренебрежимо малък. Софтуерните услуги са 58% от целия износ, а делът на продадените извън България софтурните продукти е 27 процента. При продажбите у нас софтуерните услуги държат 68% (53% през 2008 г.), а софтуерните продукти – 33 процента от пазара. Анализът на хоризонталното разпределение показва, че

най-продавани са аутсорсинг решенията,

следвани от услугите в сферата на уеб дизайна и уеб разработките, ИТ консултациите, оптимизацията на бизнес процесите и др.

Все пак спадът през отминалата година е на лице и в този сектор. Компаниите са отчели приходи средно по 1.74 милиона лева (средно на фирма), като за сравнение през 2008 г. същият показател е бил 2.4 милиона лева. Общо за бранша нетните приходи от продажби през 2009 г. са намаляли с 27%, в сравнение с 2008 г. Нетната печалба през 2009 г. е спаднала с 46% в сравнение с предишната година и възлиза средно на 0.14 милиона лева. Повечето представители на бранша очакват той да се възстановява през 2010 г., като според 47% от участниците, броят на служителите през тази година ще се увеличи с 10 процента. Други 20% от запитаните пък очакват този показател да остане същият. Въпреки спадащите приходи, през 2009 г. компаниите, участвали в проучването, са увеличили броя на служителите си с 8%, което показва заангажираността на софтуерните предприемачи към специалистите, работещи в техните фирми. Най-голям сред служителите си остава броят на софтуерните разработчици, следвани от специалистите по качество и служителите по поддръжка.