www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 61

май 2016 г. / цена 5 лв.

ЗНАНИЕТО
Е КАПИТАЛ

ПСИХОЛОГИЯ НА
ИНВЕСТИРАНЕТО

ОЧАКВАНЕ
ЗА КРИЗА

Атанас Бобоков:

С ОПИТ И ИНОВАЦИИ ПОКОРЯВАМЕ НОВИ ПАЗАРИ

ISSN 1314-376X

+ Витаминова вода
+ Само натурални съставки
– Без консерванти
– Без изкуствени добавки

TOPSHAPE КРАСОТА И ЗДРАВЕ В БУТИЛКА

www.topshape.bg
facebook.com/topshapevitaminwater

Hotel Marinela

SOFIA

Град в Града

Този хотел е като мъж с минало и жена с бъдеще. Отколешна слава и примамливо очарование се събират в едно ново обещаващо начало.

Хотел "Маринела" е имал много имена преди това, но като че ли най-дълго и най-често хората са го наричали фамилиарно "Японския". Този хотел винаги е бил емблема. Едно много специално място. Вероятно, защото точно такъв е бил и замисълът на неговия архитект - световноизвестният Кишо Курокава.

Когато проектира хотела в София Курокава вече се радва на огромна популярност като основател на течението "архитектурен метаболизъм". Той е истински гуру за група дръзновени мечтатели - футуристи, според които градът на бъдещето е урбанистична спирала, която се развива едновременно хоризонтално и по вертикала. И нещо, което остава като запазена марка – единството на традиционни архитектурни стилове и философия.

Тези идеи Курокава прилага и в изграждането на хотела в София. Разположен на най-високото място в града 90-метровият вертикал на "Японския" предлага невероятна панорама. По хоризонталата в този своеобразен "мини-град на бъдещето" Курокава залага на развитието на уникални пространства. Едно от тях, съхранено и до днес като безценно наследство за поколенията, е японската градина. Тя е проектирана по модела на 400-годишната градина в хотел New Otani в Токио. През пролетта вишни, магнолии и азалии изпълват сетивата с красота и аромат, превръщайки мястото в истински дзен оазис насред шумотевицата на града. Казват, че все още няма друга подобна градина на Балканския полуостров.

Tel: +359 2 969 2222 E-mail: reservations@hotel-marinela.com Web: www.hotel-marinela.com

МАЙ 2016

БРОЙ 61

08 ЗНАНИЕТО Е КАПИТАЛ

20 АТАНАС БОБОКОВ: С ОПИТ И ИНОВАЦИИ ПОКОРЯВАМЕ НОВИ ПАЗАРИ

28 ПЕТЪР АНДРОНОВ: ЗНАНИЕТО Е НАЙ-СИЛНИЯТ КОЗ НА ВСЯКА ИКОНОМИКА

32 ХРИСТО ТЕНЧЕВ: ОБРАЗОВАНИЕТО Е В ОСНОВАТА НА ВСИЧКО

36 ОЧАКВАНЕ ЗА КРИЗА

42 БЪДЕЩЕТО НА ОФШОРНИТЕ ЗОНИ

44 ПСИХОЛОГИЯ НА ИНВЕСТИРАНЕТО

50 ВРЕМЕ ЗА ИНОВАЦИИ В ЗАСТРАХОВАНЕТО

56 РУМЪНИЯ И БЪЛГАРИЯ - СРАВНЕНИЕТО РАЖДА ИСТИНАТА

60 СТАТУКВОТО НА ПРОМЯНАТА

64 НЕОЧАКВАНАТА ИНТРИГА

68 ЗДРАВНА КАРТА СРЕЩУ ЗДРАВЕН БЮДЖЕТ

70 ИМА ЛИ ЛЕК ЗА ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

76 ХРИСТО ХРИСТОВ: ПРЕОДОЛЯВАНЕТО НА СОБСТВЕНИТЕ ОГРАНИЧЕНИЯ Е ЗАЛОГ ЗА РАЗВИТИЕ

78 РЕЦИКЛИРАНЕТО - ТРУДНИЯТ ПЪТ КЪМ ЧИСТАТА ПРИРОДА

84 ИНЖ. СВЕТОСЛАВ ГЛОСОВ: СТРОИТЕЛСТВОТО Е ЛАКМУС ЗА ИНВЕСТИЦИОННАТА АКТИВНОСТ

88 ДИГИТАЛНИЯТ МАРКЕТИНГ Е ВЕЧЕ ТУК

98 КИБЕРСИГУРНОСТ В ОБЛАКА

106 ЩЕ ИМА ЛИ БЪЛГАРИЯ СВОЯ БИЛ ГЕЙТС

108 ЕЛЕКТРИЧЕСКИ ИМПУЛС ЗА АВТОМОБИЛНАТА ИНДУСТРИЯ

114 ИЗСТРЕЛ КЪМ ЗВЕЗДИТЕ

116 ГРАДСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

118 „СЪР EASY", ИЛИ МИЛИАРДЕРЪТ ФИЛАНТРОП

122 ОМАНСКИЯТ МОДЕЛ

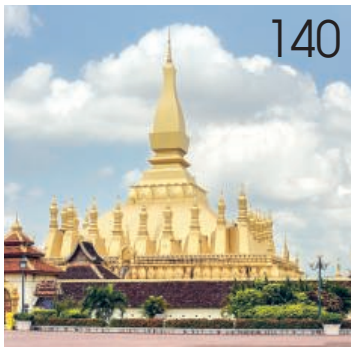
126 КИТАЙ СТАВА НАЦИЯ ФУТБОЛНА

130 ТЕХНОЛОГИЧНИ ИНОВАЦИИ В СПОРТА

132 ESTE С ОТЛИЧИЕ ЗА АВТОРСКА КУХНЯ

138 ДВАМАТА БРАТЯ И КОМИКСИТЕ

140 БАГРИТЕ НА ЛАОС



РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА **МИРЧЕВА**,
главен редактор

ЗНАНИЕТО Е СИЛА

Знанието е капитал и сила. В месеца, в който честваме най-големия просветен празник – 24 май, посветихме основната тема на броя на развитието на науката и иновациите и връзката им с бизнеса. Финансирането на научни изследвания и разработки е скъпо, вероятно и това е една от причините научният потенциал да стои сякаш неоткрит. В същото време обаче него го има и той стои неизползван. Не една и две разработки на български учени получават международно приложение и признание. Иновативните пробиви не липсват, но много трудно стигат до етапа да получат финансиране или директни поръчки от бизнеса. И учените, и предприемачите са единодушни, че трябва да обединят усилията си в посока приложими и пазарно ориентирани разработки и иновации. Без да се губи повече време. Науката е област, където промените стават с дългогодишни натрупвания, а ние вече сме на опашката по развитие на иновации и научни изследвания в Европа. През годините липсва целенасочена политика за финансово обезпечаване на научни разработки. Стъпките на бизнеса към най-ценния ресурс – научното знание, засега са плахи. Но двете страни трябва да открият пряк път помежду си, за да разчита страната на интелигентен растеж и конкурентоспособност.

Приятно четене!

Списание „Икономика". София 1111, жк. „Яворов", бл. 73, ет. 6, ап. 11
Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699; e-mail: office@economic.bg
Издател **„Медия Икономика България"**; Изпълнителен директор: Боян **Томов**; Главен редактор: Невена **Мирчева**;
Счетоводство: София **Стрелкова**; Реклама и Маркетинг: Катерина **Илиева**, Калин **Константинов**
reklama@economymagazine.bg
Редактор: Татяна **Явашева**; Автори: Александра **Сотирова**, Александър **Александров**, Божидара **Иванова**, Бранислава **Бобанац**, Владимир **Митев**, Илия **Лазаров**, Лора **Горовска**, Преслава **Георгиева**, Светлана **Желева**
Дизайн: Едуард **Лилов**; Фото: Стоян **Йотов**; Фото корица: Александър **Нишков**
Печат: **Алианс принт**; Разпространение: **„Медия Икономика България"**

Стартира най-голямата стажантска инициатива

Стартира най-голямата стажантска инициатива „Оставаме в България“. Конкурсът „Иноватори на бъдещето – стажанти 2016“ е за студенти от български и чуждестранни университети, ученици от 12-и клас, млади таланти с предприемачески дух и иновативни идеи. Той се организира от Съвета на жените в бизнеса. Целта е да бъдат подкрепени младите хора да започнат кариера в България. Авторите на най-добрите проекти ще получат стажантски позиции във водещи компании в България за лятото на 2016 г. - двумесечен платен стаж. Проектите трябва да са в следните категории - Екология и градска среда; Финансови услуги за бъдещото поколение; Иновации и технологии; Транспорт и логистика. Може да се кандидатства индивидуално или в екип до трима души. Крайният срок за подаване на проекти е 20 май 2016 г.

Търсят успешни стартъпи в хранителния сектор

METPO стартира второто издание на своя глобален акселератор за иновации в хранителния и хотелиерския бизнес със състезание, в което стартъп компании от цял свят ще могат да представят свои дигитални решения в подкрепа на ХоРеКа сектора, за да станат един от 10-те участници в 3-месечната тренинг програма в Берлин и получат финансиране от 120 000 евро в подкрепа на своите идеи. Апликациите се приемат онлайн на адрес www.metroaccelerator.com до 20 юни. Партньор на METPO Акселератора ще бъде световната предприемаческа мрежа Techstars.

Борсата организира „Ден за акции“

Българска фондова борса в София и Централен депозитар организират второ издание на инициативата „Ден за акции“, целяща подобряване на инвестиционната култура и увеличаване на знанието за капиталовите инструменти в България. „Денят за акции“ ще се проведе на 8 юни. Всички индивидуални инвеститори, директни клиенти на български инвестиционни посредници, ще могат да закупят или продадат акции от основен пазар на БФБ-София без такси и комисиони към борсата, депозитара и участващ в инициативата инвестиционен посредник. Специалната възможност ще важи при до 15 изпълнени поръчки на физическо лице с не повече от 2 лв. на единична изпълнена поръчка.

СПИСАНИЕ

ИКОНОМИКА НА РУСКИ И АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

Read Economy Magazine in English

Читайте Журнал Экономика на русском языке

www.economymagazine.bg

BRAND
BRAND
10l

ЗНАНИЕТО Е КАПИТАЛ

БЪЛГАРСКИТЕ УЧЕНИ СА В СЪСТОЯНИЕ ДА НАПРАВЯТ ЧУДЕСА, СТИГА ДА ИМА КОЙ ДА ПОСТАВИ ТОЧНАТА ЗАДАЧА НА ТОЧНИТЕ ХОРА В ТОЧНИЯ МОМЕНТ

автор: Татяна **Явашева**

Ако зададем въпроса може ли съвременният бизнес да е конкурентоспособен, без да ползва постиженията на науката, отговорът без съмнение е „Не“. Ако зададем въпроса дали е оправдано науката днес да работи без никаква връзка с бизнеса, отговорът отново ще е „Не“.

Изграждането на един учен отнема много години, а финансирането на научните изследвания не е никак евтино. Нужно ли е „да наливаме вода в пясъка“, ако никой никога няма да приложи научните разработки и открития? Можем ли да се откажем от лукса да финансираме самомотивираните научни изследвания на учените? Не е ли крайно време българската наука да се постави на здрава основа – за да не тъне в недоимък, а и за да не работи на принципа „Залудо работи, залудо не стой“? Не е ли дошъл моментът българският бизнес да се възползва от най-ценния ресурс – знанията и уменията на българските учени, които стоят неизползвани. Не осъзнаха ли и двете страни – науката и бизнесът – че едни без други не могат, защото в единия случай науката губи почва под краката, а в другия - бизнесът не развива конкурентни предимства.

Можем ли без наука? По-добре да не задаваме този въпрос, защото, ако отговорът е „Да“, ще се обречем на технологичен упадък. В годините на прехода нагледно се убедихме, че много лесно се руши и изключително трудно се създава, а науката е сфера, която се нуждае от дългогодишни натрупвания. През годините българската наука е доказала възможности. Но като гледаме слабия приложен ефект на знанието, излиза, че българският бизнес не се възползва от възможностите, които съществуват благодарение на това, че обществото не спира да плаща за развитието на българската наука. Има редица примери, които доказват, че българските учени са в състояние да направят чудеса, стига да има кой да постави точната задача на точните хора в точния момент.

Оперативната програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ скоро ще започне да финансира проекти. Предвидени са 560 млн. лв. за научни изследвания и технологично развитие. Най-големите проекти, които ще се финансират по тази ос, са центровете за върхови постижения и центровете за компетентност. Те трябва да осигурят необходимата научна инфраструктура за качествени научни изследвания и иновации, както и за подготовка на висококвалифицирани кадри за развитието на икономиката. Финансовият ресурс обаче трябва не просто да бъде усвоен, а да подпомогне българската икономика да стане по-конкурентна на външните пазари. Парите за наука лесно се „усвояват“ за псевдонаучи изследвания и „бизнес партньорства“. Затова разходването и на този публичен ресурс трябва да се гледа под лупа и скандали като тези с фонд „Научни изследвания“ да останат в миналото. Успехът на външните пазари е най-добрият измерител за ефективността на една инвестиция.

Проф. Николай **Денков**:

Ориентирахме се към работа с големи фирми

Николай Денков е професор по физикохимия в СУ „Св. Климент Охридски". Доктор на науките, директор на магистърската програма „Дисперсни системи в химичните технологии", сръководител на бакалавърската програма „Инженерна химия и съвременни материали". Доскоро беше зам.-министър на образованието и науката. Специализирал е в Япония и Швеция, работил е в САЩ и Франция като водещ учен в изследователски институти на големи мултинационални компании. Автор е на над 130 научни публикации и патенти с голям международен отзвук в научната литература. Ръководил е над 30 международни научни и научно-приложни проекта.

Проф. Денков, носител сте на голямата награда „Питагор" за 2009 г., която Министерството на образованието и науката присъжда за съществен принос в развитието на науката в България. Какво бизнес приложение намират вашите изследвания?

- Работя в научна област, която има широк спектър от приложения - от лекарствени форми и храни, през нанотехнологии, до изолационни материали в строителството. От години сме в партньорство с водещи мултинационални компании като Unilever, BASF, Saint Gobain, Rhone Poulenc, Kraft Foods и други. Наши разработки са патентовани и намират приложение в шампоаните и миещите формулировки на Unilever, пенителните и емулгиращите вещества на BASF, термо- и шумоизолиращите материали на Saint-Gobain. Имаме и интересна разработка за нов, много по-бърз и ефективен метод за получаване на стимулатори (адюванти) за ваксини с шведската фирма Isconova.

- Правило ли е да е дълъг пътят от научното откритие и научната разработка до неговото внедряване в практиката?

- В нашата област не е кратък. Трябва да има подходяща ниша в пазари, които са доста зрели, и инвестициите често са значителни, от порядъка на милиони евро. Затова и се ориентирахме към работа с големи фирми, които имат целия финансов и организационен капацитет да затворят цикъла от научна идея до пазарно реализиран продукт. Има други области, в които този път е доста по-кратък, поради това че е отворена нова пазарна област и инвестициите са доста по-малки.

- Доколко зависи от учения този път да бъде скъсен?

- Ученият трябва да е реалист и да има търпение. От много прекрасни научни идеи може да не се получат директно продукти, които да са подходящи за внедряване. Но така се трупа знание, което на даден етап може да е решаващо за развитие на подходящия продукт в подходящия момент, с голяма пазарна реализация.

- Като представител на научната общност как преценявате нивото на взаимодействие между българската наука и бизнеса?

- Все още е много незряло. Основният проблем е недостатъчното осъзнаване на взаимноизгодното сътрудничество. Но вървят естествени процеси на развитие на икономиката към по-иновативни и наукоемки продукти. Очаквам съществена промяна към добро през следващите няколко години. Има осъзнаване на нуждата от сътрудничество както в много фирми, така и в много институти и висши училища.

- Можете ли да посочите добри примери от последните години за български продукти, машини, съоръжения, технологии, разработени с участието на български учени и намерили добър прием на външните пазари, в това число финансирани от фонд „Научни изследвания" или с европейски средства?

- През последните години фонд „Научни изследвания" на практика не работеше. А и неговата роля според мен не би трябвало да се състои в развиването на „продукти, машини, съоръжения, технологии" - тези дейности би трябвало да се финансират преди всичко от Иновационния фонд и от фирмите. Фонд „Научни изследвания" трябва да финансира предимно изследвания на предния фронт на науката (има такива в България), чрез които да се развиват научни школи и специалисти в области, полезни за икономиката. Особено важно е да се провеждат научни конкурси за млади учени, в които те да развиват свои изследвания и да трупат опит. Европейски средства са давани за иновации чрез ОП „Конкурентоспособност", но не съм проследявал какъв е ефектът от тези инвестиции.

- В последните години каква е активността на българските университети, в частност на СУ „Св. Климент Охридски", в работата с бизнеса по проекти и разработки с приложен характер?

- Има напредък, но все още действията са по-скоро на отделни научни групи и учени. Не е изградена ефективна система, която да подпомага учените в контактите им с бизнеса. Но нуждата от развитие в тази посока е добре осъзната, поне в природните факултети и във Факултета по математика и информатика на СУ. Освен нашите изследвания бих споменал като успешна работата на колеги биотехнолози от Биологическия факултет на СУ с финансиста Кирил Петков (бел. ред. – публикуваме интервю с него) от Стопанския факултет на университета. Те разработиха нов микробиологичен щам за консервиране на плодови сокове, който успяха да наложат в редица страни, включително в САЩ, създавайки нов бизнес модел и пазарна ниша в тази област. Разработката беше отличена като най-иновати-

вен продукт на Съюза на фармацевтите в България. Интересна е и работата в областта на квантовите компютри на групата на проф. Николай Витанов от Физическия факултет на СУ. Не са стигнали до пазарна реализация на квантовите компютри, разбира се, но защитиха съвместен патент с израелска научна група в областта на криптирането.

- Като учен, който беше и в управлението, кои според вас са спънките фонд „Научни изследвания“ да изпълнява високите цели, с които е създаден – човешкият фактор, силни лобистки интереси…

- Най-вече силни лобистки интереси и липса на достатъчно воля, желание и експертиза от страна на МОН да реши проблемите. При това двата фактора се оказаха свързани - това разбрах от работата си в МОН.

- Вашето мнение - защо именно при финансирането на научни проекти се получи такъв гордиев възел на спекулативни интереси?

- Защото пари за наука се отклоняват лесно, ако не се използват най-добрите практики за организиране и оценяване на проекти. Организацията трябва да се води от учени на високо ниво, които имат международен опит в тази дейност. Оценителите на проектите трябва да са чужденци, които нямат общи интереси с който и да е от кандидатстващите екипи, за да бъде оценката независима. Разбира се, трябва да бъдат и експерти в областта. Все азбучни истини, но поради лобистки интереси и лоша организация не бяха спазени при последните няколко сесии. Сегашният председател на Изпълнителния съвет на ФНИ, проф. Георги Вайсилов, има голям опит и безупречна репутация в тази област. Надявам се да успее да „надвие“ лобитата и да проведе една коректна сесия, която да излъчи най-добрите проекти.

- Имате ли увереност, че Оперативната програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ реално ще допринесе за интелигентния растеж на българската наука и на българската икономика?

- Да - ако бъде реализирана, както е замислена и написана. Не - ако надделеят лобистките интереси. Затова е изключително важно да се следи отблизо дали се спазват правилата и как се осигурява независимост и експертност при селекцията на проектите. Това е ключово изискване за успех на програмата в частта ѝ за наука.

- Какво е вашето виждане – как науката и бизнесът в България да заработят заедно така, че произвежданото в страната да има по-висока добавена стойност и висока конкурентоспособност на външните пазари?

- Трябва да осъзнаят взаимната полза един от друг. Държавата може само да бъде катализатор на този процес чрез различни спомагателни дейности. Когато науката и бизнесът разберат, че трябва да работят заедно и това е много изгодно и на двете страни, нещата ще потръгнат. И сега има острови на такова разбиране, но на повечето места все още тази взаимна полза не е осъзната, както е във водещите страни като Германия, Холандия, Швеция, Великобритания, Япония, Южна Корея, САЩ.

НАШИ РАЗРАБОТКИ СА ПАТЕНТОВАНИ И НАМИРАТ ПРИЛОЖЕНИЕ В ШАМПОАНИТЕ И МИЕЩИТЕ ФОРМУЛИРОВКИ НА UNILEVER, ПЕНИТЕЛНИТЕ И ЕМУЛГИРАЩИТЕ ВЕЩЕСТВА НА BASF, ТЕРМО- И ШУМОИЗОЛИРАЩИТЕ МАТЕРИАЛИ НА SAINT-GOBAIN

Проф. Костадин **Костадинов**:

Учените и бизнесът виждат своя взаимен интерес

Проф. Костадин Костадинов е професор в Института по механика при БАН. Доскоро беше зам.-министър на образованието и науката, отговарящ за науката и европейските и националните фондове и програми за изследвания и иновации. Научните му интереси са в областта на роботиката и автоматизация с приложение в микро- и нанотехнологиите, в биологията. Трансферът на технологии и иновации е тема, с която е ангажиран от години. Ръководил е екипи, които работят по големи международни изследователски, иновационни и образователни проекти. Автор и съавтор е на над 100 публикации, 16 патента и 2 заявки за патенти.

Проф. Костадинов, знае се, че шансът на българската икономика е да произвежда повече продукти с висока добавена стойност за външните пазари. Но каква е ролята на учените в създаването на такива продукти?

- Ролята на учените е да създават нови знания и технологии, но когато те са в тези направления, в които българската индустрия има завоювани пазари и има водеща роля, тогава въздействието им върху благосъстоянието на обществото е по-голямо. С други думи, науката може да бъде по-отговорна към обществото. Учените е необходимо да са

информирани за предизвикателствата – научни и технологични, пред които се изправя индустрията и обществото.

- Създател сте на робот за ин витро оплождане. Каква е неговата съдба?

- Роботът „Микрона“ беше награден със златен медал от Есенния технически панаир в Пловдив през септември 2014 г. и оттогава се експериментира в Центъра за репродуктивна медицина „РепроБиоМед“ – София за извършване в реални условия на автоматизирано цитоплазмено инжектиране на сперматозоиди в яйцеклетки. Предстои и преминаването му като една система през различни стандартизиращи процедури. Роботът „Микрона“ е поканен за участие в седмото издание на големия здравен технологичен форум Healthtech Summit в Лозана, Швейцария, на 21-22 юни 2016 г., където инвеститори от цял свят намират най-интересните идеи за инвестиции. Вярваме, че роботът „Микрона“ ще бъде една от тях.

- Кои ваши разработки вече намират приложение?

- Роботът „Хидромел“ се използва за калибриране на микро електромеханични сензори за тегло като вторичен еталон за микро- и нанопремествания.

Друго от изобретенията ми - „Задвижване за биореактор“, е купено от голяма българска фирма за повишаване ефективността на биотехнологичен процес.

- В каква позиция са днес българската наука и българските учени - престижно ли е да се занимаваш с наука, как се ползва талантът на българските учени?

- Българските учени се ползват с респект от обществото, но той е повече защото не се познава тяхната роля и въздействие върху науката, икономиката и обществото, отколкото това се отнася до техния принос за благосъстоянието на обществото.

Не е престижно да се занимаваш с наука не само защото секторът е недофинансиран, но и защото конкуренцията е много голяма особено на европейско ниво. Отражение на ниския престиж е проблемът за осигуряване на възпроизводството на научния персонал. Все по-малък е броят на младите учени.

- Какво е вашето обяснение - защо е толкова слаба връзката между науката и бизнеса в България днес?

- Обяснението е просто – никой от двете страни не прави стъпка напред към другия. Учените се интересуват само от самомотивирани научни изследвания. Затова и националното финансиране засега е ориенти-

РОБОТЪТ ЗА ИН ВИТРО ОПЛОЖДАНЕ „МИКРОНА“ Е ПОКАНЕН ЗА УЧАСТИЕ В ГОЛЕМИЯ ЗДРАВЕН ТЕХНОЛОГИЧЕН ФОРУМ HEALTH-TECH SUMMIT В ЛОЗАНА

рано към тях. Досега приоритетите на тези конкурси никога не са били съобразявани с нуждите на обществото и това е първото условие за сближаване или в случая за отдалечаване на двете страни. Първият терен, на който могат да се срещнат двете страни, е съвместният проект - при формулиране на проектната идея, цел и очаквани резултати за договорирано или съвместно изследване, или пък за разработване на иновационен проект.

- Кои са големите губещи от това слабо взаимодействие?

- Големите губещи са трите страни. Науката, от една страна, не познава реалните предизвикателства, пред които се изправя обществото като цяло. От друга страна, среща много големи трудности за реализиране на получените научни резултати от самомотивираните научни изследвания. Губеща страна е и бизнесът, който не използва наличния изследователски ресурс за решаване на предизвикателствата, които среща в производството, реализацията и новите технологии. Най-губеща е третата страна - обществото, което заделя публичен ресурс, който се оказва с много ниска ефективност за благосъстоянието, сигурността и бъдещето на самото общество.

- Какво трябва да се направи, за да може националното и европейското финансиране за научни изследвания и иновации ефективно да се използва, не парите просто да се „усвояват“?

- Националното финансиране за научните изследвания ще стане ефективно, когато приоритетите за финансиране на научните изследвания се определят съвместно с бизнеса, местните и националните власти в зависимост от нерешените технологични и научни предизвикателства и проблеми, стоящи пред икономиката и обществото. Европейското финансиране за научни изследвания и иновации се осъществява чрез Рамковата програма „Хоризонт 2020“, която обединява до този момент съществуващите рамкови програми за научни изследвания - Седма рамкова програма (7РП) и за иновации - Програма за конкурентоспособност и иновации - CIP. Беше отчетено в 7РП, че бяха получени много добри научни резултати, но много малко иновации и недостатъчен растеж на европейската икономика. Ето защо, когато се разглежда цялата верига за създаване на стойност, ефективността на финансирането е по-голяма.

- Носител сте на наградата „Питагор“ за 2011 г. , а през 2015 г. бяхте отличен като Изобретател на годината. Какво означават за вас тези отличия?

- Наградата „Питагор“ е признание за моята роля в областта на мехатрониката и роботиката. Тя беше получена след успешното изпълнение на един голям изследователски проект -„Хидромел“, по Шеста рамкова програма в областта на роботизираните микро- и нанотехнологии. Той е на стойност 13,5 млн. евро и е осъществен с 23 европейски партньори. Финансирането на моя екип беше на стойност 484 000 евро. В резултат на изпълнението, освен научните статии, създадохме 8 патента и едната от двете стартиращи фирми, основани по този международен проект. След получаването на патентите през 2014 и 2015 г. бях награден и като изобретател на 2015 г., но това беше благодарение на създаденото в този проект.

- Имате ли индикации, че българският бизнес започва да гледа на българските учени като на свой най-естествен партньор в постигането на по-високите цели?

- Има индикации за това. Един индикатор за това са трите срещи, които проведохме тази година във водещите сектори на българската икономика като ИКТ и фармацията за съвместно определяне на приоритетите за бъдещите конкурси на Фонда за научни изследвания. Освен това бизнесът започна да отделя в последните две статистически години 2013 и 2014 г. два пъти повече пари за изследвания в сравнение с публичните разходи за наука. Така за 2014 г. данните са 0,26% публични разходи за наука и 0,54% от бизнеса. Тази тенденция се появи, когато бизнесът достигна границите на екстензивното си развитие и когато излезе на нови и конкурентоспособни пазари, които поставят нови технологични и научни предизвикателства.

Проф. Венета **Иванова**:

Открихме нови природни антибиотици с ценни лечебни свойства

Проф. дхн Венета Иванова е учен с дългогодишни научни изследвания в областта на фармацевтичната химия. Особен интерес има към химията на природните вещества. Нейната научна кариера е свързана с Института по микробиология при БАН. Канена е в много страни по света като гост-изследовател и гост-лектор по редица международни проекти.

Проф. Иванова, изолираните от вас природни антибиотици влязоха в Топ 10 на „Научните чудеса на България“. Разкажете за тях…

- Това са високо молекулни антибиотици, изолирани от микроорганизми. Култивирани са български щамове от видовете Streptomyces hygroscopicus и Streptomyces spectabilis, продуценти на изолираните нови антибиотици. След тяхното изолиране нашата задача беше да бъде определена пълната им химическа структура с помощта на редица химични и спектрални методи. Ефективното използване на един препарат за лечебни цели е възможно само ако е изяснена неговата химична и биологична природа. На базата на доказаните химически структури също така е възможно целенасочено провеждане на пълен химичен синтез, частични модификации или биотрансформации и установяване на връзката структура-биологично действие. Тези природни антибиотици имат много добро антигъбно действие и са подходящи за лечение на гъбни заболявания по ноктите на ръцете и краката при човека, вагинални гъбни заболявания, причинени от Trichomonas vaginalis, а също така може да бъдат приложени и за лечение на микози по пчелното пило. Антибиотиците са изследвани спрямо тест-културите Aspergillus flavus, Aspergillus fumigatus, Ascosphera apis (5 щама), изолирани от болно пчелно пило от различни райони на страната. Резултатите са високо положителни. Природните антибиотици са много по-добри от синтетичните, те имат пространствена структура, различна от тази на синтетичните аналози.

- Изолирали сте тези антибиотици вследствие на дългогодишни усилия, но как те да влязат в производство?

- Засега технологията е приложена и потвърдена в полупромишлени условия. Връзката „наука – бизнес“ е логична и би трябвало да се реализира, въпреки че това изисква големи инвестиции.

- Защо е толкова труден пътят до реалното производство?

- За да влезе във фаза на производство, един лекарствен, а дори и козметичен препарат, минава през задълбочени клинични изследвания. Когато положителните резултати имат надеждно потвърждение, те имат да извървят и друга част от своя нелек път до реалното производство. Внедряването отнема много време и ресурси.

- Как стигнахте точно до темата за природните антибиотици?

- От години те са актуална тема. Участвала съм в много проекти, свързани с антибиотиците. Работата ми в Института по микробиология съвсем естествено ме насочи към идеята за природните антибиотици.

- Каква активност е необходима, за да може научните разработки да намерят практическо приложение?

- Вероятно трябва да има междинно звено между учените изобретатели и бизнеса. Но може и бизнесът директно да се свързва с учените и да им поставя задачи, по които те да работят и внедряват.

- Днес се търсят бързи резултати. Има ли смисъл да се влагат толкова много средства във фундаментални изследвания?

- Фундаменталните изследвания са в центъра на науката. Ако бизнесът вникне в дълбочината на тези разкрития, може да се постигнат високи практически резултати. Изолираните антибиотици са с ценни свойства, но кога те ще влязат в производство, това е трудно да се каже.

- Стана така, че българската наука даде принос на чуждестранни учени, които работят в тясна връзка с бизнеса?

- В последните години от плесенен щам изолирахме микотоксин – това е силно токсично вещество, което увреждa определени органи на тялото. Доказахме пълната му структура и я публикувахме. На базата на установената химическа структура няколко чуждестранни научни колектива възпроизведоха структурата му и получиха синтетично вещество. Публикацията ни е цитирана най-коректно в международните научни издания. В нашата лаборатория също така разработихме редица биологично активни вещества от щамове, изолирани от почви и екскременти на пингвини, колекционирани на остров Ливингстън, Антарктида. Изолирахме и доказахме структурите на редица алкалоиди и антибиотици от групата на актиномицините с противотуморно и антибактериално действие.

Фундаментът е много важен, но до практическото приложение не се стига лесно. Науката има неограничени възможности, но бизнесът трябва да е в непрекъснато взаимодействие с учените.

ФУНДАМЕНТАЛНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ СА В ЦЕНТЪРА НА НАУКАТА И АКО БИЗНЕСЪТ СЪУМЕЕ ДА ИЗПОЛЗВА ТЕЗИ РАЗКРИТИЯ, **МОЖЕ ДА СЕ ПОСТИГНАТ ВИСОКИ РЕЗУЛТАТИ**

Кирил **Петков**:

Иновациите са нашият шанс за пробив на глобалните пазари

Г-н Петков, колко е важна връзката между науката и бизнеса и дава ли тя конкурентно предимство?

- За да може един бизнес да има бъдеще в глобалния свят, има два варианта. Единият – да може да произвежда на най-ниска цена, което изисква да постига най-ниски разходи. Другият е да произвежда с висока добавена стойност, което означава да има иновации. В първия случай състезанието е кой ще плати най-малка цена за ресурса от работна ръка до машини. Винаги ще има някой, който може да го направи още по-евтино. Шансът това да се постига в България е много малък. Подобен модел би обричал страната на много ниски доходи и нисък стандарт на живот. Това е политика, която Китай може да води, а не България. Другият начин са иновациите. По-лесният начин те да се правят е като се използват хората от науката и това да е част от конкурентното предимство и от бизнес модела на дружеството, което се опитва да постига висока добавена стойност. Ако това предимство го няма – се обричаме или на ниски доходи, или просто не можем да продаваме навън.

- Как обаче бизнесът да стигне до точните хора от науката и как науката да заработи в името на иновациите?

- Трябва да се осъзнае интересът от това взаимодействие. Хубавото в България е, че всички се познаваме през един човек. Искате ли да намерите кадърен учен, няма да има голямо лутане, тъй като за радост се намират специалисти с опит, както и млади хора с амбиция. Техните разработки и усилия може да се фокусират в пазарна посока и да се стигне до желания резултат. Вторият важен момент е как светът ще разпознае тази наука, защото в този момент не сме най-известните с научните си изследвания, въпреки че имаме голям потенциал. Бизнес моделът на ProViotic е да се кооперираме с чужд университет, който е много силен бранд като академична институция и неговата експертиза се ползва с доверие. Ние работим с български учени и когато те постигнат определени резултати, ги валидираме за света през Harvard Medical School. Това дори е начин за промотиране на продукта. Добрата страна в тази комбинация е, че разходите за развойна дейност, извършвана от българските учени, са доста по-ниски, отколкото ако тя се прави от техни западни колеги. Откривателският риск е най-скъп, той може да се прави с български учени, а доказателствената част, която е с много по-малък риск, да става от авторитетни институции на съответния външен пазар.

- Нашите учени имат немалко постижения и трябва ли България да популяризира своята наука навън?

- Финансирането на науката трябва да става така, че това да се случва автоматично. Моделът на Харвард е, че всеки бюджет има някаква „цена“. Ако ползва лаборатория, трябва да плаща определен наем плюс възвръщаемост на инвестицията. По този начин ученият е задължен да работи не толкова в сферата на фундаменталната наука, колкото като иноватор, който взаимодейства с бизнеса. Той трябва да търси частни партньори, които да финансират развойната дейност. Другата част от парите се дава на база публикации. Колкото по-престижно е списанието, в което публикуват, толкова по-високо финансиране получават. Така те правя и това, което за тях е интересно, и онова, което привлича бизнеса, а се постига и разгласа за техните научни постижения. Подобен модел може да се използва и за науката в България, за да се оптимизира и крайният резултат.

- Вашата разработка на ProViotic използва щам на Lactobacillus bulgaricus, изолиран през 1994 г. Тогава неговите откриватели не са и подозирали, че един ден Кирил Петков ще се появи със своето бизнес предложение...

- Ето защо част от научните резултати трябва да гледат към днешния ден, а друга част – например 60%, да са с поглед в бъдещето. И те трябва да са толкова напред в бъдещето, че авторитетно научно списание да е готово да ги публикува. Това е вид верификация за академично признание.

- Как бизнесът да се възползва от научния потенциал в страната?

- Бизнесът трябва да осъзнае, че това е начинът да прави повече пари. Ако не иска да се състезава на ниво най-ниска цена, а чрез високата добавена стойност, трябва да използва иновации. В България имаме достатъчно учени, които може да са полезни при създаването на иновации. Ако се популяризират няколко фирми, които благодарение партньорството с учените имат високи постижения на външните пазари, всички ще се убедят, че това е добър бизнес модел.

Кирил Петков е изпълнителен директор на BDC, инвестиционна компания, фокусирана върху инвестиране в стартиращи технологии в Източна Европа, които имат здрава основа във фундаменталната наука: от IT компании, които основават своите модели на сериозни анализи и математика, до компании за приложно инженерство с действителни пробиви в иновациите. Основател е на стартиращата компания ProViotic и е един от тримата учредители на Центъра за икономически стратегии и конкурентоспособност към СУ „Св. Климент Охридски“.

- Според вас кооперативни ли са българските учени?

- Да, и някои от тях имат невероятен успех. В момента работим с Катедрата по микробиология и биотехнологии към СУ „Св. Климент Охридски“ и с Лаборатории „Генезис“. Тези хора се чувстват щастливи техният труд да види практическа реализация. Ето защо убеден съм, че търсите ли, ще намерите учени, с които да постигнете високи резултати.

- Имате ли добри примери за българска компания, която просперира благодарение на научно ноу-хау?

- Такъв пример е фирма ACOM, която произвежда усилватели. В нея работят инженери на световно ниво и те са от Техническия университет в София. Противно на очакванията, продават най-скъпо в света, защото и качеството им е най-високо.

- Вие сте предприемач. Струва ли си според вас един млад човек да се посвети на науката и то в България?

- Хората от Софийския университет, с които работя, не се оплакват. Те са удовлетворени от това, което правят. И то не защото работят с нас. За хората, които обичат науката и си осигуряват нормален начин на живот, за тях тя е добър вариант. Трябва добре да се осъзнае, че ученият трябва да е твърде активен човек и да не разчита само на държавното финансиране. Ако откритията на учените са стъпка към иновация, това може да им донесе пазарен успех. А ако учените в света ги разпознаят като хора, които правят наука на високо ниво, това ще им носи морално удовлетворение. Ако двете неща вървят паралелно, те ще имат хубав живот в България. Въпросът е, че не е никак лесно то да се постигне. Като добър пример за успешна кариера може да посочим д-р Райна Фичорова, която в Harvard Medical School в Бостън завежда лаборатория по генитална биология за изследвания на заболяванията, предавани по полов път. Никъде не е лесно и ако сравняваме заплати със заплати, трябва да съпоставяме и продуктивността.

БИЗНЕС МОДЕЛЪТ НА PROVIOTIC Е ДА ПРАВИМ РАЗРАБОТКИТЕ С БЪЛГАРСКИ УЧЕНИ И ДА ГИ ВАЛИДИРАМЕ ПРЕЗ ЧУЖДЕСТРАНЕН УНИВЕРСИТЕТ

Проф. Павлина **Долашка**:

Бизнесът не може без наука

Проф. Долашка, вие сте учен с богат опит. Разкажете за вашите научни занимания и тяхното практическо приложение…

- От много години насам с моя екип изолираме биологично активни вещества. Концентрирали сме се предимно върху организми като черноморски рак и черноморска рапана, а впоследствие изолирахме активен протеин – хемоцианин, и от градинските охлюви, които са няколко вида. Изследваме неговия антитуморен ефект. Установихме кои фракции притежават антивирусен и антибактериален ефект, тъй като това е сложна молекула. След като ги изследвахме, ние ги предложихме за активно влагане в различни продукти. Използването на хемоцианина го разработваме предимно с нашите партньори от Германия, Белгия и Италия. В последно време работим с Болницата по урология в Тюбинген, Германия. Те тестват този активен протеин върху туморни клетки, изолирани от пациенти. Там има докторант, който ще продължи тези изследвания, тъй като за прилагането му като лекарствен продукт е сложно. Нужни са задълбочени изследвания и много средства. Моята идея е да разработим проект за гел срещу кожните тумори.

- Какъв е вашият екип?

- Екипът е от няколко души. Работим с колеги от Медицинска академия, предимно от Института по клетъчна биология и имунология към университета в Тюбинген, както и от още университети в Италия, Белгия и Гърция.

- Кое ви накара да търсите партньорство зад граница?

- Голяма част от изследователската работа се прави от специалисти в България. Наши германски колеги ни подариха своя стара апаратура, която в България ни върши добра работа. Работим основно по проекти с външно финансиране, което пък ни дава възможност да работим в партньорство и да ползваме тяхното модерно оборудване. Така овладяхме най-съвременните методи за работа при протеомен анализ и масспектрометрия. Накрая ние пишем научните публикации и публикуваме в международни научни издания.

- Колко дълъг е пътят от научните изследвания до тяхното практическо приложение?

- Бизнесът в България ни се вижда странен. Докато ние правихме научни анализи, някои набързо забъркаха козметични продукти с подобно съдържание. За радост от БАН ни дадоха рамо за включването на учените във фирми и аз създадох стартиращата компания „Биокомпоненти“ и през 2011 г. започнахме реализацията на проект по ОП „Конкурентоспособност“. За около година разработихме активните вещества и започнахме да ги внедряваме. На третата година нашите продукти бяха на европейския пазар, произведени от фирма „Алекс 1977“. Тя беше създадена, за да внедрява нашите разработки, за да сме сигурни, че технологията стриктно се спазва. Сега подготвяме проект за внедряване на гел за варикозни и диабетни рани.

- Как гледате на възможността, която ще се отвори чрез ОП „Наука и образование за интелигентен растеж“?

- Готвим два проекта, но се боим, че интересът е към средствата, а не към развитието на науката и образованието, към които тези пари са насочени. Преди да започне харченето им, трябва да се потърси отговорност за милионите левове, които изтекоха през фонд „Научни изследвания“. Чл.-кор. проф. Хорозов написа цяла книга с факти и я предостави на прокуратурата. Той беше отстранен от МОН, а наказани няма. По различни програми постоянно се финансират проекти за купуване на апаратура, защото се правят обществени поръчки. После апаратура за милиони не се използва. И по новата оперативна програма отново ще се купува апаратура.

- Как българската наука да достигне висотата, за която тя има потенциал?

- Първо, науката трябва да се сложи на нужната основа, като на управленските позиции да застават опитни учени, а не хора, които нямат нищо общо с истинската наука. Но като виждат какво става, учените вече се дистанцират. Ако кандидатстваш с проект, не си ли от страната на „правилните хора“, трябва да минеш през страшна месомелачка. Това вече не е наука, а е търговия. Ако искаме парите не просто да се „усвоят“, трябва да се поставят хора, които разбират от наука. Учените с лице в чужбина искат да разработват значими проекти, а не просто да участват в една игра. Те вече бягат в чужбина, както ние се спасихме и 25 години работим основно навън. Тук е битка на лобита.

Проф. Павлина Долашка е учен от Института по органична химия с Център по фитохимия към БАН. Основното направление на научните разработки на колектива, ръководен от проф. Долашка, е в областта на биохимията и медицината. Нейният екип е носител на редица награди, сред които „Изобретател на годината 2012“ и „Питагор 2012“.

- Толкова ли е горчива истината за българската наука?

- Истинските учени са хора с висок морал. Те получават ниски заплати, но за тях е важно да създават и да развиват науката. Истината е страшна, защото се финансират измислени проекти, които не носят никаква добавена стойност на икономиката.

- Не трябва ли проектите да се оценяват по практическото приложение, което ще имат?

- Да и по проектите за иновации и за внедряване към ОП „Конкурентоспособност“ вече е предимство фирмата, която кандидатства, да има сътрудничество с научно звено.

- Вярвате ли, че е възможно българската наука да започне да работи на високо ниво и получавайки финансиране, да се създават конкурентни продукти?

- Финансиране е имало и досега, но то е отивало при определени хора. Не може да не се интересуваме къде са отишли милионите, раздадени от фонд „Научни изследвания“. Трябва да се сложи край на схемите, по които просто се раздават пари на свои хора.

- Каква е вашата оптимистична теория за доброто взаимодействие между българската наука и българския бизнес?

- Трябва истинските учени и истинският бизнес да си подадат ръка, защото бизнесът не може без наука, а всеки учен мечтае да види ефекта от своя труд. Проф. Волфганг Фьолтер, германският учен, под чието ръководство работим, се трогна, когато му показахме първия продукт, който произведохме. Той каза, че има над 1000 научни публикации, но нито една подобна практическа реализация.

- Какво ще кажете на младите хора, които имат колебанието дали наистина си струва да се заемат с наука?

- Имала съм много дипломанти и докторанти, които отиват на специализация в чужбина и не се връщат. С тези ниски заплати няма как да ги задържим. На младите хора казвам, че знанието е техният най-голям капитал. Има начин да развиваме истинската наука в България, но този път не минава през „усвояване на средства“ от лобистки кръгове, а през финансиране само на най-стойностни проекти.

НАУКА СЕ РАЗВИВА ЧРЕЗ ФИНАНСИРАНЕ НА СТОЙНОСТНИ ПРОЕКТИ, А НЕ ЧРЕЗ „УСВОЯВАНЕ НА СРЕДСТВА“

Атанас **Бобоков**:

С опит и иновации покоряваме **НОВИ ПАЗАРИ**

Атанас Бобоков е изпълнителен директор и председател на борда на директорите на „Монбат" АД, част от „Приста Ойл Груп". Заедно с брат си, Пламен Бобоков, през 1993 г. в гр. Русе основават семейната компания „Приста Ойл". Бизнесът, който днес притежават и управляват братя Бобокови, оперира на територите на над 40 държави на 4 континента, с пазарно присъствие между 5 и 55% във всяка една от тях. Собственикът „Приста Ойл Груп" ръководи две основни направления - акумулаторен бизнес, в лицето на „Монбат", и маслен бизнес чрез „Приста Ойл Холдинг", ръководен от Пламен Бобоков. Групата обединява дъщерни компании в редица държави.

КОЙТО ИСКА ДА РАСТЕ БЪРЗО, ДА ОТИДЕ В АФРИКА. САЩ, КИТАЙ И СТРАНИТЕ ОТ ЕС УСИЛЕНО СЕ СТРЕМЯТ ДА ЗАЕМАТ ПОЗИЦИИ ТАМ, ТЪЙ КАТО НА ВЕЧЕ ПОЗНАТИТЕ ПАЗАРИ РАСТЕЖЪТ Е СИЛНО ОГРАНИЧЕН

автор: Петър **Петров**

Г-н Бобоков, често чуваме колко трудно се прави бизнес в България. Вие на какво мнение сте?

- По принцип бизнес не се прави лесно, със сигурност обаче в България е трудно да се започне такъв. Непосилно за малките компании е да растат и преуспяват, без да имат значителен експорт и без да ползват банково финансиране. За тях последните две неща са най-често невъзможни.

- Но нали сега банките са готови да отпускат кредити?

- Банките с удоволствие отпускат финансиране, но на големи фирми с история. Говорим за компании с високи финансови резултати, добре оформени бизнес планове и дисконтирани парични потоци за следващите пет години - все трудно изпълними условия за една малка българска компания, дори и за средна по размер такава.

- В такъв случай как една малка фирма може да стане голяма?

- Шансът й е да разполага с наистина уникален продукт - иновативен и на много добра цена. Тогава дори е възможно външни партньори да я контактират сами. Освен това, съответната компания трябва също добре да познава пазарите, в които се е прицелила, да е изградила съответната мрежа от контакти на тях и да е съвсем наясно с търсенето. За съжаление, подобни фирми у нас не са никак много, а знаем, че именно малките и средните предприятия са гръбнакът на всяка една икономика. Статистически най-стабилната част от бизнеса в ЕС се формира от фамилните компании, но нашите малки и средни фирми нямат нищо общо с малките и средните фирми в Западна Европа, тъй като мащабите и пазарите са коренно различни. Може да се каже, че именно те са двигателят на тези устойчиви икономики. В същото време виждаме как българската икономика тревожно се е свила и не може да постигне дори ръст от 2%.

- А защо икономиката ни не може да направи да речем растеж от 5 или дори 7%?

- Просто няма кой да го направи. Както вече споменах, малкият и средният бизнес у нас е слаб и неподготвен за излаз на чужди пазари. От своя страна, българският пазар освен твърде малък е и свит, което не дава възможност за растеж. Като изход от ситуацията се явява необходимостта да бъдат поемани рискове, но за да бъдат те оправдани, се изисква сериозен капитал от хора, знаещи езици и имащи задълбочено познаване на чуждите пазари. Малко са фирмите със силен търговски нюх, а също твърде ограничен брой компании се занимават с производство. И ако въобще има някакъв ръст в промишлеността, то той се прави от големите предприятия износители.

- Заедно с брат си вие притежавате и ръководите големи, печеливши компании производители, компании с международен успех, надхвърлящ граници и континенти. На базата на личния ви бизнес опит как една малка компания може да се трансформира в голяма, с успешно международно развитие?

- Когато производителят премине един критичен минимум, оттам нататък компанията става печеливша. Особено ако има възможност да се разширява навън чрез износ, въпросната компания расте в пъти. Всичко това, разбира се, е обусловено от закономерността, че с производството на по-големи количества себестойността на продукцията пада. В това отношение България дава редица предимства, но те не са решаващи. Прочутите ниски български данъци, евтина работна ръка и евтин ток наистина помагат, но само те не са достатъчни, за да стане една фирма международна и печеливша. Изключително определящи за успеха са наличието на качествен продукт, финансиране, добра организация и екип - двигател на тази експанзия.

- Каква цена платихте, за да натрупате това ноу-хау?

- Определено сериозна - „Приста Ойл“ и „Монбат“ бяха сред първите български компании, които смело излязоха навън и вече от години присъстват стабилно на внушителен брой пазари. Разбира се, по пътя направихме своите грешки, на базата на които се случваше освен всичко друго да търпим и загуби. Благодарение обаче донякъде и на тях, днес вече стъпвайки на сериозен опит, доста бързо преценяваме доколко един нов проект би бил печеливш, дали условията в дадена държава са подходящи да инвестираме в нея и как, във възможно най-кратък срок, можем да реализираме инвестицията си.

- Как преценявате условията за бизнес в България?

- Нека не ви изненадва, но аз считам, че условията за правене на бизнес у нас са много добри. Бързам да уточня обаче, че става въпрос не за стартиращ бизнес, а за бизнеса на големите компании с опит. Възможността да застраховаш бизнеса си в Българската агенция по експортно застраховане, да вземеш експортно финансиране от Българската банка за развитие са все неща много полезни за бизнеса. Нито едно от тях обаче не ползва малките фирми - просто те чрезвичайно са на външните пазари и рядко могат да си позволят един такъв допълнителен разход като застраховането.

- Как стои въпросът с кадрите по отношение на вашия бизнес в контекста на икономиката?

- Разбира се, едно от важните неща, определящи ръста

„МОНБАТ“ АД Е ПРЕДСТАВЕН МНОГО ДОБРЕ В ЦЕНТРАЛНА И ЗАПАДНА ЕВРОПА, А СЪЩО И В СЕВЕРНА АФРИКА.
ИЗТОЧНА ЕВРОПА Е СЛЕДВАЩИЯТ НИ ПАЗАРЕН ТАРГЕТ

ИНОВАЦИИТЕ СА ИЗКЛЮЧИТЕЛНО ВАЖНИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ВСЯКА КОМПАНИЯ И ЗА ПРИСЪСТВИЕТО Й НА ЧУЖДИ ПАЗАРИ

на икономиката, са именно кадрите. Проблемът с тях става все по-наболял и остър, не само в България. Например ние, в „Монбат“, поради липса на подходящи кадри, се налага да привличаме висококвалифицирани специалисти от Украйна, Русия и други държави. Режимът за наемане на хора от трети страни обаче е много усложнен и уреждането на документите отнема месеци.

- Каква е вашата рецепта за справяне с проблема?

- Според мен единственият начин за решаването на проблема с кадрите у нас е чрез по-активната роля на българското образование в тясно взаимодействие с бизнеса, за да може от средните специални училища и от университетите да излизат подготвени специалисти, устройвани на добре платена работа. По време на обучението си, тъй като все още у нас липсват възможности за студентски кредити, би било добре студентите да могат да ползват стипендии от бизнеса, с ангажимента след завършването си да работят за него.

- Привличате специалисти от чужбина, а защо не от Русенския университет „Ангел Кънчев“?

- Напротив, от години работим в тясно сътрудничество с университета и наемаме дипломирани специалисти от там. Дори обучаваме млади инженери, които, случва се, след като квалифицираме подходящо, да заминат на работа в чужбина. Привличаме външни кадри само тогава, когато изниква нуждата от висококвалифицирани специалисти със сериозни знания и опит, но не можем да открием у нас подходящи хора.

- Какъв е мотивът на инженерите от Русия и Украйна да дойдат да работят в страната ни, вместо в Западна Европа?

- Едно от нещата е доброто заплащане, както и това, че България се радва на добър имидж в тези държави. Всъщност, възнагражденията у нас за висококвалифицирани специалисти не са никак ниски, те нямат нищо общо със средната работна заплата. В добавка към заплащането, да речем в „Монбат“, им предлагаме широк социален пакет, в това число съдействие при релокацията на цялото семейство. От значение също е и фактът, че става въпрос за народи, близки до нас по отношение на език, култура, религия. Климатът в България им допада, освен това не са далече от родината си. Наемането на такива професионалисти не е никак евтино, но пък те от своя страна веднага придават производствена стойност на компанията, а също внасят свеж ентусиазъм в работата.

- Разкажете ни за вашия бизнес. Да започнем от „Монбат“…

- Бизнесът ни се развива с много високи темпове. Успоредно с това и броят на пазарите, на които оперираме, продължава да расте. До момента големите западноевропейски държави са наши основни пазари. Бъдещето за „Монбат“ виждаме в Източна Европа, тъй като в Централна и Западна Европа, а също в Северна Африка, вече отдавна сме добре представени. Излиза, че последно ще навлезем там, където географски сме най-близо. В този ред на мисли, Турция също не е била наш приоритет.

Сменяйки географски посоката, рисковете в Украйна, Казахстан, Узбекистан, Русия, Беларус доскоро бяха големи, но необятността на въпросните пазари предопределя сигурна печалба на този, който е част от възстановяването им. Затова и смело поглеждаме към тях, водени от опита си, но, разбира се, следвайки добре премерена политика. И още нещо, по отношение на Русия и Украйна не изключваме стартирането дори на производство там, стигнем ли критичната маса на продажби.

В Африка наше предизвикателство е Нигерия - невероятен пазар с над 180 млн. жители и огромен автомобилен парк, но без производител на батерии. Затова планираме закупуването на местна фирма, която да направи възможни продажбите на масла и акумулатори, и като цяло стъпването ни на този пазар. По отношение на производство, не предвиждаме такова в Нигерия, тъй като на място специалисти въобще няма, а ако трябва да се внесат, това би струвало изключително скъпо и е нерентабилно за бизнеса.

- Да разбирам ли от думите ви, че за бизнеса Африка е континентът на бъдещето?

- Така излиза. САЩ, Китай и страните от ЕС усилено се стремят да заемат позиции там, тъй като на вече познатите пазари растежът е силно ограничен. Който иска да расте бързо, да отиде в Африка.

- Паралелно ли развивате пазарите навън на „Монбат“ и „Приста Ойл“?

- Не бих казал - става въпрос за бизнеси от различни сегменти, имащи своята специфика. Затова подходът, стратегиите и пазарите са различни.

- Защо в тези страни избират българското?

- За българското не знам, знам обаче защо избират „Монбат“. На пазарите в Европа сме от 2000 г. и имаме авторитета на сигурен доставчик, с високо качество и средна цена. Това дава възможност да поддържаме добри контакти със своите дистрибутори, с немалка част от които работим заедно вече 10-15 години. Всъщност, може да прозвучи нескромно, но обхватът ни е много голям - особено горд съм, че през миналата година сме продавали в 64 държави. Моторът на продажбите е търговското звено на „Монбат“, базирано в София.

- Как ги намерихте тези хора?

- Не лесно, чрез сериозен подбор и последващо обучение. Обикновено 9 от всеки 10 от тях отпадат, за сметка на това остават най-добрите и наистина силно мотивираните. Именно на тях, и като цяло на добре споения цялостен екип на компанията, дължим високите резултати, които бележи „Монбат“.

- Има ли нова инвестиция, която сега е във вашия бизнес фокус?

- Да, вече пет години „Окта Лайт“ АД е във фокуса. Предприятието произвежда светодиоди и светодиодни осветители. Предлагаме цялостен инженеринг в областта на осветлението с ново поколение светодиодни лампи с висок енергиен клас. Бизнесът е иновативен, проектът започна на зелено, но вече е в стадия на рязкото увеличаване на продажбите. Затова считаме, че настоящата година ще е преломна за завода и в нейните рамки ще успеем да възвърнем инвестициите в проекта.

- Как взехте решение да се насочите към този бизнес?

- Премислях го доста, защото самият аз трябваше да рискувам и вземането на подобно решение беше трудно за мен. Тогава си казах, че навремето и „Нокия“ е започнала от добив на дървесина… и го направих. Развитието и прогресът като цяло налагат да се отиде в по-високотехнологичен отрасъл. Идеята ме завладя, претърпя много промени, но хубавото е, че дотук имаше трудни, но не и грешни ходове. Правим наистина нещо изключително за осветлението в дома, офиса, интериора и екстериора, предлагаме осветление за улици, магистрали, пристанища, спортни зали и т. н. Това е най-икономичното осветление. Повечето от продукцията ни се продава в Персийския залив. Почти нищо не реализираме в България, защото тук е наводнено с евтини китайски осветители.

- Каква е ролята на иновациите във вашия бизнес?

- Те са изключително важни за развитието на всяка една компания, не само за нашата, и за присъствието ѝ на чужди пазари. Когато продуктите постоянно се усъвършенстват, това задържа клиентите. При „Окта Лайт“ иновациите са жизненоважни, тъй като се свързват и с понижаване себестойността на продукта. Ако при акумулаторите от решаващо значение е оловото и е над 60% от теглото (при това е на борсова цена), то при осветителите няма нищо борсово. Те се оценяват по характеристиките им и по цената. Подобрят ли се характеристиките и понижи ли се цената, клиентите винаги го оценяват.

- Къде е базирано предприятието?

- В Годеч, осигурява работа на 150 души. За него също се наложи да привлечем опитни инженери от Русия и Украйна. В момента сглобяването на детайлите е ръчно, скоро обаче ще пуснем две роботизирани линии, с цел постоянство на качеството и неговото повишаване.

- А „Монбат“ ще разширява ли своето производство?

- Определено, тъй като капацитетът ни е недостатъчен спрямо нарастващото търсене към нас. За да имаме качествен продукт в огромни бройки, трябва да инвестираме в автоматизация и нови процеси. И ще го направим. Иновациите не са само въпрос на вътрешнофирмени решения, те идват с ноу-хау и машини отвън.

- Правите много за развитието на вашия роден град Русе. Кое ви носи най-голямо удовлетворение от направените жестове на благотворителност?

- Благотворителността не бива да се афишира, а да се прави - така сме възпитани с брат ми, затова и не бих искал да говоря за нея. С гордост и удовлетворение обаче мога да спомена многофункционалната зала „Булстрад Арена“ гр. Русе, която изградихме и открихме като частни инвеститори през лятото на 2015 г. Водени от чувството за местен патриотизъм, като част от една поголяма идея за възраждане на родния ни град, се нагърбихме с този предвидимо нелек проект, ясно съзнавайки, че става въпрос за дългосрочна и трудно възвръщаема инвестиция. Държа да отбележа, че ангажиментът ни към залата не се изчерпва с нейното построяване и откриване, а включва цялостната ѝ последваща издръжка. Всъщност, оказа се, че „Булстрад Арена“ е първата частна зала в Югоизточна Европа и съм особено щастлив, че тя освен като идея, вече реално се превръща в своеобразен институт, около който се консолидират и развиват интересни бизнес, спортни, културни и конгресни процеси. Убеден съм, че всичките наши усилия в тази насока ще възвърнат не само славата на Русе като културен център в Дунавския регион, но и ще донесат много положителни емоции на русенци и сериозна икономическа изгода за града.

- Произвеждате и рециклирате батерии. Но как зареждате собствените си „батерии“?

- Времето е ограничено и определено не стига. Но пък при желание, човек се научава да го управлява рационално и подрежда приоритетите си. Основен приоритет за мен е семейството, на което считам, че независимо от ангажираността си всеки един от нас трябва да обръща сериозно внимание, особено когато децата са малки. Сложно е, но радвам се, че успявам да намирам баланс.

- Какво любопитно предстои в програмата ви за тази година извън бизнес плановете?

- Намислил съм пътуване до Тибет. Дано и успея да го реализирам, за да не продължи да отлежава в списъка с мечтите.

ЗА ГОЛЕМИТЕ КОМПАНИИ С ОПИТ И НОУ-ХАУ УСЛОВИЯТА
ЗА ПРАВЕНЕ НА БИЗНЕС В БЪЛГАРИЯ СА МНОГО ДОБРИ

ФИРМЕН ПРОФИЛ: Групата компании „Монбат" е водещ европейски производител на оловно-кисели акумулаторни батерии с разнообразно приложение. За последните 10 години групата се утвърди и като производител на олово и оловни сплави, чрез своята фирма „Монбат Рисайклинг" ЕАД.

Групата „Монбат" се състои от:

- ✓ **МОНБАТ АД** - производство на стартерни оловно-кисели батерии и AGM батерии с различно приложение;
- ✓ **СТАРТ АД** - производство на оловно-кисели стартерни батерии за товарна, тежкотоварна автомобилна и пътно-строителна техника;
- ✓ **МОНБАТ РИСАЙКЛИНГ ЕАД** - производство на олово и оловни сплави;
- ✓ **ОКТА ЛАЙТ АД** - производство на светодиоди и светодиодно осветление.

Фото **Александър Нишков**

Петър **Андронов**:

ЗНАНИЕТО Е НАЙ-СИЛНИЯТ КОЗ НА ВСЯКА ИКОНОМИКА

автор: Татяна **Явашева**

ЕДВА КОГАТО ЕВРОПЕЙСКАТА ИКОНОМИКА УВЕРЕНО ТРЪГНЕ НАГОРЕ, **ЕЦБ ЩЕ СПРЕ ЛИХВЕНАТА „ДИЕТА"**

Г-н Андронов, как върви проверката на качеството на активите на българските банки?

- С малки отклонения върви по график.

- Наред ли е всичко, свързано с методологията за оценка и нейното прилагане?

- Нейна основа е методологията на Европейската централна банка (ЕЦБ), използвана през 2013 г. за оценка на банките от еврозоната. Тя е в процес на адаптация към българските условия. Освен първоначалния й формат при всяка следваща стъпка в проверката се правят и допълнителни настройки. Методологията се развива в хода на самия процес, като централната банка пуска и тълкувания в отговор на запитвания на оценителите.

- Щом методологията търпи развитие, това не е ли нож с две остриета - оценителите в различните банки са различни, те нямат еднаква квалификация…

- Това е неизбежно, така беше и при оценката на банките от еврозоната. Пълна стандартизация и еднаквост на знанията и подходите на оценителите са невъзможни. И съдиите на футболните мачове са различни.

- Какъв е търсеният ефект на тази проверка?

- Търсеният ефект, деклариран от властите, е повишаване на доверието в банковия сектор.

- Но дали оценката на качеството на активите и последващите стрес тестове на практика няма да доведат до разклащане на доверието в някои банки?

- Това много зависи от изпълнението на отделните стъпки, от комуникацията и от цялостното управление на процеса. Дългосрочно би трябвало да има положителен ефект, защото самата оценка на качеството на активите изначално е направена да бъде консервативна. ЕЦБ пое надзора на над 80% от банковия сектор на еврозоната и тя държеше да има сигурност, че са в изключително здраво състояние. Методологията е капиталоемка, тъй като изисква допълнителна капиталова обезпеченост в немалка част от случаите. Нормално е и при прилагането й у нас банковият сектор да се наложи да държи по-голям капиталов запас, макар че той и сега е съществен. Отрицателната страна е, че един от пътищата на постигане на по-високия капитал е и чрез понижаване на кредитната активност.

- България не е част от еврозоната. Кое наложи тази проверка и у нас?

- Корпоративна търговска банка. Нищо друго.

- Как проверката се отразява на българските банки?

- Ясно е, че когато се проверяват кредитни досиета, събира се информация от оценителите, преглежда се сърцевината на банките – кредитните портфейли, те ще отделят голяма част от енергията си за това, вместо да я насочат върху кредитирането. Те трябва да обосновават документално кредитите, които са обект на проверка, а те са съществена част от портфейлите на банките. Вниманието на експертите се раздвоява между клиентите и оценителите. За банките тази проверка означава извънредна работа и допълнителни разходи и труд, но такива са обичайните проявления на този процес.

- В такъв случай каква се очертава да е 2016 г. за банковия сектор?

- Печалбата от първите два месеца в размер на близо 200 млн. лв. е добра индикация за 2016 г. и очертава сходни резултати с предходната година. Има обаче един друг общоевропейски процес, свързан с ниските, включително отрицателни, лихвени проценти. Те следват посоката на лихвите на ЕЦБ, което принуждава банковия сектор интензивно да коригира надолу собствените си лихвени проценти по депозити и кредити. Резултатът е сви-

Фото: Стоян **Йотов**

Петър Андронов е главен изпълнителен директор на СИБАНК от 2008 г., а през 2011 г. е избран за кънтри мениджър на КВС Груп за България. От 2008 г. е член на управителния съвет на Асоциацията на банките в България. От март 2015 г. е избран за председател на Асоциацията на банките в България. Член е на Борда на Европейската банкова федерация. Преди да оглави СИБАНК, е заемал различни позиции в частния банков сектор и в Българската народна банка. От 2002 до 2007 г. е бил главен директор на управление „Банков надзор" на БНБ. От 2003 до 2007 г. е бил член на управителния съвет на Гаранционния фонд и на Инвестиционния комитет на БНБ. В периода 2005-2007 е бил наблюдател и член на Европейския банков комитет, Комитета на европейските банкови надзорници и на Банковия надзорен комитет към ЕЦБ и ЕК. От 1995 г. преподава последователно в УНСС, ВУЗФ и НБУ/МБИ.

ване на лихвения марж, а именно той гарантира на банките генериране на печалба, на капитал. При свит марж генерирането на доход е под напрежение. И в Европа, и в България най-голямото притеснение е, че ако процесът продължи повече от 2-3 години, лихвените маржове ще се стопят дотолкова, че ще станат неработещи за преценка на кредитния риск. Теснотата им няма да позволи кредитният риск да се управлява адекватно. Длъжниците с по-малък и с по-голям риск в момента са близо в диапазона на лихвения марж. Когато икономиката забуксува, различните рискове реално ще ескалират и ще се отдалечат един от друг, но лихвената им оценка ще остане неадекватно близка. Така банките за дълъг период залагат несигурност в качеството на портфейла. Ликвидният риск в тези условия на нисък лихвен марж също става трудно прогнозируем, макар сега да изглежда добре осигурен. Голяма част от привлечените средства са по срочни влогове. Приема се, че те са по-устойчивата част на ликвидните пасиви, тъй като се очаква те да останат на разположение на банките за по-дълго време. Срочните депозити обаче са с толкова ниска лихва в момента, че за клиентите няма никакъв финансов мотив да държат при несигурност депозитите си до падеж и могат да си ги потърсят по всяко време без големи загуби, подобно на безсрочни влогове. Така на практика всички пасиви на банките се превръщат в незабавно изискуеми.

Виждате какви са последствията от лихвената „диета“ на ЕЦБ. Като добавим за България оценката на активите и стрес тестовете на банките, виждаме, че 2016 г. ще е година на сериозни изпитания и задачи пред банките. Вярвам обаче, че 2016-а ще е година за повишено банково посредничество и икономически растеж.

- Кой би бил работещият ключ към по-висока икономическа активност на европейската икономика?

- Сигурно има много отговори, но никой не знае кое ще сработи. Има конюнктурни обяснения на слабата европейска динамика, но има и структурни обяснения, които са по-притеснителни. Те са свързани с демографските и с политическите особености на Стария континент, с технологичните аспекти на европейската икономика и с нейната конкурентоспособност. Тя е с дълбоки структурни проблеми, с проблеми при развитието на иновациите и новите технологии, с финансирането на образованието и на модерните и конвертируеми икономики. В тези области Европа е сериозно изостанала от Америка и Азия. Бюрокрацията в Брюксел, която се занимава със сложната задача да стимулира бизнеса с различни инициативи и мерки от типа „Юнкер“, същевременно се стреми и да го свръхрегулира. Сериозни са проблемите със задлъжнялостта на отделни държави и постоянната несигурност на някои южноевропейски държави. Въпросът с мигрантите остава нерешен. Искат се референдуми за независимост в рамките на отделни държави или в рамките на ЕС. Ограниченията за движението на хора водят до ограничение на други свободи на пазара. Тази серия от проблеми тежи на европейската икономика и към нея се добавя и тромавата европейска монетарна политика, която често изостава с повече от година от мерките, които Америка прилага за възстановяване на икономиката.

- Но да се върнем към проверката на банките. Ако се окаже, че някои от тях имат нужда от финансова подкрепа, с какви средства ще бъде направена тя?

- Рано е да се каже. Мога само да цитирам европейския

опит в това отношение. Ако капиталовите буфери в банковия сектор се окажат недостатъчни, пътищата са два. Единият е това да стане с частните капитали на акционерите, доколкото има такива възможности. Вторият е административен – със способите на законите и процедурите, свързани с капитализацията на банките. Може да се ползват публични средства или средства от фондовете за реструктуриране на кредитни институции и за гарантиране на влоговете. Когато ЕЦБ направи проверката, от 130 банки предварително 25 бяха определени като проблемни. В хода на самата проверка 12 решиха проблемите си, останалите 13 получиха срок от 6 до 9 месеца да набавят липсващия капитал. Те го направиха и досега всички банки работят нормално и са в капиталовите норми, които ЕЦБ очаква от тях.

- Очаквате ли в България да се засили процесът на сливания и придобивания на банкови институции?

- Навсякъде по света това е неизбежна последица от крещящата необходимост от по-добра ефективност. Стесненият лихвен марж убива печалбата на банките. Затова те са принудени да прибягват до дигитални способи, чието въвеждане отнема години. Другият способ е консолидацията. Сега има благоприятна основа за подобен процес. Колкото по-голям си, толкова по-големи са шансовете да се справиш с тези сложни предизвикателства. За съжаление на потребителите това е реалността.

- Защо за съжаление на потребителите?

- От една страна, ефективността се увеличава, но пък от друга, при по-малка конкуренция се стига до по-високи цени на стоките и услугите. Консолидацията подобрява ефективността на компаниите, но задушава конкуренцията.

- Лихвената „диета“ зависи от хода на европейската икономика. Какъв пример може Европа да вземе от Азия, където икономиките имат друга динамика?

- Разбира се, че има какво да научим от Азия. За съжаление, фундаменталните разлики между Европа, от една страна, и Америка и Азия, от друга, са много големи от гледна точка на структурата на икономиката, на потреблението и жизнения стандарт, на резервите на потреблението, на запасите от икономически потенциал, на средната възраст на населението и т.н. Завиждам на Азия например за огромните инвестиции в образование. Там от десетилетия се инвестира в създаването на грамотна и изключително добре подготвена работна сила.

- В България от години говорим за реформи в образованието…

- Наскоро посетих един от най-добрите университети по икономика, който е в Барселона. В събота в библиотеките на този университет, които побират хиляди студенти, нямаше нито едно свободно място. Огромни пространства, пълни с работещи млади хора. Особено по време на сесия, за да заемат място, студентите отиват още в 6 часа сутринта и остават в библиотеката до 22 часа. Представям си в библиотеката на един български университет колко студенти има.

- Имате ли виждане как да подобрим образованието в България?

- Парите за висше образование не достигат, не защото са малко, а защото структурата му е нереформирана и неефективна. За да имаме качествено образование, трябва да ограничим приема на студенти и да намалим броя на университетите. Парите да се концентрират в качество, а не в количество. Сега университетите не познават добре нуждите на бизнеса и реагират с голямо закъснение на очакванията му. В момента на него му трябват инженери, а ние произвеждаме икономисти и юристи. За две десетилетия се нароиха факултети по икономика навсякъде. По силата на инерцията и на историческия шанс България е в ситуацията да може да приеме високотехнологични производства от скъпите дестинации в Европа, където разходите за труд са се качили много. Те искат да оптимизират бизнес процесите и да изнесат определени части от производствата в по-евтини точки. Но като дойдат тук, не могат да намерят инженери, IT специалисти, математици, физици. Очаквам със сегашната ни инертност след 4-5 години да започнем да ги произвеждаме в изобилие, дано обаче да има инвеститори, които да ни чакат да ги създадем. Хора с дипломи ще произведем, но те трябва да са качествени специалисти. Ето защо от Азия може да се научим на висококачествено, интензивно, модерно приложно образование. Дори Западна Европа вече има какво да учи от тях. Статистиката сочи, че основните открития, свързани с научните иновации, се правят в Азия и Америка. Европа крета със своята иновативност. Ако това научим от тях, всичко останало ще си дойде по местата. Ние изоставаме в основното направление, свързано с качеството на работната сила. Заблуда е, че модерните технологии ще заменят човешкия труд и машините ще наваксат нашето незнание. Знанието е най-силният коз на всяка икономика и колкото повече се инвестира в него, толкова по-добре.

- Напоследък офшорните зони станаха гореща тема. Вашият поглед към проблема?

- Банките имат сериозно изискване за работа с клиентите си и то е да ги познават добре. Обикновено от офшорните зони пристигат анонимни собственици, представлявани от адвокат. Когато при банките дойдат такива клиенти с неясна собственост, обикновено от тях се изисква да намерят решение на непрозрачната си собственост, за да получат банкови услуги. Който иска да пести данъци и да крие доходи, отива в офшорните зони, но в този формат той не може да очаква партньорство от повечето банки, на каквото може да разчита всеки прозрачен и легитимен бизнес.

- Какъв е вашият оптимизъм за българската икономика, защото от нейното развитие зависи и кредитната активност?

- Има признаци, че тя е изправена пред шанс. Тя навлиза в нова фаза на индустриите с висока добавена стойност. Дали ще продължим нататък зависи изцяло от нашето поведение. Дълбоката реформа в образованието е залог за тази крачка напред. България трябва да си създаде репутация на държава с качествено образование и с качествена работна сила. Шансът се дава, но трябва да се бориш за него с много труд.

Христо **Тенчев**:

ОБРАЗОВАНИЕТО Е В ОСНОВАТА НА ВСИЧКО

ГОЛЯМАТА ПРОМЯНА ИДВА ОТ БИЗНЕСА И ОТ ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ, **КОИТО ИМАТ ЖЕЛАНИЕТО И ЕНЕРГИЯТА ДА СЪЗДАВАТ**

Христо Тенчев е основател на XS Software - българска компания, разработваща онлайн игри, с над 40 млн. потребители от цял свят. 29-годишният предприемач е съосновател на Софтуерния университет - алтернативен образователен център в областта на информационните технологии. Съосновател е на 1hub - споделено място за работа и развитие на иновативни идеи.

Вярвам, че България наистина има потенциала да стане Силициевата долина на Европа и от масовия аутсорсинг постепенно да преминем към работа по иновативни проекти. През април главният изпълнителен директор на Tesla Илон Мъск започна революция, продавайки над 200 000 електрически автомобила. Защо и в България да не направим нещо значимо? Това, което ме привлича, и най-смелите ми мечти са насочени натам - frontier science (експерименталната наука, която има за цел да разшири границите на познанието), технологии като изкуствен интелект, алтернативна енергия, интернет на нещата (Internet of Things) и други. Това може да стане постепенно, трябва да се изградят условията - екосистема, която да позволи такова развитие.

Нашият принос е СофтУни, където за помалко от 3 години посрещнахме над 30 000 кандидати. Ние вярваме, че образованието е в основата на всичко - достъпно, качествено, освободено от ограниченията на закони, традиции и т. н. Този университет беше създаден заради необходимостта от добре подготвени специалисти за IT индустрията, която вече среща ограничение в растежа си именно от липсата на кадри. Достъпът ни до финансиране е чрез компании в различни сфери и от различни мащаби.

В България се загуби връзката между образованието и бизнеса. Причините за този забележим „дефект“ в комуникацията са много. Някои от тях са институционално безхаберие, недостатъчна активност на бизнеса, непазарна ориентация на подрастващите… Безхаберието на институциите е очевиден факт. Промяната на нагласите на хората, които при това доброволно са приели да работят в тях, ще отнеме доста време, ако изобщо те скоро се променят. Аз лично отдавна съм се отказал от усилия да променям системата и търся заобиколни начини, които позволяват да не разчитам на държавата.

Неспособността на държавата да осъществи необходимите реформи в образованието, както и инертността на учебните заведения сами да се реформират и да се адаптират към нуждите на пазара в днешно време, създава вакуум и липса на кадри с реални умения. Промяната идва от бизнеса - от предприемачите, които имат желанието и енергията да създават и имат нужда от помощта на други талантливи хора. Това първо се случи в областта на информационните технологии и този процес се развива с най-бързи темпове. IT компаниите все повече се обединяват и работят с образователни центрове, които да обучават и да развиват нужните умения, след като държавата не може да се справи. Тези практики са добре приети и започват да се прилагат и в други сфери на икономиката, където има достатъчно силно търсене на кадри и желание за развитие. Фактор е непазарната ориентация, ниската финансова култура и особено масово слабата активност на хората. Това е всъщност главното, с което се борим в СофтУни. Освен технически умения, опитваме да развием и да провокираме инициативността на всеки.

България трябва да стане още по-забележима на инвестиционната карта, ако искаме нашата страна да просперира. Дали обаче имаме достатъчно талант като качество и количество, за да предизвикаме този интерес? Убеден съм, че в България е имало и винаги ще има талантливи, креативни, мислещи хора. Разполагаме с толкова потенциал, колкото и по-развитите страни. Ако не и с повече. Това, че си в България, не може да е оправдание за пасивност и ниски цели. Всичко зависи от собствените ти сили, умения и желание за развитие.

Нужни са повече усилия за насърчаване създаването на повече стартиращи технологични компании, които да се развиват в просперищ бизнес. Трябва обаче да има сигурност и справедливост. Предприемачеството трябва да се провокира в по-ранни години - още в училище. Цената за достъп до капитала все още е спирачка. Затова е необходимо да има повече фондове и програми за финансиране на стартъпи, подобни на LAUNCHub и Eleven.

IT индустрията е една от малкото, ако не и единствената индустрия в България, която не е спирала да расте. Всяка година, без изключение. За мен превръщането на България в „технологичен тигър“ е въпрос само на време, и то на немного време. Да, все още се говори как България да се превърне в Силициева долина на Балканите и аз вярвам, че ще се говори все повече и повече за това. Всъщност това се случва постепенно, стъпка по стъпка. LAUNCHub и Eleven са много важно явление, тъй като те дадоха шанса на стотици хора да реализират идеите си. Провалът на повечето от проектите е нещо нормално. От грешките се учиш и следващите инициативи стават по-успешни. Ако няма къде да се провалиш, къде ще се научиш как да успееш?

МЛАДИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ СЕ УЧАТ ОТ ГРЕШКИТЕ - АКО НЯМА КЪДЕ ДА СЕ ПРОВАЛИШ, КЪДЕ ЩЕ СЕ НАУЧИШ КАК ДА УСПЕЕШ

Георги К. **Първанов**:

ЛУКС Е ДА НЕ СИ В КРАК **С ПАЗАРА НА ТРУДА**

ОБРАЗОВАНИЕТО ДА ПРЕДПРИЕМЕ ПРОМЯНА, СЪОБРАЗЕНА С НОВИТЕ РЕАЛНОСТИ - ИМА ЛИ ИНТЕРЕС КЪМ НЕГОВИЯ ПРОДУКТ, ЩЕ ИМА И ФИНАНСИРАНЕ

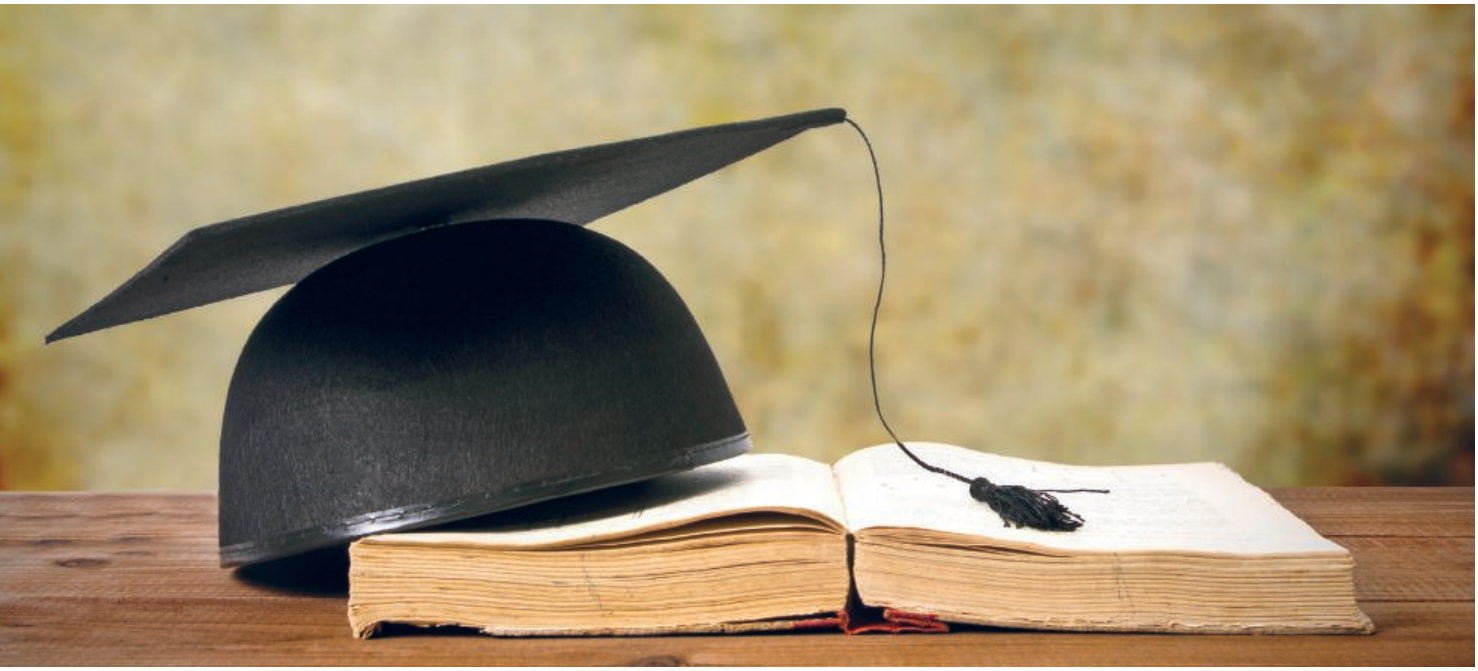
Недостатък на българското образование е, че не е в крак с нуждите на пазара на труда. Демографският срив е сериозен и всяка година намалява броят на учениците и студентите. Липсва надеждна статистика колко са българските студенти в чужбина. Според някои публикации в пресата те са около 70-80 хил., което обаче не отговаря на броя на легализираните дипломи, който е доста по-малък. Факт е обаче, че все повече млади хора заминават да учат зад граница, което означава, че или не намират достатъчно добра образователна основа в страната, или търсят реализация в чужбина.

Образованието изостава от това, което се случва в икономиката. Висшите училища подготвят студенти, които са с очаквания бързо да се развият до мениджърски позиции, докато многобройните новосъздадени или разширяващи се производства и фирми се нуждаят най-вече от кадри на средно и ниско ниво и от работници и служители с конкретни умения. Има диспропорция между значителния брой завършващи юридически и икономически специалности и огромната нужда на пазара от инженери, IT специалисти, медицински кадри, филолози, владеещи по-редки езици. Ако този тренд продължи, проблемът още повече ще ескалира след 3 до 5 години, когато може да осъмнем със заводи без достатъчно персонал и още по-голяма актуалност ще придобие темата за връщане на българите от чужбина и за внос на работна ръка. На пазара ще има хиляди безработни икономисти, които ще трябва да се преквалифицират в други специалности.

Ако погледнем структурата на износа, се вижда, че от износител на суровини се превръщаме в износител на продукти с по-висока добавена стойност. Тази посока на развитие на икономиката ще изисква

работна ръка с много **по-висока квалификация**

Чуждестранните инвеститори вече гледат на България като на привлекателно място за развитие на бизнес и ще търсят все повече хора. Пример е Пловдив и регионът, където от около година и половина се



Георги К. Първанов е член на УС на Българската асоциация за управление на хора. Той има над 20-годишен опит в управлението на човешките ресурси. През 2000 г. създава фирма „Консултим". Тя се разраства в страните от Източна Европа и през 2011 г. е продадена на италианска компания. Първанов е основател на Българската асоциация на фирмите за временна заетост, инициатор на проекта за младежка заетост Young Talents, член е на борда на Международната асоциация за кариерно сертифициране.

наблюдава бум от инвестиции в производство и в сферата на услугите, огромно търсене на работна ръка и ръст на заплатите. В региона има спешна необходимост от възстановяване на техническите средни училища, които да посрещнат нуждите на пазара на труда в перспектива. Ще трябват и подходящи специалисти с висше образование.

Ключов компонент в образованието е продължаващото обучение (англ. continuing education). Това е добре познатата ни следдипломна квалификация от миналото. То е съсредоточено основно в университетите и е насочено към хора, които вече са завършили, но искат да надграждат подготовката си. В България продължаващото обучение тепърва ще се развива и разширява. Активен в това отношение трябва да е и самият бизнес, който да е готов да инвестира в кадрите си и да ги стимулира самите те да повишават своята професионална квалификация.

Онлайн обучението е друга ниша и много от българските университети виждат все по-голяма перспектива да го развиват. Чрез дистанционните форми биха могли да привличат студенти от цял свят, стига да се предлага наистина качествена подготовка.

Един от добрите начини българските университети да се финансират, са чуждестранните студенти. През 2015 г. има драстично увеличаване на приходите от тях. За целта обаче трябва да има добра учебна и спортна база, библиотеки, общежития и цялостна инфраструктура. Основният интерес е от Балканите, Африка, Близкия и Далечния изток и отскоро от Китай.

Образованието трябва да е

държавна политика, тясно координирана с бизнеса

като се мисли с хоризонт 5-10 години напред какви ще са нуждите, доколкото те може да се предвидят. Към настоящия момент е очевидна необходимостта от специалисти с техническо образование, персонал за кол центрове и shared service центрове, за бързо развиващата се автомобилна индустрия, за медицината. Тези промени е добре да вървят паралелно с вноса на висококвалифицирана работна ръка.

Бизнесът все повече има нужда от хора с технически умения. За целта може да се върнем към добре забравеното старо. В миналото имахме добри средни професионални училища с подходяща база за обучение на учениците. Тяхното възстановяване трябва да започне. За радост значително се увеличават случаите на предоставяне на стипендии за средно и висше образование, чрез които фирмите ангажират добри студенти, които, след като завършат, да се присъединят към екипа.

Лукс е образованието да работи без пряка връзка с пазарните нужди. Затова бизнесът трябва активно да задава своята необходимост от професионалисти. Тази тенденция се наблюдава все по-активно в частните средни и висши училища, където се появиха програми за подготовка по ERP решения, програмиране дигитален маркетинг, иновации и други, свързани с конкретните нужди на бизнеса. Инвестицията в образование е инвестиция в нашето бъдеще и това все по-ясно се осъзнава.

H&M
H&M

След бурята от 2007-2008 г. финансовите центрове се страхуват от нови облаци на небосклона

ОЧАКВАНЕ ЗА КРИЗА

СВЕТОВНИТЕ ФИНАНСОВИ ЛИДЕРИ И АНАЛИЗАТОРИ ОЧАКВАТ НОВИ ИКОНОМИЧЕСКИ СЪТРЕСЕНИЯ. ВЪПРОСЪТ НЕ Е ДАЛИ ПРЕДСТОЯТ, А КОГА ЩЕ НАСТЪПЯТ

автор: Владимир **Митев**

Обикновено борсите започват поредната нова година с ръст, който се обяснява с характерния за всяко начало оптимизъм. Тази година не беше така. Американският индекс S&P 500 падна от 2078 на 29 декември 2015 г. до 1829 на 11 февруари 2016 г. Точно за същия времеви отрязък британският индекс FTSE 100 слезе от 6314 на 5536, а германският DAX – от 10 800 на 8752. Индексът на Шанхайската фондова борса SSE Composite не следваше паралелно хода на западните еквиваленти. Но и той се понижи от 2914 на 25 декември 2015 г. до 2655 на 28 януари 2016 г. В момента индексите са се възстановили в една или друга степен. Страховете, че светът може да бъде връхлетян от нова икономическа криза, обаче, остават и са обект на дискусии в световните финансови медии.

Все още са пресни спомените от финансовата криза през 2007-2008 г., свързани със спасяване на банки с публични средства, нарастване на държавните дългове, въвеждане на икономии и последващи политически и социални сътресения. Затова и едно завръщане към кризата плаши.

Световната финансова система преживя някои промени, именно за да избегне повторение на злощастните събития. От 2015 г. до 2019 г. поетапно ще се увеличават изискванията към банките за техните резерви, съгласно международните стандарти Basel III. Идеята на доброволната регулаторна рамка Basel III е да намали донякъде нормата на печалба на международните банки, но в същото време да им остави повече налични средства. По този начин може да се избегне възникването на т.нар. криза на ликвидността, при която на пазарите за даден финансов актив липсват желаещи да купят това, което други биха искали да продават. При такава криза активите няма да могат лесно да преминават от един вид в друг и всъщност именно тази криза на ликвидността постави началото на финансовата криза от 2007-2008 г.

Въпреки Basel III, опасност от криза на ликвидността продължава да има. В резултат от предишната финансова криза, днес една съвсем малка част от международните банки са т.нар. маркет мейкъри, т.е. търгуват с всички видове активи на всички видове пазари. Това означава, че има по-голяма вероятност на някой от пазарите за финансови активи да възникне криза на ликвидността. И това носи своите рискове, например за пенсионните фондове или застрахователните дружества, които може да не могат да се освободят от своите активи, в случай че започне рязко падане на техните цени. Европейските банки например ограничиха своята дейност. И това се отразява на пазарите. Според доклад на одиторската

компания PricewaterhouseCoopers обемите на търговия на европейските корпоративни облигации е намалял с до 45% между 2010 г. и 2015 г.

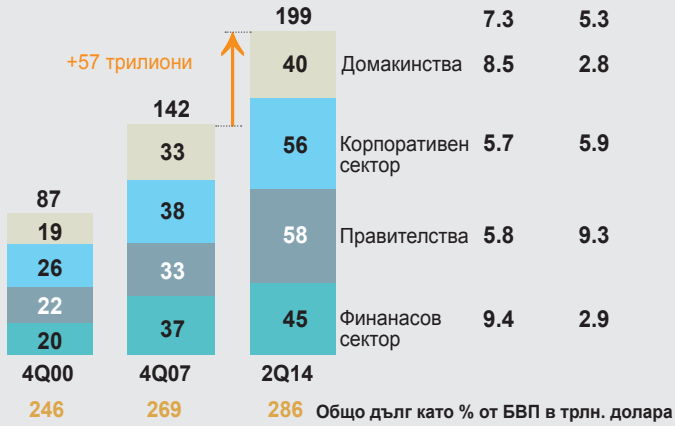
Но следващата криза би могла да бъде и по-малко свързана с чистите финанси. Събитията от последните месеци подсказват, че в света се очертава спад в търсенето. Ясна е тенденцията Китай да забавя своя икономически растеж в усилията си да се трансформира от експортно стопанство към базирано на вътрешното потребление стопанство. Вече се наблюдава спад в китайската външна търговия. През февруари т.г. китайският износ спадна с 25,4% спрямо този за същия период през 2015 г. Вносът също се сви – с 13,8%. Това на свой ред създава рецесия в някои от важните доставчици на суровини за китайската икономика – например в Бразилия.

Рецесия или забавяне в икономическия растеж, както и фискални проблеми, има и в държавите износители на петрол – арабските монархии от Персийския залив и Русия. Според оценка на МВФ, БВП на Венецуела се е свил с 10% през 2015 г. Това означава, че тези държави също ще купуват по-малко стоки от международните пазари. Междувременно еврозоната продължава да е в криза, макар и поутихнала към момента. БВП на еврозоната нарасна със сравнително скромните 1,6% през 2015 г.

„В този контекст основните източници на глобално търсене са в момента частните сектори на САЩ и Великобритания, където търсенето се поддържа не чрез увеличаване на реалните заплати, а чрез дълг на частния сектор (включително на домакинствата) и балони (например пазара на недвижими имоти на Острова). Но настрана от рисковете при подобни дисбаланси, дори ако тези страни продължат да потребяват повече, отколкото произвеждат (като поддържат значителни дефицити по текущата сметка), това не е достатъчно глобалното производство да продължи да нараства в достатъчни размери“, заключава публикация на блога на британската фондация „Нова икономика“.

Глобалният дълг е нараснал с $57 трлн. от 2007 г., изпреварвайки ръста на БВП

Непогасен дълг по сектори
В трлн. долари, при валутни курсове от 2013 г.



Данните за развитите икономики и Китай са към 2Q 2014 г., за развиващите се икономики са към 4Q2013 г. ***Цифрите са закръглени**

Източник: Bank of International Settlements, Haver Analytics, International Monetary Fund World Economic Outlook, McKinsey Global Institute, национални статистически служби

Още по-лошото е, че централните банки по света изглеждат изчерпани откъм средства да влияят на своите икономики, пише анализаторът Крис Фермойлен на сайта The Street. От март 2008 г. насам те са намалявали лихвените проценти над 630 пъти. Закупили са дългови активи на стойност 12,3 трлн. долара. Какво повече биха могли да направят, ако светът отново се плъзне към глобална криза?

А основания за подобни мрачни мисли могат да се намерят, стига да се отчете дълговото бреме, което тормози глобалната икономика. Светът излезе от финансовата криза на 2007-2008 г. с големи частни и държавни дългове. През изминалите оттогава 8 години тяхната тежест не намалява, а вместо това се прехвърля от един сектор в друг или от един регион към друг.

Доклад на консултантската компания McKinsey посочва, че вместо да ограничават задлъжнялостта си, всички големи икономики днес имат по-високи нива на теглене на кредити спрямо БВП, отколкото са имали през 2007 г. Глобалният дълг оттогава до второто тримесечие на 2014 г. е нараснал с 57 трлн. долара и е увеличил отношението дълг към БВП на световната икономика със 17%.

Ако приходите, с които тези дългове трябва да се изплащат, не растат достатъчно бързо, тогава кредитите лесно може да станат непосилни. А докладът на McKinsey подчертава именно, че растежът на световния БВП е по-малък от този на глобалния дълг.

„Американската икономика има стабилен курс и не е икономика на балоните“, заяви в отговор на скептиците председателката на Федералния резерв Джанет Йелън. По време на обща дискусия с останалите трима живи бивши председатели на националната банка на САЩ – Бен Бернанке, Алън Грийнспан и Пол Волкър в Ню Йорк, тя поясни, че загрижеността й идва от състоянието на световното стопанство, а не от това на американското.

Но по време на форума на Г-20 в Шанхай в края на февруари т.г. германският финансов министър Волфганг Шойбле направи тревожно изказване – че възможностите за монетарна и фискална политика са изчерпани в Европа, и призова за повече структурни реформи. На свой ред от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) заявиха в свой доклад, че темпът на тези реформи е спаднал през последните три години. Това изоставане бе обявено от главния секретар на ОИСР Ангел Гурия за „дълбоко обезпокоително“.

Бившият управител на Bank of England Мървин Кинг на свой ред твърди в книгата си „Краят на алхимията: парите, банкерството и бъдещето на глобалната икономика“, че следващата финансова криза ще дойде скоро. Причината е, че регулаторните органи не са успели да реформират банките. Според Кинг кризата от 2007-2008 г. „беше провал на системата и на идеите, на които тя се основава, а не неуспех на индивидуални политици или банкери, независимо че някои от тях без съмнение са некомпетентни и алчни“. Той смята, че причината за възникването ѝ са дисбалансите в харченето както вътре в държавите, така и между тях в международен план. „Само фундаментално преосмисляне на това как ние като общество организираме нашата парична и банкова система ще предотврати кризата, която преживяхме през 2008 г.“, убеден е финансистът.

Economic.bg

ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ НА БЪЛГАРИЯ

WWW.ECONOMIC.BG

ЦЕНИТЕ ЩЕ ОСТАНАТ В ДИАПАЗОНА 35-45 ДОЛАРА ЗА БАРЕЛ

ПАЗАРЪТ НА ПЕТРОЛ ВСЕ ОЩЕ ТЪРСИ БАЛАНСА

автор: Светослав **Бенчев**, Българска петролна и газова асоциация

Прогнозирането на пазара на суровия петрол през изминалата година беше поле за изява само на най-смелите или най-безразсъдните. Годината ще бъде запомнена с няколко основни феномена, като най-важният бе свързан със сериозното понижение на цените, като нивата им стигнаха 12-годишно дъно в края на периода. Разбира се, множество фактори влияеха на стойностите през годината, но ще отделим внимание на основните от тях.

На първо място, Саудитска Арабия продължи своята битка както със страните, добиващи неконвенционално нефт, така и с държавите от ОПЕК. В началото на годината цените се задържаха на нива, които гарантираха сравнително добра печалба за производителите в Персийския залив и успоредно с това поставяха въпросителни пред шистовия добив в САЩ. В допълнение Саудитското кралство можеше спокойно да конкурира и останалите държави производителки поради по-ниските си стойности на добив и така да разшири пазарния си дял. Това доведе до липсата на единна позиция и респективно решение за намаляване на добивите на мартенската среща на картела във Виена. Запазването на статуквото бе изцяло в полза на Саудитска Арабия и макар да се чуваха гласове, особено от Венецуела и Алжир за по-ниски добивни квоти, то те не доведоха до промяна в политиката. В резултат цените тръгнаха надолу и спадът продължи и до края на годината. Оттук насетне картелът сам се постави в необходимост да преговаря и с държави извън него при последващи

производствени корекции, тъй като решението от март накара всички останали да се стремят да повишават добивите, за да запазят приходите си от енергийните доставки. Това доведе до рекордни добиви, например в Русия, свръхпредлагане на пазара, а с него и рязкото понижаване на цените. Дали Саудитска Арабия, която остава водеща в ОПЕК, прецени тези рискове, е трудно да се каже. Сигурно е, че картелът започна да се пропуква и разделя на лагери, процес, който ще е особено интересен през 2016 г., особено след завръщането на Иран на международната сцена.

Вторият важен фактор през 2015 г. бе именно Иран. След успешния завършек на преговорите около ядрената програма стана ясно, че е единствено въпрос на време да се появят нови сериозни количества суров петрол. Пазарът реагира почти мигновено и макар технически санкциите да не бяха вдигнати, веднага след края на разговорите цените тръгнаха надолу. Този момент съвпадна и със сериозните сривове на китайските борси, което доведе до допълнителна несигурност около пазара на нефт. Независимите страни производителки са третият аспект от картината през изминалата година. Специално внимание следва да се обърне на Русия, САЩ, както и на страните от Латинска Америка - най-вече Мексико и Бразилия. Производството в Русия придоби рекордни размери, незапомнени от времената на СССР. Това се дължи както на факта, че ниската цена следва да се компенсира с повече количества, така и на желанието на руските производители да се конкурират със страните от ОПЕК за пазарен дял. САЩ и през 2015 г. продължиха да държат пазарите в напрежение чрез два основни инструмента – попълването на запасите и шистовия добив. По отношение на неконвенционалния добив множеството апокалиптични прогнози не се сбъднаха и компаниите, опериращи с тези технологии, просто чакат по-добри ценови времена, за да започнат отново масирано производство. Мексико и Бразилия са други две страни, които участваха активно на пазара през 2015 г. Основна пречка те да се превърнат във фактори са политическата нестабилност и корупционните скандали.

Разбира се, не може да бъде пропуснат и един от най-важните въпроси на пазара на суров петрол, а именно търсенето и предлагането. През изминалия период ясно се наблюдава тенденцията купувачите да са много по-малко от продавачите, което бе и основен фактор за стряскащия спад на цената. Основните причини са както забавянето на китайската икономика, недостатъчният растеж на Индия и сериозните проблеми в Африка, така и ожесточената борба между производителите за пазарни дялове и свръхпроизводството.

След изброяването на всички тези фактори остава отворен въпросът какво ни очаква през настоящата година. Провелата се в средата на април 2016 г. среща в Доха на страните членки на ОПЕК не доведе до очаквания от пазара и някои анализатори резултат, а именно - минимално споразумение за замразяване на добиваните количества. Очакванията бяха силно преувеличени и нереалистични, тъй като не бе взет предвид един основен фактор, а именно - геополитическото противопоставяне на Саудитска Арабия и Иран и респективните им политики спрямо петролния пазар. Ислямската република все още не може пълноценно да се включи в търговията, тъй като не е развила пълния си добивен капацитет. За да се случи това, необходимостта от финансови постъпления е жизненоважна. Те могат да бъдат осигурени единствено чрез постепенно увеличаване на предлаганите от тази страна на пазара количества суров петрол. Саудитска Арабия от своя страна, показа, че е научила урока си от 80-те години на миналия век, а именно, че в условията на „мечи“ пазар пазарните дялове се губят лесно, но се печелят трудно, поради което бе необходимо абсолютно всички държави членки на ОПЕК да се съгласят да замразят добивите. Което няма как да стане без Иран. По този начин кръгът се затваря.

Последствията от липсата на решение в Доха едва ли ще са катастрофални за пазара. Трендът на цените едва ли ще се повлияе устойчиво от настоящата ситуация, тъй като всички останали фактори на пазара са идентични с тези преди срещата на ОПЕК. Реално това, което ще се случи, е забавяне с няколко месеца на ребалансирането на търсенето и предлагането. Повечето анализатори предричаха балансът да се намери към края на годината, но сега по-реалистичен период е средата на 2017 г. Най-вероятно тази година ще стане ясен истинският резултат от политиката на ниски цени, тъй като се предвижда сериозен спад на добивите извън ОПЕК – около 1 млн. барела дневно, повечето от тях произвеждани неконвенционално. Практически всичко това ще се изрази с цени в диапазона на 35-45 долара за барел до края на годината със сериозна вероятност за поскъпване през 2017 г.

Нестабилността на пазара, която го характеризираше през последните месеци, постави условията за бъдеща криза. Това се вижда най-вече в загубите на борсови стойности на петролните компании и впоследствие намалелите или изцяло отложените инвестиции в откриване и проучване на нови полета за добив. Колко ще се запази тази нестабилност и дали ще има дългосрочни ефекти от нея, ще стане ясно през тази година. Основните фактори ще бъдат политиката на ОПЕК и другите страни производителки на суров петрол, а от особено значение е и доброто здраве на световната икономика.

БЪДЕЩЕТО НА ОФШОРНИТЕ ЗОНИ

автор: Бисер **Манолов**

Какво е бъдещето на офшорните зони след последните събития около така наречените „Панамски досиета“? Ще станем ли свидетели на коренна промяна в законодателството? Какво ще се случи с разрешителния режим при участие на офшорни компании в стопанския живот на дадена държава? Това са само част от въпросите, на които със сигурност няма еднозначен отговор след последния международен скандал.

Ако създаването на офшорни компании бе подчинено единствено на оптимизация на дължимите данъци, щях да бъда най-ревностният им поддръжник. Винаги съм считал, че ниските корпоративни данъци са едно от най-важните условия за постигането на здравословен бизнес климат. От друга страна обаче, не приемам под каквато и да е форма анонимността при правенето на бизнес, още повече, когато това касае разходването на публични средства.

Като наименование терминът „офшор“ е наложен по време на Бретънудската система от средата на миналия век. Повечето държави, и най-вече САЩ, са считали, че е от национален интерес някои местни компании да имат възможността да избегнат под някаква форма местния финансов контрол. Според определението на МВФ под „офшорна компания“ трябва да се разбира стопански субект, който извършва своята стопанска дейност извън територията на страната, в която е направена регистрацията му.

В общественото съзнание в последно време офшорните зони се идентифицират единствено и само със зони за укриване на пари, чийто произход е от незаконна дейност. В интерес на истината, последното не е без основание. Ако говорим за правене на нормален бизнес, използването на офшорни компании има своята бизнес логика, например при дайвъртинга или регулаторните арбитражи. При дайвъртинга, който е традиционна търговска операция, при която една и съща търговска стока се продава на различни цени на различните пазари, използването на офшорни компании е с цел оптимизиране на разходите по сделката. Всички международни компании използват офшорни компании за оптимизиране на бизнеса си. Това е абсолютно нормална търговска практика и текущото им „сатанизиране“ показва единствено и само неразбиране на материята.

Да, офшорните зони се използват активно за „пране на пари“. Няма спор. Бих припомнил обаче, че това под никаква форма не касае единствено и само въпросните зони. Някои от вас може би си спомнят, че непосредствено преди финансовата криза от 2009 година голяма швейцарска банка предлагаше на богати руснаци легализиране на парите им срещу 30% комисиона. Говоря за съвършено добре работещ модел. Не приемам и това, че в списъците от „панамските досиета“ липсвали американски граждани. Още един спомен от недалечното минало за скандал, който гръмна в началото на века с голяма американска банка, която по същия начин даваше убежище на руски капитали със спорен произход.

Политици и от лявото, и от дясното политическо пространство остро критикуват използването на „офшорните зони“ като данъчни убежища. Това е съвършено погрешно. Под никаква форма сремежът на една компания за плащане на ниски данъци не може да се третира като укоримо действие. Проблемът е единствено и само в произхода на средствата, когато те имат

криминален характер, няма абсолютно никакво значение тяхното местонахождение.

Известен е примерът с Apple. През 2013 година компанията поддържа над 102 млрд. долара кеш в офшорни сметки. Приходите от всички продажби на компанията извън територията на САЩ се превеждат по сметките им в Ирландия.

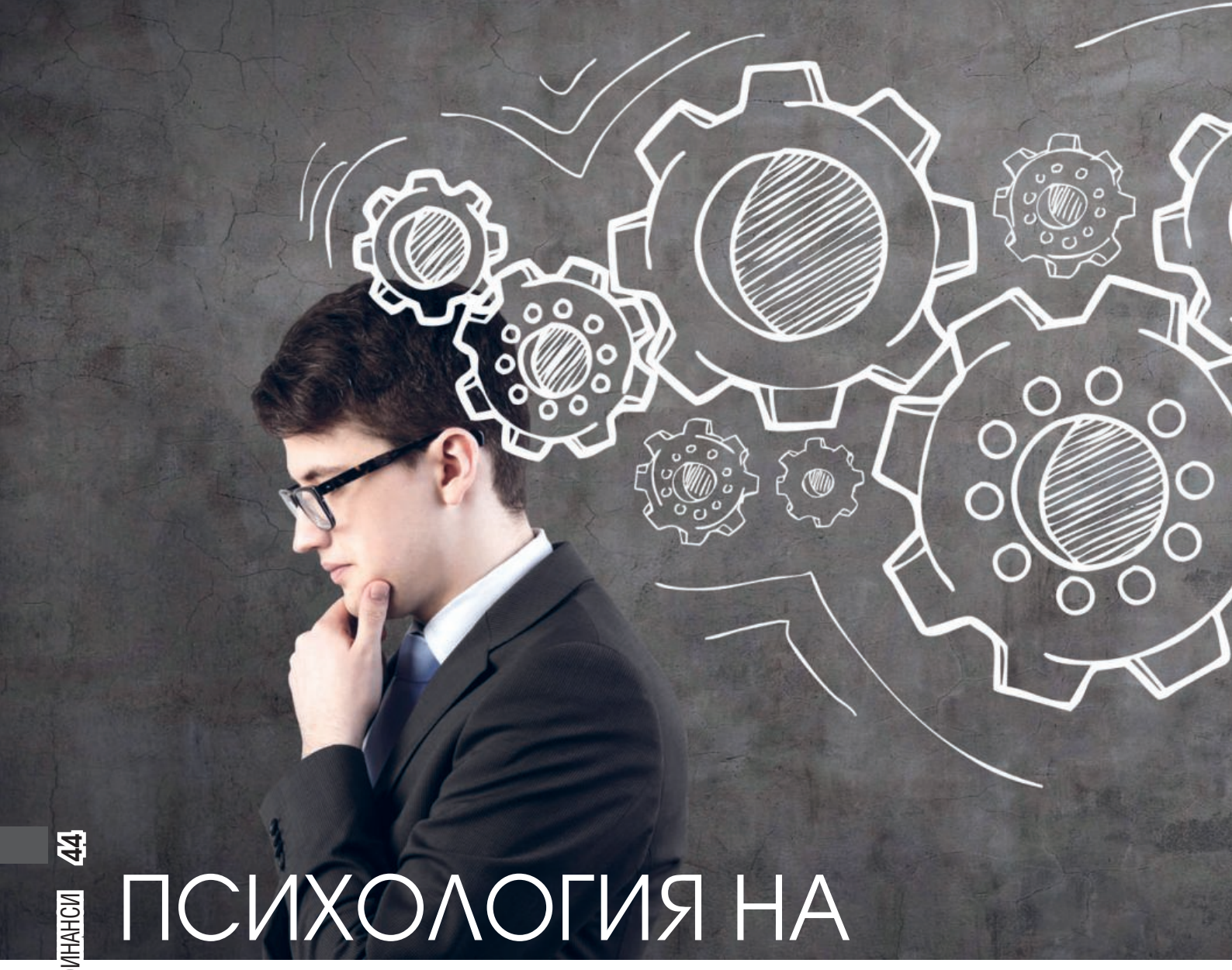
Видимо е, че бъдещето на офшорния бизнес не е розово. Колкото и парадоксално да звучи, свръхрегулациите по принцип подкрепят този бизнес и може би точно поради тази причина има толкова голям стремеж от страна на всички правителства той да бъде разбит. Това, пред което обаче правителствата са безсилни, е контролирането на така наречените криптирани валути от ранга на биткойн. Биткойнът сам по себе си е повече от офшорен бизнес – няма регулация, гарантира пълна анонимност и е извън контрола на която и да е държава. Колкото повече се затягат правилата при офшорния бизнес, толкова повече ще бъдем свидетели на раждането на пазарни алтернативи. Офшорните зони са пазарният отговор на свръхрегулациите и високите данъци. Криминалните трансакции са вторично явление в този бизнес, но те са перфектното популистко оправдание на властите по отношение на стремежа им за ограничаване на този бизнес. При чисто пазарните механизми трудно остават незапълнени ниши.

В Европа офшорни зони има в Андора, Кипър, Гибралтар, остров Ман, Ирландия, Лихтенщайн, Люксембург, Малта, Монако, Сан Марино и Швейцария. Сами разбирате, че почти невъзможно е ограничаването на този бизнес на Стария континент по простата причина, че това ще удари най-големите европейски корпорации.

Между другото, според проучване на Global Financial Integrity нито една европейска държава не попада в Топ 10 в класацията на държавите, от които изтичат най-много капитали. Според тях офшорните зони се използват и от компании, които функционират в политически нестабилни държави. В този ред на мисли може да се каже, че офшорните зони са нещо повече от данъчен рай за големите пари. Според същото проучване държавите с най-сериозен отлив на капитали са Русия, Бразилия, Индия, Китай, Мексико и Малайзия.

Интересно е да се отбележи, че според същия източник от началото на 2000 г. до 2012 г. от България са изтекли незаконно над 20 млрд. долара. Няма обаче информация каква част от тези пари са насочени към офшорни сметки.

КОЛКОТО ПОВЕЧЕ СЕ ЗАТЯГАТ ПРАВИЛАТА ПРИ ОФШОРНИЯ БИЗНЕС, ТОЛКОВА ПОВЕЧЕ ЩЕ БЪДЕМ СВИДЕТЕЛИ НА РАЖДАНЕТО НА ПАЗАРНИ АЛТЕРНАТИВИ



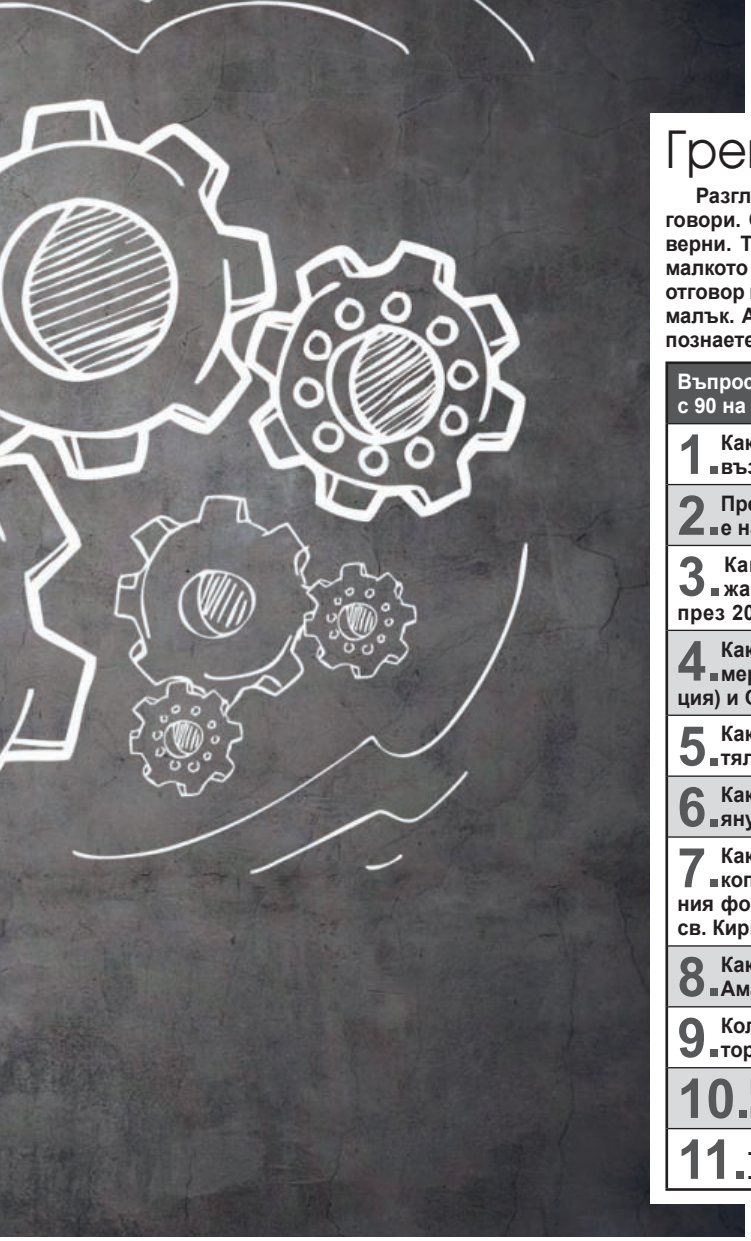
ПСИХОЛОГИЯ НА **ИНВЕСТИРАНЕТО**

автор: Васил **Караиванов**

Купувате едно нещо, продавате го на по-висока цена и реализирате печалба. Това е проста формула, но се оказва, че прилагането ѝ е изключително трудно. Много често хората купуват едно нещо и след това го продават на по-ниска цена, като реализират загуби. Ярък пример за това са финансовите пазари, на които често може да се види как някакви хора купуват ценни книжа на високи цени и след време ги продават на по-ниски цени. Дълги години това явление се обясняваше със старата поговорка от Уолстрийт, която гласи, че пазарът се движи от две неща: страха и алчността. На практика това означава, че когато хората се страхуват, те продават, а когато са обзети от алчност и апетит за печалба, те купуват. Макар да е вярно, това е доста опростено представяне на поведенението на хората при вземането на инвестиционни решения. В действителност психологията, която въздейства на хората при вземането на решения относно инвестициите им, е доста по-сложна и включва много повече от двете посочени емоции - страха и алчността.

През последните 30 години много икономисти изследователи започнаха да изучават поведението на хората при вземането на решение и в резултат на това се зароди нов клон в икономическата наука: поведенческа икономика и финанси. Едно от важните открития в тази сфера е начинът, по който работи мозъкът на човека при избор и вземане на решения. Оказва се, че човешкият мозък не работи като компютър. Вместо това той често обработва информацията чрез съкратени процедури и емоционални филтри, за да съкрати времето за анализ. Решението, до което се достига чрез този процес, често не е същото, до което хората биха достигнали, ако ги нямаше тези филтри и съкратени процедури. Затова емоционалните филтри и съкратените процедури се описват от науката като психологически изкривявания, а в някои случаи и като наклонности.

Инвестирането е трудно. Инвеститорът трябва да взема решения на базата на информация, която може да е неточна или непълна. Освен това инвеститорът трябва да анализира и разбере тази информация ефективно, за да направи прогноза, която е необходима за вземането на решение. Оказва се, че хората правят предвидими грешки в



Грешките при прогнозиране

Разгледайте десетте въпроса по-долу. Вероятно не знаете техните отговори. Опитайте се да отговорите, така че отговорите ви да са 90 на сто верни. Това, което трябва да направите, е да посочите интервал от най-малкото и най-голямото число, така че да сте на 90% сигурни, че верният отговор ще попадне в него. Не правете интервала твърде голям, нито много малък. Ако изберете подходящ интервал за всеки въпрос, би трябвало да познаете 9 от десетте отговора. Опитайте!

Въпроси, на които да отговорите с 90 на сто увереност	Минимално	Максимално
1. Какво е средното тегло в килограми на възрастните сини китове?		
2. През коя година картината „Мона Лиза“ е нарисувана от Леонардо да Винчи?		
3. Какъв е броят на независимите държави, които са били членове на ООН през 2015 г.?		
4. Какво е разстоянието в километри, измерено по въздуха между Париж (Франция) и Сидни (Австралия)?		
5. Какъв е броят на костите в човешкото тяло?		
6. Какъв е броят на населението на ЕС на 1 януари 2015 г. ?		
7. Какъв е броят на артикулите (книги, ръкописи, микрофилми и др.) в библиотечния фонд на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ в края на 2013 г.?		
8. Каква е дължината в километри на река Амазонка?		
9. Колко бързо се върти Земята при Екватора (километри в час)?		
10. Колко транзистора има в компютърния процесор Pentium III?		
11.		

Верните отговори са на стр. 46

техните прогнози.

Ако направите експеримента, показан в карето, ще разберете какви предвидими грешки правят хората при прогнозирането. Причините за тези грешки са различни психологически изкривявания, сред които са: свръхувереността на хората, стемежът към изпитването на гордост и избягването на причини за съжаляване, различното усещане за риск, възприемането и представянето на информацията през рамка и не на последно място – мисловното счетоводство или възприемането на отделните инвестиционни позиции като самостоятелни, а не като част от общия инвестиционен портфейл.

Свръхувереност

Много инвеститори са свръхуверени в своите способности, знания и бъдещи възможности. Това се отнася както за инвеститори на финансовите пазари, така и онези, които инвестират в реалния сектор. Свръхувереността води до свръхтъргуване – т.е. сключването на много на брой сделки, което довежда до по-ниска възвръщаемост на цялата инвестиционна позиция (портфейл) на инвеститора поради генерирането на много разходи, свързани с покупките и продажбите. Също така много често се случва да се продаде компания или акции от компания, която се представя добре, и да се купи такава, която се представя по-лошо. Реализирането на по-малка печалба/възвръщаемост на практика е пропусната икономическа полза, въпреки че не е пряка загуба.

Основна причина за свръхувереността е илюзията за знанието. Тя е свързана със склонността на хората да вярват, че точността на тяхната прогноза нараства с увеличаването на количеството на информацията, която те имат. Повечето хора вярват, че по-голямото количество информация ще увеличи знанието им за дадено нещо и също ще подобри взетите от тях решения. Това не, винаги е така.

Един пример, който добре илюстрира, че знанието за минали събития не, винаги води до добри прогнози за бъдещите резултати, е хвърлянето на правилен зар. Зарът има шест стени, на които са изписани числата от 1 до 6. Вероятността да се падне всяко едно от тези числа е 1/6. Тази вероятност няма да се промени, дори ако през последните 5 хвърляния всеки път се е падало числото 3. Вероятността за всяко едно от числата няма да се промени, дори ако знаете, че преди тройките два пъти се е падало числото 4 и два пъти числото 6. Това наистина е един пример, който показва, че независимо от количеството информация, която имате за миналите събития, това не оказва влияние върху бъдещите резултати и прогнозите за тях.

Свръхувереността води и до поемането на по-големи рискове поради недостатъчно диверсифициране на портфейлите и съсредоточаването на инвестициите в малко на брой високорискови компании. Това е в резултат от илюзията за контрол. Много често хората смятат, че имат влияние върху неконтролируеми събития. Тази илюзия се подхран-

СЕГА ДА ПРОВЕРИМ ВЕРНИТЕ ОТГОВОРИ. Те са: (1) 113 400 кг, (2) 1513 г., (3) 192 държави, (4) 16 967 км, (5) 206 кости, (6) 508 450 856 души, (7) 7 952 238 артикула, (8) 6 437 км, (9) 1 680 км/ч и (10) 9,5 млн.

Пребройте колко от отговорите сте уцелили. Повечете хора, които правят този тест, не уцелват 5 или повече от отговорите.

На 1 януари 2005 г. стойността на индекса СОФИКС е 623,59. Най-високата стойност на индекса е 1 952,28 и тя е достигната на 5 октомври 2007 г. В края на 2015 г. стойността на индекса е 460,90. Представете си, че можете да инвестирате в индекса СОФИКС 1000 лв. на 1 януари 2005 г. Представете си още, че можете много добре да прогнозирате как ще се измени индексът през следващия месец и затова можете да избирате дали да инвестирате парите си в него или в едномесечен депозит в банка – естествено избирате инструмента с по-висока възвръщаемост. Повтаряте инвестицията си всеки месец до края на 2015 г. – общо 11 години, или 132 месеца. Каква ще бъде стойността на инвестицията ви на 31 декември 2015 г.?

Ако сте забелязали в таблицата с въпросите, единадесетият ред е свободен. Мястото е запазено за отговорите на този въпрос. Опитайте се да отговорите, като отново трябва да сте сигурни на 90% в отговора си.

Отговорът е на стр. 47

ва от възможността да се прави избор (погрешното схващане, че който избира, той контролира), последователността на резултатите (първоначалните положителни резултати често създават внушението, че се работи в правилна посока) и не на последно място - познаването на работата и активното участие при нейното извършване (погрешно се възприема, че ако познаваш работата и активно участваш в нея, шансът за провал е малък).

Изводът в тази ситуация е, че не трябва да се разчита на обема на информация и на собствените способности за нейната интерпретация и анализ.

Гордост и **съжаляване**

Хората избягват дейностите, които ги карат да съжаляват, и се стремят към дейности, които им носят гордост и слава. Съжаляването е емоционалната болка, която човек усеща, когато разбере, че взетото в миналото решение се е оказало грешното решение. Гордостта е емоционалната радост и удоволствието от това да разбереш, че едно решение се е оказало правилното решение.

Избягвайки съжаляването и стремейки се към гордостта, инвеститорите правят едни от най-големите грешки: продават твърде рано печелившите за тях инвестиции и задържат твърде дълго губещите инвестиции. Това поведение е известно в науката като Ефект на предразположението. Правилото, което трябва да се следва, за да се избягва въздействието на този ефект, е: „Намалявайте загубите си и оставете печалбите да се увеличават!“.

Усещане за **риск**

Общоприето е схващането, че някои хора са склонни да поемат по-големи рискове в сравнение с други. Всъщност се оказва, че склонността на хората да избягват риска и тяхната търпимост към риск зависят до голяма степен от техните минали успехи и неуспехи. Хората са склонни да увеличат толеранса си към риск след големи печалби (това се нарича ефект на „Парите на казиното“ – все едно продължаваш да инвестираш, но с чужди пари) и след големи загуби, когато има шанс да си възвърнат загубеното. В другите случаи загубите водят до намаляването на рисковата експозиция.

Когато много инвеститори са повлияни от тези проблеми, целият пазар може да бъде повлиян. Психологическото изкривяване от стремежа към или избягването на риск, поради ефекта „Парите на казиното“, спомага за създаването на ценови балони.

Когато инвеститорите претърпят неочаквана голяма загуба от дадена инвестиция, след това не са склонни да инвестират в подобни инвестиции до края на живота си, въпреки че те могат да им дадат по-добри възможности за печалби. Този ефект се нарича „Змийско ухапване“. Това психологическо изкривяване е характерно за периодите на финансови и икономически кризи, когато различни ценови балони са се спукали. В подобни ситуации избягването на риска при ефекта от „Змийското ухапване“ води до твърде ниски цени на активите от всякакви типове: ценни книжа, недвижими имоти и др.

Също така спомените на хората са по-скоро запис на емоции и чувства, отколкото на факти. Това може да накара инвеститорите да запомнят погрешно действителните събития или дори да игнорират информация, която им носи лоши усещания. Погрешното тълкуване и надценяването на миналото представяне правят ученето от грешките много трудно. И съответно склонността за поемането на много по-голям риск или нежеланието за поемането на риск нарастват драстично.

Рамките на **решенията**

Начинът, по който се представят и възприемат нещата,

е много важен за вземането на решение за бъдещи действия. Да разгледаме следния пример. Преди време сте инвестирали 1000 лв. и в настоящия момент са останали 100 лв., т.е. до този момент сте загубили 900 лв. Дали ще инвестирате и останалите 100 лв. в нещо, от което ще очаквате да спечелите 1000 лв. и да възстановите първоначалната инвестиция, или ще си запазите сигурните 100 лв.? Този въпрос може да се представи по друг начин: дали да направите загубите си със сигурност 1000 лв. и да имате минимален шанс да възвърнете вложената сума, или да ограничите загубата си до 900 лв.? Представянето на едно нещо по различни начини е като да поставите една и съща картина в различни рамки. Представянето през рамка и възприемането през рамка значително изкривяват разбирането на фактите, защото им добавят положителен или отрицателен оттенък. Това от своя страна води до вземането на грешни решения.

Мисловно **счетоводство**

Хората често използват мисловна счетоводна система. Представете си, че вашият мозък използва мисловна счетоводна система, подобна на шкаф с чекмеджета. Всяка комбинация от решение, действие и резултат се поставя в отделно чекмедже в шкафа. Чекмеджето съдържа също и разходите и ползите, свързани със съответното решение. Например, хората често разглеждат отделните инвестиции като несвързани помежду им. Също така не свързват кредитите, които имат и трябва да изплащат, с инвестициите, които са финансирали с кредита, и възможните печалби, които могат да реализират.

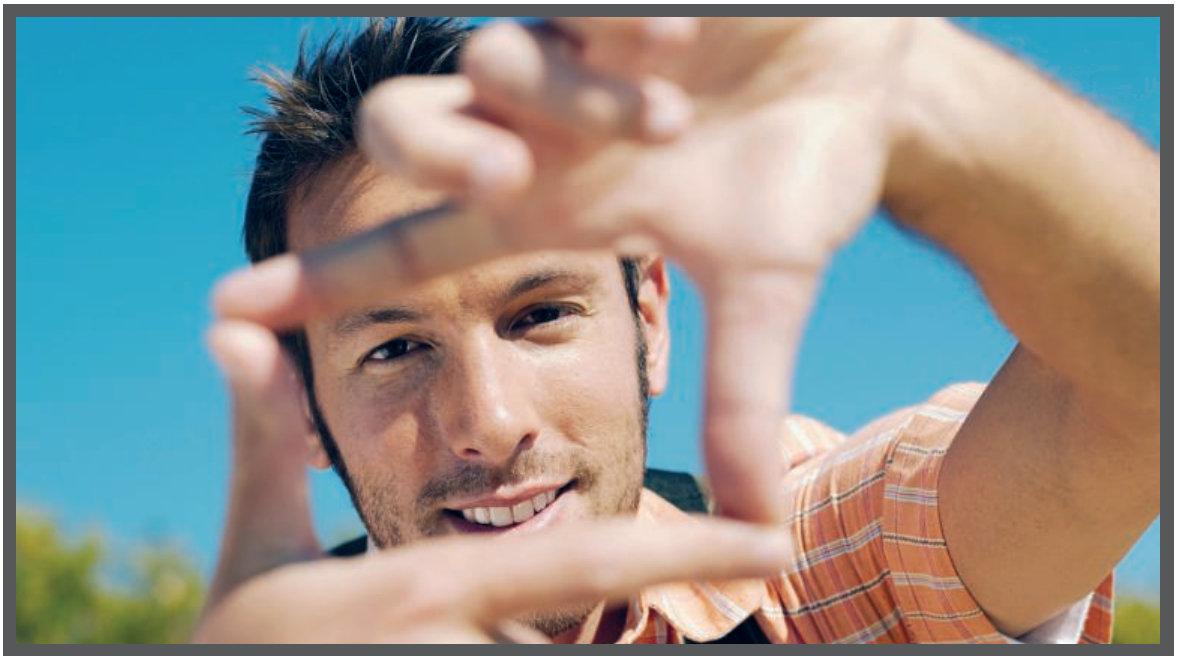
Проблемът, който възниква, е, че когато веднъж даден резултат е свързан с някое мисловно чекмедже, след това е много трудно този резултат да се разглежда по различен начин. Последиците от мисловното счетоводство са, че то влияе върху решенията на хората по неочакван начин. Мисловното счетоводство полага основите за изолирането на различните инвестиции в отделни сметки, за да се разглежда всяка от тях сама за себе си. Една от отправните точки във всяка мисловна сметка определя дали текущата позиция се разглежда като печалба или загуба. Това мисловно счетоводство след това позволява прилагането на други психологични изкривявания, като ефектът на предразположението, описан по-горе.

Пример за мисловното счетоводство е покупката на машина, която се финансира чрез овърдрафт или друг краткосрочен кредитен инструмент. При тази често срещана практика в България не се отчита фактът, че машината възвръща инвестицията за период 3-10 години и не би трябвало да се финансира с едногодишен или двугодишен кредит.

Ако много хора едновременно прилагат мисловното счетоводство и са подвластни на ефекта на предразположението, това може да доведе или до рязко покачване на цените на някои активи, когато много инвеститори решат да купуват едновременно, или до рязък спад в цените, когато много инвеститори решат едновременно да продават определени активи.

Парите не идват с етикети, затова хората им слагат такива. Ние ползваме обозначения като мръсни пари, лесни пари, свободни пари и какви ли не други. А всъщност парите са просто пари.

**Авторът е преподавател в Катедра „Икономика“ на Стопанския факултет на СУ „Св. Климент Охридски“*



Отговор от стр. 46 - 45 755,43 лв. (4 475,54% възвръщаемост на вложената сума).

Изненадани ли сте от отговора на този въпрос? Много хора са изненадани от този отговор и всъщност много малко хора успяват да го уцелят.

Този пример илюстрира още един аспект от психологическите изкривявания при инвестиране, наречен закотвяне. Когато четете въпроса, вие сте насочили вниманието си към най-високата стойност на индекса 1 952,28 и последната стойност 460,90. Също сте опитали да компенсирате резултата с лихвите по едномесечните срочни депозити.

Напоследък на българския пазар се появиха няколко книги, посветени на поведенческите финанси и инвестиции. Една от тях е „Психология на инвестирането“ на американсия икономист Джон Нофсингър.

Димитър **Герджиков**, мениджър „Бизнес развитие" в управление „Банкиране малък бизнес" на Пощенска банка:

ОЧАКВАМЕ ДВОЙНО ПО-ГОЛЯМО ТЪРСЕНЕ НА **КРЕДИТИ ОТ БИЗНЕСА**

автор: Ния **Илиева**

Г-н Герджиков, колко важни са иновациите в сферата на малкия и средния бизнес?

- Иновациите са важни във всеки сектор, независимо от големината на компанията. Те движат един бизнес напред, определят темпа на неговото развитие и осигуряват конкурентоспособност на компаниите. Това важи особено за по-малките компании, които трябва да бъдат гъвкави и изобретателни, за да печелят и задържат клиенти, особено в случаите, когато не могат да разчитат до такава степен на мащаба си. През последните години се наблюдава желание на фирмите да се развиват, да стават все по-активни и да търсят възможности да бъдат по-добри от конкурентите си. Това може само да ни радва, защото както добре знаем, малкият и средния бизнес са движещата сила в икономиката ни.

- Какво е търсенето на кредити от представителите на малкия и средния бизнес в страната?

- През последната година се наблюдава умерено раздвижване при бизнес кредитирането, като очакванията ни са, че то ще започне да расте и темпът плавно ще се засилва и през тази година. Добрите проекти непрекъснато се увеличават. Важното е, че тенденцията е положителна, като забелязваме нарастващо търсене на бизнес кредити в различни сегменти, и особено в икономически най-активните градове. За това спомага оживлението в икономиката, стабилността в страната, а това се отразява на все по-изгодните условия по кредитите, най-вече при лихвени условия.

През 2016 г. очакваме двойно по-голямо търсене на кредити от бизнеса във всички райони в страната. Само за първите три месеца на годината отпуснахме над 50% повече кредити. 161 от тях за над 18 млн. лв. са по програма „Напред" на Българската банка за развитие, част от която е партньорството ни за индиректно финансиране на бизнеса.

С най-голям дял са кредитите, предоставени в сегмента на търговията на дребно - 25%, следвани от търговия на едро - 11%. Производството, транспортът и ресторантьорството са другите три сектора, които най-често се възползват от финансиране.

Целта ни е да сме в помощ на предприемачите в страната, като им предоставим не просто един кредит, а най-добрите продукти и гъвкави финансови решения. Подкрепяме и развиваме всички успешни бизнес проекти, но винаги съветваме клиентите си, че в бизнеса всеки кредит трябва да бъде добре обмислен, а разходите - отлично планирани.

- Как оценявате съвместната работа на банките с европейските фондове и възможностите за финансиране на бизнеса, които те предлагат?

- Финансирането по ОП „Иновативност и конкурентоспособност" и ОП „Развитие на селските райони" е реална възможност за българския бизнес да създаде висока ефективност и развитие. Затова и ние в Пощенска банка подкрепяме качествените проекти по програмите и предоставяме кредити на изключителни условия. С помощта на програма „Напред" предоставяме кредити за оборотни и инвестиционни нужди, закупуване на материали, консумативи, суровини и стоки; покриване на нуждите от оборотни средства; разширяване и технологично обновление на бизнеса и финансиране на инвестиционни проекти, като например покупка и ремонт на бизнес помещения.

Фото **Стоян Йотов**

- Пощенска банка инвестира в иновативна клонова мрежа със специализирани бизнес центрове, как оценявате тяхната работа и ефективност?

- Да, през изминалата година инвестирахме в промяна на клоновата мрежа за бизнеса, част от която са и 20-те специализирани центрове „Банкиране малък бизнес“, където нашите клиенти получават индивидуално обслужване, професионални съвети от най-добрите ни и опитни кредитни експерти. Опитваме се да им бъдем максимално полезни, независимо от това дали бизнесът им е малък или голям. Развитата ни клонова мрежа и големият брой експерти допринасят за бързата обработка, по-голямата гъвкавост и краткия период от първия разговор с нов клиент до потвърждаване на готовност за предоставяне на заем. Основната ни цел винаги е да сме в помощ на бизнеса, предоставяйки не просто един кредит, а най-добрите продукти и гъвкави финансови решения, които напълно да отговарят на персоналните нужди на всеки наш клиент.

Работим винаги с мисъл за клиентите ни, като за нас няма значение дали бизнесът им е малък или голям.

През 2015 г. имахме както възможностите, така и амбицията да бъдем отново припознати от бизнеса като негов доверен партньор във всички аспекти на корпоративното банкиране.

- Има ли достатъчно качествени проекти, които си струва да бъдат подкрепени? В кои сектори?

- Има много интересни и обещаващи проекти. Кредитната политика на банката позволява да насърчаваме бизнеса не само да оцелява, но и да се развива. Подкрепяме проекти в сектори като земеделие, фармацевтична и лека промишленост, преработвателна и хранителна индустрия, машиностроенето, не на последно място - туризма и стабилизиращия се сектор на недвижимите имоти. Селското стопанство е традиционно силен отрасъл, а през последните години аграрният сектор в България бележи значително развитие, като общият годишен обем на земеделското кредитиране срещу субсидии възлиза на около 80 млн. евро. Броят на отпуснатите от нас земеделски кредити също нараства, като вече се търсят и новите ни продукти. Разработеният от нас агро овърдрафт кредит „Навреме“ е подходящ за посрещането на краткосрочните нужди на селскостопанските производители. Финансирането е изключително достъпно и покрива всички съществуващи програми, по които се получават ежегодните селскостопански субсидии.

ЦЕЛТА НИ Е ДА ПРЕДОСТАВЯМЕ НАЙ-ДОБРИТЕ ПРОДУКТИ И ГЪВКАВИ ФИНАНСОВИ РЕШЕНИЯ, КОИТО НАПЪЛНО ДА ОТГОВАРЯТ НА НУЖДИТЕ НА ВСЕКИ КЛИЕНТ

ВРЕМЕ ЗА ИНОВАЦИИ В **ЗАСТРАХОВАНЕТО**

автор: Тони **Григорова**

ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА НА УСЛУГИТЕ НАВЛИЗА БАВНО ЗАРАДИ ПРЕДПАЗЛИВОСТТА НА РЕГУЛАТОРА

Иновациите в застраховането у нас навлизат изключително трудно, но и като цяло по света те не стават лесно. Тази дейност е регулирана и Комисията за финансов надзор се явява спирачка срещу стремежа на компаниите да бъдат иновативни. Оказва се, че иновация и регулация в тази сфера са две противоположности.

Вече сме в дигиталната ера, но онези, които регулират развитието на застраховането, вярват повече на хартията, а не на е-управлението на процесите. Задължението клиентът да лепи стикери на предното стъкло при всяко плащане за колата и безсмислената размяна на хартиени документи издава недоверието на хора, израснали с пишещата машина. Странна е подобна логика, тъй като тя намира редица технологични опровержения. Така например, ако паркирате колата си в синя или зелена зона и не пуснете SMS за плащане, към нула клони шансът да заварите колата си без скоба. Защо тогава да възпираме технологиите да навлязат и в сферата на застраховането, щом създават удобство и пестят време, щом има клиенти, които ги желаят, и застрахователи, които да ги въведат.

Застрахователните компании в България са готови за ползват всички технологични възможности, да са гъвкави и иновативни.

Калин **Костов**:

Навлизането на технологиите не може да бъде спряно

В САЩ ЗАСТРАХОВКА МОЖЕ ДА СЕ СКЛЮЧИ ПРЕЗ ТЕЛЕФОНА, **ИМУЩЕСТВЕНИ И АВТОМОБИЛНИ ЩЕТИ СЕ ДОКАЗВАТ ЧРЕЗ ВИДЕОКОНФЕРЕНТНА ВРЪЗКА**

Още преди три години направихме експеримент с онлайн подаването на претенции за щети, без да изискваме документи на хартия. Документите се снимаха с телефона или се сканираха. Все още се налага да обяснявам на колеги и на регулатора как правим това и не се ли страхуваме от измами. Вече 80% от щетите се подават онлайн, което показва, че повечето клиенти предпочитат този вариант.

Естония е страната, която се дава за пример в електронното управление. Средната възраст на техните министри в различните правителства е между 30 и 35 години. Не казвам, че едно към едно в България трябва да приложим техния пример, но в екипите на управляващите трябва да има хора, отворени за дигитализацията и иновациите. Те трябва да са в състояние да преценяват кое би било улеснение и кое би проработило.

Пазарът се променя **бързо**

въпреки регулатора. Регулаторът не просто казва „Не“, той и наказва. Но където има тежка регулация, пазарът намира начин да се създават продукти извън нея. Пример за това е Uber при таксиметровите превози. Убеден съм, че свръхрегулациите ще доведат и в застраховането до появата на аналог на Uber. Това няма да е класическата застрахователна компания, а тя ще извършва дейност, която заобикаля свръхрегулациите, които създават огромни пречки.

Щом може да бъдеш опериран, като главният хирург командва целия процес онлайн от друга точка на света, защо да не може онлайн да си направиш застраховка? Ненужно е после да се разписват и да се разменят хартиени документи, както законът у нас го налага. Бързата дигитализация в застраховането на този етап не се позволява, но това е процес, който не може да бъде спрян. Въпросът е тя по-скоро да бъде допусната, защото

от забавянето **губят клиентите**

а също и самите застрахователи.

Навсякъде по света застраховането е дейност, която подлежи на регулация. В САЩ застраховка може да се сключи и през телефона. Има възможност имуществени и автомобилни щети да се доказват чрез видео конферентна връзка, без да се налага клиентът и застрахователят да се видят на живо. Има мобилно приложение, което позволява чрез телефона на своя клиент застрахователят да огледа щетата, да направи видеозапис, да снеме геолокацията на автомобила, автоматично да съхрани тези данни. Така всичко става бързо, следва възлагателно писмо и записан час за сервиз или изплащане на претенцията. В България обаче дори и огледът да стане онлайн, после задължително има обмен на хартиени документи.

Дигитализацията в застраховането се спира под претекст за възможни измами. Измами е имало и ще има и навсякъде по света се знае какъв е техният процент. Масово обаче клиентите не правят измами. Въвеждането на новите технологии няма да съдейства на недобросъвестните, а ще е необходимото за всички улеснение. Дигитализирането на документооборота в самите застрахователни компании вече е факт и няма съмнение, че дигитализацията ще навлиза с още по-уверена крачка.

В САЩ например има животозастрахователна компания, която изчислява с голяма точност предполагаемата продължителност на живота на всеки клиент. Новата платформа прави анализ на здравословното състояние – анализират се заболяванията, теглото, колко цигари дневно пуши клиентът и как това реално ще се отрази на неговата продължителност на живота. Тези данни клиентът сам

Калин Костов е изпълнителен директор и член на борда на директорите на ЗД "Евроинс Живот" и на "Евроинс - Здравно осигуряване". Притежава над 8-годишен опит на висши ръководни длъжности в здравното и в животозастраховането, както и в пенсионното осигуряване.

предоставя, но той е мотивиран да го направи. Предвидени са стимули той да подобри своето здравословно състояние, за да се избегне щетата. Стремежът и на двете страни е ситуацията да е win-win. Друг добър пример от САЩ е, че

застрахователите създават **инвестиционни фондове**

които подпомагат стартиращи компании в сферата на застраховането. Те подкрепят стартъпи, които предлагат иновации в сектора. Това със сигурност ще дойде скоро и у нас. Появата на такъв фонд ще е индикатор, че и в България иновациите започват реално да се осъществяват.

Технологиите днес дават широка възможност за иновации. По света има възможност, ако си скиор или турист в планината, да сключиш почасова застраховка с SMS, както плащаш за синята и зелената зона в София. Не я ли продължиш, тя спира да тече. Защо да не може, когато предприемете пътуване от точка А до точка В, да пуснете SMS и да получите застраховка „Живот“ за това пътуване? Такава възможност в България обаче няма, тъй като свръхрегулациите не позволяват това. От една страна, застрахователният пазар е консервативен, той се предпазва от резки промени и от грешки. Но от друга, в застраховането нещата се променят, тъй като се вижда, че има място за иновации, които са желани от клиентите и от застрахователите.

Нашата компания се стреми да увеличава удовлетвореността на клиентите, като въвежда продукти, от които потребителите имат нужда, и едновременно с това спазва законите. Нито един сериозен застраховател не би рискувал репутацията си, като не плаща признати щети или подвежда клиентите си. Като цяло и клиентът не извършва измами. Затова не бива да се фокусираме върху изключенията. Необходима е активна комуникация с надзора, която да улесни нововъведенията.

Има устройства, които се слагат на автомобилите, за да следят пътното поведение на съответния водач. Те дават възможност на застрахователя

да прецени **своя клиент**

В България от над 5 години се говори за системата „Бонус-малус“ в застраховането, но до момента не е направено нищо съществено. С приемането на новия Кодекс за застраховане, застрахователният регулатор се ангажира да предложи методика за тази система до края на 2016 г. Дано най-после го направи. Когато знаеш, че ако шофираш рисково, застрахователят ще повиши цената на застраховката ти, това има дисциплиниращ ефект. Докато тук само говорим за „Бонус-малус“, на световния пазар се коментира как „Гугъл“ пуска на пазара кола без шофьор. Според анализите, които този световен гигант прави, 92% от катастрофите на пътя може да бъдат избегнати от управление без шофьор.

Със сигурност анализът на данните може да помогне да се създаде необходим на клиентите продукт, като рискът внимателно се прецени. Ако някой кара колата си само няколко месеца, той ще иска застраховката да покрива само този срок, а не да плаща за цяла година. Също така технологиите се развиват, нараства използването на дронове. Затова трябва да има застраховки и срещу подобни злополуки. Същевременно дроновете може да са полезни при локализирането на щети.

Работата на регулатора е да регулира, но той не бива да спира развитието на застрахователния сектор. Време е в Комисията за финансов надзор да се създаде отдел „Иновации в застраховането“.

В КОМИСИЯТА ЗА ФИНАНСОВ НАДЗОР ВЕЧЕ ТРЯБВА ДА СЕ СЪЗДАДЕ ОТДЕЛ „ИНОВАЦИИ В ЗАСТРАХОВАНЕТО“

„СИЕЛА ПРОЦЕДУРИ“ УЛЕСНЯВА РАБОТАТА С АДМИНИСТРАЦИЯТА

Г-н Георгиев, представете правно-информационен софтуер „Процедури“?

- „Сиела Процедури“ представлява правно-информационен продукт, част от правно-информационната система „Сиела“. Продуктът е компютърна програма и базирано в интернет приложение, даващо достъп до база данни от документи – правни конструкции (процедури) и електронни форми (примерни образци, документи и формуляри), най-вече с юридическа насоченост. „Сиела Процедури“ съдържа информация по предоставяните административни услуги на централната администрация, областните и общинските администрации; съдебните процедури в гражданския и наказателен процес; гражданскоправните и търговските сделки; нотариалните производства; трудовите и служебни правоотношения; приложни документи (формуляри, бланки, примерни образци); актуална справочна информация за адреси, телефони за връзка, контакти и информация за държавните и общинските структури и обществените организации на територията на страната, съдилищата, нотариусите и др.

- За кого е предназначен и какви задачи се решават с него?

- Продуктът е предназначен за широк кръг потребители – централна и местна администрация, органи на съдебната власт, адвокати, нотариуси, студенти, медии, юридически лица с нестопанска цел, търговци, обществени организации, банки и др. Ползите и предимствата на продукта за отделните групи потребители са различни. За централна и местна администрация продуктът е пътеводител в лабиринта на административните услуги за гражданите и бизнеса, предоставяни от органите на централната администрация, областните и общинските администрации. Органите на съдебната власт, адвокатите, нотариусите могат да ползват продукта като своеобразен юридически наръчник относно съдебните процедури в гражданския и наказателен процес, гражданскоправните и търговските сделки, нотариалните производства, трудовите и служебни правоотношения. По отношение на търговците и обществените организации, тематичният подбор в продукта предполага акцент върху процедури и приложни документи относно данъци и такси, концесии, митническа дейност, обществени поръчки, промишленост, селско и горско стопанство; счетоводство и контрол, търговия и търговски сделки. За студентите продуктът предлага широк набор от теоретични разработки в различни клонове на правото.

- Какви са основните функции?

- На първо място - актуален текст на документите.

На следващо място - структурирането и систематизацията. Информацията в правно-информационната система се систематизира в няколко структури за максимално улесняване достъпа до тях на потребителите с оглед на различни критерии.

Поддържа се индустриалният стандарт за електронни документи - .PDF – възможност за попълване и разпечатване, подписване и изпращане по електронен път на всички бланкови документи. Продуктът предлага и документи във формат .DOC и .XLS – за максимално сходство към оригинала и възможност за активна промяна на съдържанието от страна на потребителя.

Фото Стоян **Йотов**

Галин Георгиев работи в „Сиела Норма” АД като ръководител отдел "Сиела Процедури". Ръководи екип от 10 професионалисти и развива водещата правно-информационна програма „Сиела Процедури”. Магистър по право.

- Какви са новостите около програмата?

- Към момента наличните процедури в продукта обхващат в пълнота всички сфери и отрасли по тематиката на съдържанието – правно и административно. Усилията за обогатяване в количествено отношение на съдържанието ще бъдат съсредоточени върху административните услуги. Отправна точка за разработка на административните услуги е Списъкът на унифицираните наименования на административните услуги (СУНАУ). Той се разглежда като предпоставка за работата на електронното правителство на Република България, тъй като утвърдените наименования се използват по един и същи начин във всички електронни бази данни. Стандартизацията на услугите създава единна практика при използването на наименованията на услугите от всички администрации. Последното е необходимо условие за по-нататъшното развитие на електронното управление. Тенденцията е списъкът да стане част от единен административен регистър на Република България. Чрез разработка и на адекватни технически функционалности на база модула на административните услуги продуктът ще се превърне в незаменим помощник на всички, имащи взаимоотношения с администрацията на всички нива в държавата.

Ще се продължат в същия темп усилията по разработка на електронни форми (бланки) в продукта. В момента има разработени над 13 000 бланки, те са най-интерактивната част в семейството на правно-информационните продукти, целта е всички използвани и налични форми от документооборота в държавата между различните типове субекти да бъдат достъпни в продукта и да представляват електронна библиотека за потребителите.

- Какви са възможностите за постоянно осъвременяване?

- „Сиела Процедури“ се актуализира 2 пъти седмично с актуализацията на всеки брой на Държавен вестник.

Венелин **Милев**:

ДОБРИЯТ ФИНАНСИСТ ВИЖДА ОТВЪД ВИДИМОТО

Фото: **Стоян Йотов**

автор: Яна **Колева**

Доброто финансово управление на пенсионноосигурително дружество изисква устойчивост, предвидимост, стабилност, консервативен подход и отговорно поемане на риск в инвестициите. Гарантирането на стабилен доход на осигурените лица след пенсиониране е ключова мисия на всяка пенсионна компания. Финансовият директор има важна роля в тази мисия. Едва ли някой ще ни повярва, че сме способни да го постигнем, ако нашето дружество не реализира добри финансови резултати.

Профилът на финансовия директор днес е много близък до този на изпълнителния директор. Съвременните изисквания към професията и позицията предполагат финансовият директор да притежава лидерски качества, стратегическо мислене, бързина, гъвкавост и адаптивност, да анализира конкуренцията, да познава детайлно продуктите и услугите, да повишава ефективността на дейността. Той трябва да е отворен към промените в бизнес средата, да „разчупва навика да бъде себе си“ и да поглежда отвъд видимото. Той има също толкова голяма роля при формирането на визията и мисията на компанията, колкото и изпълнителния директор. Той е еднакво отговорен както вътре в компанията, така и пред клиентите, инвеститорите и обществото. Финансовият директор се грижи не просто за изпълнението на бизнес плана и за орязването на разходите. Неговата голяма цел е постигането на стратегическия план и на стратегическите цели на фирмата. За него е важно не просто да редуцира разходите, за да се „побере“ в бюджета си. Той прави внимателен анализ на резултатите и преценява дали понижаването на разходите не би сринало приходите на дружеството. Финансовият директор участва в управлението на човешкия капитал, комуникира активно с хората в еки-

Венелин Милев е финансов и изпълнителен директор на ПОД „Бъдеще" АД. Той е и член на Съвета на директорите на пенсионноосигурителното дружество. Притежава над 30-годишен опит във финансовата индустрия, в това число в банковия и застрахователния сектор. Завършил е „Счетоводна отчетност" в Стопанската академия „Димитър А. Ценов".

па, въздействa на събитията в компанията и развива мрежа от контакти. Все повече финансови директори стават изпълнителни директори. Особено във финансовата индустрия.

Финансовият директор е човекът, който ще е последният похвален, когато компанията постига ръст на финансовите резултати, но ще бъде държан най-отговорен при финансово неблагополучие.

Опитът ми на финансов мениджър ме научи, че каквото и да правиш, накрая винаги идва моментът, когато трябва да платиш сметката, и то в брой.

Правилата, които като финансист спазвам - винаги съм почтен и коректен с колегите в компанията и обществото. Особено когато изготвяме финансовите отчети.

Спецификата на финансовия мениджмънт на пенсионноосигурително дружество е, че с много малък ресурс - едва 5% от осигуровките се заделят за задължително допълнително пенсионно осигуряване при тенденция за намаляване на таксите на пенсионните компании - трябва да постигнеш максимално много за осигурените лица и акционерите на дружеството, като същевременно с това да запазиш финансовата стабилност на компанията.

Трудностите за генериране на висока доходност са следствие от разхлабената парична политика на централните банки по света, които се опитват да стимулират икономическия растеж чрез ниски лихвени проценти.

Ниските лихви по депозитите, клонящи към нула, увеличават интереса към алтернативните форми на спестяване и инвестиции – взаимни фондове, допълнително доброволно пенсионно осигуряване и спестовни застраховки „Живот". На практика те помагат за диверсификацията на спестяванията и увеличават финансовата култура на населението. Потвърждение за това са данните на КФН, които сочат двуцифрен ръст в процентно отношение на вноските в доброволните пенсионни фондове и на премиите по застраховки „Живот".

Добрият финансов директор на пенсионноосигурително дружество се познава по нищо друго, освен конкретните финансови резултати на дружеството, в това число показателите му за ликвидност, рентабилност и задлъжнялост.

Подводните камъни в нашата работа са подхвърлени от неразумни хрумвания на политици. В търсене на популистки решения на проблемите с недостига в обществото осигуряване, част от политиците ни се изкушават от време на време да посягат на парите на осигурените лица. Така вместо да се съсредоточим в основната си дейност, ние периодично сме принудени да обясняваме защо е важно да има капиталов стълб в пенсионното ни осигуряване.

Финансовото поведение във времена на възход: Още в древен Египет през плодородните години складирали в огромни складови помещения излишъците от зърно след жътва, за да се подготвят за предстоящата суша. Така им заръчал Йосиф, синът на Яков, който предрекъл седем сушави и гладни години, и препоръчал на египетския фараон да пестят излишъците от житото. Предсказанието се сбъднало и египтяните се спасили от глад. Изводът - спестявай във времена на благоденствие и възход, за да имаш за трудните години. Казано с наши думи - „бели пари за черни дни".

И във времена на икономически спад може да се открият възможности за инвестиции - икономическият растеж и инфлацията се очаква да останат ниски дълго време.

Стабилността на един пенсионен фонд зависи от благоразумното и ефективно инвестиране на средствата на осигурените лица в разнообразни активи - финансови инструменти (акции, облигации), банкови депозити, недвижими имоти и други, в това число диверсификацията на риска при инвестирането на тези средства. Целта е да се постигне добра доходност в дългосрочен план.

Ориентирах се към работа във финансовия сектор, тъй като това е секторът, в който прецених, че ще съм най-полезен.

Сега е подходящо време да се инвестира в доброволен пенсионен фонд и не го казвам, защото работя в пенсионна компания. В дългосрочен етап доброволните пенсионни фондове предлагат възможност на клиентите си да пренасочат спестяванията си за период, когато се счита, че осигуреното лице няма да е трудоспособно. Другото голямо предимство на инвестицията в пенсионен фонд е, че е напълно прозрачна и осигуреното лице знае какви са натрупаните по неговата партида средства във всеки един момент.

ЗАРАДИ НЕРАЗУМНИТЕ ХРУМВАНИЯ НА ПОЛИТИЦИТЕ ЧЕСТО СЕ НАЛАГА ДА ОБЯСНЯВАМЕ ЗАЩО Е ВАЖНО ДА ИМА КАПИТАЛОВ СТЪЛБ В ПЕНСИОННОТО ОСИГУРЯВАНЕ

РУМЪНИЯ И БЪЛГАРИЯ
СРАВНЕНИЕТО РАЖДА ИСТИНАТА

автор: Владимир **Митев**

Задминаха ли ни румънците? Въпросът докосва тънка струна в българската душевност – усещането, че сме последни във всички класации, че сме нещастни хора в държава-мащеха. Щом дори и румънците ни задминаха, значи неудовлетворението от злощастното настояще има своите солидни основания…

Поглед към румънските медии през последните години обаче показва подобна нагласа и у самите румънци. В свои икономически и социални анализи техните експерти периодично констатират, че страната им има най-лоши показатели в целия ЕС. Тоест, дори България я превъзхожда в някои отношения.

Съседите например забелязват, че в България има повече километри действащи магистрали, отколкото в Румъния – 780 км срещу 731 км, при два пъти по-малка площ и три пъти по-малко население. Или че у нас ежегодно се регистрират в пъти повече нощувки на чуждестранни туристи, отколкото на север от Дунава. Тоест, че имаме по-развит туризъм.

Доходите

Друга статистика дава предимства на съседите. В Румъния минималната работна заплата от май 2016 г. е 1250 леи (547 лв.), докато в България тя е 420 лв. (958 леи). Средната работна заплата на север от Дунава е 2681 леи (1174 лв.) в началото на 2016 г., докато на юг към края на 2015 г. е 937 лева (2136 леи). Дори и ако се отчете, че според цените в двете държави покупателната способност на българските пари е със 7% по-голяма, пак средната заплата в Румъния дава над 100 евро месечно предимство на съседите.

Данните за икономическия растеж също изглеждат по-благосклонни за румънците. Според техния Национален ста-

България и Румъния често са сравнявани в напредъка си, но залагат не само на надпреварата, а и на сътрудничеството

Фото **МТИТС** и **Wikipedia**

тистически институт през 2015 г. стопанският ръст на страната е 3,7% от БВП. Прогнозата е през 2016 г. той да бъде 4,2% от БВП, а през 2017 г. да достигне 4,3% от БВП. В същото време в България растежът за 2015 г. е 3,1% от БВП. Според прогнози на Уникредит Булбанк през 2016 г. очакванията са за ръст с 3,4%, а за 2017 г. – с 3,6%.

Контекстът в случая дава важен нюанс. Въпреки добрия икономически ръст от последните години, бедността в Румъния (разбирана като дял от населението с доходи под 60% от средните доходи) се увеличава – от 21,1% през 2010 г. до 25,4% през 2014 г. Обяснението, което дават румънските медии и експерти, е, че в страната над 60% от националния доход се пада на капитала и под 40% на труда. В Западна Европа пропорцията е обратна – 60-65% за труда и 30-35% за капитала. А във всички основни икономически сфери в Румъния собствениците са предимно чуждестранни, които изнасят печалбата навън. За румънските служители и работници остава малко или нищо.

Стопанският **модел**

Вижда се, че в едни области България се справя по-добре, докато в други Румъния изпреварва. Това, което сближава и двете страни обаче, е икономическият модел. Банките, мините и електроразпределителните дружества са чуждестранна собственост. Стотици хиляди българи и румънци напускат държавите си, за да търсят работа в чужбина и така изтича работна ръка, включително специалисти. Правителствата се надпреварват в привличането на чуждестранни инвестиции. Но вместо да ги изкушават с високообразовано население или иновации, те залагат на ниски данъци и евтина работна ръка. С други думи - на социален дъмпинг – конкуренция кой ще подцени повече своите граждани и общество, за да привлече чуждестранния капитал.

И в Румъния, и в България чуждестранните фирми са основните износители на стоки и придават жизненост на икономиката. В Румъния компании с чуждестранен капитал са осигурявали 71% от общия износ и 65% от общия внос на стоки през 2014 г., посочва доклад на Европейската комисия (ЕК) от февруари 2016 г. Аналогичният доклад на ЕК за България не съдържа данни с такава точност, но със сигурност тенденцията е подобна.

Една от важните разлики между страните е във вътрешните фактори за растежа. За България ЕК изтъква, че с известни условности подобен фактор са европейските проекти, които повишават инвестициите. В Румъния обаче паралелно с износа вътрешното потребление също играе важна роля за повишаването на БВП.

Румънски **специфики**

През 2015 г. бившето правителство на премиера Виктор Понта въведе преференциална ставка на ДДС от 9% за храните. Тази промяна, в комбинация със свалянето на ДДС от 25% на 24%, което също влезе в сила през миналата година, повишиха частното потребление с 4,8%. В началото на 2016 г. правителството в Букурещ допълнително намали ДДС с нови 4% до 20%, което се очаква да стимулира още повече потреблението.

В Румъния има и програма, насърчаваща закупуването на жилища, която се нарича „Първи дом“. Тя осигурява държав-

В ИКОНОМИЧЕСКИ ПЛАН БЪЛГАРИТЕ СЕ ПРЕДСТАВЯМЕ ПО-ДОБРЕ ПО ЕДНИ ПОКАЗАТЕЛИ И СМЕ „ИЗПРЕВАРЕНИ“ ПО ДРУГИ. МЕЖДУВРЕМЕННО СТОПАНСКИЯТ И ЧОВЕШКИЯТ ОБМЕН НА ДВЕТЕ ДЪРЖАВИ НАРАСТВА ВСЕ ПОВЕЧЕ

ни гаранции за заеми, свързани с покупката на апартамент или къща. И дава своя принос за увеличаване на инвестициите в страната с 6,5% през 2015 г., а оттам и за по-големия растеж. За сравнение през 2015 г. ръстът в частното потребление в България се оценява от ЕК на едва 0,7%. У нас преференциална ставка на ДДС има само за туризма и за хазарта.

Секторите на **икономиката**

И ето че именно в туризма, включително по румънски оценки, България се справя по-добре. Според данни на Евростат през 2014 г. в нашата страна са регистрирани 14 млн. нощувки на чужденци, докато през същата година в Румъния е имало 3,76 млн. нощувки на чужди граждани. За румънците е утвърдена практика да идват по нашите черноморски курорти, а също и да ходят в Банско през зимата. През 2015 г. почти 1 милион туристи от Румъния са почивали в България.

На свой ред съседите разполагат с предимство в други икономически сектори - например в автомобилостроенето. На север от Дунава заводи имат Renault, произвеждащ коли с преуспяващата марка Dacia в Миовени край Питещ, и Ford, който разполага с фабрика в Крайова. Действат и други производители на автомобилни компоненти – Preh, Yazaki, Autoliv, Kimball Electronics, Shaeffler, Dräxlmaier. Анализ на икономиста Явор Алексиев и „Инфограф“ посочва, че в Румъния чуждестранните преки инвестиции в автомобилостроенето към края на 2014 г. са над 3,24 млрд. евро, или 5,4% от общите инвестиции в страната (малко над 60 млрд. евро). В България чуждестранните инвестиции в същата сфера към края на 2014 г. са около 255 млн. евро, или 1,2% от общите чуждестранни инвестиции (около 21,6 млрд. евро).

Въпреки че през 2015 г. изнесената от нас продукция в отрасъла „Производство на автомобили, ремаркета и полуремаркета“ е нараснала до 1,26 млрд. лева (0,64 млрд. евро), тя е едва 2,77% от общия износ на страната (45,5 млрд. лева – 23,25 млрд. евро). В Румъния за 2014 г. износът в същия отрасъл е 14,17% (7,44 млрд. евро) от общия износ (52,5 млрд. евро).

В друг икономически сектор – аутсорсинга, двете държави са ръка за ръка в световните класации, които им дават позиции в първата петнайсетица. По данни на румънския бизнес сайт Actmedia на север от Дунава в този бранш са заети 70 000 души. Той осигурява 1,6% от БВП. В България според информация на председателя на Българската асоциация по аутсорсинг в сектора работят 25 000 души, даващи 3% от БВП.

Фото **Явор Мичев** за **Wikipedia**

Земеделието и животновъдството са необятни сфери, но и там може да се направят някои сравнения. Към края на 2014 г. в Румъния има 2 млн. глави рогат добитък, 5 млн. свине и почти 11 млн. овце и кози. У нас броят на говедата към същия момент е 552,8 хиляди. Свинете са 553 хиляди. А овцете са 1,1 млн. бройки. Животновъдството у северните ни съседи очевидно е по-добре развито.

Що се отнася до земеделието, за разлика от нашите, румънските села са жизнени. 45% от населението на север от

Производството на автомобили и авточасти в Румъния, в което лидер е Dacia, е осигурило през 2014 г. износ за 7,44 млрд. евро (или над 14% от общия износ на страната). На снимката – заводът на компанията в Миовени

Фото **Dacia**

Едно от следствията от влизането ни в ЕС и падането на границата е, че все повече българи и румънци откриват бизнес възможности у съседите си

Дунава продължава да живее на село (в България – едва 27,5%). И европейската статистика отчита това – 1,5 млн. души са заети в румънското земеделие през 2013 г. (при население от около 20 млн. души). В българското земеделие за същия период са работели 320 хиляди души (от около 7 млн. жители в страната). Част от обяснението за разликата може би е във факта, че румънската земя е в по-малка степен окрупнена, отколкото българската. Към 2013 г. средната големина на парцела в Румъния е 3,4 хектара, докато в България по същото време е 12,1 хектара. Малкият размер на парцелите в Румъния може да е белег за „изостаналост". Но пък „по-модерната" България от години закрива административно населени места, в които вече няма жители, заради демографския проблем.

Човешкото **развитие**

Общественото развитие обаче не се измерва само в потребление, инвестиции и ръст на БВП. Въпреки че Румъния е с по-добри показатели от България в редица класации, ЕК посочва, че само 34% от селските домакинства имат тоалетна в своя дом. „Повече от половината от румънските домакинства разполагат с лаптоп, две трети притежават поне един смартфон и близо 9 от 10 ползват кабелна или сателитна телевизия, според официалните данни на Националната служба за администриране и регламентация на комуникациите. Колко хора имат обаче достъп до течаща вода? Отговорът не ни прави чест: по-малко от 12 милиона и половина души, или под 2/3 от населението на страната", разказва телевизия Pro TV. Тези факти подсказват, че северните ни съседи в поголяма степен от нас са страна на контрастите и че разликата между града и селото там е голяма.

Възможен обективен критерий за общественото състояние е Индексът за човешко развитие на ООН, който взема предвид дохода на глава от населението, равнопоставеността и възможностите за реализация на мъжете и жените, демографията, околната среда, труда и владеенето на технологиите от населението. И в него Румъния води, макар и с малко. Тя е на 52-ра позиция спрямо 59-а за България. На всеки румънец се падат 18 108 долара от националния доход, докато за българина сумата е 15 596 долара от него.

Но и България има своите предимства – смъртните случаи на майки при раждане са 5 на 100 000, спрямо 33 на 100 000 при съседите. Статистиката на ООН отчита, че у нас 3,1% от децата прекъсват училище, докато са още в началния курс. В Румъния това са 6% от учениците. България се справя по-добре от северната си съседка и от гледна точка равенството на половете.

Двустранната **търговия**

Постоянното икономическо съпоставяне между двете страни подсказва, че между тях се разгаря конкуренция. Тя често е за това кой да е предпоследен в европейските класации. Но настрана от иронията, все повече хора от двете страни осъзнават, че бъдещето е в сътрудничеството, а не в надпреварата. За 2015 г. двустранната търговия достигна рекордни нива – 3,679 млрд. евро. От тях българският износ е 1,893 млрд. евро, докато вносът е 1,786 млрд. евро. У северните съседи са регистрирани 2124 български фирми с общ първоначален капитал 100 млн. евро, казва Бронислав Денев – ръководител на Службата по търговско-икономически въпроси в Румъния. Румънските фирми, регистрирани в България, са 2544 с общ първоначален капитал 280 млн. евро.

Единствените търговски партньори на България, които изпреварват по мащаби Румъния в българската външна търговия, са Германия и Италия. При това положение със сигурност Румъния ще става все по-важна за България – и като обект за сравнение, и като субект на партньорство. Взаимното опознаване, което върви между двата народа, обаче може да поднесе и своите изненади.

Борбата с **корупцията**

Изглежда поне сред част от румънците има мнение, че България по-добре защитава своите икономически интереси от външните сили. Например, преди „Шеврон" да се изтегли от Румъния, ние бяхме интересни за ангажираните с екопротестите на север от Дунава заради това, че нашите политици и народ са устояли на натиска земята ни да бъде надупчена за шистов газ. Когато в България имаше протести в началото на 2013 г. срещу високите цени на тока и чуждестранните електроразпределителни дружества, в Румъния изведнъж се прояви по-голям интерес към българските съседи и тяхното недоволство. Ние обаче сме по-скоро скептични към своя политически елит или гражданска организираност.

На свой ред мечтаем за румънската правосъдна система, съумяла да обвини дори действащ премиер, както и да осъди бивш министър-председател. В резултат от дейността на румънската антикорупционна прокуратура DNA политическата среда на страната се прочиства от динозаврите на прехода. Отваря се пространство за нови лица – нещо, което мнозина биха желали да видят и у нас. Може би първите примери за подобно обновяване ще могат да се проявят на румънските местни избори, които ще се проведат през юни т.г. Доста от окопалите се като кметове местни лидери са с проблеми с правосъдието и не могат да се кандидатират за пореден мандат. Това дава шансове на кандидати, несвързани с основните две партии – Социалдемократическата и Националнолиберална, да влязат във властта.

Трябва да се отчита обаче, че въпреки успехите на битката с корупцията често румънците имат резерви и са предпазливи, ако трябва да изказват положителни оценки за нея. Те отчитат постиженията до момента, но смятат, че има още много работа за вършене. Дори прокурорите от DNA признават, че към момента корупцията в страната не намалява.

Не намалява и желанието на румънци и българи да се съизмерваме. Може би не в спора, а в сравнението помежду ни се ражда истината за това кой е пътят, който следваме.

Фото Twitter @WhiteHouse

Обама в Овалния кабинет

СТАТУКВОТО НА ПРОМЯНАТА

автор: Владимир **Митев**

Осем години след като Барак Обама бе избран с обещанието „Промяна, в която можем да вярваме“, сегашният кандидат-президент Бърни Сандърс залага на подобна формула за мобилизация на американците в своя подкрепа под лозунга „Бъдеще, в което да вярваме“. Ако през 2007 г. Обама бе обратното на Джордж Буш-младши, то сега Сандърс на свой ред отрича американския естаблишмънт, спонсориран и назначаван на управленските си постове от корпорациите.

Значи ли това, че Обама се е превърнал в статуквото, което искаше да промени, и така е освободил пространство за други, които искат да се носят върху политически мечти? Или по-лошо – че 44-ият американски президент от самото начало е бил част от статуквото, чието преобръщане обещаваше?

Отговорът би могъл да подскаже какъв точно е Барак Обама – дали е президент, трансформирал САЩ и света за добро, както твърдят неговите почитатели като журналиста от CNN Фарид Закария, или напротив – по трагичен начин афишираните добри намерения завършват като илюзии в калта на реалността.

Във вътрешен план Обама има своите безспорни успехи. Средният икономически ръст за периода 2010-2015 г. е 3,73%. Официално безработицата към март 2016 г. е 5%. Вече 90% от американците имат здравни

осигуровки благодарение на реформата на Обама в сектора. Демократическата администрация е допринесла и за извършването на енергийна трансформация на Щатите. Цената на слънчевата електроенергия е спаднала със 70% до 5 цента на kWh по време на управлението на афроамериканеца. В същото време производството на ток от слънцето е нараснало с 3000%.

Войната с тероризма и противоборството **с Русия**

Във външен план завръщането на американското влияние в Латинска Америка, помиряването с Куба и ядреното споразумение с Иран се считат като успехи на Обама. Президентът се опита да обяви край на войната с тероризма, като екзекутира Осама бен Ладен през 2011 г. Но дали част от неговото наследство не е и фактът, че европейски градове като Париж, Брюксел и Кьолн се превърнаха в места с висока степен на несигурност, тероризъм и сблъсък на културите? Ислямска държава набра сили в Сирия, Ирак, Либия, Афганистан и други части на света именно по време на управлението на Обама и благодарение на негови действия и бездействия.

Демократът дойде на власт с обещанието да сложи край на войните, които изтощават човешките и материалните ресурси на САЩ, да върне военните вкъщи и да инвестира парите на данъкоплатците в развитието на страната си, вместо да ги харчи за изграждане на чужди държави. Случилото се между 2008 г. и 2016 г. би трябвало да е разочароващо за носителя на Нобелова награда за мир, след като е имал амбицията да е миротворец. Джордж Буш-младши бомбардира общо четири държави през двата си мандата: Афганистан, Ирак, Пакистан и Сомалия. Обама го направи със седем страни: Афганистан, Ирак, Пакистан, Сомалия, Йемен, Либия и Сирия, пише в Twitter Райън Лиза – кореспондент за Вашингтон на списание New Yorker.

Въпреки че беше избран с предизборна платформа за диалог с Русия, администрацията на Барак Обама видя удобна възможност да притисне Москва в Сирия и Украйна. Резултатът е опустошителен – хиляди убити и бежанска криза, която ще тормози Европа за години напред. Дори и САЩ да са засилили влиянието си в Стария континент, особено в Източна Европа, и към момента да са забили клин между Германия и Русия, украинците и сирийците плащат колосална цена в човешки живот и сринати перспективи. Къде тогава са сигурността и мирът, които Обама трябваше да донесе след конфронтацията от времето на Буш-младши?

Фото **Wikipedia**

44-ият президент Барак Обама с Нобеловата награда за мир

Ядреното **„разоръжаване"**

Управлението на Обама ще покаже „решимостта на Америка да търси мир и сигурност в свят без ядрени оръжия", заяви самият президент в първата си значима политически реч през 2009 г. в Прага. Всъщност, демократическият президент получи Нобелова награда за мир като поощрение за обещанието си да се бори за ядрено разоръжаване. Наследството, оставащо в тази област обаче, е започналата надпревара в ядрените оръжия, която придобива характер на нова ядрена ера.

По време на управлението на Обама Щатите започнаха реализацията на амбициозна програма по ъпгрейд на своите неконвенционални оръжия, чиято стойност се измерва в дванайсетцифрени суми в

ПРЕЗ 2008 Г. БАРАК ОБАМА ВДЪХНОВИ ЩАТИТЕ, ЧЕ Е ВЪЗМОЖНА ЕДНА РАЗЛИЧНА ВЪНШНА ПОЛИТИКА. ОСЕМ ГОДИНИ ПО-КЪСНО В ПОВЕЧЕТО ОТНОШЕНИЯ НЕГАТИВИТЕ ОТ ВРЕМЕТО НА ДЖОРДЖ БУШ-МЛАДШИ СА ЗАДЪЛБОЧЕНИ, ВМЕСТО ДА СА ИЗЧЕЗНАЛИ

долари. Част от нея е разработването на ново поколение оръжия, сред които такива с лазерни лъчи, свръхзвукови ракети, миниядрени бойни глави и т.н., които на практика размиват границите между конвенционалната и ядрената война. На свой ред Русия работи по безпилотна подводница, носеща ядрено оръжие, която би могла да се взриви в близост до вражеско пристанище и да залее жителите му с радиация.

Споразумението с Иран, което блокира възможността му да развие атомна бомба в следващите 15 години, може би е едно смокиново листо, прикриващо факта, че все повече държави по света се готвят за употреба на ядрено оръжие във въоръжени конфликти. Ако темповете на атомно въоръжаване на Пакистан продължат (20 бомби на година), в рамките на десетилетие той може да стане трета сила в ядреното оръжие в световен план. Но администрацията на Обама инвестира много от дипломатическия и управленския си ресурс, за да ограничи цивилната ядрена програма на Иран, сякаш е по-голямата заплаха за световния мир.

Арабската **пролет**

Пропаст между афиширани желания за промяна и възникналата реалност има и по отношение на политиката на Обама в мюсюлманския свят. През 2009 г. американският президент произнесе речта „Ново начало“ в Кайро, в която обяви желанието си да излекува раните, причинени на мюсюлманския свят от САЩ. Той призна, че през 1953 г. Щатите са подкрепили и организирали преврат в Иран срещу демократично избраното правителство на Мохамад Мосадък. И обяви, че до 2012 г. ще изтегли американските войски от Ирак.

„САЩ не смятат, че знаят какво е добро за всеки“, заяви 44-ият президент, чието презиме е Хюсеин. В същото време добави: „Имам непоклатимата убеденост, че всички хора копнеят за определени неща: възможността да изразят това, което мислят; да се чуе мнението им за това как са управлявани; увереност в господството на закона и справедливо прилагане на правосъдието; правителство, което е прозрачно и не краде от хората; свободата да живеят както изберат“.

Две години по-късно арабският свят бе разтърсен от Арабската пролет, чиито протестиращи поискаха същото, което Обама смята, че всички хора искат – социални и икономически права. Във всяка държава протестите поеха по различен път. Неоднозначна бе и реакцията на Вашингтон, който след 2011 г. разбра границите на своите възможности в Близкия изток. Сякаш Белият дом се питаше постоянно коя е „правилната страна на историята“ в региона, за да застане на нея и да бъде с победителите.

В Египет Обама пожертва американски съюзник – Хосни Мубарак. Ходът ясно показа на близката до Мубарак Саудитска Арабия, че ако демокрацията почука на вратите, афроамериканският президент би предпочел да види други хора начело в Рияд. После – когато египетските военни направиха преврат срещу Морси, САЩ се опитаха да протестират, но в крайна сметка приеха новия египетски държавен глава и така отново застанаха на правилната страна на историята. Тези маневри биха подсказали на всеки, разчитащ на съюзник в лицето на Обама, че ще бъде употребен и захвърлен на бунището на близкоизточната политика. Нищо чудно, че по времето на управлението на 44-ия президент Русия се превърна в желан партньор за редица от страните в региона – Египет, Ирак, арабските монархии в Персийския залив.

Близкоизточният **мир**

Както с Арабската пролет, ядреното разоръжаване или борбата с тероризма, 44-ият американски президент се опита да помири израелци и палестинци, но не успя. Въпреки афишираните инициативи и опити Израел и Палестина да преговарят за своето бъдеще на две отделни държави, действията на Обама бяха блокирани в зародиш от премиера Бенямин Нетаняху, който храни огромна антипатия към афроамериканеца.

В речта си от Кайро стопанинът на Белия дом обеща подкрепа за палес-

Кадър Youtube

Обама и Путин в разговор за изход от сирийската криза в края на септември 2015 г.

тинска държава. Но когато на 29 ноември 2012 г. Общото събрание на ООН гласува резолюция, даваща на Палестина статут на „държава нечленка наблюдател“ на ООН, Вашингтон бе една от 9-те държави, които гласуваха „против“. По-рано отново САЩ наложиха вето върху гласуването в Съвета за сигурност на ООН Палестина да стане държава-член на международната организация. Така в крайна сметка Обама не спечели нищо за или от палестинците, но въпреки съюза си с Израел остана в хладни отношения и с неговото ръководство.

„Не прави **глупави неща**!“

Външната политика на 44-ия президент в крайна сметка откри своя основополагащ принцип, дефиниран от самия държавен глава – „Не прави глупави неща!“ (don’t do stupid shit). Обама формулира този принцип през 2014 г., малко преди Ислямска държава триумфално да се разпростре върху солидна част от Ирак, пленявайки значителни количества американска бойна техника – дотогава принадлежаща на иракската армия. Основната идея е, че САЩ е по-добре да бездействат по даден проблем, отколкото да действат така, че да влошат още повече ситуацията. Този скептичен подход към външната политика навярно отчита уроците от Либия и Афганистан.

Обама заяви в интервю за Fox News, че действията на Вашингтон в Либия са неговата най-голяма политическа грешка. По-точно - неуспехът е бил в това, че президентът не е обмислил какво трябва да правят Щатите, след като Кадафи бъде свален.

Що се отнася до Афганистан, след 15 години война с талибаните там и над 2300 загинали американски войници, днес талибаните контролират повече територия от всякога след 2001 г., пише в свой доклад Специалният генерален инспектор за афганистанско възстановяване Джон Сопко.

Контурите на **световния разлом**

По времето на Обама трансатлантическите връзки с Европа се заздравиха в името на заплахата от Русия. Но вниманието на Щатите в международните отношения се премества от Близкия изток към Далечния изток, където се очаква доминираният от САЩ световен ред да бъде оспорен. Освен че в Япония е в ход ремилитаризация под американско покровителство, Индия се преориентира към сътрудничество с Щатите в отбраната. САЩ вече са най-големият военен доставчик за страната, управлявана от Нарендра Моди.

Като паралелен процес на американско-индийското сближаване през април 2015 г. Китай анонсира инвестиционна програма на стойност 46 млрд. долара, която да свърже инфраструктурно пакистанското пристанище Гуадар на Индийския океан с китайската мрежа от пътища, железници и тръбопроводи, изграждана в цяла Евразия. Част от наследството на Обама е и сближаването между Русия и Пакистан във военната област. Москва вдигна ембаргото за оръжейни доставки към Исламабад през юни 2014 г., подписа договор за продажба на 4 хеликоптера Mi-35 през август 2015 г. и е на път да проведе първото си военно учение заедно с пакистанската армия по-късно през 2016 г.

Дали Обама няма да завещае на света и ново блоково разделение, при което контурите на едната ос се очертават около Русия и Китай и техни близки държави, докато другата поддържа американоцентричния дневен ред? А може би съюзите вече са чисто ситуативни и могат да се променят във всеки момент, ако например се появи нов стопанин в Белия дом и задуха нов вятър откъм Щатите?

След края на неговото осемгодишно управление се вижда, че много негативни политики или явления във външната политика на предшественика му не само продължават да съществуват, но и са по-изразени. В същото време Обама очевидно е различен от Буш-младши и дори е негова противоположност – като стил, като интелект, политически убеждения. Кандидатите да заменят Обама обещават промени в американската външна политика. Дали и този път ще се възпроизведе статуквото?

Битката при републиканците - Тръмп срещу Круз

НЕОЧАКВАНАТА

автор: Владимир **Митев**

Американските кандидат-президентски избори се оказват оспорвани и при републиканците, и при демократите. А правилата на предизборната игра придобиват неочаквано голяма важност в битката между кандидатите на статуквото в двата лагера и онези, които ги предизвикват. Голямата схватка е за броя делегати на републиканския и демократическия национален събор. Те ще се проведат през юли и на тях ще се определи кандидатът на съответната партия за президент.

„Разбрахме, че в Колорадо я няма тази демокрация, която се предполага, че имаме“, оплака се Доналд Тръмп пред 10 000-но множество в град Олбани, след като се почувства изигран от своя опонент Тед Круз на вота в щата. Месеци по-рано републиканците промениха формата на изборния процес в Колорадо, така че за определянето на делегатите не бяха попитани обикновените републикански избиратели, а само активисти и вътрешни хора за партията в щата. След неуморна работа сред партийния елит в него Круз спечели всички 34 делегати от Колорадо. На практика вън от вота останаха около 90% от над 1 милион републикански избиратели. Тръмп нарече предизборния процес на републиканците „подправена, отблъскваща и мръсна система“.

Тед Круз направи по-добра организация в битката за гласовете на тези вътрешни хора за партията. И спечели. За Тръмп остана да недоволства, че „гласът на народа на Колорадо бе отнет от фалшиви политици“.

Междувременно при демократите фаворитката на естаблишмънта Хилари Клинтън води с над 250 делегати спрямо Бърни Сандърс. Това дава надежди на Сандърс – сенатор с леви убеждения, че би могъл в след-

фото **Shutterstock**

Битката при демократите - Сандърс срещу Клинтън

ИНТРИГА

ващите гласувания по щати да изпревари конкурентката си. Той обаче няма шанс, ако допълнителните до момента 469 суперделегати на Клинтън – висши партийни функционери, чиито предпочитания не зависят от волята на народа, а от личните им убеждения, не решат да променят вота си. Сандърс има засега едва 31 суперделегати и тъй като е външен за партийния елит на демократите, му се налага да побеждава Клинтън с голяма разлика в предварителните избори, ако иска да тушира предимството, което тя получава „даром“, просто защото има силно влияние в Демократическата партия.

Твърде е вероятно сложните правила на американската избирателна система да предопределят изхода от тези избори и то по начин, който да остави голяма част от народа недоволен. По принцип условията някой да се кандидатира за президент на САЩ са той да бъде поне 35-годишен, да е роден в САЩ и да е живял в страната през последните 14 години. На практика обаче от 1933 г. насам президентът винаги е бил губернатор на щат, сенатор или генерал. Тоест системата винаги селектира хората, които могат да станат стопани на Белия дом.

Правилата, по които демократите и републиканците избират своя кандидат за президент, имат някои различия. На-

ПАРТИЙНИТЕ ЕЛИТИ НА РЕПУБЛИКАНЦИТЕ И ДЕМОКРАТИТЕ НА ПЪРВИЧНИТЕ ИЗБОРИ ЗА ПРЕЗИДЕНТ В САЩ **СЕ ОКАЗАХА ПОДКОПАНИ ОТ ХАРИЗМАТИЧНИ КАНДИДАТИ. СЛОЖНАТА СИСТЕМА НА ВОТА ВЕРОЯТНО ЩЕ ПРЕДОПРЕДЕЛИ ПЕЧЕЛИВШИТЕ**

пример, при републиканците победителят в даден щат получава всички делегати за щата. Докато в изборите на демократите разпределението на делегатите по щати е пропорционално на показания резултат.

Дори видовете избори за кандидат-президент са повече от един. В повечето щати се провеждат т.нар. primaries – буквално първични избори – дали сред регистрираните привърженици на дадена партия, дали сред тях и необвързаните избиратели или сред всички избиратели. Но в някои щати, например Айова при демократите, се организират т.нар. caucuses, които са политически събрания в потесен кръг на активисти и вътрешни представители на партията, където се определят делегатите с гласуване.

Всяка партия дава места на националния си събор и на своя партиен елит. Суперделегатите на демократите са висши партийни функционери и са 715. На свой ред републиканците излъчват 168 делегати за своя национален събор от Републиканския национален комитет – национална управленска структура на републиканците. Тези 168 делегати се излъчват по 3 от всеки щат, територия и федералния окръг Колумбия. В шест от щатите и териториите (Американско Самоа, Колорадо, Гуам, Северна Дакота, Вирджинските острови и Уайоминг) този вид делегати могат да променят предпочитанията си при гласуването на събора спрямо първоначално заявените.

Що се отнася до суперделегатите на демократите – те имат право да променят предпочитанията си до момента на гласуване на демократичния събор. Именно на това се надява Бърни Сандърс. Ако задмине Клинтън по брой обикновени делегати, очакванията му са суперделегатите да променят ориентацията си.

Така или иначе републиканският кандидат трябва да събере 1 237 делегати, за да получи мнозинство на събора на партията. На демократичния кандидат му трябват 2 383 делегати общо, за да бъде претендентът на своите. Към момента резултатът още не е ясен. При демократите към 25 април т.г. Клинтън има 1 428 делегати (и отделно 513 суперделегати), докато Сандърс разполага с 1153 делегати (и други 31 суперделегати). При републиканците водач е Тръмп със 845 делегати, а втори е Тед Круз с 559. Срещу Тръмп обаче действат влиятелни среди в Републиканската партия, които се стараят да му попречат да достигне до заветните 1 237 делегати.

Срещу Тръмп обаче действат влиятелни среди в Републиканската партия, които се стараят да му

попречат да достигне до заветните 1289 делегати. Ако той не се доберe до желаното число, републиканският национален събор няма да определи автоматично него като претендент, дори и ако има най-много делегати. Вместо това ще има гласуване в един или повече турове и сложен пазарлък между лобитата в републиканския лагер.

Тръмп има влиятелни поддръжници в американската десница – например бившия кмет на Ню Йорк Рудолф Джулиани или губернатора на Ню Джърси Крис Кристи. Но срещу него се обявяват много други традиционни лидери на републиканците, сред които са бившият кандидат за президент Мит Ромни, сенаторите Джон Маккейн и Линдзи Греъм и мендижърката на Hewlett-Packard Мег Уитман.

На самия Тръмп изглежда му писва от подмолните номера на републиканците. „Знам правилата много добре, но те са написани в мой ущърб от establishmънта“, заяви той пред CNN, заемайки удобната поза на онеправдан.

Знае се, че пред Тръмп предстоят нови победи и той ще отиде на събора на републиканците с най-много делегати. Ако обаче стане така, че на първото гласуване на този събор той не получи номинацията на партията си, тогава има голяма вероятност Тръмп да обяви целия предизборен процес за измама, пише на страниците на в. Washington Post репортерът Крис Силиза. Според журналиста, за ужас на републиканците, Тръмп може да се яви на изборите като независим, като по този начин отнеме гласове от евентуалния републикански кандидат и така да предопредели победата на Хилари Клинтън.

Всъщност, дори Тръмп да е официалният кандидат на републиканците, всички проучвания са категорични, че той би загубил от Клинтън. В лагера на демократите тя се очертава като вероятния победител по силата най-вече на изборните правила, които й подсигуряват комфортен брой суперделегати.

Сандърс прави силна кампания с изказвания против Уолстрийт и други големи бизнес лобита, от които той не приема финансиране, но които инвестират щедро в кампанията на Клинтън. Той е изключително популярен сред младите американци, докато сенаторката от Ню Йорк разчита стратегически на подкрепата на афроамериканците и испаноговорящите.

Но ако Сандърс не стане номинацията на демократите, което е по-вероятното развитие на нещата, неговите избиратели може да го призоват да се яви като независим. И така да отнеме част от гласовете на сенаторката.

Самият Сандърс вече заяви, че би подкрепил Клинтън, ако тя е номинацията на демократите. Но и той, и другите кандидати постоянно казват неща, които впоследствие коригират.

Американският народ само би спечелил, ако на президентските избори през ноември се явят повече кандидати. Очевидно е, че обществото е разнородно и традиционните партийни елити са под атака. За да бъде системата по-легитимна в очите на народа, тя има нужда да предложи алтернативи на статуквото. Може би именно на това ставаме свидетели в момента.

Само преди година Сандърс имаше 4% одобрение в национален мащаб. В края на март Huffington Post писа, че той почти със сигурност ще спечели повече делегати от Клинтън през последните 3,5 месеца на първичните избори и без съмнение ще спечели повече щати от нея за същото време. При това положение интригата поне към момента е доколко партийният establishmънт на демократите и на републиканците би допуснал да бъде подкопан от борци срещу статуквото. Поне до юли напрежението ще се запази.

Кандидатите за стопанин на Белия дом вече навлизат в момента, когато борбата помежду им става ожесточена

ЗДРАВНА КАРТА срещу ЗДРАВЕН БЮДЖЕТ

Ежедневни протести на лекари и медицински сестри, искания за оставки, неподписан национален рамков договор, болници, спиращи работа... Това е само част от реалността в здравеопазването през последния месец. Случайно или не, всичко това доведе до трайно отклоняване на вниманието от публикуването на сайта на Министерството на здравеопазването проект на Национална здравна карта (НЗК). Въпросът за това какви и колко болници да има в различните области на България занимава всички, свързани със системата по някакъв начин. Той беше подложен на широки обществени обсъждания, основно с мотив за защита на интересите на всички граждани, плащащи здравни вноски, управлявани от Националната здравноосигурителна каса (НЗОК).

Таблица 1

Област	Активни болнични легла на 1000 души население	Други болнични легла на 1000 души население
Благоевград	3,58	1,51
Бургас	3,28	2,73
Варна	5,03	1,15
Велико Търново	3,91	1,96
Видин	3,37	0,48
Враца	5,61	2,04
Габрово	5,84	2,77
Добрич	2,48	1,41
Кърджали	3,68	2,03
Кюстендил	4,86	3,04
Ловеч	4,49	2,55
Монтана	5,48	1,58
Пазарджик	5,50	2,24
Перник	3,09	0,67
Плевен	6,86	1,47
Пловдив	8,16	2,63
Разград	3,64	0,63
Русе	5,02	2,39
Силистра	3,72	0,39
Сливен	5,33	0,52
Смолян	4,65	4,23
София-град	7,19	1,42
София-област	5,14	1,68
Стара Загора	5,42	2,91
Търговище	4,47	0,76
Хасково	3,66	0,74
Шумен	3,45	1,42
Ямбол	2,98	0,36

автор: инж. Боян **Игнатов**,
специализант по здравен мениджмънт в УНСС

Целта на изготвянето на НЗК беше да се събере и анализира информация за сегашното състояние на здравната мрежа във всички области и на тази база да се определят потребностите от извънболнична, болнична и спешна медицинска помощ. По този начин евентуалното бъдещо разкриване на нови лечебни заведения и сключване на договор с НЗОК ще се разрешава само в областите, където има такава необходимост. Един от основните изводи, наложени от вече изготвената НЗК, е, че леглата в лечебните заведения за болнична помощ са повече от необходимите – при заложена базова осигуреност от 4 легла на 1000 души се формира потребност от 30 900 легла за страната, при налични в момента 38 334 легла. Трябва да се има предвид, че за всяка област са приложени коригиращи коефициенти, отчитащи здравно-демографска структура, използваемост, преминали пациенти и др.

Вижда се, че действително в 16 от 28-те области на страната осигуреността с активни болнични легла е над заложената в НЗК, като съвсем естествено най-съществени разлики се получават в градове с по-голям брой частни болници (Пловдив, София, Плевен, Пазарджик, Сливен) и в градове, които са силно обезлюдени поради икономическата миграция на населението (Враца, Монтана, Габрово). Очевиден е и големият дисонанс с броя легла за долекуване, физиотерапия и рехабилитация, психиатрични и дългосрочни грижи (обединени в таблица 1 като други легла). Една от възможностите, която беше анонсирана след представянето на документа, бе именно преобразуването на „излишните“ активни легла в такива за долекуване, физикална терапия и рехабилитация, още повече, че НЗОК вече ще заплаща на болниците и по такива клинични пътеки. Всъщност, това е единствената разумна опция, несериозно е държавата да променя правилата в движение и да се стигне до ситуация НЗОК да откаже подписване на договор със съществуваща частна болница заради новата НЗК. Това би бил изключително негативен сигнал към всеки, който има намерение да инвестира средства и да развива търговска дейност в България. Проблемът има и друг аспект – очевидно е, че е налице феноменът „повече болници – повече болни“ и това води до повишаване на разходите на НЗОК. Не е ли обаче това прехвърляне на проблема „от болната на здравата глава“ и ограничаване на частната инициатива, само защото държавата, и в частност НЗОК, са неспособни чрез собствените си контролни органи да се справят с този проблем? Разбира се, че няма как появата на нови болници да води до увеличена заболеваемост и че това е

СМЕТКИТЕ ПОКАЗВАТ, ЧЕ БОЛНИЧНИТЕ ЛЕГЛА СА МНОГО, **НЕ ДОСТИГАТ МЕДИЦИНСКИ ПЕРСОНАЛ И ПАРИ**

Таблица 2

Област	Медицински сестри в ИМП		Лекари по дентална медицина в ИМП	
	практикуващи	необходими	практикуващи	Необходими
Благоевград	324	473	283	316
Бургас	493	621	141	419
Варна	-	711	-	711
Велико Търново	254	372	120	248
Видин	69	140	55	93
Враца	216	263	58	175
Габрово	110	175	85	116
Добрич	126	274	62	183
Кърджали	116	228	38	152
Кюстендил	184	192	145	128
Ловеч	58	200	47	134
Монтана	88	209	53	139
Пазарджик	149	400	119	267
Перник	119	191	145	127
Плевен	272	384	106	267
Пловдив	646	1013	457	1081
Разград	68	179	75	119
Русе	140	342	67	228
Силистра	54	172	39	115
Сливен	171	289	81	193
Смолян	86	171	72	114
София град	2529	1975	3038	2633
София област	120	357	138	238
Стара Загора	223	489	194	326
Търговище	111	175	42	116
Хасково	168	356	95	238
Шумен	161	265	9	117
Ямбол	85	189	64	126

резултат от злоупотреби на недобросъвестни собственици. Но това е проблем, който трябва да се реши чрез повишаване на ефективността на контрола, а не с ограничаването на пазара за нови евентуални добросъвестни инвеститори.

Вторият основен проблем, ясно видим от изготвената НЗК, е осигуреността с медицински персонал в извънболничната медицинска помощ (ИМП). При заложените в НЗК параметри се оказва, че общият брой необходими лекари в ИМП е над 11 000, на лекарите по дентална медицина - 9119, а на медицинските сестри - 10 805. Сравнението с реално практикуващите в момента лекари по дентална медицина и медицински сестри в ИМП показва огромно разминаване между желаното и реалното състояние (табл. 2), подобна е ситуацията и с общопрактикуващите лекари. Представените данни включват медицинските сестри от специализираната и първичната ИМП.

Във всички области на България практикуващите медицински сестри в ИМП са по-малко от заложените в НЗК, като в някои области (Ловеч, Силистра) те са по-малко от 30% от необходимите. Единствено в София-град има осигуреност, дори по-голяма от нормативно определената (2529 практикуващи при необходими 1975), докато в София-област тя е близка до тази в областите с най-ниска осигуреност – само 120 медицински сестри от необходими 357.

Много сходна е ситуацията при лекарите по дентална медицина – в цели 16 области осигуреността е с под 50% от необходимата, а в област Шумен, където населението е 176 925 души, има само 9 лекари по дентална медицина, което е... 5% от нормативно определените 117. Единствено в София-град, областите Перник, Кюстендил и Благоевград има осигуреност, близка или по-голяма от необходимата.

Катастрофалната ситуация в ИМП е резултат от дълги години игнориране на проблемите в сектора. Тази област отдавна не е привлекателно място за работа както за лекари, така и специалисти по здравни грижи. Липсата на адекватно финансиране е една от основните причини за това – средствата за ИМП са на почти едно и също ниво от години, което е демотивиращо за медицинския персонал и пациентите, не позволява инвестиции в ремонти и закупуване на оборудване и в масовия случай обрича публичните медицински центрове на бавна и мъчителна агония.

В същото време сме свидетели на появата на все повече модерни частни медицински центрове за първична и специализирана медицинска помощ, които са добре оборудвани, поддържани и приятни за работа. На фона на почти пълната абдикация на държавата в тази сфера, още по-скандални изглеждат опитите за ограничаване на частните инвестиции в здравеопазването на база НЗК. Още повече, когато мотив за това е защита на обществения интерес и средствата в НЗОК.

ИМА ЛИ ЛЕК ЗА ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

ОРЕЛ, РАК И ЩУКА УСПЕШНА РЕФОРМА НЕ ПРАВЯТ. ЗА ДА Е СПОЛУЧЛИВА ОПЕРАЦИЯТА, ИМА НУЖДА ОТ СЪГЛАСИЕ КАК ТОЧНО ДА СЕ ИЗПОЛЗВА СКАЛПЕЛЪТ

автор: Георги **Георгиев**

За здравеопазване в България годишно отиват над 7 млрд. лв. – тук влизат както средствата, плащани от Националната здравноосигурителна каса, така и парите, които пациентите дават допълнително за своето здраве. Доброто здраве е най-ценният актив, който може да имаме, затова за него се харчи най-щедро, но не на всяка цена. Българските пациенти също държат на качество на здравната помощ и на доверие в системата. Лекарите искат по-добри условия на труд и адекватно заплащане. Те се обединиха около мнението, че състоянието на здравната система е достигнало критичната точка на хаоса и предлаганите от Министерството на здравеопазването промени не водят до развитие и подобрение.

Хората, които се осигуряват, и особено тези, които плащат високи здравни вноски, са недоволни от това, което получават като услуга. И с основание. Знае се, че в системата доста пари се източват, че има „кранчета“, където много силно тече, а другаде – едва капе. Всеки гледа да дръпне чергата към себе си и в крайна сметка не е намерен най-добрият начин за разпределение на средствата между всички играчи на пазара. Има много „кривици“ в системата, които трябва да се оправят. Но как? Министерството на здравеопазването под ръководството на министър Петър Москов се зае с големи промени. То или не намери верния фокус, или не дозира правилно обезболяващото, тъй като резултатът е, че опитите да се въведе нов ред в системата срещат огромна съпротива и удрят на камък.

От всичко, което се случва, става ясно, че орел, рак и щука успешна реформа не правят. Здравеопазването има нужда или от магическа пръчица, или от скалпел, с който да се реже до кокал, но не и от кадифени ръкавици. С тях няма как дори един пръстов отпечатък да се остави…

Сп. „Икономика“ вярва, че за българското здравеопазване може да се намери лек. Предлагаме мнението на трима участници по темата, които поставят „диагноза“ и предписват „лечение“.

Милчо **Боров**,
управител на „Кантек":

Лекарите станаха търговци

КОЛКОТО И ДА БОЛИ, ТРЯБВА ДА СЕ НАПРАВИ ЗДРАВНА РЕФОРМА **В ИМЕТО НА ПАЦИЕНТИТЕ**

Кантек" е на 25 години, и ако бях спестил 50% от парите, които плащаме за здраве на нашите служители, щяхме да имаме модерен здравен център с висококвалифицирани специалисти и най-добра техника. Другите 50% плащаме заради всички неосигурени. До едно време правех изчисления за всичко, което сме внесли като здравни осигуровки. Сумата е огромна, тъй като плащаме здравни осигуровки върху целия размер на възнаграждението на нашите служители, а не върху минималната заплата, както правят други.

Услугата, която получаваме, не отговаря на това, за което се осигуряваме всеки месец. В повечето случаи се налага всеки от нас да си доплаща. Пътят най-често е следният: чакаш личният лекар да те приеме, той те препраща към съответния специалист, който пък те насочва към своя частен кабинет. В крайна сметка правим твърде големи осигуровки за твърде неадекватна услуга. Наред с всички, които не плащат, трябва да чакаме на опашките пред кабинетите. Освен това, когато се правят изследвания, винаги се доплаща. Лекарите станаха търговци и техният фокус на внимание вече не е грижата за пациента.

Министърът на здравеопазването д-р Петър Москов се зае с промяната, но отпорът е жесток, тъй като той се опитва да ограничи възможностите за кражби и за източване на системата. Два пъти ми се е налагало да ползвам здравните услуги, за които се осигурявам. Единият път отидох в една очна клиника. Направиха ми преглед, а после се оказа, че съм амбулаторно хоспитализиран. Подадох сигнал в НЗОК и се оказа, че са изписвали лекарства и услуги, които реално не са извършвани. Ето защо категорично съм за голяма промяна в здравеопазването. Лекарите, които се съпротивляват, е добре да знаят, че отдавна загубихме доверието си в тях. Повечето гледат на пациента като на вървящи столевки по коридорите на здравните заведения. Разбира се, има и добри лекари, които не са търговци, но те са малцинство.

Частни болници израснаха до държавните, за да може рисковите пациенти да се прехвърлят в държавните. И естествено, опитът да се сложи ред в системата, среща отпор. Но трябва отнякъде да се започне, а при такава чувствителна промяна няма начин всички да са доволни. Когато тази реформа е в името на пациента, колкото и да боли, тя трябва да се направи.

Интересите са много и най-голямата съпротива е от тези, които вече добре са се окопали. Независимо дали собствеността е частна, общинска или държавна, качеството трябва да е високо. Имаме нужда от здравеопазване на европейско ниво и който не е на висота, трябва да излиза от пазара. Ако не знаем как да реформираме спешната медицинска помощ например, нека да приложим опита на съседна Румъния, която и в това отношение ни изпревари. Вече изтърпяхме много, сега се бръкна в раната и всички трябва да изтърпим „болката", което ще е за доброто на пациента.

УСЛУГАТА, КОЯТО ПОЛУЧАВАМЕ, НЕ ОТГОВАРЯ НА ТОВА, **ЗА КОЕТО СЕ ОСИГУРЯВАМЕ ВСЕКИ МЕСЕЦ**

Д-р Галинка **Павлова**,
зам.-председател
на Българския лекарски съюз:

Това, което се прави, не е реформа

БЕЗ ДЪРЖАВНА ПОЛИТИКА ЗА ЗДРАВНИТЕ СПЕЦИАЛИСТИ

МНОГО СКОРО В ЛЕЧЕБНИТЕ ЗАВЕДЕНИЯ ЩЕ ОСТАНАТ САМО ПАЦИЕНТИТЕ И АПАРАТУРАТА

Нормативните промени, които екипът на Министерството на здравеопазването провежда, всъщност не представляват по същество реформа: няма промяна в модела на здравно осигуряване - солидарен или фондов. Предложеното по никакъв начин не възстановява първоначалната идея финансирането да следва пациента - модел, който би стимулирал загрижено отношение към пациента и високото качество на услугата. Изборът на пациентите представлява ефективен механизъм за регулация, който мотивира квалификацията на лекарите. Да не забравяме и порочната практика, че при сегашния модел се заплаща на преминал или записан пациент, което следва да се промени. Така че към днешна дата не се извършва реформа в здравеопазването, казвам това и като управител на лечебно заведение във Варна.

Нужни са генерални принципни законодателни промени по отношение на финансирането на системата в достатъчни размери, за да се гарантира конституционно право на всеки за достъп до системата. Необходимо е реално финансиране, съобразено с потребностите, след остойностяване на медицинските дейности. При невъзможност от страна на държавата да се осигури необходимият размер на средствата, ясно да се разпише времевата рамка за поемане на ангажименти. Необходимо е прозрачно и балансирано разпределение на средствата в системата за различните направления – първична извънболнична медицинска помощ, специализирана извънболнична медицинска помощ, болнична помощ, лекарства и други. Може би е дошло време да се помисли и за лични партиди - част от здравните вноски да са към общия фонд и част - в лична партида, която да се унаследява. Най-важното е да се направят промени, реално водещи до подобряване на достъпа и своевременността на медицинската услуга за здравно осигурените лица; да се формира социален пакет за неосигурените; да се стимулира по различен начин високо съвременно качество на медицинската услуга и да не забравяме прилагането на ежедневен, стриктен контрол върху разпределението и разходването на средствата от здравната каса. Важно е да има реална равнопоставеност между лечебните заведения, без значение формата на собственост. Не бива да се пропуска от фокуса на вниманието все по-нарастващият проблем с кадрите в системата. Това е световен проблем, за решаването на който е необходима държавна политика по привличане и задържане на здравните специалисти. В противен случай много скоро в лечебните заведения ще останат само пациентите и апаратурата. Разбира се, има и още много други мерки, прилагането на които ще намалят грубото администриране, но те са по-скоро допълнение или следствие.

Предстои ни много дълъг път, но все по-наложително е политическите партии да се разделят с популизма, да изрекат истината за състоянието на здравеопазването на глас и да се постигне консенсус за бъдещо развитие.

ПОРОЧНАТА ПРАКТИКА ДА СЕ ЗАПЛАЩА НА ПРЕМИНАЛ ИЛИ ЗАПИСАН ПАЦИЕНТ СЛЕДВА ДА СЕ ПРОМЕНИ

Доц. Спас **Спасков**,
консултант в здравеопазването:

Липсва цялостната визия за промените

РАБОТАТА НА НАШИТЕ ЛЕКАРИ Е КАЧЕСТВЕНА, ЩОМ ЗА ПОСЛЕДНИТЕ 15 ГОДИНИ СРЕДНАТА ПРОДЪЛЖИТЕЛНОСТ НА ЖИВОТА СЕ Е ПОВИШИЛА СЪС 7,5 ГОДИНИ

На лекарите не им е ясно каква точно реформа предстои. Министерството на здравеопазването започна някакви промени, но липсва картината на цялото, което трябва да се постигне. Постави се и въпросът трябва ли болниците да са търговски дружества. А какво ще бъдат - бюджетни структури ли ще са отново? Изобщо, хвърля се някаква бомба, че нещо ще се случи, и се чака да се види ефектът. Само от една реплика възникват много неясноти. Това плаши и създава несигурност.

Направена беше национална здравна карта. Възниква въпросът за какво ще бъде ползвана тя – дали като инструмент на мениджмънта на здравеопазването, или ще служи за съкращаване на лечебни заведения и на плащания.

Има много разумни неща, които може да се направят, но тези, които са упълномощени да ги правят, са хората във властта. Има два варианта - или пряко да се реализират някакви техни виждания и те да съответстват на това, което хората биха желали да се случи, или да направят широки обществени обсъждания и после да се съобразят с тези обществени потребности. В момента управляващите опитват да реализират някаква промяна, но им липсва добрата комуникация с онези, които на практика трябва да я извършат. Тя ще стане от работещите в системата на здравеопазването, но трябва да бъде възприета и от населението. И двете страни трябва да чувстват задоволство от бъдещи събития. Нещо подобно на това да си ремонтирате апартамента – в момента на самия ремонт усещате голям дискомфорт, но като приключи, идват добрите времена. В момента липсва доверието в хората, които би трябвало да извършат промените и не сме сигурни дали този „ремонт“ ще ни донесе доброто, или ще предизвика лавина от нови неблагополучия.

Тези, които са се заели с промените в здравеопазването, трябва да спечелят доверието. Те не намират поддръжници и е опасно, ако се стигне до фиктивно изпълнение на този замисъл и се търсят вратичките, по които промените да бъдат заобикаляни.

В здравеопазването се работи с ограничен финансов ресурс, започва да се проявява силното ограничение и откъм човешкия ресурс. Много от хората в системата на здравеопазването напускат и заминават в чужбина. Има много високи изисквания към изпълнителите на медицински услуги - сега почти всяко действие в сферата на здравеопазването трябва да се осъществява от специалисти. Завършилите наскоро медицина са направо ненужни на системата, тъй като те не са се изградили като специалисти. Все пак лекарите без специалност не са безпомощни в медицината. Парадоксът е, че за да станат специалисти, те трябва да работят в системата, а сега няма място, където новозавършилите лекари да намират реализация. Затова те отиват в Западна Европа, почти без шанс да се върнат. А ние ще трябва да привличаме специалисти от трети страни, без да предявяваме високи претенции.

И в момента работата на лекарите е качествена. Има резултати, които го доказват. За последните 15 години се наблюдава завишаване на средната продължителност на живота на българските граждани със 7,5 години. Това е функция на системата на здравеопазването. Кардиологичната мрежа в България влиза в десетката на кардиологичните мрежи в света. Някой ще каже, че там има финансиране. В такъв случай - ето го отговорът как се постигат резултати.

Източник на средства не трябва да е само НЗОК. Каква е пречката да се развие доброволното здравно осигуряване? Има механизми, по които в здравеопазването да постъпват повече средства, има и механизми за по-доброто разпределение на парите. Искаме ли здравеопазване на европейско равнище, трябва да осигурим и финансиране на европейско ниво.

ИМА МЕХАНИЗМИ, ПО КОИТО В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО ДА ПОСТЪПВАТ ПОВЕЧЕ СРЕДСТВА, ИМА И МЕХАНИЗМИ ЗА ПО-ДОБРОТО РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ПАРИТЕ

Христо **Христов**:

ПРЕОДОЛЯВАНЕТО НА СОБСТВЕНИТЕ ОГРАНИЧЕНИЯ Е ЗАЛОГ ЗА РАЗВИТИЕ

Христо Христов е основател, изпълнителен директор и мажоритарен собственик на „Дискордиа" АД. Освен в България той създава компании под същия бранд и в Румъния и Украйна. През 2008 г. създава уникален модел за франчайз с тежкотоварни автомобили, а през 2012 г. въвежда иновативен високоефективен модел в областта на тежкотоварния автомобилен транспорт, който влезе в учебни програми на Санктпетербургския държавен инженерно-икономически университет. Учебно пособие за модела се ползва и в УНСС. Христо Христов е член на УС на КРИБ.

автор: Татяна **Явашева**

Близо четвърт век, след като създадох „Дискордиа", съм убеден, че… компанията вече пише своята велика история.

Да си успешен в бизнеса означава… да постигаш високо поставени цели и да увеличаваш непрекъснато броя на последователите си. Разбира се, и на тези, които подражават.

Най-важните качества на бизнес лидера са… да не губи самообладание и да следва неотклонно приоритетните цели дори в условията на форсмажорни събития.

Според мен успешната формула за растеж на компанията е… да създадеш конкурентоспособен иновативен модел на голям пазар.

Принцип в моята работа е… да не изтърва логиката на нещата.

В сектор Транспорт и логистика днес може да просперира... всеки, който има амбицията и е готов да инвестира усилия и търпение.

Залог за развитието на нашия бизнес е… преодоляването на собствените ни ограничения.

Най-голямата спирачка за растежа е… да чакаш някакви събития да отминат или да чакаш други да се случат, за да започнеш да осъществяваш плановете си.

По правило високата конкурентоспособност зависи от… математика, логика и въображение. И „инструменти", с които прецизно да настроиш системата до третия знак след запетаята.

Сега е време… както всички други времена – подходящо за всичко.

Инвестирам в… хората в компанията, в нови технологии и нестандартни бизнес подходи.

Изберете българското, защото… има логика в това.

В отношенията с клиентите и партньорите държа на… пълна откритост и ясни правила.

Сложните ситуации… са в нашите глави. Там те се усложняват още повече или внезапно изчезват. Това е пряко свързано с нашето въображение, страх или смелост.

Ако зависи от мен, бих променил… политическата система, която отчетливо деградира. Ние, не само българите, отчаяно се нуждаем от политически лидери, за които основен приоритет е обезателно да извършат неотложните икономически и социални реформи, без да се интересуват как това ще повлияе на рейтинга им. Нещо като Маргарет Тачър.

Любима максима: … В природата съществува уникален баланс - рано или късно плащаш цената или получаваш компенсация за всичко, което си сътворил.

Моята прогноза за България след 10 години… България трябва да търси своето място в Европа с повече увереност, оптимизъм и настойчивост и да спре да си оглежда недъзите. Така, както вече го правят много български фирми на европейския и световния пазар.

Препоръчвам… транспортно-логистичният бизнес да заеме място сред националните приоритети на страната като сектор със значим дял в икономиката и сектор с традиции и голям потенциал за развитие на европейския пазар.

Фирмен профил: „Дискордиа" АД е компания за транспортно-логистични услуги, създадена през 1992 г. във Варна. В началото е фокусирана върху международния автомобилен транспорт и автомобилната спедиция. Постепенно „Дискордиа" разви железопътен, контейнерен, въздушен и мултимодален транспорт и стана една от най-иновативните компании на европейския пазар. В България за първи път чрез нея бяха внедрени няколко софтуерни решения и транспортни иновации:

- Navitrans на Young & Partners (Белгия) - вертикално транспортно решение към Microsoft Dynamics NAV
- Dynafleet - система за управление на автопарка от Volvo Trucks Corporation
- MAN Telematics
- Transics на американската WABCO
- VOLVO GOLD CONTRACT на Volvo Trucks
- BYE BACK лизингов хибрид със SOGELEASE

„Дискордиа" изпълнява дългосрочен проект с хоризонт от 2012 г. до 2020 г., в който е заложено средногодишно ниво на растеж от 35% и то се постига. Стратегическата цел е компанията да се разрасне до водещ доставчик на транспортно-логистични услуги в Югоизточна Европа.

УСПЕШНАТА ФОРМУЛА ЗА РАСТЕЖ Е ДА СЪЗДАДЕШ КОНКУРЕНТОСПОСОБЕН ИНОВАТИВЕН МОДЕЛ НА ГОЛЯМ ПАЗАР

РЕЦИКЛИРАНЕТО ТРУДНИЯТ ПЪТ КЪМ ЧИСТАТА ПРИРОДА

автор: Тони **Григорова**

Вече няма никакво съмнение, че рециклирането и оползотворяването на отпадъците е най-доброто, което може да направим с боклука, който постоянно генерираме. Рециклирането е бизнес, но това е нелек бизнес, тъй като той е свързан с огромни инвестиции и постоянно надбягване със законодателството, което поставя все по-високи изисквания към участниците на пазара. И като че ли принципът на „моркова и тоягата“ тук се прилага като все повече „тояга“ и все по-малко „морков“.

Добре е да припомним, че когато отпадъкът се преработва и от него се получава суровина, това се нарича рециклиране. Само по себе си рециклирането е вид оползотворяване. Оползотворяване е и когато от отпадъците се получава енергия. Отпадъците може да служат като гориво и по този начин да се използват. Те може да влязат в употреба и при насипни дейности. Целият този процес има смисъл заради опазването на околната среда, а и защото природните ресурси са изчерпаеми и трябва да ги пестим. Но също така е важно процесът по рециклиране и оползотворяване да се организира по начин, щадящ околната среда, уточняват от Българската асоциация по рециклиране (БАР).

Обхват

На преработка подлежат стъкло, хартия, метал, пластмаса, гуми, текстил, електроника и други материали. Рециклирането им позволява тяхната многократна употреба, минавайки през цикъла на преработване. Така офис хартията, която се изхвърля, се превръща в нова офис хартия. Това е труден процес, който е и по-скъп в сравнение с производството на същия продукт от суровини или други източници. Форма на „рециклиране“ е, че компаниите избягват да влагат някои материали в многокомпонентни продукти - било заради прекалено високата им цена, било заради високата им степен на опасност. Те намират техен заместител. Така живакът вече се избягва при направата на термометри.

В България процесът на рециклиране е в етап на развитие. Секторът стриктно следва европейските политики

за управление на отпадъците, като понася и много финансови трусове от това. Според Националния доклад за състоянието и опазването на околната среда, публикуван за 2015 г., вече се наблюдава тенденция към подобряване на практиките при управление на отпадъците - предадените за оползотворяване битови отпадъци достигат 29%, докато образуваните са намалели с около 3% спрямо 2012 г. Степента на рециклиране на битови отпадъци за страната е 103 кг на човек за година, което е знак, че се доближаваме до средната стойност от 130 кг, характерна за ЕС- 28. За Германия тази стойност е 284 кг. Статистическите данни показват, че все още сме сред страните с високи нива на депониране и съществува необходимост от значително увеличаване на нивата на рециклиране, коментират от БАР.

Висока **летва**

Действащото законодателство определя високи цели и до 2020 г. 50% от отпадъците трябва да се подготвят за повторна употреба и за рециклиране, което се отнася и за 70% от материалите от неопасни отпадъци от строителство и разрушителни работи, като при тях може да се търсят и начини за оползотворяване.

Много държави членки все още не са изградили изцяло необходимата инфраструктура за управление на отпадъците. Европейската комисия обаче смята, че с поставянето на високи цели за ограничаване на депонирането допълнително ще се насърчи разделното събиране, сортирането и рециклирането на отпадъците.

През 2013 г. общото количество на образуваните отпадъци в ЕС е около 2,5 млрд. т, от които 1,6 млрд. т не са били повторно употребени или рециклирани и следователно са били загубени за европейската икономика. Смята се, че е можело още 600 млн. т да бъдат повторно употребени или рециклирани. Затова Европейската комисия спусна нов законодателен пакет, в който водеща е идеята за кръговата икономика. Той тепърва ще се дискутира и приема. Комисията предлага да се въведе по-висока цел за подготовката за повторна употреба и рециклиране на битовите отпадъци - 65% до 2030 г., и постепенно ограничаване на депонирането на битови отпадъци до 10% до 2030 г.

Нови **мощности**

За всички основни рециклируеми отпадъци като пласт-

ПРЕРАБОТВАНЕТО И ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕТО НА ОТПАДЪЦИТЕ Е **ПОД НАТИСКА НА ЗАКОНОДАТЕЛСТВОТО И НА ПАЗАРНИТЕ РЕАЛНОСТИ**

маси, стъкло, метали, хартия, електроника, стари батерии, има налични рециклиращи мощности в страната. Общините трябва да са по-активни в изграждането на системи за управление на отпадъците, включващи необходимата инфраструктура. Водещите фактори при изграждането им, освен конкурентните цени, трябва да са и иновативните идеи и новите технологии. Тези фактори следва да бъдат съобразени от предприятията, за да може да достигат непрекъснато повишаващите се нива на рециклиране, като паралелно с това осигуряват най-висока защита на околната среда и човешкото здраве. Въпросът е имат ли общините възможност да финансират такива проекти и има ли бизнесът интерес да прави подобни инвестиции.

Пазар

Износът на рециклируеми материали основно се влияе от пазарните цени. Ако съответните предприятия извън страната предлагат по-високи цени на доставчиците, то свободният конкурентен пазар определя тяхното местоназначение и рециклиране извън България. Това означава, че местните предприятия, освен качествено рециклиране, следва да предлагат и добри цени, за да може да преработят вторичните суровини в страната.

Ако искаме да увеличим дела на рециклирането и да използваме отпадъците като ресурс, то задължителното условие за това е да има еластичност на пазарите за вторични суровини, уверяват от БАР. Икономиката може да бъде кръгова, ако на пазарите успешно се реализират вторични суровини, които се осигуряват от рециклиращия и преработващия сектор.

Трудности

Секторът е в ситуация „между чука и наковалнята“. От една страна, се поставят все по-високи изисквания, но, от друга, пазарът си е пазар. Тежки са пазарните условия през последната година, като част от бизнеса е неспособен да понесе ниските цени за някои рециклируеми материали, които едва покриват първоначалните разходи за събиране и обработка, паралелно с остра нестабилност на цените и силна конкуренция от ниските цени на първичните суровини. Няма особен смисъл в процеса на събиране на материал, ако в крайна сметка не може да се намери пазар за него, посочват от сектора.

Пазарите на вторични суровини са слаби и с малки признаци за възстановяване. Ето защо развитието на рецикли-

ращия сектор и увеличаването на неговите обеми на работа с цел ограничаване използването на природни ресурси не бива да бъде оставено само на пазарните механизми. Необходими са и регулаторни промени и икономически инструменти от страна на търсенето, за да се създадат по-устойчиви и гъвкави пазари за вторични суровини, настояват от БАР.

Накъде

Тези ниски състояния на пазарите на суровини засягат предимно рециклираните материали, което доказва необходимостта да се изравняват условията им с първичните суровини и така да се стимулират рециклиращите пазари. Европейските политици, които приемат законодателството и одобряват мерките за въвеждането на кръговата икономика, трябва да осъзнаят, че успешната политика в даден сектор не се провежда само с „тояга“, трябва да има и „морков“. Кръгова икономика може да има само ако се намери успешният модел за финансиране и функциониране на рециклирането и оползотворяването на отпадъци, съобразена с възможностите и в Източна Европа.

От БАР смятат, че на този етап нетните ползи за околната среда от рециклирането не са оценени от пазарите. Ето защо са необходими мерки за коригиране на нарушенията на пазара и стимулиране използването на рециклирани материали. Основно място сред тях заемат „зелените“ обществени поръчки, които според БАР трябва да имат задължителна, а не „доброволна“ основа, като по този начин ще се гарантира, че обществеият сектор приоритетно подкрепя рециклирането.

Друг начин за стимулиране на рециклиращия сектор е намаляването или отпадането на ДДС за рециклирани материали, за да се отчетат екологичните ползи и те да станат конкурентоспособни. Нужни са и мерки, които засилват т. нар. кръгово мислене в етапа на проектиране, като въвеждане на изисквания за екодизайн, също биха подкрепили рециклирането.

В стремежа на Евросъюза да вървим към нулево депониране чрез въвеждане на минимални нива за депониране в европейското и националното законодателство неизбежно в по-голяма степен ще се развие оползотворяването чрез изгаряне. Това означава, че в този сектор се отваря цяла нова ниша, и това трябва да бъде отразено в политиките за околна среда и управление на отпадъците. А и да бъде намерено финансиране за изграждането на повече такива инсталации.

Щом в Германия, Австрия и скандинавските държави рециклирането е не просто дейност, а е начин на живот, защо и в България да не се опитаме да следваме тези добри практики. Рециклирането има цена, отказът от него – също.

Фото **Стоян Йотов**

София вече има модерен завод за преработка на отпадъци

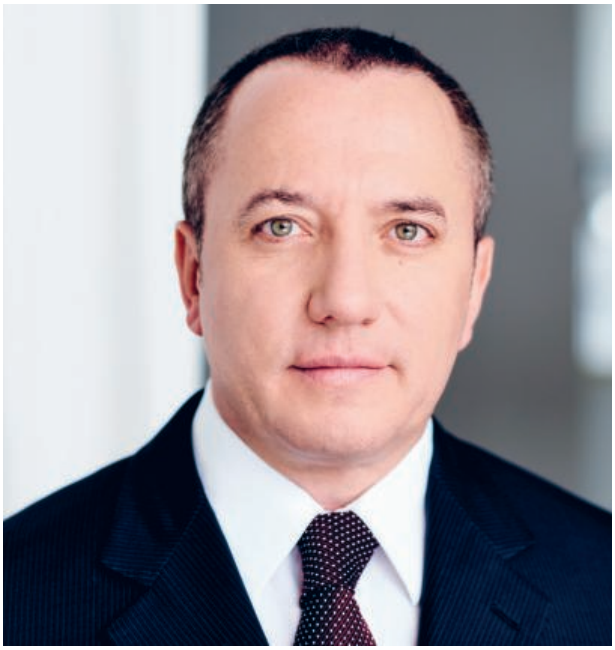
Опит назаем

Пестеливите лондончани

Лондонската мрежа за повторна употреба е финансирана с 8 млн. лири от Лондонското бюро за отпадъци и рециклиране. Създадена е през 80-те години на миналия век. Нейната цел е да намали отпадъците, а домакинствата с ниски доходи да получават дарения под формата на мебели и електроуреди. Изградена е интегрирана мрежа от центрове за повторна употреба и ремонт, гореща телефонна линия и уеб портал. В обектите се събират стари мебели, електроуреди и стоки за бита, проверява се качеството и безопасността им, ремонтират се и след това се пренасочват към новите им домове. Само през първите две години от съществуването на организацията са събрани над 8 хил. т нежелани предмети. Мрежата създава работни места и осигурява добри възможности за стаж.

Борислав **Малинов**, председател на Българската асоциация по рециклиране:

Да превръщаме отпадъците в суровина и енергия



Статистиката отчита сериозно количество на рециклируемите отпадъци, които вече не се изхвърлят на сметищата, а се преработват и се оползотворяват. Тази година министър Ивелина Василева обяви, че се рециклират 29% от отпадъците.

Като цяло смятам, че е направено немалко, но има още много, което да се направи. На сметищата трябва да депонираме все по-малко боклук, а това може да стане или като цялостно намалим нивото на генерирания отпадък, или като се увеличи рециклирането на отпадъците и тяхното оползотворяване. Вторият е по-реалистичният начин. Отпадъците може да служат като гориво и по този начин да се оползотворяват. Европейските изисквания са насочени към все по-голямо рециклиране на отпадъците, а не към тяхното оползотворяване чрез изгаряне.

Има опасни отпадъци – автомобилни масла, акумулатори и батерии, бои, лекарства, живачни лампи, кинескопи на монитори. Преди да се рециклират, те трябва да се обезвредят. Организациите за продуктовите такси имат задължението да рециклират опасни и други отпадъци. И наистина в последните пет години расте делът на събираните опасни отпадъци.

Вторият вид са отпадъците от черни и цветни метали, пластмаса, хартия и стъкло. Трябва да се търсят варианти за разширяване броя на площадките, на които се събират тези отпадъци. Сегашният закон каза „Не“ на площадките за отпадъци в жилищни райони, което е правилно. Сега те са изнесени извън жилищните райони, което обаче намалява значително притока на отпадъци. Следователно трябва да се търсят икономически стимули за активност в тази посока.

Третият вид са твърдите битови отпадъци. Те задължително трябва да минават през заводи за обработка на твърди битови отпадъци. В момента има три такива завода у нас – във Варна, София и Пловдив. Те са крайно недостатъчни, трябва да се построят и нови предприятия за преработка. Този отпадък е с висока калоричност. Технологията предвижда да се изсушава, за да се превърне в RDF (Refuse Derived Fuel) гориво за топлоцентрали, заводи за гуми или за цимент. Вторият начин е директното изгаряне и превръщане на отпадъка в енергия, както се прави във Виена. За мен е безсмислено години наред да се трупа RDF, а трябва да се мисли за бързото му оползотворяване. Бъдещето е в изграждането на заводи за изгаряне на отпадъците, които не подлежат на рециклиране. Освен произведената топлоенергия се получава и електрическа енергия, която обаче трябва да се изкупува на преференциални цени. Това ще е начин да живеем в по-чиста среда.

На територията на страната има много пунктове, които приемат вторични суровини, които след това се преработват. Те се изкупуват на определена цена. Ако разделно пуснете отпадъците в цветните контейнери, те се преработват, но не получавате пари срещу това. Има домакинства, както и офиси и предприятия, които печелят от своите отпадъци. Добре е сепарирането на отпадъците да се превърне в навик на всеки. От това зависи по-високият процент на рециклираните отпадъци. Време е общините да започнат да изграждат заводи за отпадъци, тъй като за тях става все по-скъпо боклукът да се депонира. Те ще са принудени да изграждат заводи за изгаряне на отпадъците, за да плащат по-малко за сметищата. Засега този процес върви бавно.

Бизнесът и гражданите трябва да събират разделно отпадъците. Това ще е приносът на всеки за опазването на околната среда.

ВРЕМЕ Е ОБЩИНИТЕ ДА ИМАТ ЗАВОДИ ЗА ОТПАДЪЦИ, ТЪЙ КАТО СТАВА ВСЕ ПО-СКЪПО БОКЛУКЪТ ДА СЕ ДЕПОНИРА

Инж. Светослав **Глосов**:

СТРОИТЕЛСТВОТО Е ЛАКМУС ЗА ИНВЕСТИЦИОННАТА АКТИВНОСТ

Инж. Светослав Глосов е председател на Камарата на строителите в България. Завършил е „Промишлено и гражданско строителство" във Висшия институт за архитектура и строителство в София. Има седем специализации в областта на строителството и мениджмънта на строителния бизнес. Работил е като проектант в „Гражданстройпроект" и в строителното поделение на МВР. Бил е управител на държавната строителна фирма „Проинвекс". През 1993 г. създава строителната фирма „Биад-С", която строи жилищни сгради и хотели в Банско, София и по Черноморието. Той е сред учредителите на Камарата на строителите в България. Бил е зам.-председател на КРИБ, а сега е член на Консултативния съвет на конфедерацията. Учредител е на Ротари клуб „София-Балкан", а в периода 2007 - 2008 г. е бил и негов президент. Учредител е на Ротари клуб „Банкя" и е първият негов президент.

автор: Яна **Колева**

Г-н Глосов, успя ли строителният бранш в България да се изправи на крака след големия срив, който настъпи през 2008-2009 г.?

- Сривът след строителния бум, който според статистиката бе близо 86%, постепенно се преодолява. Големият бум до голяма степен се дължеше на строителството на жилища, на курортни комплекси и изобщо на високото строителство. Когато банките спряха да кредитират такъв тип имоти, жилищното строителство се сви с над 80%. След дълъг застой в последните 1-2 години се усеща раздвижване във високото строителство. България получава финансиране от Евросъюза за обекти, които са свързани главно с инженерната инфраструктура – пътища, ВиК, пречиствателни станции, депа за отпадъци. През тези години това допринесе за запазването на работните места и за оцеляването на строителния бизнес.

- Колко са заетите в строителния сектор?

- До 2008 г. заетите бяха около 300 хил. души, а днес са между 130 -150 хил. души.

- Обемите на работа обаче достигнаха ли половината от обема по

СЛЕД ГОЛЕМИЯ СРИВ СЕКТОРЪТ ВЕЧЕ СЕ ВЪЗСТАНОВЯВА, МИНАЛОГОДИШНИЯТ ОБЕМ НА РАБОТА НАДХВЪРЛЯ ПОЛОВИНАТА ОТ НИВОТО ПРЕЗ 2008 Г.

Фото: **Денис Бучел**, в. „Строител"

онова време?

- Може би е надхвърлен повече от половината от обема на работата. Зависимостта между кадрите и обема на работа не е правопропорционална, тъй като високото строителство изисква висока заетост на хора, а големите инфраструктурни обекти се нуждаят от повече техника и материали и сравнително по-малко хора на терен. Като цяло обаче свиването на обема на работата доведе до намаляване на заетостта в сектора. Проблемът е, че заради този процес добрите кадри – от работници и майстори до инженерния и техническия персонал – потърсиха и намериха заетост извън страната. Това вече се отразява негативно на целия строителен бранш.

- Обществените поръчки ли са основен двигател на развитието на бранша?

- Над 80% от финансирането в строителния сектор е от обществени поръчки, като около 90% от тях са по европейски програми. Те са главен източник на финансиране на нашата дейност.

- В такъв случай какво предстои за строителния бранш и за цялата икономика след 2020 г., когато европейското финансиране спира?

- Това е проблем, по който ние мислим, коментира го и правителството на форумите, организирани от Камарата на строителите в България (КСБ). Дотогава трябва да стане така, че българската икономика да е в състояние да не разчита в такава степен на европейско финансиране, а основно на държавни и частни инвестиции. За съжаление в нашия сектор чуждестранните вложения са твърде малко. Забелязва се, че интересът на външните инвеститори в строителство много бавно се възстановява.

- В момента чуждестранните инвестиции, доколкото ги има, в какъв вид строителство са насочени?

- Те са основно за изграждането на бизнес и търговски центрове, както и за строителството на промишлени бази. Добър пример е „Тракия икономическа зона“ в Пловдив. Там чуждестранни компании създават своите удобства за различни производства.

- Обществените поръчки станаха ли по-справедливи?

- Когато започнаха първите тръжни процедури по обществените поръчки, свързани с европейското финансиране, се залагаше на най-ниска цена. Твърдеше се, че най-ниската цена е най-справедлива. Това доведе до дъмпинг и нелоялна конкуренция и има много примери за това. Автомагистрала „Люлин“ бе спечелена на дъмпинг, а после допълнително бяха платени над 45 млн. лв. от българската държава. Подобна беше ситуацията с „Дунав мост II“. За Лот 4 на автомагистрала „Струма“ гръцката фирма „Актор“ предложи най-ниска цена, а после се наложи правителството да плаща допълнително за изграждането й. Това не е най-добрият вариант.

- Ако критерият за избор на изпълнител ще е най-ниската цена, то тя до края на изпълнението трябва да си остава такава, а не да се правят анекси към договорите…

- Това е правилното решение и такъв беше призивът на Камарата към съответните управляващи органи. Но политиката в последните години, независимо кое правителство беше на власт, бе да се избира най-ниската цена. После се правеха анекси към договорите, които да покриват по-високите разходи, за да бъдат завършени обектите. Иначе България трябваше да връща пари на Брюксел. Ние смятаме, че икономически най-изгодната оферта е по-добрият критерий и ако няма наистина обективни причини, допълнително финансиране не бива да се допуска.

- Браншовите организации трябва да са значим фактор в този процес. Необходим ли е закон за браншовите камари?

- Мисля, че би било много трудно да се обединят всички браншови камари в общ закон, тъй като те са много различни. Такава идея имаше преди 15 години, но тя вече не е актуална, тъй като за отделните браншове и техните организации вече има приети закони и те работят от години. КСБ например е създадена със Закона за Камарата на строителите. Такъв закон има и за Камарата на архитектите и инженерите. Със закон са създадени и Нотариалната камара, и Камарата на частните съдебни изпълнители.

- Каква може да е ролята на браншовите камари?

- Аз мога да говоря за Камарата на строителите в България. Във връзка с темата обществени поръчки ролята на камарата е да настоява за създаването на конкурентни условия, както и за това търговете да се провеждат справедливо. С оглед на все по-големия недостиг на подготвени специалисти сред основните ни приоритети е и да работим за повишаване на квалификацията на кадрите.

- Строителството отразява инвестиционната активност. В такъв случай как изглежда българската икономика през вашия поглед?

- Строителството наистина е лакмус за случващото се в икономиката. Когато нашият сектор бележи спад, значи, че започва икономическа криза. Когато при нас започне възстановяване - значи, че настъпва цялостно подобрение на икономиката. Добрата новина е, че вече се забелязва ръст в строителството.

- Строят ли се нови предприятия в България?

- Да, строят се, развиват се и нови индустриални зони.

- Качеството на строителството през последните години видимо се подобрява. Благодарение на какво става това?

- До 2008 г. в жилищното строителство имаше бум и мнозина станаха предприемачи точно в тази сфера. Всичко се реализираше на пазара, като при продажбата качеството не беше толкова важен елемент. Така се стигна до презастрояване. Днес обаче пазарът търси качественото строителство - както като жилища, така и като инфраструктурни обекти.

- Отмина ли времето на жилищно строителство „на зелено“?

- В обема, познат до 2008 г., ще признаем, че отмина. Но когато се види, че проектът е качествен и инвеститорът е сериозен и разполага с обезпеченост, има продажби и „на зелено“. Така пазарът пряко влияе върху качеството на продукцията.

- През тези години какъв вид компании останаха на пазара?

- Оцеляха фирми с традиции. Когато беше създаден регистърът на Камарата на строителите в България, в него бяха вписани около 6800 фирми. В момента те са около 4500. В първите години на срива отпаднаха доста фирми, после се появиха и нови. Масово си отидоха фирми, съз-

дадени по време на бума на жилищното строителство с цел да се възползват от момента на силния интерес и растящите по онова време цени.

- При положение, че над 80% от средствата в строителството са от обществени поръчки, излиза, че ролята на политическия лобизъм е много голяма…

- КСБ лобира единствено за по-добри закони, за по-добри нормативни актове, за по-добра бизнес среда. А кой печели обществените поръчки, е въпрос към онези, които организират търговете и оценяват тръжните документи на участниците.

- Качеството на пътната инфраструктура е болна тема. Защо пътищата у нас са толкова лоши?

- Дъмпингът в цените при обществените поръчки веднага се проявява в лошото качество. Ниската цена винаги е свързана с компромиси при използваните материали и качеството на строителната продукция. Парите за поддръжка и рехабилитация на пътната мрежа не достигат.

- Как фактът, че оглавявате Камарата на строителите в България, се отразява на вашата предприемаческа активност?

- Не мисля, че трябва да се търси връзка. Убедеността ми е, че позицията, която заемам, не бива да влияе на участието ми в обществени поръчки. Моята компания има участие само в 3-4 обществени поръчки през шестте години, откакто съм на този пост. Фирмата ми работи главно с частни възложители.

- Каква е вашата смела мечта за развитието на строителния сектор?

- Мечтата ми не може да е много смела, при положение че в България строителният бизнес разчита предимно на обществени поръчки, а тази година те ще са малко поради прехода между двата програмни периода. Но все пак съм оптимист, защото докато ги има европейските фондове, работа ще има. Въпросът е, че българската икономика трябва да се развива така, че да осигурява достатъчно средства за строителство, за инфраструктура, за изграждане на мощности. Ако икономиката върви нагоре, хората ще инвестират повече средства за нови жилища и за подобряване на условията на живот. Те ще правят ремонти. Ще се строят и нови предприятия.

- Излиза, че най-важният въпрос е какво следва след 2020 г.?

- Макар и не в този вид, възможности за ползване на европейски средства ще има и след 2020-а. Дали ще бъде под формата на инвестиционни механизми, подобни на плана „Юнкер“, или други финансови инструменти - това е въпрос, на който политиците ще трябва да намерят отговор. Важно е те да гледат напред, а не само в рамките на своя мандат. Другият важен момент е да се работи за привличане на частни инвестиции и осигуряване на привлекателни условия за бизнеса в България.

НАД 80% ОТ ФИНАНСИРАНЕТО Е ОТ ОБЩЕСТВЕНИ ПОРЪЧКИ, КАТО ОКОЛО 90% ОТ ТЯХ СА ПО ЕВРОПЕЙСКИ ПРОГРАМИ

ДИГИТАЛНИЯТ МАРКЕТИНГ Е ВЕЧЕ ТУК

ТЕХНОЛОГИИТЕ РЕВОЛЮЦИОННО **ПРОМЕНЯТ КОМУНИКАЦИЯТА**

автор: Татяна **Явашева**

Интернет не просто промени маркетинга, а и постоянно го променя. Маркетингът е комуникация и успешните продажби днес налагат нов вид контакт между бизнеса и неговите клиенти и потребители. С глобалната свързаност, която интернет ни даде, с развитието на технологиите и на социалните мрежи комуникацията се пренесе в интернет. Новите канали за въздействие дават възможност за персонално внимание от нов вид. Интерактивната комуникация позволява на компаниите удобна и бърза връзка с техните клиенти, дава им шанс полесно да получават мнението на своите потребители и да реагират адекватно в кризисни ситуации.

Дигиталният маркетинг включва много активности, свързани с по-доброто представяне на всеки бранд. Няма никакво съмнение, че за да са успешни, компаниите трябва да са все по-активни. И да осъзнаят, че дигиталният маркетинг е не просто възможност, той е технологичният начин на комуникация.

Сп. „Икономика“ предлага мнението на трима специалисти по дигитален маркетинг, които коментират неговото динамично развитие.

Димитър **Димитров**:

Клиентите все по-лесно ни намират

Димитър Димитров е основател на студиото за дигитален маркетинг Inbound.BG. Специалист с над 8 години опит в онлайн маркетинга и интернет рекламата. Работил е за няколко популярни медии и за една от най-големите агенции в САЩ за Local SEO услуги.

Г-н Димитров, активните хора са в интернет и това прави по-лесна комуникацията с тях. Какви обаче са предизвикателствата пред дигиталния маркетинг?

- Директно изстрелвам двата най-големи проблема на българския пазар. Първият е подученото потребителско очакване, че постоянно трябва да има намаление, да е „по-евтино“. Вторият е в самия бизнес – много голяма част от големия, средния и малкия бизнес тук следва старите методики в маркетинга, живее в 90-те и разчита на застаряващ маркетингов мениджмънт.

- Вие сте специалистите, които знаят как трябва да се правят нещата днес. Но как стигате до вашите клиенти и как печелите тяхното доверие?

- Inbound.BG заложи на един все още странен в България подход – маркетингът на харесването. Ние не търсим клиенти – те сами ни намират, след като са осъзнали от какво имат нужда и имат поне бегла представа какво искат да постигнат в дигитална среда. Може да прозвучи странно, но работи много добре. И Inbound.BG е само едно от доказателствата за успешен бизнес, използващ този подход.

- Технологиите се развиват постоянно. С каква скорост се променя дигиталният маркетинг?

- Скоростта в дигиталната среда е доста бърза. Често има неочаквани промени в рамките на един ден. За щастие големите промени се случват 3-4 пъти в годината и все още повечето маркетолози могат да реагират, без да се стресират прекалено много. По лични наблюдения обаче честотата на промените се засилва с всяка изминала година.

- Кога и как създадохте Inbound.BG, колко души работят в компанията, какъв е вашият фокус на работа?

- Идеята за Inbound.BG съществува още от 2010-а. До 2013-а беше една мечта, която имаше нужда от събиране на опит, на контакти, на проучване и събиране на стартов капитал. И така до 12 април 2013 г. Към днешна дата в студиото е събран екип от петима професионалисти, зад които обаче стоят сериозни партньори от бранша – както преки конкуренти, така и приятели.

- Работите на практика за цял свят. От кои страни имате най-много клиенти? Избират българска компания заради цената или...

- Услугите ни са достъпни и приложими в цял свят, без значение къде сме базирани. Като брой клиенти най-много има-

НАЙ-ВЕРОЯТНО В СЛЕДВАЩИТЕ ДВЕ ГОДИНИ **ДИГИТАЛНАТА РЕКЛАМА ЩЕ СТАНЕ ПЕРСОНАЛИЗИРАНА**

ме от България. Като дял на приходите – водещи са САЩ, Австралия и Великобритания. Това се дължи на факта, че при нас услугите са на почасова ставка и в по-развитите страни имат нужда от доста повече работни часове за постигането на дадени цели, отколкото в България. По мои наблюдения избират ни не заради цената – ценово сме сравнително скъпи за България, а в чужбина сме в горната граница на средния клас. Залагаме на високо качество на услугите и обслужването на клиентите. Казват, че скъпото трябва да е по-качествено и по-хубаво.

- По ваши наблюдения какво все още не е разбрал бизнесът в България за дигиталния маркетинг?

- Все още голяма част от бизнеса не може да се ориентира в „новото“, „динамичното“ и различното. В немалка част от срещите виждам учудените погледни на управителите или на маркетинговите мениджъри, когато чуят, че рекламните криейтиви, бюджет и таргетиране може да се променят 24/7, без почивен ден, без нужда от договорки за цени. Все още много компании отказват да приемат, че рекламата в интернет е измерима много по-точно, по-лесно, по-евтино и по-бързо от добре познатите похвати – радио, печатни издания, телевизия, билборд реклами.

- Вашата прогноза за развитието на дигиталния маркетинг в срок от 2-5-10 години?

- Очаквам в следващите 2 години дигиталната реклама да стане персонализирана, най-вече заради навлизането на смарт устройствата за носене на ръката, както и виртуалната реалност. До 5 години вероятно ще виждаме много добри локални реклами, докато минаваме покрай обекти – на база интересите и историята на търсенията, плюс покупките ни ще виждаме реклами на неща, които наистина ни интересуват. Вероятно ще се е родила още една социална мрежа, която да се конкурира пряко с Facebook, докато други ще са останали в миналото. До 10 години – доста далечен изстрел, но аз очаквам за този период да се е появило следващото голямо нещо от ранга на Facebook, а маркетинговите канали да са станали изключително персонализирани, комуникацията с таргет групите вероятно ще е доста автоматизирана и повечето задачи ще се вършат от алгоритми. Ще поживеем и ще видим.

Явор **Сяров**:

Доброто познаване на потребителя е условие за успех

Явор Сяров е управител на ROCKET Studio. Той е експерт по дигитален маркетинг и интернет реклама с над 6 години опит в тази сфера. Заедно със своя екип е планирал и реализирал десетки успешни AdWords кампании за български и чуждестранни клиенти, като през последните 2 години пренася успешния си опит и във Facebook рекламата.

Г-н Сяров, как се развива електронната търговия в България?

- Изключително динамично. Според последните данни от НСИ ръстът на продажбите за 2014 спрямо 2013 г. е около 16%, което не е никак малко, но ръстът на продажбите за 2015 спрямо 2014 г. е над 70%. Важно е да се отбележи, че в електронната търговия все още има огромен сив сектор, което означава, че процентите са още по-големи. Спокойно можем да твърдим, че за една година оборотите са се удвоили.

- С какво ROCKET Studio е полезно за всички, които желаят да направят своя онлайн магазин?

- Занимаваме се с изработка и развитие на онлайн магазини от над 6 години и за това време сме се сблъсквали с много казуси и проблеми, които е трябвало да решим. Преди няколко години беше значително по-лесно да стартира един сайт. Конкуренцията беше значително по-малка и клиентите недотам претенциозни - като се започне от визията на сайта и се стигне до снимките на продуктите и тяхното описание. Днес конкуренцията е огромна. Потребителят има избор от стотици сайтове в една и съща ниша, той търси и сравнява предлаганите продукти. Успява да продаде този, който предлага удобен и лесен за навигация сайт, качествени снимки на продукта и подробна информация за него. От значение са и допълнителните услуги, които получава: безплатна доставка,

гратисен период за връщане, монтаж и др.

- Какво е добре да се знае за електронната търговия и за начините да се привличат повече клиенти?

- Най-важното е да познавате потребителите на въпросния продукт или услуга. Има много и различни канали за рекламиране в интернет, но това, кои ще се използват, зависи от аудиторията, до която трябва да се достигне, и посланието, което трябва да се предаде. Според проучване от миналата година 63% от потребителите са посочили като основен фактор за решение за покупка безплатната доставка, следва продуктовото разнообразие и сигурността на плащането, както и защитата на личните данни.

- Какви са предимствата и рисковете на онлайн търговията за тези, които развиват този бизнес, и за онези, които се възползват от тази услуга?

- Предимствата за търговците са значително по-малките бюджети, нужни за стартирането на онлайн магазин. При онлайн магазините нямате географско ограничение и броят на потенциалните клиенти е огромен. Недостатъците за търговците са все по-голямата конкуренция на пазара. По-големите и по-стари търговци имат утвърдено име, редовни клиенти и много приложени добри практики, изградени с времето. Също така техните бюджети за реклама са значително по-големи, което също е предпоставка за по-трудното навлизане на нови играчи.

Предимствата за потребителите са възможността да пазаруват и да изберат продукт от комфорта на дома или офиса, като пестят време. Много голяма част от клиентите са от малки населени места, където липсва разнообразие от стоки. Основният недостатък за клиентите е, че те се докосват до продукта едва след като го получат. Това има своите решения, като опциите, предлагани от куриерските фирми са: „Прегледай, преди да платиш“, гаранциите и гратисните периоди, които търговците и законът предлагат за покупка онлайн (минимум 14 дни след покупката).

- Кога беше създадено ROCKET Studio и защо се фокусирахте точно върху електронната търговия?

- В сегашния вид агенцията беше създадена през 2012 г. През 2009-а започнахме като рекламна агенция, с времето решихме да ограничим услугите с цел подобряване на качеството само до уеб дизайн и интернет маркетинг. Съсредоточаването върху електронната търговия дойде като естествено развитие на агенцията. Изградихме дълготрайно сътрудничество с клиенти и партньори в тази сфера. Развитието на един онлайн магазин не завършва с неговата направа, което е и причината за дълготрайна ангажираност с нашите клиенти.

- Предимство или недостатък е компанията да е базирана във Варна?

- В началото пазарът не беше толкова развит и това беше проблем, защото клиенти от други градове трудно ни се доверяваха, но пък конкуренцията беше значително по-слаба на местно ниво и нямахме голяма нужда от клиенти извън града. С развитието на пазара и на агенцията факторът, че сме базирани във Варна намаля, но все още има клиенти, които предпочитат да имат личен контакт. Работим успешно с клиенти от други градове и държави, вече има достатъчно дигитални възможности за комуникация от разстояние и смятам, че с времето това, къде е базирана агенцията, няма да е фактор.

- Как създавате доверие сред клиентите си?

- С качествена работа и познания. Основно новите ни клиенти идват от препоръки. Продуктът, който предлагаме, е от голямо значение за компаниите, с които работим, защото реално изработваме тяхното онлайн представяне пред света. Такова решение се взема много по-трудно. Стремим се да предоставяме възможно най-качествения продукт и да оправдаем доверието на нашите клиенти, защото тяхното успешно развитие води и до нашето развитие като агенция.

- Какви тенденции виждате в дигиталния маркетинг и в електронната търговия и какво бъдеще се очертава след 5-10 години?

- В нашия бранш трудно може да се направи прогноза за година напред, а още по-трудно за 5 или 10 години. Допреди 10 години телефон без бутони и само с тъч скрийн беше екзотична идея - първият iPhone се появи през 2007 г. Днес телефон с бутони е екзотика. Навлизат устройства за виртуална реалност. Всяко нововъведение достига до целия свят изключително бързо. Нашата задача е да се адаптираме и да учим бързо и навреме, за да можем да сме адекватни на пазара.

- Как технологичното развитие променя дигиталния маркетинг?

- Смартфоните са актуалният пример за влиянието на технологиите. Преди година от Google обявиха, че мобилните търсения са надвишили тези от десктоп компютри. По данни от посещенията на наши клиенти за България, мобилният трафик е около 40%. Т. е. сайт, който не е адаптиран за мобилни устройства, днес е нещо недопустимо, а само допреди няколко години беше по-скоро добро допълнение. Достъпността и удобството на мобилните устройства, все по-ниските цени на мобилен интернет ще затвърждават и увеличават този фактор. Нашият бранш е сред тези, които най-бързо въвеждат новите технологии. За да сме конкуренти, ние учим, усвояваме и прилагаме нови технологии още преди тяхната масовост.

Константин **Бъчваров**:

Цифровизацията е във възход

Константин Бъчваров е специалист по дигитален маркетинг. В продължение на 5 години работи за редица български и британски компании с основна роля управление на интернет проекти и дигитален маркетинг. От 2014 г. е собственик и управител на ФОРЕКТ - компания за интернет бизнес планиране и управление на уеб проекти и дигитален маркетинг, а от 2015-а е маркетинг директор в Ozone.bg. Информатик по образование и със специализация в Техническия университет в Кемниц, Германия.

Г-н Бъчваров, как се разпали страстта ви към дигиталния маркетинг?

- Още през 2009 г. гледах видеото на Ерик Колман, което ми показа какво се случва в дигиталния свят и какво предстои през следващото десетилетие. Малко по-късно прочетох и книгата Socialnomic на Ерик Колман, която буквално преобърна представите ми за интернет и предначерта моя път в социалните медии и дигиталния маркетинг.

- Разкажете за вашата работа…

- Ozone.bg е един от най-бързо развиващите се електронни магазини за развлечения. Компанията вече 8 години е на пазара и е лидер в електронната търговия с видеоигри, геймърски аксесоари, книги, детски играчки, филми, настолни игри, техника и др. Ozone.bg успя да се наложи с новооткритите си каталози от продукти, благодарение на доброто клиентско обслужване, което постоянно усъвършенстваме, безплатната доставка за цялата страна, атрактивните промоционални предложения.

- Какви са възможностите на дигиталния маркетинг, кое съществено го отличава от традиционния маркетинг?

- Възможностите на дигиталния маркетинг са необятни. Живеем в цифрова ера и е предизвикателство да филтрираме нужната ни информация всеки ден. Основното, което отличава дигиталния от традиционния маркетинг, са безграничните възможности на информационните технологии, които еволюират постоянно.

- Какво е важно за онлайн присъст-

ОСНОВНОТО, КОЕТО ОТЛИЧАВА ДИГИТАЛНИЯ ОТ ТРАДИЦИОННИЯ МАРКЕТИНГ, **СА БЕЗГРАНИЧНИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ**

вието на всеки бизнес и за дигиталната комуникация с клиентите?

- Най-важно е да бъде добре подготвен за това, което го очаква в интернет. Да са убедени, че дигиталният маркетинг е инвестиция, а не разход. А що се отнася до дигиталната комуникация с клиентите, правило номер едно е откритост и изчерпателност. Нищо не остава за дълго време скрито в интернет.

- Има ли таван на възможностите на електронната търговия?

- Таванът никога не може да се достигне и технологии като виртуалната реалност са на път да докажат това отново.

- Какви са тайните – как онлайн да стигнем до повече клиенти и да спечелим доверието им?

- Не мисля, че някой би разкрил своите тайни, но бих обобщил следните насоки - ясна стратегия, последователност в действията, конкретни цели, отново честност и откритост.

- Лично вие как стигате до нови клиенти и как печелите доверието им?

- Достигането до нови клиенти не е толкова голямо предизвикателство, колкото тяхното задържане. Спечелването на доверието им е процес, основаващ се на дългосрочна и постоянна работа, поддържане на взаимоотношенията с тях, персонализация, сегментация и непрестанно поддържане на техния интерес.

- Дигитализацията все повече се превръща в съществен фактор за всеки бизнес. Вашата прогноза за това, което му предстои на дигиталния маркетинг?

- Живеем във времена, в които дигитализацията е в своя възход. Информационните технологии са толкова динамични, че е трудно да се даде точна прогноза какви нови хоризонти предстоят на дигиталния маркетинг. Със сигурност обаче ни очакват трендове като Marketing Automation, Big Data, Internet of Things, Mobile Marketing.

УМЕНИЕТО ДА ГОВОРИШ ПРЕД ПУБЛИКА Е КАТО ХОДЕНЕТО НА ФИТНЕС - ИСКА СЕ ТРЕНИНГ И БОГАТА ПРАКТИКА

Мартин **Петров**:

ОРАТОРСКОТО МАЙСТОРСТВО Е ОТЛИЧИТЕЛНА ЧЕРТА НА ВСЕКИ ЛИДЕР

Живеем във време на ожесточена конкуренция, поразителна комплексност и ускоряваща се промяна – предупреждава Питър Дракър, когото често наричат баща на мениджмънта. Днес наличието на много информация разколебава нашата вяра кое си струва да следваме и на какво да се доверяваме. Оттук произтича и трудността пред такава аудитория да бъдем вдъхновяващи лидери. За личности като Мартин Лутър Кинг, Кенеди, Линкълн, Чърчил, Рейгън, Нелсън Мандела, Махатма Ганди, Майка Тереза, като добавим и Хитлер, Мусолини, Ленин, е характерно, че са притежавали умението да вдъхновяват, да мотивират, но и да манипулират, да карат толкова много хора да ги следват. Във времето, когато информацията е на един клик разстояние, хората много по-трудно се доверяват. Но и днес за вдъхновяващия лидер изкуството на публичната реч играе ключова роля.

Успехът и **падението**

Ако започвате бизнес, трябва да презентирате идеята си пред инвеститори, да съберете екип, който да ви следва, и, разбира се, да създадете мрежа от истински верни и лоялни клиенти. Вие сте този, който трябва да убеди всички тези хора да повярват във визията ви. Ако заемате лидерска позиция в дадена организация, трябва да вдъхновите екипа си и хората на всички нива в организацията. Особено при проблеми в организацията е трудно да запазите доверието на всички тези хора. Джон Максуел твърди, че успехът и падението на компанията винаги се дължат на уменията на нейните лидери. Към това може да добавим, че успехът и падението на лидерите зависи изцяло от тяхното умение за комуникация и от способността им да вдъхновяват хората около себе си.

Какво владеят **вдъхновяващите лидери**

Известни са седем „тайни“ навика, които всички велики оратори и лидери в човешката история са използвали. Първо е умението да започнем енергично и мотивиращо нашата реч, в която представяме дадена идея. За целта трябва да създадем силна физическа и емоционална връзка с аудиторията, така че още в първите две минути да спечелим тяхното доверие и те да минат на наша страна. Второ, трябва да умеем да създаваме и да разказваме завладяващи истории, които да пренасят аудиторията в нашия свят, в нашата мисия, в нашата визия за света, в нашата идея и послание. На трето място трябва да имаме много добре подготвено съдържание. Твърди се дори, че не е толкова важно какво казваш, а как го казваш. Живеем обаче във века на информацията и съдържанието е от жизненоважно значение, но хората ще се доверят на друг и ще последват него, не вас, ако той е по-убедителен. На четвърто място идва важността как казваме това, което казваме. Значим елемент от вдъхновяващата реч е именно това, как „говорим“ посредством езика на тялото си. Следва петият елемент - как използваме един от най-въздействащите инструменти – гласа. Тук е важно умението да го модулираме, за да предаваме емоции на тези, които ни слушат. Шестият елемент е умението от сцената да „продаваме“ себе си, дадена идея, кауза и визия. Това е едно от най-предизвикателните за усвояване умения, но и най-възнаграждаващото. Много хора в днешно време се страхуват да „продават“ себе си и идеите си. Те не знаят как да преодолеят страха от това да продаваш. Първото нещо, което трябва да притежаваме, за да продаваме, е правилната нагласа. Да продаваш означава да помагаш. Ако искаш да помогнеш на хората, трябва да продадеш идеята си. В противен случай не ще помогнеш нито на тях, нито на себе си. Така стигаме и до седмия елемент, който е умението да приключим речта си с „УАУ“. Речта трябва да завърши по начин, който дълго да отеква в сърцата и в умовете на хората. УАУ ефектът е скритият коз на всеки велик оратор.

Как да създадем **контакт с аудиторията**

Първо, бъдете като тях. Съобразете облеклото, езика и

Фото: Камелия Ерменкова

Мартин Петров е сертифициран обучител по „меки" умения, ораторско майсторство и лидерство, като до момента е провел близо 2000 обучения за 7000+ човека в България. Смята, че неговата мисия е да помага на хората да бъдат по-успешни в това, което правят, да постигат по-високи резултати, да реализират мечтите и пълния си потенциал. Неговата дългосрочна цел е да създаде основно училище, гимназия и университет, които ще имат за цел индивидуално да развиват уникалната комбинация от таланти на всеки. Вярва, че хората в България са родени с безграничен потенциал и трябва да има начин и място, където да се научат как да го използват.

поведението с това на аудиторията. Така ще ви приемат по-лесно още с първия поглед. Като в началото е добре вие да ги посрещнете там, където се провежда вашата реч или презентация. Нека да се уверят, че наистина са важни за вас. Второ, говорете със страст. Страстта е заразна, но за да заразите със страст аудиторията, трябва първо вие самите да покажете страстта си към това, за което говорите. Стив Джобс създаде няколко продукта, но никога не говореше за продуктите, неговата страст беше клиентите на Apple да имат уникално преживяване с продукта посредством неговия дизайн. Като визионер за него беше жизненоважен не толкова самият продукт, а дизайнът, чрез които променяше света. Трето, забавлявайте хората. Ако ги накарате да се усмихнат още отначало, ги печелите за цялата презентация или реч. Дори и да ви предстои да говорите за нещо много сериозно, вие трябва да създадете уникално преживяване, след което да остане само положителна емоция. Разчупете леда с няколко забавни лирически отклонения и ги разсмейте, след това дори и да се налага да ги разплачете, ефектът ще бъде още по-въздействащ поради контраста на емоциите, преживян от вашата аудитория. Бъдете искрени и бъдете себе си.

На влакчето **на ужасите**

Перфектната презентация или реч е с продължителност от 18-20 минути. Ако е по-дълга, трябва да създадете цикъл от емоции и съдържание, които се повтарят през 20 минути. Аудиторията трябва да е като на влакче на ужасите. Изкачвате се нагоре, след това слизате рязко надолу, след това надясно и ги обръщате с главата надолу и те никога незнаят, какво ще се случи след минута и накъде ще завие влакчето. Накарайте ги да работят с въображението си, за да стигнат сами до извода. Ако не им дадете тази възможност, ще ги изгубите много бързо. Създавайте така наречените „Еврика" моменти, в които цялата аудитория в един и същи миг проумява смисъла на думите ви. Ораторското майсторство е като ходенето на фитнес - иска се тренинг и богата практика. Ако ви предстои да правите презентация, има едно добро физическо упражнение - изтичайте няколко пъти нагоре-надолу по стълбите, за да свикнете с ефекта на зачервяване, сърцебиене и задъхване. Дайте време на тялото си да се адаптира към стреса, който предстои на сцената.

Ако нещо си заслужава да бъде направено, то си заслужава да бъде направено недостатъчно добре в началото, докато разберем как да го правим наистина добре, твърди Лес Браун, който изследва психологията на успеха. Във всеки един от нас се крие велик оратор. Да дадем шанс на вдъхновителя у нас да се прояви.

БЕЗПЛАТНИЯТ ВЕСТНИК НА БЪЛГАРИЯ

www.kmeta.bg

КИБЕРСИГУРНОСТ В **ОБЛАКА**

БЪЛГАРСКИЯТ СТАРТЪП PCLOUD ПОДДЪРЖА НЕПРОБИВАЕМА ЗАЩИТА НА СВОЯТА КРИПТОГРАФСКА УСЛУГА

Знаем как да помогнем както на малкия и средния бизнес, така и на големите корпоративни клиенти, уверява Тунио Зафер

автор: Яна **Колева**

Българската компания pCloud предизвика хакерите от цял свят да участват в pCloud Crypto Challenge, в което да разбият защитата на криптирана папка с неизвестно съдържание. През февруари криптографската услуга pCloud Crypto привлече вниманието дори на Световния мобилен конгрес в Барселона (MWC 2016). Но след шест месеца 2860-те участници в двата кръга на pCloud Crypto Challenge, сред които много индивидуални хакери, организации, дори и университети като MIT, Berkley, Boston, не успяха да направят пробив в защитата. Криптографската услуга pCloud Crypto се доказа като неразбиваема и наградата от 100 000 долара остана непокътната, коментират от pCloud.

В началото бе **идеята**

С екип от няколко души Антон Титов и Тунио Зафер създават pCloud в началото на 2013 г., като услугата започва да се предлага през септември същата година. Част от екипа има сериозен опит как се организират големи обеми от данни с огромен световен трафик и високо потребление. За кратко време разработват услуга, която в много отношения е по-добра алтернатива на съществуващите на пазара. pCloud е проектирана и създадена от нулата, без да се ползват готови решения и инфраструктури. Точно това дава възможност за по-голяма гъвкавост, рентабилност и стабилност на бизнеса. Компанията се появява години след като е започнало предлагането на услугите, свързани със съхранението на данни в облака, но екипът гледа на това като на свой плюс – взема пример от силните и слабите страни на своите конкуренти и разработва иновативна услуга от ново поколение. Въпреки силната конкуренция, компанията вече има над 4 млн. потребители от цял свят, като само за последните четири месеца броят им е нараснал с 1 млн. pCloud вече е на четвърто място по уеб трафик сред специализираните доставчици на облачни услуги в световен мащаб.

Развитие

Екипът включва над 40 специалисти - млади, амбици-

Фото Стоян **Йотов**

озни, с идеи, и предстои да се разраства. Централата на компанията е в Швейцария, там са хората, които отговарят за международните партньорства. Основният екип, който разработва и развива продукта, се намира в България.

Пазарите, на които имат най-много потребители, са САЩ, Европа, Турция, Бразилия и Азия - Близкият и Далечният изток. България е на 14-о място по регистрирани потребители. Основен приоритет е създаването на повече фирмени представителства на ключови пазари по цял свят. Целта е до края на 2016 г. да имат 10 млн. потребители, а една от дългосрочните им цели е да влязат в топ 5 на световните клауд услуги.

Предимства

Облачните услуги стават все по-популярни. За бизнеса използването им намалява разходите и улеснява работния процес вътре в компаниите. За масовите потребители съхранението на данни в облака може да им осигури тяхната най-голяма лична библиотека за електронни книги и му-

ТУНИО ЗАФЕР СЪВЕТВА

Как се създава стартираща компания

✓ Трябва да имаш идеята, да си видял проблема и да си намерил решението за него.

✓ Необходимо е да събереш екип, на който да може да разчиташ, екип, който вярва в идеята, в продукта, в колегата до себе си. Екип, който носи искрата в очите си, амбицията, мотивацията и желанието да участва в нещо много предизвикателно и трудно.

✓ Не трябва да спираш да предизвикваш сам себе си, да търсиш нови хоризонти, дори и когато жънеш успехи.

✓ Трябва непрестанно да се интересуваш с какво може да си полезен на своите клиенти и да предвиждаш потребностите им - как да направиш живота им по-лесен чрез продукта или услугата, които предоставяш.

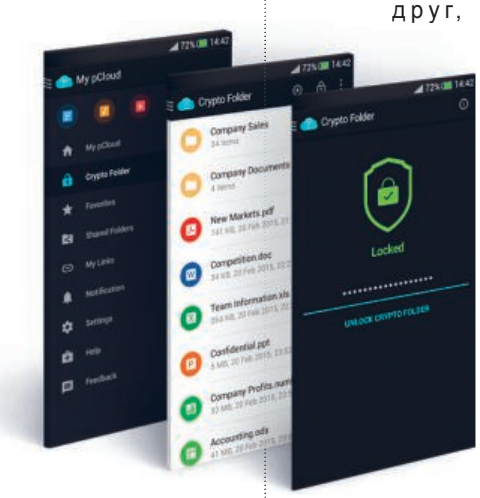
✓ Когато става въпрос за глобално ориентиран бизнес, предизвикателството е още по-голямо, защото трябва да откриеш онази потребност, която е обща за много по-голям брой потребители, и непрестанно да им предлагаш добавена стойност към твоя продукт.

✓ Трябва и много труд.

зикални файлове и да е мястото, където да съхраняват своите снимки и видеа, като винаги имат под ръка всички свои файлове. С клауд услугата това пространство винаги е достъпно. Хората разбират предимствата на подобен тип услуги и търсенето им тепърва ще се разраства. Облачните услуги са разпространени сред по-малко от 20% от потенциалните потребители, което означава, че хоризонтите за развитие на този пазар са изключително широки, уверява изпълнителният директор на pCloud Тунио Зафер.

Услуги

Иновативната услуга pCloud Drive позволява неограничено да разширите обема на хард диска си. Един от най-сериозните проблеми на другите клауд услуги е, че всичките ви файлове в облака трябва да имат копие и на вашите компютри, за да имате достъп до тях – така наречената Sync функционалност. По този начин сте ограничени до свободното пространство на вашия хард диск. pCloud решава този проблем със софтуера pCloud Drive, който се появява като допълнителен виртуален клауд хард диск на вашия компютър. На практика това позволява на потребителите с лаптоп с примерно 64 GB хард диск да разполагат с 2 TB клауд сторидж и да имат достъп до всички файлове в него на същия този лаптоп, като за част от тях дори и офлайн.



Потребителите могат да отварят документите си директно от облака и да ги редактират със съответната програма. Чрез pCloud Mobile също може да увеличат паметта на телефона си неограничено. Топ функционалността е pCloud Crypto – революционна услуга, която предлага вградено криптиране. Тя гарантира сигурността на информацията на потребителите. Благодарение на криптиране от страна на клиента (client-side encryption) никой друг, освен съответния потребител, няма достъп до съдържанието на криптираните файлове. Дори и администраторите като доставчик на тази услуга нямат информация за файловете. Това е максимално високо ниво на сигурност (zero-knowledge privacy).

За компаниите има специално решение pCloud Business, което дава възможност за съвместна работа в облака. С него потребителите имат възможност да работят навсякъде и от всякакви устройства. Те може да редактират файловете си в движение, да получават известия, когато колега добави нов документ или редактира друг, да изпращат файлове на партньори и клиенти. Работният процес се оптимизира.

Удобства

Корпоративният сектор вече осъзнава потребността от облачните услуги, а това, което pCloud предлага на бизнеса, улеснява работата между различните екипи и предоставя максималното ниво на сигурност на информацията. Също така, използвайки pCloud, компаниите може да намалят разходите си за специализиран IT отдел и за съхранение на данни на собствени сървъри. Именно тук, както и в стратегическите партньорства, компанията вижда значителни възможности за развитие.

Тайната на **успеха**

Българското ноу-хау е ключът към световния успех на компанията. „Всекидневното състезание в света на дигиталните технологии се печели, като не спираш да се състезаваш със самия себе си“, уверява Тунио Зафер. Успешните стъпки в създаването на глобално ориентиран бизнес той обобщава така: Важни са идеята, екипът, стратегията, усилията – горе-долу в този ред, или не съвсем, защото те не са стъпка по стъпка, а по-скоро са в синхронен скок. Към облаците, разбира се!

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

NAVIGATION MARITIME BULGARE

1892

www.navbul.com

НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!

BŬLGARIYA

BULGARIA

ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ НАВЛИЗАТ И В **ПЧЕЛАРСТВОТО**

автор: Тони **Григорова**

Вее Smart Technologies е компания, която се занимава с дигитализиране на пчеларството. Нейният екип вярва, че информационните технологии може да се използват за спасяването на пчелите. Чрез опрашването на растенията пчелите влияят върху една трета от земеделската продукция. Затова измирането им е световен проблем, чието решение трябва да се намери скоро, иначе човечеството ще плати огромна цена.

Екипът

Основателят на Bee Smart Technologies Сергей Петров е потомствен пчелар. Екипът е от четирима души, но той е човекът, който най-добре познава пчеларството като занаят. В момента се търсят хардуерни и софтуерни специалисти, както и специалисти за обработка и анализ на данни, а също хора, способни да правят прототип на платки за системи за управление.

Пчелното семейство функционира при строг ред и когато тази специфика се разбере, информацията може да се наблюдава чрез информационните технологии. Ето защо фирмената култура на компанията изисква целият екип да разбира от пчели и затова всеки трябва да е запознат с моделите на работа на кошера. За целта на терен се правят както семинари, така и валидация на разработките.

Началото

През 2013 г. Сергей Петров стига до идеята, че е време технологиите и глобалната свързаност да се използват и при спасяването на пчелите. Технологиите според него са достатъчно напреднали, за да може чрез сензори да се получава информация. Той разработва концепция за засичането на пестициди на входа на кошерите. Кани Иван Кънев за свой бизнес партньор, но двамата решават, че първо трябва да валидират идеята, преди да се заемат с развитието ѝ. Контактът с пчеларите им помага да избистрят концепцията.

Развитие

Българските пчелари имат своите проблеми и един от тях е кражбата на кошери. Затова

Bee Smart Technologies ще се развива регионално в различни направления. За българския пазар компанията разработва система за наблюдение, която дава информация за целия пчелин и за непозволено преместване на кошери. В кошера се монтират безжични сензори, захранвани с батерии, които са напълно незабележими отвън. Те комуникират помежду си и с един основен компютър или със смартфон. Стремежът е решението да е на достъпна цена. Друга възможност, която е важна за пчеларите, е, че в кошерите се монтира микрофон. Чрез него се улавят сигнали за роене на пчелното семейство до пет дни преди физическото проявление. Регистрира се промяна в честотата, с която пчелите жужат, и в рамките на две седмици пчеларят трябва да предприеме съответни действия.

Технология

Сензорите осигуряват информация за пчелното семейство, без да се нарушава вътрешната термодинамика в кошера. Така например сензорите за влажност в кошера дават безпогрешна информация дали има ново пило, което пък е сигурен сигнал, че в кошера има майка и тя снася. Системата на Bee Smart Technologies може да следи влажността, температурата, звука и преместването на кошера. Тази информация може да се анализира чрез алгоритмите, създадени от компанията, и това да дава добавена стойност за пчеларите. Системата осигурява възможности за по-висока продуктивност, по-малко разходи за логистика и за по-висока печалба, защото предизвестява за роене, за измиране, за проблеми, което е сигнал за пчеларя да предприеме необходимите действия.

Пазари

„Убедени сме, че когато има нова технология, която може да позволи на бизнеса да расте, хората я възприемат“, уверява Сергей Петров. Стартиращата компания се стреми да е полезна на българските пчелари, същевременно тя гледа към големите външни пазари като възможност за комерсиална реализация на всички положени усилия. Bee Smart Technologies вече е стъпила на американския пазар чрез офис в Калифорния, управляван от партньор, отговорен за развитието на бизнеса зад Океана.

ПОДКРЕПЕТЕ БЪЛГАРСКОТО

Bee Smart Technologies е българският победител, стигнал до финала на второто международно състезание на Chivas - The Venture, с общ награден фонд от 1 млн. долара. Компанията участва в надпреварата наред с още 27 други национални победители, които са социални предприемачи. Всички те по един или друг начин използват знанията и уменията си в решаването на значими проблеми. Апелът на младите българи е да получат подкрепа в това състезание. Гласуването онлайн ще става от края на май до 12 юли, когато е финалното състезание в Ню Йорк.

BEE SMART TECHNOLOGIES РАЗРАБОТВА СИСТЕМИ, **КОИТО ДАВАТ ВИСОКА ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ ПРИ ОТГЛЕЖДАНЕТО НА ПЧЕЛИТЕ**

Американският и българският пазар са доста различни. У нас също има мобилно пчеларство, но то не е с цел опрашване, а е заради по-високите добиви на мед.

Българският пазар е малък, но пък той дава възможност тук да се правят експерименти и разработката да се валидира бързо. Китай и Великобритания са другите големи пазари, но за проникване в Китай компанията все още не е готова. Европа дава възможности за развитие на техния бизнес, тъй като въпросът за измирането на пчелите е във фокуса на наблюдение на Европейския парламент и българският евродепутат Мария Габриел има активна роля в тази насока.

Финансиране

Bee Smart Technologies намира частни инвестиции от бизнес ангели, които виждат перспективи и възможности за възвръщаемост на вложенията. Условието на младите предприемачи е инвеститорите да вярват в мисията на компанията. Най-желани са т. нар. умни пари, които биха имали и допълнителна добавена стойност в самото развитие на технологичния бизнес. Добрата новина е, че през април компанията получи инвестиция от фонда за рисков капитал Neveq II.

Хоризонт

Bee Smart Technologies ще остане вярна на името си и на мисията да помага на пчеларите. Екипът вижда възможности за експанзия в целия аграрен сектор. Технологията е подходяща за оранжерии и за следене на почвата, има и много други възможности.

В световен мащаб се правят и други сходни технологични разработки в помощ на пчеларите. Въпросът е кой ще е по-бърз, кой на най-достъпна цена ще даде решение на наболели проблеми и ще предложи най-висока добавена стойност от прилагането ѝ.

Фото: Стоян **Йотов**

Когато пчеларите виждат ползите от технологията, те я възприемат, убеден е Сергей Петров

АМЕРИКАНСКИ ОПИТ

Опрашването в САЩ е услуга, която се заплаща добре и това е накарало много от американските пчелари да променят своя бизнес модел. Те купуват специални транспортни средства, с които да превозват кошерите, за да стигат до различни фермерски масиви. В България опрашването като услуга все още не се е наложило.

Калифорния произвежда около 80% от всички бадеми в света, като добивът от тези дървета изключително зависи от опрашването на пчелите. По специално задание от американски пчелар Bee Smart Technologies е направила системи, които да участват в проучване за пчелите и влиянието върху тях на пестицидите, използвани при пръскането на бадемите. За този проект младите български IT специалисти разработили брояч, който се поставя на входа на кошера. Той регистрира полетите навън и навътре и в края на деня се знае дали са излетели повече пчели, отколкото са влезли, което е сигурен сигнал за замърсяване в района. В САЩ един кошер сред бадемите може да донесе на пчеларя до 270 долара за опрашването.

www.insa-motoroils.bg

INSA®
MOTOR OILS

СИНТЕТИК ГОЛД

Синтетично моторно масло, предназначено за употреба в мощни, модерни бензинови дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили снабдени с филтри за твърди частици (DPF) и системи за последващо третиране на отработените газове (TWC).

СИНТЕТИК ПЛАТИНУМ

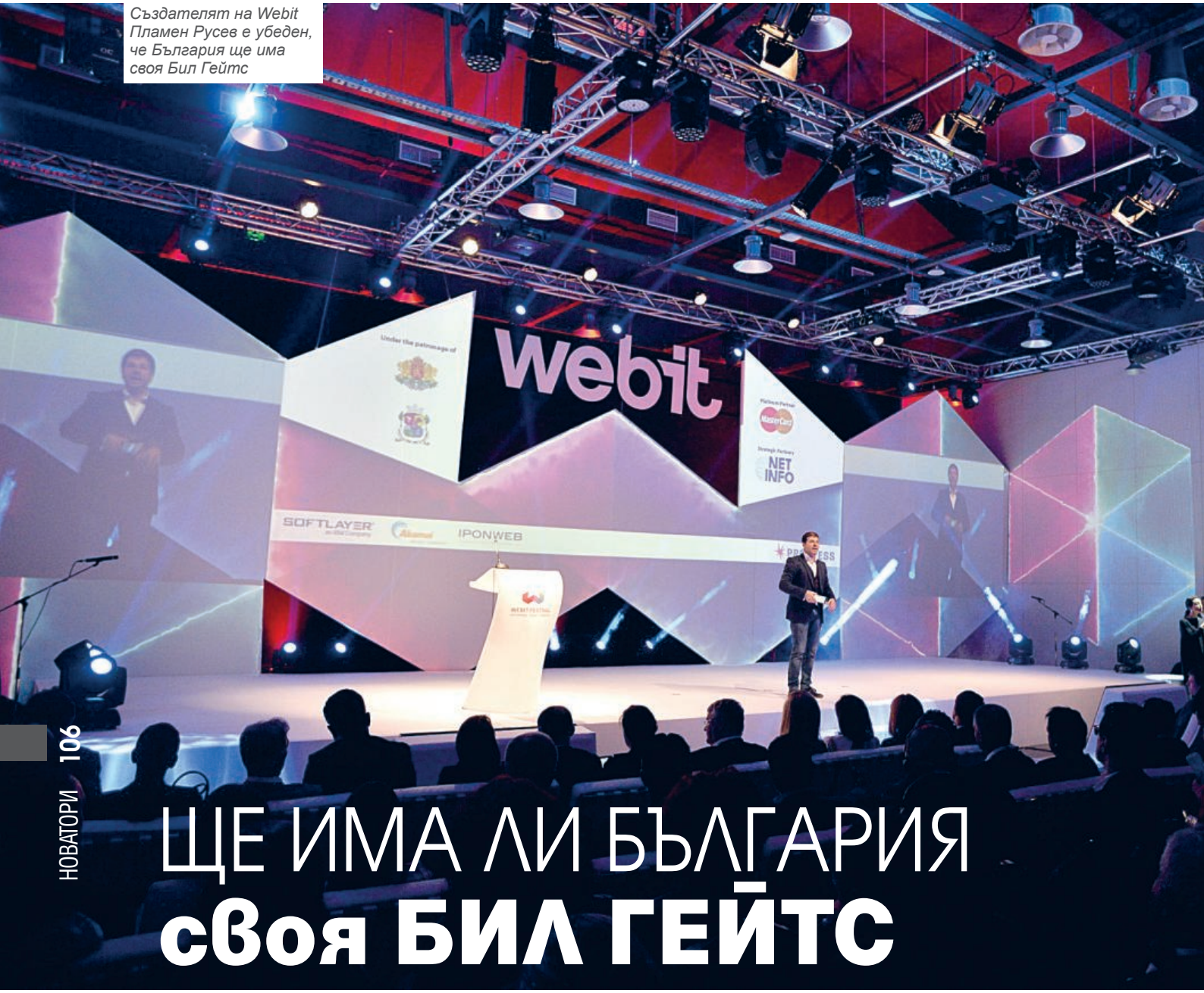
Напълно синтетично моторно масло, специално разработено за най-новите бензинови и дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили.

TURBO TRANS UHPD

Полусинтетично моторно масло, предназначено за смазване на модерни високонатоварени дизелови двигатели, снабдени с EGR- или SCR-системи и експлоатирани при изключително тежки условия.

ИНСА 4Т

Напълно синтетично моторно масло на база полиалфаолефини, разработено за съвременни мощни и високооборотни бензинови двигатели на четиритактови мотоциклети с въздушно и водно охлаждане, изискващи масла от експлоатационно ниво JASO MA2, API SJ.



Създателят на Webit Пламен Русев е убеден, че България ще има своя Бил Гейтс

ЩЕ ИМА ЛИ БЪЛГАРИЯ **сВоя БИЛ ГЕЙТС**

автор: Алесандра **Сотирова**

Фото: Стоян **Йотов**

Следващият Бил Гейтс може да се роди в България и никой не може да ме убеди в обратното“. С тези думи Пламен Русев, създател на Webit, започна дългоочаквания технологичен фестивал в София. Webit.Festival 2016 срещна над 70 страни и 4300 участници от сферата на предприемачеството, технологиите и икономиката.

„Добре дошли в София, дигиталната столица на новите пазари“, така президентът Росен Плевнелиев, кметът на София Йорданка Фандъкова и други официални лица посрещнаха гостите на ежегодното събитие, което се проведе в София Тех Парк в края на април. За два дни столицата ни събра най-изявените технологични иноватори, инвеститори, стартиращи компании, програмисти, маркетинг и дигитални експерти. По време на Webit те споделиха нови възможности, перспективи и идеи от света на технологиите и представиха успешни примери от цял свят. В България фестивалът срещна малки и големи компании, предприемачи и инвеститори. Събитието се превърна в част от историята на успешната българска информационна индустрия.

Поглед в **бъдещето**

В рамките на технологичния фестивал над 250 лектори обхванаха всички сфери на дигиталния свят. Облачни услуги, изкуствен интелект, дигитален туризъм и развлечения, електронни спортове, финансови технологии бяха само част от темите на събитието.

Транспортният проект на създателя на Tesla Илон Мъск – Hyperloop, бе представен от изпълнителен директор на компанията Дирк Алборн. Системата представлява магнитно левитиращ вакуумен влак и ще превозва пътници от Братислава до Виена само за осем минути. Капсулата може да пътува много бързо с изключително малко енергия, защото е снабдена с алтернативна енергия, което позволява да се

WEBIT.FESTIVAL 2016 В СОФИЯ ОЧЕРТА БЪДЕЩЕТО ПРЕД ТЕХНОЛОГИИТЕ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Стартиращата Adguard получи безвъзмездно финансиране от 200 000 евро за проекта си за мобилно приложение, което блокира реклами в социалните мрежи

произвежда повече, отколкото се изразходва. По план изграждането на Hyperloop трябва да приключи до 2020 г.

Президентът на MasterCard Хавиер Перес разказа за идеята на компанията да въведе „цифрова храна“. Това е предварително платена електронна карта, която се зарежда с дарения от световната програма за храна. Така бежанците и други уязвими хора ще могат да имат по-добър достъп до храна. Електронен портфейл, единна билетна система са само част от технологиите, които ще променят ежедневието ни съвсем скоро. „Искаме да ви отведем на място, на което да забравите за плащанията“, заяви още Перес, представяйки иновациите, които предстоят за потребителите.

200 000 евро награда за иновации

Стартиращата компания Adguard спечели 200 хил. евро безвъзмездна инвестиция на тазгодишния фестивал. За наградата се бореха 65 идеи, от които инвеститорите и публиката трябваше да изберат най-иновативната и впечатляваща. България бе представена от близо 20 компании. Adguard представи приложение, което ефективно блокира всякакви видове реклами в мрежата и предизвика интереса на журито. Проектът вече е стъпил на няколко континента и е победител в един от най-значимите технологични фестивали в Европа.

Вече 3 години Webit.Foudation подкрепя развитието на предприемаческите екосистеми в локациите и регионите, където се провеждат глобалните събития – София, Истанбул, Дубай, Сингапур и Делхи.

Събитието даде възможност на всеки да се докосне до технологичното бъдеще и да стане част от него. А София се превърна в арена на възможности, идеи и иновации, които се разиват в продукти и услуги, обслужващи нуждите и желанията на дигиталното общество. Фестивалът бе още една предпоставка за това столицата ни да се превърне в технологичния хъб на Европа.

ЕЛЕКТРИЧЕСКИ ИМПУЛС ЗА АВТОМОБИЛНАТА ИНДУСТРИЯ

автор: Александър **Александров**

232 хиляди – толкова са поръчките на новия електрически автомобил Model 3 на калифорнийската Tesla Motors само през първия ден след неговото официално представяне. Тази цифра е доста впечатляваща на фона на прогнозите на самата компания, че очаква 200 000 поръчки до края на тази година. Преизпълнението на годишните прогнози за нов модел само за един ден безспорно не е типично за автомобилната индустрия. Още повече – предвид факта, че всички клиенти, поръчали Tesla Model 3, са предплатили по 1000 долара за него, въпреки че ще го получат чак след 18 месеца, ако всичко е наред.

Макар и подобно поведение на потребителите да не е познато на традиционните производители на коли, то от години е характерно за продажбите на хитови нови смартфони, таблети, гейм конзоли, видеоигри или други технологични продукти. И едва ли вече има някой, за когото да не е очевидно, че Tesla Motors е точно това – технологична компания, която прехвърля бизнес модела на Силициевата долина в един съвсем различен бранш. Основателят на дружеството Илон Мъск, който вече промени разплащателната индустрия с предишния си проект PayPal, сега хвърля ръкавицата на автомобилните производители, показвайки им как би могъл да се развива техният сегмент.

Новият Model 3 на практика е обещанието, което Tesla Motors и самият Мъск дадоха още когато компанията беше създадена преди около 13 години. С първия си модел Tesla Roadster тя доказа, че електрическите коли могат да бъдат бързи, секси и красиви, а следващите возила, разработени от нея, затвърдиха това убеждение. В добавка компанията заложи и на иновативен начин за безжично обновяване на софтуера във возилата, което още повече я доближава до софтуерна корпорация. С Model 3 обаче тя трябва да направи нещо много повече - да покаже, че колите на ток могат да бъдат освен бързи, също и масово достъпни.

Model 3 разполага с всичко, за да направи това. Той представлява красив петместен седан, с четири врати, преден и заден багажник, както и вграден хардуерен автопилот. Моделът може да ускорява до 60 мили в час за 6 секунди и има пробег от 350 км с едно зареждане на батерията си. И всичко това – за 35 000 долара. Макар и да не е типичният масов автомобил за българските стандарти, в повечето развити страни той определено може да бъде възприет като такъв.

Залогът е **огромен**

Ако Tesla Motors успее в плановете си да наложи новия

Фото **Tesla.com**

С ПРЕДСТАВЯНЕТО НА TESLA MODEL 3 ИЛОН МЪСК ВДИГА ЗАЛОЗИТЕ В СЕКТОРА И **РИСКУВА ДА СПЕЧЕЛИ ВСИЧКО ИЛИ ДА ИЗЛЕЗЕ ОТ ИГРАТА**

модел като кола за масова употреба и да увеличи значително продажбите в сравнение с предишните коли на компанията, тя изведнъж ще се окаже ключов играч в автомобилния сектор и ще получи сериозен дял от него. Ако обаче се провали и новият модел се окаже не толкова търсен, това може да доведе дружеството до сериозни финансови затруднения, а според някои издания – дори до фалит. Просто стъпката с пускането на масов електрически модел е прекалено сериозна и не се знае дали е по силите на толкова малък играч.

Макар и първоначалните продажби на Model 3 да са впечатляващи, те все пак се изразяват в стотици хиляди бройки. За сравнение, пазарният лидер Toyota е реализирал през отминалата счетоводна година общо близо 9 милиона возила. Макар и да не се цели в лидерската позиция на японския гигант, Tesla все пак трябва да постигне много повече от първоначално продадените бройки, за да се превърне във важен играч в сегмента.

Екологично

В опитите си да маркетира по-добре новия модел, Илон Мъск умело играе и на една друга обществена струна – тази на екологичните тревоги сред потребителите. „Много е важно да ускорим преминаването към устойчив транспорт. Това наистина е от важно значение за бъдещето на целия свят“ - заяви технологичният визионер по време на представянето на Model 3. Посланието е ясно: ако продължавате да си купувате автомобили от традиционните производители, вие допринасяте за замърсяването на околната среда, а избирайки Tesla, избирате един по-чист и устойчив свят.

В този контекст дори твърдението на Мъск, че новият Model 3 ще промени света, не звучи толкова пресилено. Макар и да е невъзможно да чуем подобно изказване за която и да е лека кола от друга автомобилна компания. Със сигурност Мъск застава зад думите си със своите действия. Както вече сме писали, през отминалата година той представи и иновативна домашна батерия, която може да направи домакинствата относително независими от доставките на електроенергия, а с друг свой проект – този за релсовата транспортна система Hyperloop на въздушна възглавница, милиардерът обещава да направи придвижването по земя също толкова бързо, колкото и самолетните полети. За всички тези планове обаче трябва финансиране, а Мъск вече е вложил спечеленото от продажбата на PayPal в Tesla Motors и в своята космическа компания Space X. Затова и успехът на новия му масов автомобил е от толкова голямо значение и е възможно именно той да бъде определящ за другите начинания на технологичния предприемач.

ПОБЕДАТА НА КОМПЮТРИТЕ **В ИГРАТА ГО**

Екипът на световния шампион Лий Сидол (седналият вдясно) анализира играта след една от загубите от програмата AlphaGo

автор: Александър **Александров**

Вероятно допреди няколко седмици повечето европейци дори и не бяха чували за древната китайска игра Го, сочена за многократно по-трудна от шахмата и за може би най-сложната игра, създавана някога от човека. Нейната популярност обаче рязко нарасна по време на провелия се наскоро мач между световния шампион Лий Сидол и програмата AlphaGo, създадена от DeepMind, подразделение на Google. Изненадващо за всички, компютърът победи безапелационно в първите три срещи, с което си осигури и крайната победа в мача от пет партии.

Неочакван **развой**

Победата на AlphaGo беше напълно неочаквана, поради всеобщото мнение, че макар най-добрите софтуерни програми да побеждават с лекота световните шампиони по шахмат, в много по-сложната игра Го с нейните многократно повече комбинации и възможности те са безсилни да достигнат нивото на най-добрите човешки състезатели. Че изкуственият интелект ще стане по-силен от хората на шах, предсказва още популярният учен Алън Тюринг, който е сред създателите на съвременния компютър. Той, освен всичко друго, е известен и с прословутия „Тест на Тюринг“, който има за цел да определи дали една машина може да бъде наречена изкуствен интелект на база на комуникацията с нея.

Самият Тюринг използва шахмат, за да демонстрира потенциала на компютрите още през далечната 1945 година. На софтуерната индустрия обаче е необходим повече от половин век, за да създаде машина, способна да победи най-добрия шахматист на планетата.

За първи път това направи програмата Deep Blue на IBM през 1997 г. в мач срещу тогавашния световен шампион Гари Каспаров. В последващи срещи между гросмайстора и други шахматни програми превъзходството на машините беше затвърдено. То стана още по-очевидно през 2006 г. в шахматна среща, в която компютри изобщо не участваха. Става въпрос за мача за световната титла между българския световен шампион Веселин Топалов и руснака Владимир Крамник. Срещата ще се запомни с разразилия се тогава „тоалетен скандал“, изразяващ се в прекалено честите посещения на Крамник в тоалетната и дългия му престой там, както и във факта, че при завръщането си той играе ходове, които съвпадат на близо 80% с тези, предлагани от най-силната шахматна програма към този момент – Fritz 9. В крайна сметка Крамник беше обявен за шампион, а оплакванията на българския екип не бяха уважени. По-важно обаче е друго – самият факт, че двамата най-силни шахматисти на планетата се обвиняваха кой си подсказва с помощта на компютър, беше ясно доказателство за превъзходството на изкуствения интелект в този спорт. И остана успокоението, че машините все пак не могат да победят човека на Го. Именно затова и неотдавнашната победа на програмата на DeepMind в тази древна игра разбуни толкова много духовете.

Какво се **промени**?

За разлика от шаха, който е по-скоро тактическа игра, Го е по-скоро стратегическа. Това е и причината някои играчи да твърдят, че Го се съотнася към шахмата както счетоводството към поезията. Истината е, че със своите 19 на 19 линии и с брой на комбинациите, надминаващ предполагаемия брой на атомите във Вселената, Го е много по-сложна от всяка друга интелектуална игра, създавана от човека.

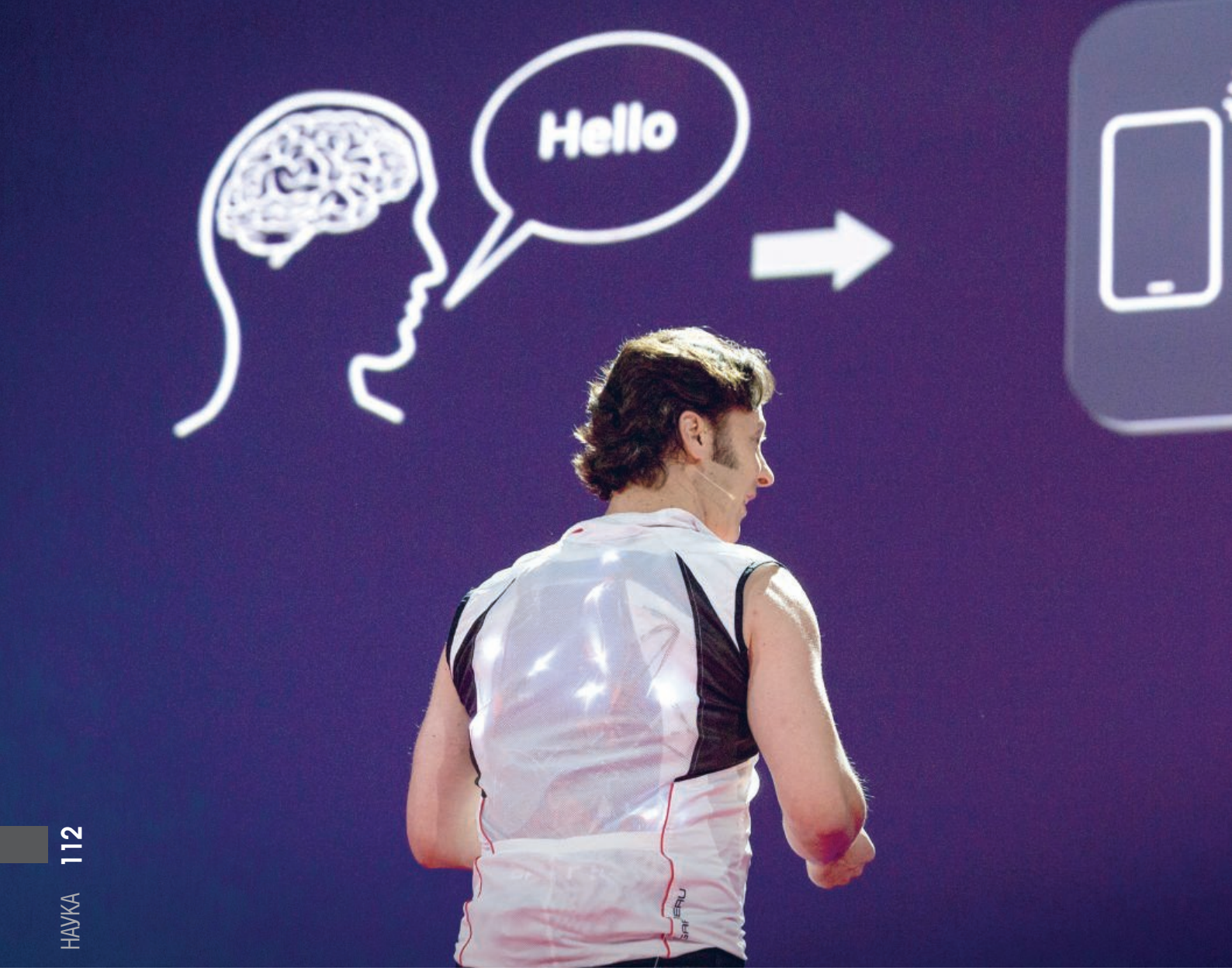
За да разработят програма, способна да победи световния шампион, експертите на DeepMind са използвали две паралелно работещи невронни мрежи, едната от които оценява базовите възможности, докато другата използва най-добрите сред тях и обмисля перспективите. Този концептуално нов подход е позволил създаването на перфектната машина за Го, от чиито ходове дори световният шампион Лий Сидол на моменти е бил изненадан. И макар той да успя да победи в четвъртата среща, програмата спечели самия мач безапелационно, поставяйки въпроса: Това ли е краят на паритета между компютрите и хората в интелектуалните игри?

На пресконференция след третата победа на AlphaGo самият съосновател на DeepMind Демис Хасабис сподели изненадата си – чувство, което беше преобладаващо сред анализаторите на срещата. По всичко личи, че компанията, закупена неотдавна от Google, е успяла значително да ускори момента, в който компютрите ще ни превъзхождат в най-трудната интелектуална игра. Според някои, това прави машините официално по-умни от нас. Други пък посочват, че има много „игри“, в които превъзходството на човека все още е гарантирано и компютрите тепърва учат базовите правила. Според Анди Окън, президент на Американската Го асоциация, и Джонатан Шефър, професор по компютърни науки в университета „Алберта“, такива са например редица обществени сфери като дипломацията, политиката, стратегиите за опазване на околната среда и военните стратегии. Затова и

следващата важна **цел**

пред разработчиците на изкуствен интелект вероятно ще бъде създаването на универсална програма, способна да учи правилата на всяка игра, да се самоусъвършенства и да става майстор в нея. Ако такава бъде създадена, тя би могла да претендира за титлата „най-умна“ на планетата. Съществува, разбира се, и въпросът с осъзнаването – програми като Deep Blue или AlphaGo може и да са перфектни в определени игри, но те все пак не са самоосъзнати. А може ли да има интелектуално превъзходство нещо, което не осъзнава, че е „умно“. Философски въпрос, който е свързан със самото определение на понятието „интелект“ - нещо, което човечеството все още не може да направи еднозначно. С победата си в най-трудната интелектуална игра обаче машините показаха своето превъзходство на полето на стратегическата мисъл и ако някога достигнем етапа, в който те се осъзнаят, и ние, и те ще сме наясно кой е по-умният.

ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ НАДВИ ЧОВЕКА В МОЖЕ БИ НАЙ-ТРУДНАТА ПОЗНАТА ИГРА, КОЕТО ПОСТАВЯ ВЪПРОСА ДАЛИ ОФИЦИАЛНО Е ПО-УМЕН ОТ НАС



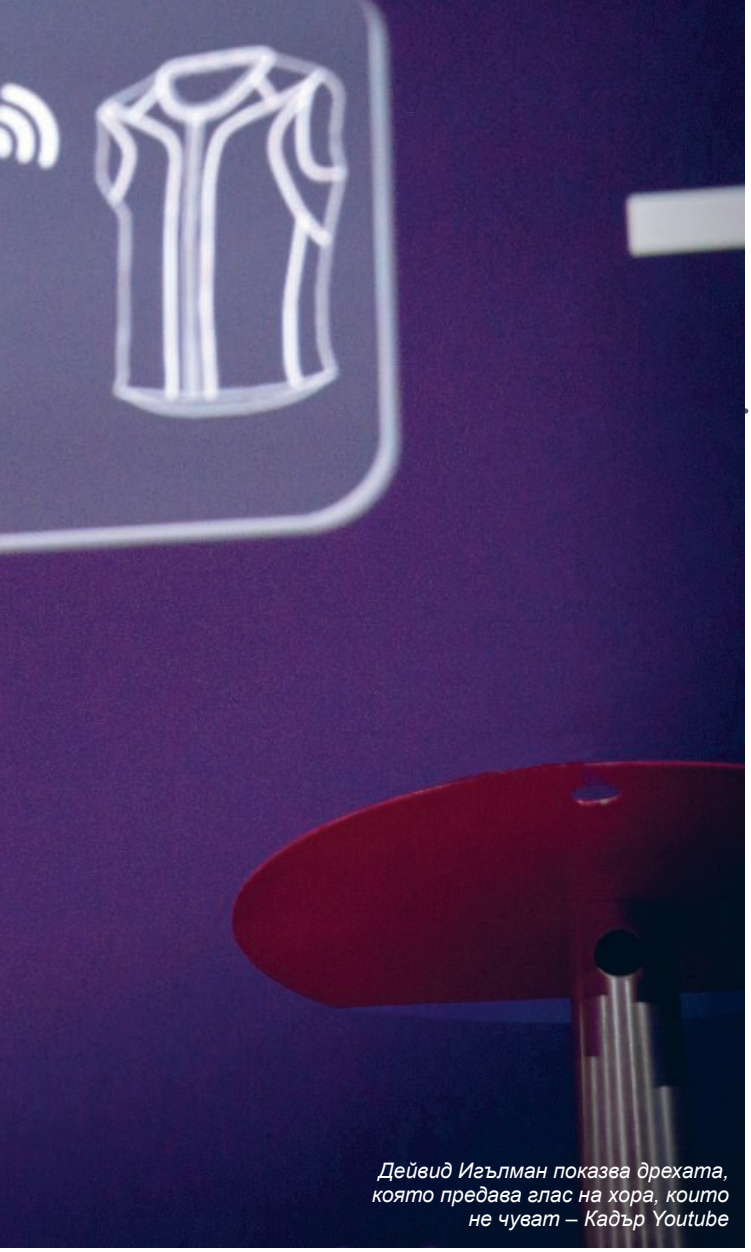
ЩЕ ИМАМЕ ЛИ ИЗКУСТВЕНИ ОСЕЗАНИЯ

автор: Александър **Александров**

Докато четете тази статия, около вас и дори през вас преминават стотици телефонни разговори и всевъзможна друга информация под формата на електромагнитни вълни, но вие изобщо не ги усещате. Има обаче животни, които биха могли да засичат такива сигнали, макар и да са неспособни да ги разбират. Истината е, че нашите осезания, на които сме се осланяли през целия си живот и смятаме, че са ни достатъчни, за да възприемаме света, всъщност изобщо не могат да доловят по-голямата част от взаимодействията в него. Очите ни могат да възприемат само видимия диапазон на светлината, докато много змии например могат да гледат и в инфрачервения спектър, а пчелите – в ултравиолетовия. Да не говорим за китовете, делфините и прилепите, които разполагат със своеобразни биологични ехолокатори, или за редица животински видове, които могат да се ориентират, следвайки електромагнитните лъчения около тях. Всеки, който е използвал свирка за кучета, пък може да потвърди, че тези домашни любимци могат да чуват в диапазон, в който хората не сме способни. Доказателство за това са и множеството електронни устройства за гонене на бездомни кучета, работещи чрез радиовълни.

Ограничена **реалност**

Традиционната представа е, че сетивата са пет – зрение, слух, вкус, обоняние и осезание. Оттам идва и идеята за „шесто чувство“ като за някакво свръхестествено усещане, позволяващо на някои хора да получат информация по някакъв неизвестен начин. Всъщност някои учени добавят към петте сетива и шесто – равновесието. Както показват горните примери с животните обаче, всички тези подходи са изключително ограничени в сравнение с необятните възможности, чрез които мозъкът ни би могъл да възприема ин-



Дейвид Игълман показва дрехата, която предава глас на хора, които не чуват – Кадър Youtube

формацията за околния свят.

Нашите сетива ограничават реалността, в която живеем, и представата ни за света, убеден е Дейвид Игълман, невроучен, чийто екип работи по създаването на нови типове осезания чрез технологични решения. В лекция на тема „Можем ли да създадем нови сетива за хората?“ в рамките на TED конференцията в САЩ той обяснява, че всяко живо същество, без значение дали е човек, бозайник или насекомо, си има собствен „прозорец на реалността“, който определя неговите действия. Докато ни гледа нашето домашно куче например, може да помирише котката на съседите в отсрещната къща или да усети, че на сто метра от нас се приближават непознати хора. Неща, за които ние вероятно никога през живота си няма да разберем.

Разбира се, човечеството използва машини, за да разшири възприемането на информация – например сензори за комуникация в инфрачервения диапазон или електромагнитни приемници. Все повече научни екипи по света обаче си задават въпроса: възможно ли е технологията да ни помогне да разширим собствените си осезания, комбинирайки новите информационни технологии с познанията ни в областта на биологията. Този подход вече доказано работи за подобряване на съществуващи сетива – пример за това са слуховите апарати, както и някои успешни опити за създаване на бионични изкуствени очи.

Според Дейвид Игълман е напълно възможно по този начин да бъдат създадени и нови, тъй като мозъкът не знае и не се интересува от начините, по които получава информацията около нас, а единствено от това как да я обработи, след като вече я е получил. Всъщност при него всичко идва под формата на електрически сигнали, а очите, ушите и останалите сетива са просто

ХИЛЯДОЛЕТИЯ НАРЕД НАШИТЕ СЕТИВА СА НИ СЛУЖИЛИ ДОБРЕ, **НО ДНЕС НЕВРОНАУКАТА Е НА ПЪТ ДА ДОБАВИ КЪМ ТЯХ НОВИ ИНСТРУМЕНТИ ЗА ВЪВЕЖДАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯ В МОЗЪКА**

периферни **устройства**

въвеждащи информацията в нашите мозъци, обяснява ученият. Неговият екип в момента тества прототип на система, позволяваща на глухи хора да възприемат глас и да разбират неговия смисъл. Тя е базирана на технологични устройства, с които все повече хора разполагат днес – таблети и смартфони, в комбинация с фланелка, която може да предава информацията чрез докосване на различни точки по гърба на носещия я. Когато системата се използва от нечуващ човек, участващ в разговор, таблетът получава и анализира околните гласове, след което предава информацията на иновативната дреха, която от своя страна я препредава чрез докосвания. Досегашните тестове показват, че мозъкът постепенно се научава да разпознава моделите до степен, в която незрящият може да възприема цели думи и изречения.

Екипът вече работи и по разширяване на възможностите на технологията, създавайки нови начини за възприемане на големи количества информация от мозъка. Проведени са например тестове, при които използващият я получава голям обем от данни по интернет посредством смартфона си по същия начин – чрез докосвания по гърба. Целта е на подсъзнателно ниво потребителят на такова решение да получи сериозни знания на различни теми – например протичащите икономически процеси в света. Тестват се и възможностите за управляване на летящ дрон чрез същия метод. „Има разлика между достъпването на големи обеми от данни и тяхното възприемане“ - обяснява Игълман, според когото тази технология може да се окаже решение за претоварването ни с все повече информация през последните години.

Друга концепция, развивана успоредно от научни екипи в САЩ и Южна Корея, предвижда създаването на изкуствена кожа, която може да възприема топлина, докосване и дори да извършва мониторинг на различни показатели в околната среда. Тя е способна също и да възприема електромагнитни лъчения, което може значително да подобри ориентацията на носещия я. Според редица учени именно усещането на електромагнитни вълни може би ще е първото изкуствено осезание, с което хората ще се сдобият в близко бъдеще. Друга възможност е извършването на генни модификации за промяна на диапазона, в който виждат очите. На пазара вече има свръхзвукови бастуни за незрящи, които засичат околните предмети и реагират чрез вибрация, когато пред собственика им се появи препятствие. Въпросът е в каква степен тази технология може да бъде доразвита за създаването на истинско ново сетиво. Възприемането на нашите собствени тела също би могло да се промени чрез добавянето на нови осезания, позволяващи ни да усещаме кръвното си налягане, нивото на кръвна захар или други важни здравословни показатели. Изкуствените осезания вече са тук и тепърва предстои да разберем докъде ще стигнат ученията, за да разширят нашите възможности за възприемане на околния свят.

Юрий Милнер обявява проекта си, подкрепен от Стивън Хокинг

ИЗСТРЕЛ **КЪМ** ЗВЕЗДИТЕ

автор: Александър **Александров**

Малко повече от четири години. Толкова е нужно на най-бързото нещо, което познаваме – светлината – за да измине разстоянието от нашето Слънце до най-близката друга звезда – червеното джудже Алфа Кентавър. Това огромно разстояние ни дава ясна представа за мащабите на космическата бездна спрямо света, в който сме свикнали да живеем, и поставя своята присъда върху опитите за междузвездно пътуване.

Показателно в това отношение е, че за да измерваме разстоянията в Космоса, ние сме създали специална мерна единица, наречена „светлинна година“, равняваща се на разстоянието, което светлината, движеща се със скорост 300 000 км/с изминава за една година. Използването на традиционните мерни единици в космическите условия е несъстоятелно. За да измине разстоянието до Алфа Кентавър например, най-отдалеченият от планетата ни апарат, създаден от човешка ръка – Вояджър 1, който е изстрелян през 1977 г., ще трябва да пътува толкова време, колкото е било необходимо на първите хора да напуснат Африка. Въпреки това един амбициозен научен проект възнамерява да изпрати космически кораб до най-близката звездна система и дори да го върне в рамките на едно човешко поколение.

Запознайте се с Breakthrough Starshot. Зад това наименование се крие

амбициозен **космически проект**

финансиран от руския милиардер и технологичен инвеститор Юрий Милнер, който е известен със своите инвестиции в някои от най-големите онлайн корпорации като Facebook, Alibaba, Twitter, Spotify, Groupon и др. Това, което малцина знаят обаче, е, че Милнер всъщност е физик и има сериозни познания в тази област, а човекът, когото сочи за източник на вдъхновение, е британският учен Стивън Хокинг.

Самият Хокинг ще заема централно място в проекта Breakthrough Starshot, който е подкрепен също от известния астрофизик Фрийман Дайсън, бившия директор на изследователския център AMES на NASA, както и основателя на Facebook Марк Зукърбърг. Имената в екипа правят впечатление, но тяхното присъствие не отговаря на въпроса как ще бъде постигната целта, анонсирана от Милнер. На пресконференция преди няколко седмици той обяви, че в рамките на проекта ще бъде изстрелян миниатюрен космически кораб, който ще достигне до най-близката звездна система за 20 години.

Или с други думи – той ще може да отиде и да се завърне при нас в рамките на едно поколение. Срокът е впечатляващ, тъй като е само пет пъти по-голям от времето, за което светлината изминава същото разстояние. Или с други думи, за да постигне това, космическият апарат на Милнер ще трябва да се движи със скорост, равна на една пета от тази на светлината. Нещо, което никоя машина, създадена от човека, не е правила досега. Изглежда обаче екипът на Breakthrough Starshot има ясна представа как да постигне това.

Да настигнеш **светлината**

За целта ще бъде разработен миниатюрен апарат, наречен от Милнер „нанокораб“ (nanocraft). Наименование, което обаче не бива да ни заблуждава, че той ще има наноразмери. Става въпрос за апарат, видим за човешкото око, но все пак много по-малък от съвременните космически кораби и сателити. Въпреки това той ще е пълноценен космически кораб, разполагащ с достатъчно изчислителна мощ и набор от инструменти, позволяващи му да изследва далечния Космос. Създаването му е възможно благодарение на миниатюризацията на изчислителната техника и развитието на мобилните технологии, позволяващи днес да разполагаме с мощни компютри в нашите джобове.

Задвижването на апарата ще се осъществява чрез т.нар.

Фото Breakthrough Starshot

РУСКИЯТ МИЛИАРДЕР ЮРИЙ МИЛНЕР ПЛАНИРА ДА ИЗПРАТИ ПЪРВИЯ КОСМИЧЕСКИ КОРАБ ДО ДРУГА ЗВЕЗДНА СИСТЕМА, ПРИ ТОВА - В РАМКИТЕ НА ЕДНО ПОКОЛЕНИЕ

светлинно платно – плоскост, прикрепена към него, която ще бъде с дебелина едва няколко стотин атома. Към нея ще бъде насочен сноп от лазерни лъчи от източник на Земята, който ще придава нужната тяга за ускоряване на „платното“ и свързания с него кораб. Очакванията са по този начин той да достигне скорост от 20% от тази на светлината.

Дали е **възможно**?

Юрий Милнер обяви, че ще инвестира в проекта 100 млн. щ. долара. Парите обаче не са единственото условие за успеха на начинанието. Пред екипа все още има редица технически предизвикателства, свързани както със създаването на достатъчно устойчив миниатюрен апарат, така и с изграждането на наземния лазерен излъчвател, който ще бъде с широчина поне километър. Не е ясно също как би могла да се осъществява комуникацията с устройството, когато то се намира на светлинни години от нас. Добрата новина е, че създадените по този начин „нанокораби“ ще бъдат достатъчно евтини и дори много от тях да се повредят в Космоса или връзката с тях да прекъсне, това няма да е фатално, както би била загубата на един традиционен космически кораб, струващ милиарди долари. А при успех малкият размер ще се превърне в огромно предимство, позволявайки да изпратим в Космоса не един, а цяла флотилия от миниатюрни кораби.

Този подход може да промени цялата концепция за космическите мисии, преминавайки от големи и скъпи апарати към изпращането на цели рояци малки и евтини машини, способни да създават цели мрежи помежду си. Покривайки с тези миникораби планетите и спътниците в нашата Слънчева система, бихме получили много по-пълна информация за тях. Откриването на опасни астероиди в близост до Земята също би могло значително да се улесни. Промяната на практика ще засегне цялата астронавтика. И ако десетилетия наред космическите агенции са се надпреварвали в създаването на все по-големи ракети, които да извеждат апарати в Космоса, то проектът Breakthrough Starshot е първият, който ще ни покаже, че за да изминем огромните космически разстояния, трябва да мислим в наистина ... малки мащаби.

Алфа Кентавър е най-близката друга звезда до Слънцето

ГРАДСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

автор: Александър
Александров

Едва ли много от жителите на София, преминаващи покрай Националния дворец на културата, предполагат, че на панорамната тераса на масивната сграда има ... кошери с пчели. Те са поставени там от фондация „Имам си кошер“ в рамките на проекта „1 000 000 кошера“, който има за цел да подпомогне опазването на полезните насекоми. Активистите поставят кошери и на други локации в София, включително и в жилищни сгради. Макар и малко екстравагантен, този пример е показателен за бързото развитие на градското земеделие – навлизането в градовете на дейности, които сме свикнали да свързваме със селското стопанство.

Градското земеделие (urban farming) по същество не е ново – хората са отглеждали растения и животни още от времето на възникване на съвременните градове. През последните години обаче то се развива с нова сила, провокирайки традиционните представи на консуматорското общество, че храната винаги идва до нас добре опакована и подредена на щандовете на хипермаркета. От Франция, през САЩ, до Япония - градското земеделие печели все повече привърженици, които посочват, че то не толкова им спестява средства, колкото им дава достъп до прясна и пълноценна храна, без консерванти и други добавки. И не на последно място – по един много по-устойчив и

щадящ **природата**

начин. Днес ако си купим например кисели краставички от близкия магазин, е много вероятно те да са пропътували хиляди километри от някоя ферма във Виетнам. Това със сигурност не е най-екологичният вариант. Така urban farming движението претендира, че може да предложи решение едновременно на два от най-сериозните проблеми пред съвременното общество, които ще увеличават своята тежест през следващите десетилетия – опазването на околната среда и изхранването на увеличаващото се население на планетата.

Земеделието е може би най-старата човешка дейност, която се практикува от хилядолетия, и до голяма степен е определила облика на съвременната цивилизация. В древността именно наличието на водоизточници и плодородни почви е било от ключово значение за това къде ще възникнат първите градове и държави. Поречието на реките Нил, Тигър и Ефрат например е в основата на появата и развитието на древен Шумер и Египет. Днес обаче градовете са се променили до неузнаваемост, превръщайки се в мегаполиси с население, немислимо за представите на древните хора. Цивилизацията ни е преминала през някол-

ВСЕ ПОВЕЧЕ ЖИТЕЛИ НА ГОЛЕМИТЕ ГРАДОВЕ ЗАПОЧВАТ ДА ОТГЛЕЖДАТ ЧАСТ ОТ СВОЯТА ХРАНА, ПРЕВРЪЩАЙКИ ТЕРАСИ, ПОКРИВИ И СТЕНИ В МИНИФЕРМИ

ко индустриални революции и въпреки това ние все още разчитаме на земеделието, за да ни изхранва.

То обаче започва да изнемогва – през последните години по данни на Организацията по прехрана и земеделие към ООН се наблюдава осезаемо намаляване на плодородните почви в световен мащаб и очакванията са този проблем да се задълбочи в бъдеще. Изтощаването на почвите, влиянието на индустрията и нарастващите урбанизирани зони, както и засушаването оказват най-сериозно влияние върху този процес. Според все повече източници, през следващите десетилетия човечеството ще бъде изправено пред

криза с **изхранването**

и urban farming активистите са категорични, че жителите на градовете трябва да поемат своята част от отговорността и да започнат да отглеждат част от храната, която ще консумират. Това би облекчило селското стопанство, би намалило разходите за транспорт и консервиране на продукцията и би добавило към трапезата ни много по-свежа храна. Изхвърлената храна също би намаляла значително, както и отпадъците от опаковки и найлонови торбички.

Една от бързо развиващите се тенденции е т.нар. „покривно земеделие“ - отглеждането на плодове и зеленчуци на покривите в гъсто населените градове. Този подход има редица предимства – от една страна, той спомага за по-ефективното използване на тези пространства, заемащи огромна част от градовете, а от друга – при него растенията получават много по-голяма доза слънчева светлина, тъй като не се намират в сянката на сградите. Ако залесяването на покривите със земеделски култури се развие пълноценно в нашите градове, то би спомогнало за производството на една голяма част от зеленчуците в менюто ни, без да се използва и един квадратен метър земеделска площ. Този подход вече навлиза масово в Германия, където той се нарича „нулева ферма“ (zero farm).

Неотдавна общината в Чикаго въвежда нов План за зелени и здравословни квартали, в който градското земеделие играе важна роля. Неправителствени организации като Growing Home обучават населението да отглежда различни култури, а през следващите години се очаква да бъде развита цяла нова екосистема от градски ферми – както собственост на фирми, така и на самите домакинства. В Лондон пък едно бомбоубежище от Втората световна война, намиращо се под града, вече няколко години функционира като подземна ферма за салати, броколи и други зеленчуци. Осветена от LED подсветки и напоявана със сложна хидропонна мрежа, тя ни показва как може да изглежда производството на храна в бъдеще, ако условията на повърхността на земята станат неблагоприятни. Дори архитектурните студия напоследък се присъединяват към urban farming активистите и започват да включват в своите проекти възможности за градско земеделие.

Технологиите също оказват влияние върху процеса. Според Калеб Харпър от MIT Media Lab към Масачузетския технологичен институт, земеделието най-после се присъединява към информационното общество и новата икономика с навлизането на все повече сензори, мрежови решения и отворени платформи за споделяне на данни. Създадената в неговата лаборатория Open Agriculture Initiative (OpenAG) позволява например автоматичното споделяне на данни и добри практики между хиляди малки производители. Това поставя началото на нов тип земеделски изследвания, либерализирайки знанието, което с години е било достъпно само на добрите фермери. Резултатът е, че повече хора ще могат да се научат да бъдат фермери и да си осигурят достъп до прясна, полезна и произведена локално храна. Дори Google доскоро гледаше към градското земеделие. Един от проектите в нейната лаборатория X беше за автоматизирани вертикални ферми, използващи десет пъти по-малко вода от традиционното земеделие. Компанията обаче прекрати проекта, тъй като екипът не е бил убеден в перспективите пред него. Други фирми обаче продължават да създават иновации в тази сфера.

Според прогнози на ООН до 2050 г. в градовете ще живеят около 6.5 милиарда души, което ще затрудни значително доставките на хранителни продукти за всички тях. Затова и надеждите на активистите за градско фермерство са, че с повече инициативност от самите граждани и с използването на правилните технологии градското земеделие може да бъде решението на този проблем, превръщайки мазета, складове, стени и покриви в миниферми и създавайки нова връзка между човека и природата.

„СЪР EASY“, или милиардерът ФИЛАНТРОП

ОСНОВАТЕЛЯТ НА „ОРАНЖЕВАТА" БИЗНЕС ИМПЕРИЯ ЛИЧНО **РАЗДАВА БЕЗПЛАТНИ САНДВИЧИ НА БЕЖАНЦИ И НА ПОСТРАДАЛИ ОТ КРИЗАТА В ГЪРЦИЯ И КИПЪР**

автор: Бранислава **Бобанац**

Трима от едно семейство влязоха в световния „Клуб на милиардерите" тази година. Класацията на „Форбс" за най-богатите в света през 2016 г., която бе обявена в началото на март, предизвика особено вълнение в Кипър, защото „рекордната" фамилия е с кипърски корени, а най-изявеният й представител е един от най-популярните хора на острова.

Под номер 1275 в списъка на милиардерите е 49-годишният сър Стелиос Хаджийоану - най-богатият кипърец. Състоянието му тази година е оценено на 1.46 млрд. долара. Брат му - 56-годишният Полис, заема 1367-о място в класацията със стойност на активите от 1.3 млрд. долара. 45-годишната им сестра Клелия се нарежда на 1577-о място с притежаваните от нея 1.09 млрд. долара. Сър Стелиос се чувства

гражданин на **света**

от кипърски произход. Официално той е с гражданство на Кипър, макар че е роден в Гърция, в Атина, на 14 февруари 1967 г. Родителите му са кипърски гърци, родом от острова, като баща му Лукас е известен кипърски корабен магнат. Развива бизнеса си основно във Великобритания, а живее в Монте Карло и Монако.

Иска към него да се обръщат само с първото му име - Стелиос, без фамилията Хаджийоану, каквато близост е рядкост за милиардер от неговия ранг. Не често може да се види и богаташ като него да запретне ръкави и лично да осигурява и раздава безплатна храна на деца и бедни, както той прави в Кипър и Гърция. Очарователната му усмивка и пламъчетата в очите пък са запазили в днешния едър мъж хлапашкото излъчване на младежа, тръгнал преди две десетилетия да прави революция в бизнеса.

Стелиос е човекът зад easyJet. Известната с оранжевия си цвят авиокомпания, която бе посочена в класацията на „Форбс" като основен източник на богатството му, съвсем наскоро - през ноември м.г., отпразнува 20-годишния си юбилей. Двамата братя и сестрата Хаджийоану притежават сега около 35% от авиокомпанията, въпреки че след конфликт с борда й заради вижданията за бъдещото й развитие през 2013 г. те намалиха дела си, продавайки по 200 000 акции. Сър Стелиос е не само най-големият акционер в easyJet, но той лично държи правата върху самото име.

Негова еднолична собственост е и марката „easy", която с многобройните си дейности той направи един от

най-разпознаваемите **брандове**

в света. В началото на тази година милиардерът я постави върху две нови начинания. През януари оранжевият цвят и лого бяха изписани върху първия easyCoffee shop, който бе открит в Лондон. В него голяма чаша кафе – капучино, еспресо или лате, струва само 1 паунд.

В първите дни на февруари пък в Северозападен Лондон отвори врати easyFoodstore – първият магазин от бъдеща верига евтини супермаркети. Всички 76 вида хранителни стоки в него – паста, спагети, бисквити, кафе, боб, консерви, масло, чай и други основни продукти за всекидневно потребление, бяха пуснати на шокиращата цена от 25 пенса. Рафтовете бяха опразнени само за два дни, като бе изкупено количество, което бе предвидено да стигне за първите две седмици. Магазинът е още един начин, по който марката „easy" ще може да обслужва хората, които не работят или работят за малко пари, обясни сър Стелиос.

Империята му включва в момента повече от 20 компании в различни сектори, които прилагат създадения от него модел за easy (лесен от англ.) бизнес. През 1998 г. той създава easyGroup – негово частно инвестиционно дружество, което управлява бранда „easy" и стартира нови бизнеси, давайки им лицензи. През юни 1999 г. се ражда easyInternetcafé, през 2000 г. - easyRentacar, преименувано на easyCar, след това easyCruise, easyOffice, easyBus, easyHotel, easyValue, easyMoney, easyCinema, easyGym, easyProperty…

Въпреки че някои от начинанията му не са много успешни, принципът, по който те работят, е един и същ. Целта е да се предостави на потребителите

повече стойност с **по-малко разходи**

или високо качество на възможно най-ниска цена, събрани в основен минимум от услуги, който може да се надгражда според желанията на клиента, но без той да е принуден да плаща за нещо, което не му е необходимо. Тези продукти и услуги са без излишни, ненужни допълнения и екстри, които само ги оскъпяват без реална полза за клиента.

Безспорният най-голям успех на магната, истинското въплъщение на идеята му за easy бизнес, е нискобюджетната авиокомпания easyJet. С нея той промени кардинално лицето на въздушния транспорт в Европа, превръщайки самолетите в автобуси и предлагайки на пътниците най-необходимите им услуги на ниска цена, за да могат хората да летят по-лесно и по-евтино по целия континент.

„Изстрелването" на бъдещия милиардер е в ранната утрин на 10 ноември 1995 г., когато от летище „Лутън" в Лондон за Глазгоу излита първият самолет на новата нискобюджетна компания easyJet. На борда заедно с първите закупили от евтините билети е основателят й - само 28-годишен и без опит във въздушния транспорт, ако не се брои опитът му като пътник. Дотогава Стелиос има кратка

Бизнесменът на церемонията за 20-годишнината на easyJet

кариера в семейния бизнес „Trodos Shipping Co Ltd.“ и само 3-годишен опит от първата му собствена корабна компания Stelmar, която създава през 1992 г. с 5 млн. долара помощ от баща си. През 2005 г., той ще я продаде успешно на международна група в корабоплаването за 1.3 млрд. евро - на четворно по-висока цена за акция от първоначалната ѝ стойност.

А само 11 години след рисковото начинание - през 2006 г., едва 39-годишният Стелиос ще бъде посветен в рицарско звание от Нейно величество кралица Елизабет II за големите му заслуги към предприемачеството и развитието на британския бизнес.

„Летяхме до Глазгоу и обратно и останалото е история“, кратко напомни за звездния си час сър Стелиос по време на честването на 20-годишнината на авиокомпанията миналия ноември.

Новата евтина авиокомпания си поставя за цел да направи самолетите си достъпни за повече хора и така се ражда всеизвестната ѝ реклама за полети

на цената на **един чифт дънки**

Билетът до Глазгоу струва само 29 лири, а чифт Levis – 75 лири. И сега компанията предлага билети на цена под 30 лири, отчете бордът ѝ със задоволство в юбилейните празненства.

Днес easyJet е сред водещите превозвачи във въздушния транспорт в Европа, като заема второ място в обслужващите къси разстояния. През 2000 г. дружеството е листвано на Лондонската фондова борса, а през март 2013 г. поскъпващите му акции го изпратиха в бенчмарк индекса FTSE-100 на най-големите компании в Обединеното кралство въз основа на пазарната им стойност.

Компанията вече гледа в следващите 20 години. През февруари от easyJet разкриха плановете си за провеждане на първите в света изпитания на нов хибриден самолет, задвижван с водород, за което компанията си партнира с Cranfield University. Това ще пести гориво, ще намали емисиите и ще ускори времето за пътуване.

Освен с мащабния си „лесен“ бизнес, милиардерът е прочут с щедрото отпускане на средства за стипендии за обучение, финансиране на стартиращ бизнес, подпомагане на бедни и нуждаещи се. От осем години с

благотворителната **фондация**

носеща неговото име (Stelios Philanthropic Foundation), той доказва ангажираността си към обществото, като подкрепя предприемачеството, образованието и проекти за околната среда в Обединеното кралство, Гърция и Кипър.

Една от най-чувствителните му инициативи е благотворителната програма „Храна от сърцето“. Милиардерът

„Храна от сърцето“ е благотворителна дейност за подпомагане на нуждаещите се в Кипър и Гърция

Състезанието за наградите „Стелиос“ за съвместен бизнес между представители на двете кипърски общности привлича все повече участници

кипърски грък я започна в Кипър в разгара на кризата, само месеци, след като през март 2013 г. правителството на страната подписа спасителното споразумение с тройката международни кредитори. „Сега е точното време за кипърците да направят най-доброто, което могат, един за друг. Мислех, че в тези условия трябва да помогна на хората в затруднено положение и най-добрият начин за това е да помогна с храна“, обясни решението си той. „Храна от сърцето“ започна да раздава безплатни пакети сандвичи и обяд за деца и нуждаещи се хора в градовете Никозия и Лимасол в Кипър, а по-късно се пренесе и в Гърция. През лятото на миналата година, в едни от най-тежките месеци на гръцката криза, програмата осигуряваше храна за по 2500 души на ден в Атина. Сега „Храна от сърцето“ работи в 15 пункта в двете страни. Големият приток на бежанци от сирийската криза в Егейско море роди и сътрудничеството на фондация „Стелиос“ с общината на Самос, един от най-близките гръцки острови до малоазийския бряг, където милиардерът помага с доставката на храна за хилядите нуждаещи се хора.

През последните 10 г. фондацията „Стелиос“ е отпуснала 200 стипендии в размер на 3 млн. лири за студенти от Кипър и Гърция, които желаят да продължат образованието си във Великобритания. Академичната помощ е за два от най-добрите университети в Лондон, в които самият сър Стелиос е учил - Лондонското училище по икономика и City University. Следващата година сър Стелиос се кани да ги събере всички за първи път, за да види какво са направили те в живота си и за обществото.

От осем години награда „Стелиос“ подкрепя материално младежкото предприемачество в Гърция. Досега осем нови компании са получили общо 400 000 евро.

В Кипър пък сър Стелиос насърчава бизнес сътрудничеството и разбирателството между кипърските гърци и кипърските турци – двете общности, които са разделени от 42 години, след турската инвазия от 1974 г. За осми пореден път през октомври тази година ще бъдат връчени двуобщностните награди „Стелиос“. Те се присъждат за бизнес проекти в областта на предприемачеството, изкуството, спорта, които задължително трябва да се реализират заедно от кипърски гърци и кипърски турци. Досега за тази цел милиардерът е дал 2 млн. евро. Тази година 50 смесени екипа ще си поделят общо 500 000 евро – най-голямата годишна сума по тази програма.

Като марката, която притежава, милиардерът-филантроп сър Стелиос Хаджийоану обяснява лаконично и без излишества житейската си визия – той се чувства щастлив, има икономическа свобода и смята, че е длъжен да се изплати на обществото.

ОМАНСКИЯТ **МОДЕЛ**

автор: Владимир **Митев**

Султанатът Оман определено не е най-известната арабска монархия в Персийския залив. Саудитска Арабия, Кувейт, Катар или Обединените арабски емирства, подслонили Дубай, присъстват трайно в световния новинарски обмен и в регионалните международни отношения. Действително, Оман не е построил най-високата сграда в света, нито е пазител на свещените мюсюлмански земи – Мека и Медина. Но въпреки това има с какво да изненада изкушилите се да го опознаят.

Страната се ръководи през последните 46 години от султан Кабус бин Саид ал-Саид. Той взема властта през 1970 г. от баща си чрез безкръвен преврат, подкрепен от Великобритания. Днес султан Кабус е едновременно премиер, министър на отбраната, външен министър, финансов министър и главнокомандващ на въоръжените сили. Въпреки тази концентрация на власт в ръцете на един човек, Оман е описван в международната преса като „най-очарователната полицейска държава“.

Бащата на Кабус – Саид бин Тамур, е водел политика на изолация за страната си и бил с изключително консервативни възгледи за обществено развитие. Според изследването „История на съвременния Близък изток“ на Бънтън Кливланд и Уилям Мартин преди преврата от 1970 г. в страната е имало само 9 км павирани пътища, 3 работещи училища и грамотността е била 5%.

Последвалото управление на Кабус е белязано от модернизация. Важен елемент от него е, че парите от износа на природните суровини достигат до населението. Оман е най-големият производител на нефт и природен газ в Близкия изток, който е извън ОПЕК. Към януари 2016 г. той има доказани залежи от 5,3 млрд. барела петрол. През 2015 г. ежедневно страната е добивала по 1 млн. барела от черното злато. Ресурсите на страната позволяват днес образованието и здравеопазването в нея да са безплатни за нейните 2,32 млн. омански поданици. Огромна част от значимите инфраструктурни и национални обекти са построени именно по времето на сегашния султан.

„В един най-обикновен ден жител на Маскат, столицата на Оман, може да кара по шосето „Султан Кабус“, да премине покрай голямата джамия „Султан Кабус“ и вероятно дори покрай пристанището със същото име. Той би могъл да е завършил едноименния университет, да гледа футболен мач в спортния комплекс с името на монарха, преди

При откриването на кралската опера в столицата Маскат през 2011 г. тя бе първата по рода си сред арабските монархии в Персийския залив -

Столицата Маскат

Фото **Wikipedia**

Султан Кабус е човекът, изградил съвременната оманска държава

СУЛТАНАТЪТ ЗАЛАГА НА БАЛАНС ВЪВ ВЪНШНАТА ПОЛИТИКА И НА ПО-СПОКОЕН И ТРАДИЦИОНЕН, НО И ИЗОБИЛЕН ЖИВОТ У ДОМА

да се върне у дома в жилищния комплекс „Мединат султан Кабус“, обяснява в свой репортаж за петролната държава британското списание The Economist.

Въпреки че Кабус съсредоточава в себе си редица от ресорите на изпълнителната власт, в Оман има Основен закон, приет през 1996 г., както и съвещателен законодателен орган с две камари. Критикуването на султана е тема табу в обществения живот. Арабската пролет бе по-слабо изразена в Оман, отколкото например в Бахрейн. Социалните и либерални искания на недоволстващите през 2011 г. бяха туширани, след като държавата развърза по-щедро кесията си за населението.

Подобно на други нефтени държави, в Оман има много чуждестранни работници от Азия – 1,9 млн. души. Но те не са единствените, които допринасят за етническото многообразие. Оман е бил колония на Португалия от 1508 г. нататък, преди да бъде завладян от Османската империя през 1659 г., а после да стане и британска колония след 1741 г. Именно на британците се дължи присъствието на значима общност, говореща африканския език суахили. Тя включва и хора от омански произход, които са се върнали от Африка, където техните предци са били роби, пояснява публикация на сайта The New York Review of Books.

Оман има и своя общност на белуджи – народност, която населява пограничните територии между Иран и Пакистан. Те са сунити и много от тях са част от армията на страната – несъразмерно по-представени спрямо броя на населението си, отколкото участват в нея другите етноси. На юг в бунтовната през 70-те години провинция Зофар живеят други сунитски племена – джабалитите, които говорят собствена разновидност на арабския.

По крайбрежието на Оман се срещат семейства, занимаващи се с търговия, които са индийци и шиити. Във вътрешността на територията пък доминират ибадитите, които са основната религиозна общност в петролната монархия. Ибадитите имат своите различия както спрямо сунитите, така и спрямо шиитите, но се разбират добре и с двата основни клона на исляма. Особеното за тази форма на исляма е, че макар и да е считана за пуританистка, тя всъщност е настроена умерено към различаващите се от нея.

Някои изследователи смятат, че султан Кабус черпи вдъхновение за своята независима и балансираща външна

Султан Кабус на среща с американския държавен секретар Джон Кери (в средата) и посланика на САЩ Грета Холц

политика именно от ибадизма. Кабус е посредникът, благодарение на когото САЩ и Иран започнаха да преговарят неофициално през 2012 г. Разговорите доведоха до окончателния договор по ядрената програма между Иран и петте страни членки на Съвета за сигурност на ООН плюс Германия от 14 юли 2015 г. Това посредничество се развива, независимо че Саудитска Арабия и други държави от Съвета за сътрудничество в Залива (ССЗ) са противници на Иран в регионалната политика.

Маскат обаче съумява хем да е част от ССЗ, хем да развива взаимноизгодни отношения с Техеран. В началото на април т.г. Оман и Иран се договориха за маршрута на газопровод помежду им, който ще мине по дъното на Ормузкия проток и ще позволи на Ислямската република да снабдява султаната с 28 млн. куб. м газ на ден. Необходимата инвестиция за начинанието се оценява на 1,5 млрд. долара.

Освен това Оман поддържа дипломатически отношения с управлението на сирийския президент Башар Асад, независимо, че други държави от Съвета за сътрудничество в Залива – например Саудитска Арабия и Катар, подкрепят бунтовниците срещу него и от години призовават Асад да сдаде властта. Това уникално външнополитическо позициониране е демонстрация на просветеността на оманския монарх.

Проблемите пред страната са най-вече два – политически, свързан с това кой ще наследи султан Кабус, и икономически – падащите цени на нефта налагат отговор. 75-годишният монарх е болен от рак и прекарва месеци наред през последните години в Германия, където се лекува. Той няма съпруга, нито деца.

Според основния закон наследникът на Кабус трябва да се избере от специален съвет от средите на кралското семейство, което за разлика от съседни арабски монархии не е голямо. Кандидати за бъдещ държавен управник са трима братовчеди на сегашния управник на Оман. Ако съветът не постигне съгласие в рамките на три дни след смъртта на Кабус, тогава трябва да се отвори послание от него, което да определи наследника…

Щедрите времена на управлението на Кабус вероятно отиват в миналото, независимо дали той ще управлява още или не. През 2015 г. бюджетният дефицит на Оман е 15% от БВП. Правителството (т.е. султанът) реши да премахне някои облаги за властта – например служебните автомобили, пише сп. The Economist. Медията добавя и че на сметките за ток оманците вече могат да прочетат стойността на субсидията за гориво, която получават – подготовка за отмяната ѝ. Освен това бе повишен корпоративният данък от 12% на 15%.

Руви, основният бизнес район на Маскат

Правителството разчита на инфраструктурни проекти като тръбопровода от Иран или развитието на пристанището на южния град Дукм. Страната обаче не залага на грандомания и не се опитва да прави градове – увеселителни паркове, както става в съседния Дубай. Вместо това разчита на по-бавен, по-спокоен и по-традиционен и семеен начин на живот за поданиците си.

Но и Оман прави нови неща. През 2011 г. при откриването на операта в страната тя бе обявена за първата по рода си в арабския свят. Ето че без да шуми много и Маскат има какво да предложи на света – и за разлика от съседите то е по-скоро в умереността, отколкото в ексцесиите, по-скоро в баланса, отколкото в политическите крайности. Модел, който си струва да бъде поддържан и занапред…

ПРЕДСТАВЯМЕ ВИ VOLVO S60 BUSINESS EDITION

Volvo S60 е спортен седан, създаден, за да изпитате истинско удоволствие от динамиката и същевременно – да се поглезите с всички удобства на една лимузина. Изчистен дизайн, дискретен скандинавски лукс, уют и комфорт, гарнирани с характерните за Volvo 5-звездна безопасност и вградено уважение към околната среда са сърцето на този автомобил с множеството достойнства. С него ще се насладите на изчистени линии, качество на материалите и интуитивни технологии в помощ на водача и неговите спътници – всичко за едно приятно и луксозно пътуване.

Авангардните мотори, съчетават ниска консумация на гориво и водещи в класа CO2 емисии. Те допълват първокласното усещане във Volvo S60 с динамика, изразена стабилност на пътя и повишено усещане за контрол. Volvo S60 се грижи за Вас и другите около вас, като разполага с революционната Система за защита на пешеходци и велосипедисти, осигуряваща автоматично спиране, в случай че някой внезапно застане на пътя Ви. Представяме Ви специално разработена, лимитирана бизнес серия Volvo S60 с отлично оборудване.

САМО СЕГА ИДВА НА ИЗКЛЮЧИТЕЛНО АТРАКТИВНА ЦЕНА 55 450 ЛВ. С ДДС
С ПРЕМИУМ ОБОРУДВАНЕ ЗА БИЗНЕС КЛИЕНТИ:

- Изцяло нов Drive-E D3 двигател, 150 k.c.
- 17“ алуминиеви джанти
- Контрол при паркиране на заден ход
- Сензор за дъжд, 2ро поколение
- Ел. прибиране на външните огледала с приземно осветление
- High Performance аудио система с Bluetooth
- Управление на аудио системата от волана
- Електрохроматично огледало за обратно виждане
- Алуминиеви декоративни елементи Shimmer graphite
- Кожен волан с три спици и алуминиеви апликации
- Ел. регулиране на лумбалната опора

5 ГОДИНИ ГАРАНЦИЯ
PREMIUM SERVICE ПРОГРАМА

25 години МОТО-РГОНЕ

Volvo S60 лимитирана бизнес серия е с 5 г. гаранция и 5 г. Premium Service, включващ 24/7 услугата „Door to Door” и Europe Assistance – безплатна пътна помощ на територията на ЕС.

КИТАЙ СТАВА НАЦИЯ ФУТБОЛНА

автор: Владимир **Митев**

Ако най-любимата световна игра – футболът, е действително място за премерване на международните сили, то е логично в него да бъдат представени всички значими държави. Воден от тази логика, в последно време Китай ударно инвестира в най-популярния спорт. Благодарение на държавна политика със санкцията на самия президент Си Цзинпин на територията на азиатския гигант футболът е влязъл в учебната програма, търсят се и се развиват млади таланти и се купуват играчи на световно ниво.

През зимния трансферен прозорец т.г. Китайската супер лига (КСЛ) изхарчи повече пари за покупка на играчи, отколкото Английската висша лига, и се нареди на първо място в света по този показател. Трета пък е китайската Първа лига. Стигна се дотам, че отбор от нея даде 10 млн. долара, за да закупи местен китайски вратар, който дори не е национал. Това подсказва, че в китайския клубен футбол се въртят все по-големи пари и има инфлация при цените на играчите.

„КСЛ набира сили“, заявява Свен Горан Ериксон – мениджър на шанхайския тим SIPG (Shanghai International Port Group Football Club), който през миналия сезон завърши на второ място. „Парите са тук и футболът става все по-добър. Мисля, че отношението към футбола в страната се е променило, и то от доста време. Те са разбрали, че не са на нивото на световния клубен футбол и че искат да го достигнат. Китай скоро ще бъде световна сила във футбола“, допълва шведският специалист, който е управлявал отбори от италианската серия А през 90-те години и тимове във Великобритания през първото десетилетие на новото хилядолетие.

В КСЛ играят 16 отбора, поддържани основно от частния

Снимка: Wikipedia

Стадионът на Tianjin TEDA - отбор от Китайската супер лига

Президентът Си Цзинпин дава решаваща подкрепа за развитието на футболната индустрия

китайски бизнес. Средната възраст на футболистите е 26,5 години. В отборите са включени общо 500 играчи, като 18% от тях са от чужбина.

Според правилата на лигата във всеки отбор може да бъдат картотекирани най-много пет чуждестранни играчи. Единият от тях трябва да е от страна член на азиатската футболна конфедерация – каквито са Австралия, Япония или Хонконг. Отборите нямат право на чуждестранни вратари, за да се изграждат национални играчи на този пост. Сезонът продължава от март до ноември всяка година.

Липсата на ограничение върху разходите за заплати и трансферни суми доведе до неколкократното счупване на рекорда за покупка на играчи през изминалия трансферен прозорец. В момента най-скъпият играч в КСЛ е бразилецът Алекс Тейшейра, който бе закупен от Jiangsu Suning за 45,5 млн. евро. Преди това той играеше за „Шахтьор Донецк“. Отсъствието на лимит в заплащането позволява на основния нападател на Shanghai Shenhua – шведа Тобиас, да печели 10 пъти повече от това, което са му плащали в Европа.

„Китай е влюбен в чупенето на световни рекорди. Това е част от съвременната китайска култура. Те са показни консуматори, които обожават да бъдат виждани като най-добрите по рода си, както и да демонстрират богатството си. Китайски предприемач и неговият клуб със сигурност ще поискат да поставят нов световен рекорд за футболен трансфер и предвиждам, че в рамките на 12 месеца това ще се случи“, заявява Саймън Чадуик – преподавател по спортно предприемачество в британския Салфордски университет.

Десетгодишният план на президента Си – от 2015 г. до 2025 г., е да създаде китайска спортна икономика на обща стойност 850 млрд. долара. Според оптимистични оценки цялата световна спортна икономика в момента има стойност 400 млрд. долара. Намеренията на Си са да бъдат изградени 20 000 футболни училища до 2017 г. Те трябва да създадат 100 000 играчи, пояснява BBC в обширен анализ за възхода на футбола в Китай.

Подкрепата на президента Си за него е решаваща. Както и културата на т.нар. гуанси – частните предприемачи, които искат да правят нещо с позволението на държавата, финансират държавни политики, за да им спори бизнесът.

В момента Китай е на 96-о място в световната класация на футболните сили. Страната е била само един път на световно първенство – през 2002 г., когато губи и трите си сре-

РЪКОВОДСТВОТО НА АЗИАТСКИЯ ГИГАНТ ИСКА ДА БИЕ ЗАПАДА В СОБСТВЕНАТА МУ ИГРА - **БЕЗ ЗНАЧЕНИЕ ДАЛИ ТОВА Е КАПИТАЛИЗМЪТ ИЛИ ФУТБОЛЪТ**

щи в предварителните групи. Професор Чадуик счита този период за първата футболна революция в Китай, довела и до първото разочарование. Вторият опит за по-решителни действия е преди 4-5 години, когато заможни бизнесмени правят покупки от суета – така футболисти като Дидие Дрогба и Никола Анелка заиграват в държавата с комунистически режим и пазарна икономика. „Този опит също беше разочарование. Сега наблюдаваме третата революция, но тя е много по-различна от първите две. Тук имаме санкцията на държавата. И има свръхбогати предприемачи, ръководещи промяната“, споделя Чадуик.

„След 10-15 години съм сигурен, че китайският национален футболен отбор ще се състезава, за да спечели световното първенство“, добавя Свен Горан Ериксон. Подобни амбиции има и Си, който вярва, че наближава моментът, когато родината му не само ще е домакин на Мондиал, но и ще грабне купата.

За момента стратегията е да се организира силно национално първенство. А проблемите в тази насока са многобройни. Един от тях е уреждането на мачове в името на печалби от заложните къщи за хората с предварителна информация за резултатите. До момента стотици футболисти и други лица са арестувани във връзка с този вид корупция.

Китай разбира, че футболът може да е важен за издигането на влиянието на страната в света, за което тя не жали средства. Например в Африка, Карибския басейн и южните тихоокеански острови Пекин провежда т.нар. „дипломация на стадионите“ – изгражда безплатни игрища.

Освен това най-богатият китаец – 61-годишният Ван Цзианлин със състояние 25,05 млрд. евро, закупи швейцарската компания за спортен маркетинг Infront Sports and Media за 1,1 млрд. евро. Фирмата управлява медийните и маркетинговите права за редица спортни събития. А нейната важност се издава и от факта, че се управлява от Филип Блатер - племенник на бившия шеф на ФИФА Сеп Блатер.

Китай чрез своя втори най-богат гражданин Джак Ма купи и 20% от „Атлетико Мадрид“ за 42,15 млн. евро. Но най-интересната инвестиция е покупката за 254 млн. евро на 13%-ен дял от „Манчестър Сити“ от страна на близката до държавата компания China Media Capital. Смята се, че чрез тази сделка Китай добива достъп до ноу-хауто на британския клуб, свързано с неговата школа и кампус.

В момента в Китай ударно се изграждат кампуси, в които

Градовете в Китай, които имат футболни отбори в Суперлигата

децата могат да съчетават играта на футбол с училищните уроци. Целта е да постигнат титлата „най-добър футболен клуб в света“. Един от кандидатите за нея е вече Guangzhou Evergrande. Тимът печели първото място в китайския шампионат вече 5 поредни пъти. Освен това е единственият китайски отбор, който е спечелил азиатската шампионска лига – през 2013 г. и през 2015 г. Последният успех му позволи да играе на турнир на първенците на FIFA. В него отборът от Гуанджоу бе отстранен от „Барселона“, който спечели турнира.

„Най-трудното нещо за китайските отбори е нападението. Китайските футболисти не могат да вкарват голове. Във всичко друго те са чудесни. Много са технични“, разкрива бившият полузащитник на „Евъртън“ Тим Кейхил, който сега играе за Shanghai Shunhua.

Илюзия е обаче, че чуждестранните играчи получават много пари за малко работа в китайското първенство. Напротив, очакванията към тях са много големи и ако не покажат резултати за няколко месеца, те биват продавани. Така създаваната конкуренция и правените инвестиции издават характерната амбиция за Китай да победи останалия свят в собствената му игра – без значение дали това е капитализмът или футболът.

Фото: Wikipedia

Азиатските шампиони по футбол за 2015 г. Guangzhou Evergrande

Златна възможност за Вашия бизнес

Сега с клиентско предимство до **5000 лв.**

5 ГОДИНИ ГАРАНЦИЯ

ЗДРАВО Ford НАПРАВЕН

Ултра нисък разход за гориво и поддръжка, висока остатъчна стойност, легендарна издръжливост, доказана и в български условия. Новата лекотоварна гама на Ford прави избора Ви лесен и резултатите – видими. Златният отбор Courier, Connect, Custom и Transit предлага решение за всички нужди. Сега с клиентско предимство за автомобили на склад и 5 години гаранция. Разберете повече на ford.bg.

Ford
Go Further

Снимката е с илюстративна цел.

25 години МОТО-РГОНЕ

ТЕХНОЛОГИЧНИ ИНОВАЦИИ В **СПОРТА**

Фото **CARV**

CARV следи представянето на скиорите и помага да го подобрят

автор: Александър **Александров**

През следващите години спортът ще се промени до неузнаваемост под влиянието на високите технологии и тази промяна ще повлияе както на постиженията на спортистите, така и на начина, по който зрителите се наслаждават на тяхната игра. Или поне в това са убедени представителите на една бързоразрастваща се общност от компании, разработващи спортни иновации. Те обхващат решения в области като „Интернет на нещата“ (Internet of Things), „носими“ технологии (wearables), обработката на големи масиви от данни (big data) и др. В предишни броеве на сп. „Икономика“ вече ви запознахме с някои бързоразвиващи се нови спортове, възникнали под влияние на информационните технологии – състезанията с летящи дрони, както и професионалните гейм турнири, чийто награден фонд и публика вече могат да съперничат на редица традиционни дисциплини. В настоящия материал ще разкажем и за начините, по които информационните технологии оказват влияние върху традиционните спортове, познати от десетилетия.

Проследяването и подобряването на движенията на тялото чрез прикрепени за него wearable – джаджи, събирането на данни за движенията на състезателите и за тактиката на отборите, софтуер за анализ и прогноза на тяхното поведение. Това са само част от инструментите, чрез които технологиите променят професионалния спорт.

В средата на април например, в американската Висша лига по бейзбол са одобрили използването на дигитални устройства по време на игра през този сезон. Както съобщава Associated Press, носимите джаджи ще бъдат прикрепени към състезателите и ще измерват нивото на стрес при играчите, техния сърдечен ритъм и честотата на дишане. Отделно ще бъдат въведени и сензори на терена. Нововъведенията поставят много въпроси и вече разбуниха духовете в бейзболните среди. От една страна, според някои експерти те биха могли да изиграят положителна роля за здравето на играчите. В частност очакванията са да направят възможно ранното засичане на определени навици и модели на поведение, които биха могли да доведат до контузии. Това безспорно е позитивно. От друга страна обаче, не е ясно по какъв начин отборите ще използват информацията, събрана чрез иновативните джаджи. Притеснения в

Фото **http://www.getenflux.com/**

Умната технология Enflux Exercise проследява чрез сензори движенията на спортуващия и служи като дигитален треньор

тази насока вече са изказали някои представители на бейзболния съюз. Други пък са обезпокоени от потенциалното нарушаване на личното пространство на играчите. Въпреки че е спорно доколко може да се говори за лична неприкосновеност на професионални спортисти по време на игра.

Данните няма да са достъпни по време на самите срещи, а след това, макар и само от клубовете – посредством одобрени устройства и през точно определени телеком мрежи. На самите клубове ще бъде забранено да ги предоставят на телевизионни оператори или да ги използват за каквито и да е други комерсиални цели. Те ще разполагат с тях само за вътрешни нужди. Играчите пък ще имат право на избор дали да използват технологията, както и да посочват кой може да бъде получател на данните. Тепърва предстои да разберем как тази иновация ще промени бейзболните първенства.

Бейзболът обаче далеч не е единственият спорт, който се дигитализира с бързи темпове. Неотдавна в портала за споделено финансиране Kickstarter набра средства екипът зад първата по рода си носима технология за обучение на скиори. Тя се нарича CARV и се прикрепя към всякакъв тип ски обувки. След това устройството започва да следи всички движения на ски пистата и да ги изпраща до телефона на собственика посредством Bluetooth. Специално мобилно приложение пък дава информация на скиора как е карал и какво може да подобри в движенията си. CARV може да му дава съвети и в реално време чрез гласова информация, през слушалките на смартфона. Технологията е подходяща както за любители, така и за професионални скиори. „CARV добавя нова перспектива пред карането на ски. Сензорите ви позволяват да видите точно какво се случва и са перфектна комбинация с мобилното приложение, която наистина работи“ - убеден е световният шампион Филип Флайсър в изявление, направено на сайта на CARV. Друга умна технология, наречена Enflux Exercise, подпомага спортистите в сферата на вдигане на тежести или просто трениращи във фитнеса. Тя представлява тениска и шорти с множество вградени сензори, които проследяват движенията на спортуващия и му показват на дисплея на смартфона 3D визуализация на собственото му тяло, анализирайки движенията му. На практика приложението е своеобразен дигитален треньор, който може да подобри резултатите на практикуващия, без значение дали е професионален спортист, или вдига тежести за първи път.

Според анализатори, wearable устройствата са подходящи за спортисти от почти всяка дисциплина и на всяко ниво, и тепърва тяхното използване в професионалния спорт ще се увеличава. Бързо развиващият се подсегмент на спортните технологии вече е забелязан и от най-големите. Показателно в това отношение е, че на предстоящия през август в Сан Франсиско форум за иновациите в спорта ще се включат компании от ранга на Adidas, Red Bull, Intel и др. Спортните или фитнес приложения вече са и най-бързо развиващият се подсегмент на носимите технологии – един пазар, който се очаква да достигне 44.2 млрд. щ. долара до 2021 година. Всъщност често те са и двигател за развитието на този нов сектор, тъй като много от решенията, създадени за спортни симулации или защита от контузии, след това навлизат и за масова употреба. Също както дрехите или обувките за спортисти постепенно навлизат в живота ни, а върховите технологии, тествани в болидите на автомобилните състезания, се прехвърлят в масовите модели, изглежда, че начинът, по който полагаме физически усилия в ежедневието си, през следващите години ще бъде повлиян от иновации, тествани днес буквално на гърба на някои от най-популярните спортисти в света.

ОТ СЕНЗОРИ, ПРИКРЕПЕНИ ЗА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ БЕЙЗБОЛИСТИ В САЩ, ДО НОСИМИ УСТРОЙСТВА НА КРАКАТА НА СКИОРИТЕ В АЛПИТЕ - **ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ СА НА ПЪТ ДА ПРОМЕНЯТ ПРЕДСТАВАТА НИ ЗА СЪСТЕЗАНИЯТА**

Шеф Дамянов с наградата

ESTE

с отличие за авторска кухня

Фото **Стоян Йотов**

РЕСТОРАНТЪТ ВЕЧЕ ПОСРЕЩА КЛИЕНТИ В ЛЯТНАТА СИ ГРАДИНА

Ресторант Este спечели награда в категория „Авторска кухня“ в конкурса „Ресторант на годината Бакхус, Acqua Panna & San Pellegrino“. Сложността в приготвянето на ястията и здравословната концепция за храната на шеф Димитър Дамянов бяха оценени подобаващо и той получи престижен черпак.

Ястието, което представи той за Este, бе вариация на телешко, в което бяха използвани 13 компонента – крем от коприва, терина от артишок и ряпа, сос Мадейра, олио от мащерка, прах от печен морков, трохи от лешник, маринована телешка буза в сено, конфирано месо от телешка глава с бавно готвен лук, телешко бон филе, готвено във вакуум, мус от лилав картоф, крем от корен от магданоз, крем от аспержи и ядливи цветя.

Наградите бяха обявени на официална церемония в края на март, която по традиция минава под формата на демонстрационна вечеря. На нея се изявяват едни от най-добрите шеф-готвачи в България, сред които и шеф Димитър Дамянов. Майсторите на кухнята показват интересни съчетания, приготвени според най-актуалните техники в кулинарията.

Лятната градина е готова да посреща гости

Най-добрите ястия биват отличени от независимо жури, в което влизат различни критерии при избора на продукти, меню, начин на приготвяне на ястията, дали те отговарят на концепцията на ресторанта, цени, обслужване, хигиена, интериор и цялостно преживяване.

Ресторант Este приветства и идването на пролетта с отварянето на лятната си градина, където всеки клиент може да се наслади на първокласна кухня в атмосфера на спокойствие и красота. На разположение са 43 места в 8 шатри, заобиколени от свежа зеленина, цветя и нежния напев на фонтана.

Слави **Райчев**:

СОМЕЛИЕРЪТ Е ДУШАТА НА ВСЕКИ РЕСТОРАНТ И ИЗБА

Виното е емоция, така го определя един от най-добрите български сомелиери Слави Райчев. В момента той е вицепрезидент на Асоциацията на сомелиерите в България и главен сомелиер на Grand Hotel Sofia. През 2009 г. Слави Райчев заема първо място на международен конкурс за най-добър млад сомелиер - самостоятелно и отборно. Днес клиентите на ресторанта изцяло му се доверяват при избора на правилно вино, а ние поговорихме с него за професията и винените тенденции у нас.

автор: Александра **Сотирова**

Г-н Райчев, къде е мястото на България на световната винена карта?

- Не където ми се иска да бъде. Ние заслужаваме едно от челните места, българските вина са с изключително добро качество и мисля, че вече хората се убедиха в това. В последните години се наблюдава много силна конкуренция на производителите на вътрешния пазар и това дава добър ефект. Тероарът и възможността на България като климат и почва, както и даденостите, които имаме от природата, са на наша страна в правенето на вино. И това е една от основните причини да ни се получават толкова добре вината, а имаме и много талантливи технолози. На пазара има доста интересни бутикови изби. Като качество сме на много добро и конкурентно ниво – това на големите сили в света на виното.

В работата ми аз много често трябва да показвам българските вина на хора, които идват у нас от най-различни краища на света и почти винаги се получава ефектът „уау." Но много често хората въобще не знаят и не очакват, че по нашите земи се прави вино. Не сме най-котираната винена дестинация в света. Липсва ни лице, не като човек, а като бранд. Брандът България липсва като вино. Ние имаме изключително интересни типично български сортове. Класическите световни сортове също много добре виреят у нас и дават много интересни вина. Има сортове, от които на много малко места по света може да се направи вино, както се прави в България, а това също би било интересна визитка за нас.

- Какъв е пътят, който трябва да извървим, за да се конкурираме с Франция и Италия?

- В Италия, в който и от големите градове да се разхождаш, влизаш в един магазин за дрехи и те посрещат с вино от вратата. Там виното в още по-голяма степен е част от ежедневния бит и култура на хората. Липсва ни малко самочувствие, може би. Както и единна политика. Какво правят Италия и Франция? Кооперират се различни производители, отиват заедно на големи изложения, влагат много в това да се представят заедно, а не толкова еднолично като търговци, а по-скоро да представят бранда на нужната висота – това ни липсва. Въпреки че в последните години имаме добри примери в това отношение.

- Развива ли се професията сомелиер?

- Това е основната ни мисия в Асоциацията на сомелиерите в България - да популяризираме професията. Тя ще се развива, казвам го не само с пожелателен характер, а и като тенденция. Вече идва моментът, в който бизнесът и туристическата индустрия усещат реалната необходимост да има сомелиери във всички ресторанти с претенции зад името си. Но това е нещо, което предстои да се случи. Наскоро професията бе призната и в регистъра на професиите. Пак давам пример с Италия, там е несериозно в какъвто и да е хотел или ресторант да няма сомелиер или човек, който да има по-специално отношение към виното. У нас все още са много малко местата, в които има работещ сомелиер.

- Каква точно е ролята на сомелиера в един ресторант?

- Голяма. Той е човекът, който селектира напитките – не само виното, а всички напитки, които влизат в асортимента на ресторанта. Съчетава ги с ястията в менюто и стила на кухнята. Той е човекът, който се появява на масата, когато клиентът седне в ресторанта. И в един изключително приятен и интересен за клиента разговор сомелиерът трябва да усети чисто психологически настроението на човека и неговия индивидуален вкус, защото във виното има много субективизъм. Трябва да го насочи спрямо храната и напитките и да усети това, което човекът отсреща очаква да получи.

Хората ходят в ресторант, за да получат цялостно изживяване, а не просто да хапнат нещо набързо. И сомелиерът до голяма степен е човекът, който дава това на хората и прави целия ентъртеймънт и атракция.

- Какво не знаем за професията сомелиер?

- Много хора се плашат от самата дума. Заедно с главния готвач сомелиерът е лицето на ресторанта. Той е човекът, който е там, за да бъде по-приятно прекарването на клиента, той трябва да бъде от помощ. С него може спокойно да разговаряш за храна и вино. Сомелиерът е човекът, който ще ти представи едни нови вкусове и ще ти помогне да усетиш пълния потенциал на всяко ястие и напитката, съчетана с него. Хората напоследък все повече започнаха да търсят този тип комуникация и съвет.

- Изучава ли се у нас професията сомелиер?

- Ние все още нямаме утвърдена школа, която да предлага професионално обучение за сомелиери. Има

Фото Стоян **Йотов**

различни организации, които предлагат форми на обучение и курсове. За трета поредна година забелязвам, в рамките на конкурса Сомелиер на годината, че има доста хора, които имат интерес и желание да започнат да се занимават с това. А това е едно от най-важните неща и първата стъпка, от която трябва да се тръгне. Съвсем скоро предстои оформянето на тенденция ресторантите и винарските изби да усетят, че пазарът налага те да имат сомелиери в екипите си.

- Как и кога се роди вашата любов към виното?

- Не съм си представял да се занимавам с нещо друго. Бях на 15 години, когато в процеса ми на обучение имах щастието да се запозная с един от най-добрите български сомелиери Михаил Марковски. Той подходи с много голямо внимание към мен и положи много усилия в това да ме запали. Чувствам се щастлив от това, с което се занимавам. Колкото и да звучи клиширано, аз съм успял да превърна хобито в професия.

- Учи ли се виното или се усеща?

- Постоянно се учи. Добрият практически опит както във всичко, така и във виното, трябва да бъде облечен в една теоретична рамка. Има хора, на които им идва отвътре да усещат виното, но това се учи. В света на виното нещата са много интересни, защото човек абсолютно винаги има какво да научи. Представете си цялото земно кълбо, почти навсякъде се прави вино и то почти навсякъде е различно и оттам идва интересното – това е необятен свят, може винаги да учиш. Но едното не може без другото. Много е интересно да се учи за вино – оръдията на труд са чаша и бутилка вино и е изключително приятно.

- В последните години нашият пазар се обогати много в различни видове и марки вино. Има ли свободна ниша за вино, което не е представено у нас?

- Това, което пазарът представя като портфолио, се диктува от потребителите. Нишата, която доскоро беше по-празна, бе тази на пенливи вина. В последните години се наблюдава тенденция все повече производители да правят такъв тип вина. Но тук трябва да отбележим, че процесът на производство на качествените естествено пенливи вина е много сложен. Колкото и нескромно да звучи, вече има много добри български примери за пенливи вина, което е положително.

- Работите ли с български вина и каква част заемат от портфолиото ви?

- Аз съм националист на тема вино. В селекцията ни от вина в момента има малко над 80 етикета и 70% от тях са български. Хората с изградена култура на потребление са наясно, че виното е продукт, който ще ви хареса най-много на мястото, където е направен. Отивайки в дадена страна, най-нормалното нещо е човек да иска да опита местни вина. В Италия или Франция никъде не съм видял вино, което да не е италианско или съответно френско, и така трябва да бъде.

- Каква е мисията на конкурса Сомелиер на годината?

- Тази година конкурът беше в коренно различен формат. Аз имам щастието вече трета година да съм част от екипа на организаторите и това, което направихме тази година, е правилната формула и занапред ще продължаваме да я развиваме в този формат. Акцентът беше поставен върху участниците, над 22-ма претенденти от цялата страна стигнаха до финалния етап. Мисията и идеята на конкурса е да се популяризира професията в България и да може максимално голям брой хора да се докоснат до сомелиерството и до виното.

- По какво се познава хубавото вино?

- Всеки сам трябва да си отговори на този въпрос, какво търси в едно хубаво вино. Има няколко основни неща – трябва да има баланс между вкусовете и ароматите, виното да няма дефекти и неприятни аромати. Звучи сложно, но е много просто.

БЪЛГАРСКИТЕ ВИНА ЗАСЛУЖАВАТ ЧЕЛНО МЯСТО НА СВЕТОВНАТА ВИНЕНА КАРТА

Дора **Генова**:

АНАСОНОВИТЕ НАПИТКИ СА С **ТРАДИЦИИ В БЪЛГАРИЯ**

Г-жо Генова, откога компанията ви е вносител на Yeni raki (Yeni raki) в България? Кои други брандове представлявате?

- Компанията, която представлявам - „Геслин" ООД, е вносител на бранда Yeni raki за България от 1999 г. – тогава собственост на турския монополист в производството на алкохолни продукти, цигари и сол - TEKEL, а сега на Mey icki sanay ve ticaret AS - Турция, част от групата Diageo - световен лидер в производството и дистрибуцията на алкохолни продукти. На българския пазар предлагаме типични национални турски алкохолни напитки под бранодвете: Yeni raki – номер едно анасонова напитка в света, и по-високия бранд Tekirdag raki, Tekirdag gold raki, и от една година - Tekirdag 10, която за бранда представлява завръщане към традиционното производство с най-високо качество за ценителите на анасоновите напитки.

- Какво е специфичното в технологията за производство на „Yeni raki"?

- Историята на ракъ е над 500-годишна, като методите на производство и в момента следват строги правила, от които не се отклонява и индустриалното производство: Ракъ се произвежда само и единствено от гроздов дестилат, минимум двойно дестилиран, като при втората дестилация се добавят зърна от отгледан в Турция зелен анасон от вида pimpinella aniseed (за разлика от други анасонови напитки) и по този начин се извлича и интегрира в напитката анасоновото масло. След което се сваля алкохолният градус до 45 или 47 градуса за различните продукти и се бутилира.

Висококатегорийните напитки АЛА Yeni raki и Tekirdag gold raki са тройно дестилирани и на финала отлежават 6 месеца в дъбови бъчви, което добавя финитe аромати на дървото и омекотява вкуса им.

- Разширява ли се пазарният ви дял на местния пазар и какви са предпочитанията на клиентите?

- Пазарният ни дял се разширява със стабилни темпове през последните 5 години. Клиентите в България променят маниера си на консумация и все повече търсят висококачествени алкохолни напитки, които да консумират с удоволствие, без да наблягат на количеството. Също така повишената кулинарна култура, интересът на хората да опитват нови вкусове и съчетания ни води нови любопитни клиенти. Напитките, които предлагаме, могат да се консумират през целия курс на хранене, съчетават се с разнообразни храни по един свеж и неочакван начин.

Не на последно място през последните две години се усеща засилен поток на туристи от Турция, които посещават зимните ни курорти, балнеологичните ни центрове. Броят им се увеличава ежегодно. За този тип туристи йени ракъ е напитката, която консумират с удоволствие и с предпочитание пред всички останали.

- Важен фактор ли е сезонността в продажбите?

- В съзнанието на българите анасоновите напитки се свързват с лято, риба, море и средиземноморска кухня. Затова мога да кажа, че сезонността има известно значение, но през последните години не усещаме драстични спадове и подеми в продажбите през различните сезони. Имаме любители, които консумират напитките целогодишно, като променят обемите по брандове през различните сезони – Yeni raki и Текирда ракъ – продуктите с по-свеж вкус, се предпочитат през лятото, а тези с отлежаване в дъб - АЛА Yeni raki и Tekirdag gold raki, като че ли са по-предпочитани през студените месеци.

- На търговска мрежа или на заведения за хранене и забавление разчитате повече в продажбите?

- Не подценяваме нито един от каналите за продажба, но нашите продукти не намират разпространение в нощни заведения и такива за забавление. Продуктите, които предлагаме, изискват храна и се съчетават най-добре с нея: в компания у дома или в ресторант трябва да се консумира бавно, с добра компания и добра храна.

В този смисъл се стараем да достигаме по-близо до клиентите ни чрез разширяване на предлагането във все повече търговски обекти, като внимателно отчитаме нагласите и тенденциите за закупуване на алкохол, насочваме се към най-модерните канали за продажба – онлайн магазини които отговарят на критериите за етична търговия с алкохолни продукти. Брандовете присъстват в най-големите търговски вериги с добра мрежа, както и в най-добрите магазини за алкохол в страната.

- Харесват ли се в България анасоновите напитки и има ли традиции в консумацията им?

- Българинът има традиция да произвежда и консумира анасонови напитки от много години, дори бабите ни произвеждаха домашна анасонлийка и лекуваха стомашни неразположения с нея. В този смисъл местният клиент е склонен да опитва и да оценява обективно анасоновите напитки. Ракъ се доближава най-много вкусово до българската представа за анасонова напитка, която човек да сложи на масата си и да консумира със салати, мезета, скара по типичния за нас начин на хранене.

- Планирате ли да разширявате портфолиото си с нови марки? Ако да, какви?

- Освен напитките производство на Mey icki sanay ve ticaret AS, портфолиото на компанията ни съдържа в момента представителство, внос и дистрибуция на вина на най-голямата винарна в Турция Каваклъдере. Работата с тях е също толкова интересна, както и с ракъ продуктите, но в страна като България - производител на толкова много и качествени вина, смятам, че едва ли биха излезли от нишовия си характер засега. В момента имаме няколко възможности и предложения за разширяване на портфолиото си, които обмисляме внимателно. Не мога да споделя, тъй като, за да се заемем с определен продукт, искаме да сме сигурни, че можем да го представим по най-добрия начин на нашия пазар.

Относно разширяване гамата на продуктите анасонови напитки на Мей холдинг Турция, ще зависи от производителя с какво ще ни изненада, но засега считаме, че сме обхванали най-доброто, което най-големият производител и лидер на пазара на алкохол в Турция предлага. Брандът Yeni raki е лидер на световния пазар в сектора анасонови напитки. Освен че е лидер на вътрешния пазар в Турция с над 80% пазарен дял, се изнася към над 70 държави. В класацията на Ipact data bank за 2014 г. за топ 100 спиртни напитки в световен мащаб по продажби на дребно, Йени раки се намира на 19-о място и е първата анасонова напитка в класацията. Мястото в класацията топ 100 на Yeni raki варира от 14-о до 19-о за 2011, 2012, 2013 и 2014 г., но тя все така е първата анасонова напитка и с гордост използваме слогана „Номер едно анасонова напитка в света".

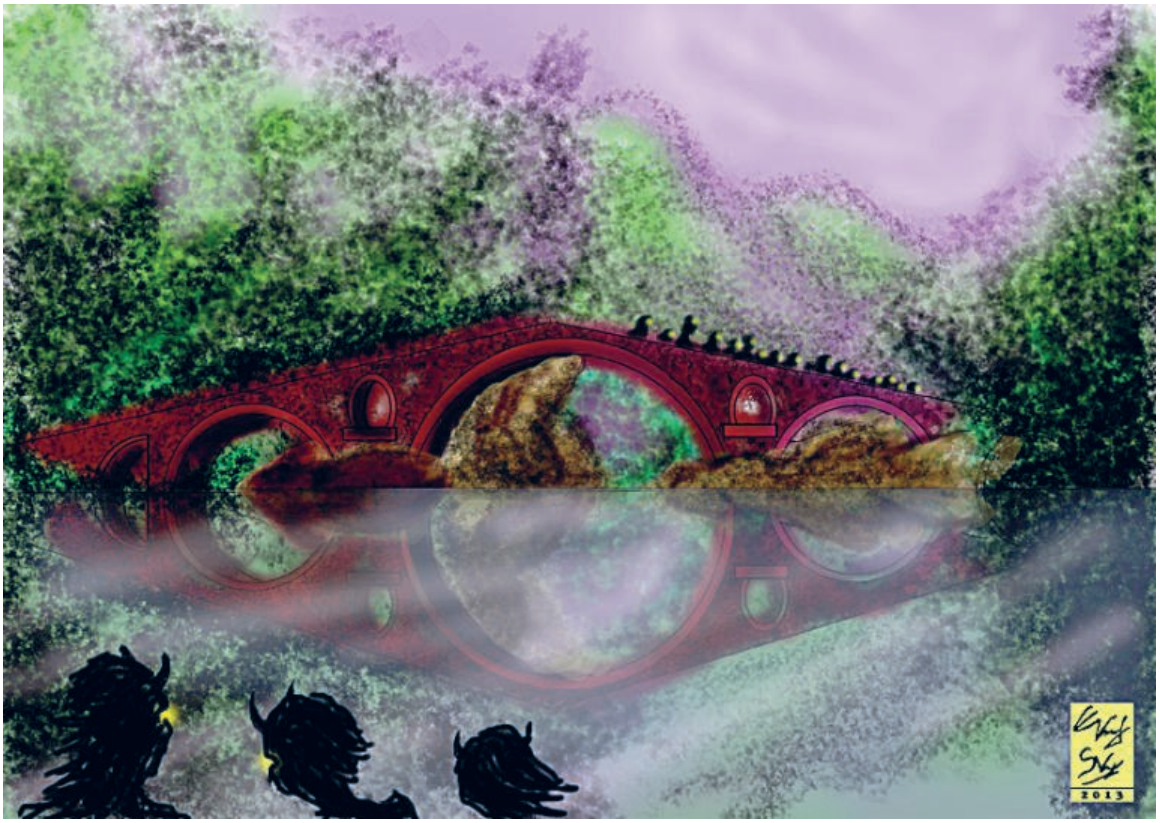
- С какви ястия или мезета е най-подходящо да се консумира „Yeni raki"?

- Йени ракъ може да се консумира с разнообразна храна и мезета. Бих изброила – свежи салати, млечна салата (хайдари), хумус, бяло сирене и пъпеш е традиционно съчетание с Yeni raki; ястия и предястия с морски продукти и риба: калмари, миди, октопод, риба на скара или плакия, а също сарми, различни кебапи, меса на жар. Най-важното е да се консумира с добра компания, да се сподели, вкуси и да се насладим, да се вечеря бавно, с разговори и удоволствие. Това са и основните послания на бранда, обединени от Unrush your world – забави ритъма на своя свят.

ЙЕНИ РАКЪ И ТЕКИРДА РАКЪ РАЗШИРЯВАТ ПАЗАРНИЯ СИ ДЯЛ

„Под моята кожа“ - корица и страница от първата българска електронна графична новела

ДВАМАТА БРАТЯ и **КОМИКСИТЕ**



Мистичният Дяволски мост край Ардино

Илюстрации по българската народна приказка „Златното момиче“

автор: Тони **Григорова**

Емилиян и Станимир Вълеви са млади автори на комикси, художници и писатели. Двамата братя са успели да създадат истински творчески тандем - допълват се от идеята до пълната реализация на всеки проект. Постигнали са симбиоза и са като лявата и дясната ръка, които си помагат. Работят както по класическия начин на хартия, така и дигитално. Стремят се да постигат единство между текст и картина, което е твърде различно от илюстрованата книга.

Перо и **четка**

Емилиян е на 27 г., а Станимир е на 30 г. Израснали са с анимационните филми, но при появата на първите комикси в България двамата били завладени от тяхната динамика и действие и видели възможност самите те да ги създават. Обичат да разказват истории и за радост открили изкуството, което им дава изразните средства за изява. Постепенно илюстрациите и комиксите станали тяхната сила.

Силата на **българското**

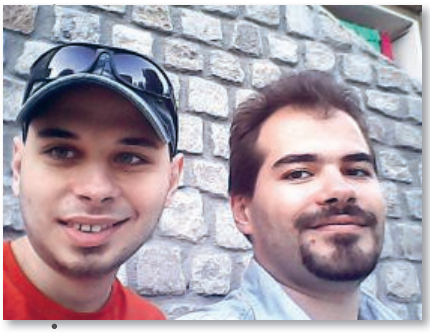
Към момента българските комикси са малко. За да се развие това изкуство, е нужно да има повече наши автори и издателите да им дават рамо. Има място за български комикси, а това е необходимо условие този жанр да получи тласък, уверяват двамата братя. Голямо вдъхновение за тях са българският фолклор и култура. Те са си поставили за задача да интерпретират и да популяризират зад граница богатството на нашите вярвания и традиции.

Пазар

За Емилиян и Станимир няма ограничения. Работят в България, намират пазар и в чужбина. Влизат в конкуренция с автори от страни, където комиксите имат добра среда за развитие, като САЩ, Франция и Великобритания. „Ако живееш на пазара, на който работиш, е улеснение. Но при възможностите за комуникация в наши дни разстоянията не са чак такава преграда“, казват те. Пазарът на комикси има потенциал, но той все още не е добре развит. Иска се много работа, за да може тази ниша да се разработи. В момента има европейско финансиране за популяризиране на европейските комикси в световен план, с предимство ще се ползват големите западни издателства.

Към нов **хоризонт**

В САЩ героите от комиксите излизат от книгите и влизат в сериали, видеоигри, кино, играчки. Целта е тези герои да станат още по-разпознаваеми. Станимир и Емилиян също проявяват интерес към анимация и видеоигри, но това са проекти, които се нуждаят от сериозно финансиране. В света такъв творчески тандем в областта на визуалните изкуства не е изключение. Така например братята Кристофър и Джонатан Нолан, вдъхновени от един от най-ярките герои в комикс изкуството - Батман, създадоха трилогията за Черния рицар. При малко повече късмет и братя Вълеви може да постигнат бляскав успех във визуалните изкуства и кинематографията, защото и те са креативни, неуморими и умеят да прескачат прегради.



ЕМИЛИЯН И СТАНИМИР ВЪЛЕВИ СА ПИСАТЕЛИ И ХУДОЖНИЦИ И **РАБОТЯТ В ИСТИНСКИ ТВОРЧЕСКИ ТАНДЕМ**

БАГРИТЕ НА ЛАОС

автор: Преслава **Георгиева**

Разположена в сърцето на Югоизточна Азия, Лаоската народнодемократична република граничи с Мианмар и Китай на северозапад, с Виетнам на изток, с Камбоджа на юг и с Тайланд на запад.

Лаос е една от най-древните държави в Индокитай, като първите обитатели на тези земи идват от Китай и се заселват по брегoвете на река Меконг, основавайки няколко малки държави, сред които и Лаос. През XIV в. управлението на кралството поема Фа Нгум – способен военачалник и държавник, който значително разширява територията му, покорявайки редица по-малки съседни държави. Смята се, че именно той основава кралство Лансанг, в територията на което влизат обширни територии от днешен Тайланд и Чампа. Съпругата на Фа Нгум е камбоджанска принцеса и под нейно влияние в Лаос се въвежда будизмът като официална религия. През XV и XVI век Лансанг процъфтява, но огромната му територия и разнообразието от етнически групи създават вътрешни раздори и отслабват външната му отбрана.

През XVII в. крал Тиан Тхала бива убит и това поставя началото на спор за трона между различните династии, който прераства в гражданска война. Вследствие на това Лансанг се разделя на три крал-

ства – Луанг Прабанг, Виентян и Чампасак. В края на XVIII в. Тайланд анексира трите държави, а на троновете им са поставени васални крале. През 1824 г. под влиянието на виетнамците кралят на Виентян организира бунт, който бива бързо потушен. Кралят е екзекутиран, а кралството му унищожено. Другите две държави продължават да съществуват до края на XIX век, когато Франция започва активно да навлиза в Индокитай. В началото на XX век тя сключва няколко споразумения с Тайланд и така по-голямата част от териториите на Лаос стават френски протекторат, начело на който застава френски върховен резидент, ситуиран във Виентян.

По време на Втората световна война Лаос бива неколкократно окупиран от французи, японци и тайландци, докато през 1946 г. Франция взима властта, оставяйки ограничена местна автономност.

През Първата индокитайска война индокитайската комунистическа партия формира военно-политическата организация „Патет Лао“, която с помощта на виетнамската организация за независимост (Виет Мин) започва борба срещу френските колониални сили и не след дълго французите дават на Лаос полуавтономия в границите на Френския съюз. Франция запазва своя контрол до 1953 г., когато държавата извоюва своята

ТУК Е ЗЕМЯТА НА МНОГОТО ЕТНОСИ, СЪВРЕМЕННИЯ КОМУНИЗЪМ, ДРЕВНАТА РЕЛИГИЯ И ЖИВОПИСНАТА ПРИРОДА

пълна независимост като конституционална монархия.

По време на Виетнамската война Северен Виетнам окупира Лаос, с цел да осигурява път на своите боеприпаси, и това го превръща в ключов фактор във военните действия. През 1968 г. Северно виетнамската армия предприема атака в подкрепа на Патет Лао в борбата им с кралската армия. За да предотврати разпада на правителството на Кралство Лаос и използването на маршрута Хо Ши Мин за атака срещу американските сили в Република Виетнам, САЩ отвръщат с масивна въздушна атака. Между 1964 г. и 1973 г. по една американска ракета B-52 пада над Лаос на всеки осем минути, 24 часа в денонощието, което прави Лаос „най-тежко бомбардираната страна на земята“, а цивилните жертви на бомбардировките достигат 350 000.

През 1975 г. Патет Лао и Виетнамската народна армия, подкрепяна от Съветския съюз, сваля кралското правителство, принуждавайки краля да абдикира. Новото правителство на Патет Лао сключва споразумения с Виетнам, давайки му право да настани въоръжени сили в страната и да назначи свои съветници в управлението на Лаос. Четири години по-късно, под натиска на Виетнам, Лаос прекъсва връзките си с Китай, а това слага край и на търговските му отношения със САЩ и много други държави.

Конфликтът между бунтовниците от племето хмонг и Виетнамската народна армия и Патет Лао продължава в ключови области на Лаос, като една четвърт от общо 400-те хиляди хмонги биват убити. Правителството е обвинено в извършване на геноцид и нарушаване на човешките им права и религиозни свободи и в периода 1975-1996 г. САЩ приемат 250 000 лаоски бежанци, 130 000 от които - хмонги.

Днес Лаос е еднопартийна социалистическа република, която се управлява от Политбюро, доминирано от военни генерали, като Виетнам запазва силното си политическо влияние. Лаос е мултиетническа държава с население малко над 6 милиона, 60% от които – лаоси, населяващи предимно равнинните части. Хмерите, хмонгите и още над

40 други етнически групи живеят в планинските райони и представляват 40% от населението.

Икономическата стратегия за развитие на страната е базирана на производството на електроенергия от множеството реки и износа ѝ в съседните държави - Тайланд, Ки-

БУДА ПАРК ВЪВ ВИЕНТЯН

ОСТАНКИТЕ ОТ РАЗРУШЕН ПО ВРЕМЕ НА БОМБАРДИРОВКИТЕ ХРАМ, КРАЙ МУАНГ КУН

тай и Виетнам. Икономиката се развива бързо, до голяма степен заради нарастващото търсене на металите, които се добиват тук.

Според Transparency International, Лаос е една от най-корумпираните държави в света. В резултат на това една трета от населението на Лаос живее под международния праг на бедност (с по-малко от $1,25 на ден). Според Индекса на глада за 2015 г. Лаос се нарежда на 29-о място сред общо 52 нации с най-голям процент гладуващо население.

Туризмът в Лаос отчита значителен растеж, като между 1990 г. и 2010 г. броят на туристите е скочил от 80 000 до 1,9 млн. Основните атракции за туристите включват будистките храмове и колониалната архитектура в Луанг Прабанг; античните храмове в столицата Виентян; смесицата на древна и модерна култура и история в Равнината на бурканите; историческите паметници от гражданската война в Сам Неуа; преходите по туристическите пътеки в планинските райони; наблюдение на тигри и други диви животни в защитените територии; пещерите и водопадите до Такек и много други.

Луанг Прабанг и комплексът от древни храмове и дворци Ват Фу са двете места в Лаос, включени в списъка на световното наследство на ЮНЕСКО, като се очаква скоро към тях да се присъедини и Равнината на бурканите.

Северният планински регион на Лаос се намира в сърцето на Югоизточна Азия, заобиколен от Китай, Мианмар, Тайланд и Виетнам. Планинските върхове достигат 2000 м, а горите са дом на немалко глобално и регионално застрашени видове, сред които гибони и тигри. Северен Лаос е и най-популярният район за пешеходни преходи. Множеството туристически пътеки и маршрути минават през зелената джунгла и достигат най-отдалечените селца. Освен с живописните планини и природа, районът е известен и с разнообразието на етнически култури. Повече от трийсет малцинствени групи обитават тези земи и множеството занаяти, които упражняват, правят тази част от страната изключително колоритна. Тук ще откриете ръчно изработена хартия от бамбук и кора на черница, изящни кошници и красиви бродерии. Няколко големи реки предлагат панорамни пътешествия с лодка до отдалечени места и предизвикателни бързеи за любителите на рафтинг и каяк.

Ниската северна част на Лаос, наричана още „северно историческо наследство“ е богата на исторически места и паметници. Град Луанг Прабанг, древната столица на държавата Лансанг и кралска резиденция до XIX век, е включен в Списъка на ЮНЕСКО за културното наследство. Днес той е център на лаоските традиционни изкуства и култура и дом на изящни будистки пагоди, колониална архитектура, и двореца на кралство Лансанг. Други важни исторически

ПОРТАТА НА ПОБЕДАТА

обекти в тази част на страната са пещерите в Хоуафан, Равнината на бурканите със своите мистериозни, гигантски каменни делви на по 2000 години и историческият град Муанг Кун. Районът е известен и с ръчно тъканата коприна и особено тази, произведена в провинция Хоуафан, за която е характерен изключително сложният дизайн. Тук се провеждат няколко ежегодни фестивала, сред които Хмонгската нова година и откриването на будистките пости. Областта е планинска, оформена от карстови планини, плата и криволичещи реки. Обширните тикови гори можете да обиколите както пеша, така и на слон.

Централната област включва историческата столица Виентян и е дом на най-важните религиозни паметници в страната, както и на нейния национален символ – Тат Луанг (Голямата свещена ступа), построена през 1566 г., за която се вярва, че съхранява част от мощите на бог Буда. Сред останалите национални паметници във Виентян са: Портата на победата – Патуксей, и храмът Сисакет – един от най-старите храмове в града. Други атракции за посетителите са Националният музей, колекцията от оригинални статуи на Буда и Буда парк, който включва голямо разнообразие от будистки и хиндуистки храмове и паметници. Ако искате да пазарувате, задължително посетете сутрешния пазар, където ще откриете разнообразие от цветни текстилни изделия като коприна, пердета и други декоративни елементи и красиви ръчно изработени бижута от сребро. Ако търсите по-изящни занаятчийски творби, трябва да посетите някои от многото престижни галерии в центъра на града, които предлагат традиционни дърворезби, хартия от кората на черница и ръчно изработени кошници, направени от бамбук и ратан. В столицата се провеждат

ТАНЦЬОРИ С МАСКИ ПО ВРЕМЕ НА ПРАЗНЕНСТВА ЗА НОВАТА ГОДИНА

и няколко пъстри ежегодни фестивала.

Характерни за тази част на Лаос са карстовите планини, буйните реки и красивите гори. Бреговете на река Меконг предлагат отлични места за пикник и прекрасни романтични залези. Реките Лик и Нгум са идеални за рафтинг и каяк. Националната защитена зона Фоу Као Коуай осигурява многобройни възможности за екотуризъм като къмпинг, трекинг и наблюдение на диви слонове. Изобилие от дива природа ще откриете и в другата защитена зона в района – Нам Кадинг.

Южните провинции са дом на множество исторически храмове и свещени ступи, носещи спомени за славни империи. Останките на считаното за първо градско селище в Югоизточна Азия, датиращо от VII век, ще откриете в основите на храмовия комплекс Ват Фу, който е част от списъка за световно наследство на ЮНЕСКО. Маршрутът Хо Ши Мин, който се простира по протежение на източната граница с Виетнам (от Камоуан до Атапю), е една от атракциите, привличащи тук любителите на историята. По течението на река Меконг ще откриете малки рибарски общности, известни със своя спокоен начин на живот и интересни кулинарни специалитети като ферментирала риба – падек, и рибна салата – лааб паа. Източните плата са населени с мон-хмерски общности, произвеждащи фини, ръчно тъкани памучни изделия.

Природата и географията на южните части на Лаос са изключително разнообразни. Платото Болавен предлага хладен климат и е дом на големи плантации за кафе и красиви каскадни водопади. Платото Дакчунг и планините Анамит са богати на животински видове и всяка година в този район бива откриван по един нов вид бозайник. Тук се намират и четирите хиляди острова на река Меконг, с обширни влажни зони, бързеи от световна класа и крайречни плажове, както и шест от двайсетте национални защитени територии в страната, обитавани от редки и защитени животни и птици.

Местната кухня има много регионални вариации, най-вече заради пресните продукти, характерни за различните региони. Традиционно храната в Лаос се комбинира с лепкав ориз и се хапва с пръсти. Тя е суха, пикантна и много вкусна и се базира на пресни зеленчуци, риба, биволско, птиче и свинско месо, овкусени с много зелени подправки.

Лаос се радва на тропически климат с два основни сезона, като през по-голямата част от годината е горещо и влажно. Дъждовният сезон е от май до септември, а сухият е от октомври до април. Годишната средна температура е около 28 градуса и достига 38 градуса през април и май.

НОВИ КНИГИ ОТ **СИЕЛА**

Нови 101 отбивки

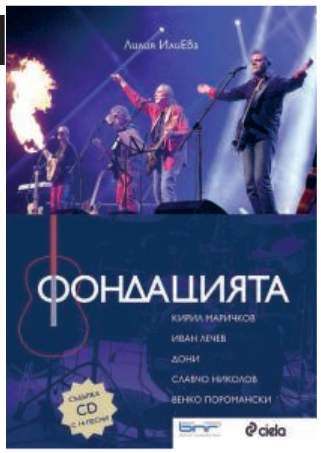
Автор
Иван Михалев,
Елина Цанкова

Цена -
16.90 лева

Готови ли сте за „Нови 101 отбивки“ от Иван Михалев и Елина Цанкова? Продължението на най-любимата на пътешествениците книга през 2015 г. крие нови, още по-вълнуващи маршрути и спиращи дъха гледки, които със сигурност ще ви накарат да се отзовете на предизвикателството и да хукнете по пътищата. И този път местата са малко популярни и не попадат из туристическите наръчници, а вече познатата линия с невероятни авторски фотографии продължава с дори още повече снимки и фотосъвети.

Фондацията

Автор
Лилия ИлиЕва



Цена -
20 лева

За краткото си съществуване от 2013 г. насам супергрупа „Фондацията“ превърна черно-белите ни спомени в цветни и върна живота на някои от най-обичаните български песни. Кирил Маричков, Иван Лечев, Дони, Славчо Николов и Венко Пороманski обиколиха заедно България и света, зарадваха феновете си на четири континента, а само месец преди появата на тази книга се завърнаха от турне в Австралия и Нова Зеландия. Няколко поколения музиканти обединиха своята енергия и талант, за да съхранят стойностната българска музика. Книгата „Фондацията“ разказва за тяхното пътуване във времето, музиката и по света. Тя е плод на над 50 часа разговори с музикантите, които говорят пред журналиста Лилия ИлиЕва за историята както на самата група „Фондацията“, така и на „Щурците“, „ФСБ“, „Б.Т.Р.“, дуета Дони и Момчил и „Те“.

Грешките на българските политици

Автор
Григор Николов

Цена -
16 лева

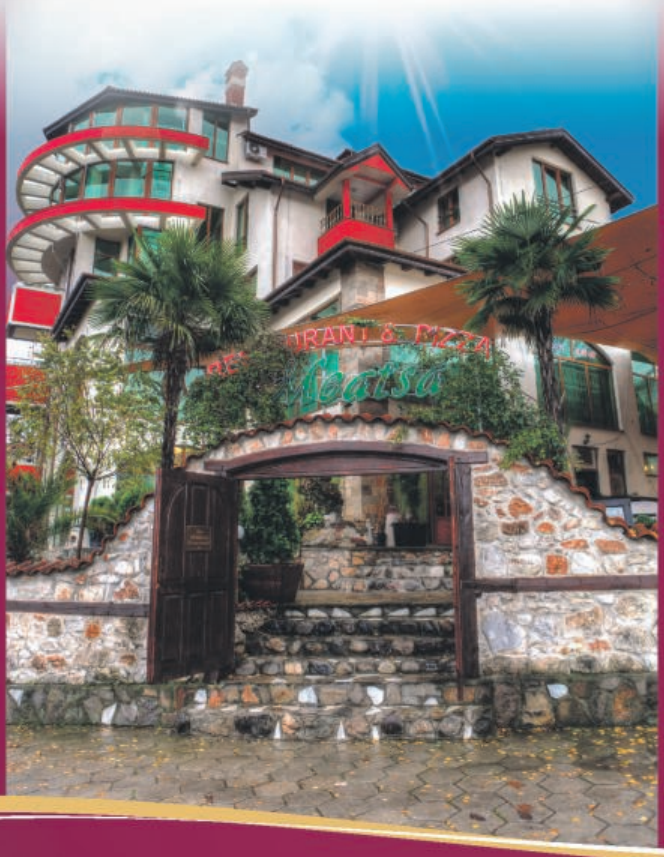
Книгата проследява историята на българската политика – както външна, така и на местно ниво – от 1941 г. насам, засягайки повратни точки в историята на България като част от Европа още от края на XIX век. Авторът прави опит да даде логичен отговор на въпроса защо българските политици продължават да се лутат не само след 1944-а и след 1989 г., а и днес.

Щъркелите и планината

Автор
Мирослав Пенков

Цена -
14,90 лева

Дебютният сборник на Мирослав Пенков постигна невиждан световен успех за автор с български произход. Дългото очакване за първия му роман вече приключи – след продължителна работа с неговия редактор Майкъл Ондатджи (автор на „Английският пациент“) „Щъркелите и планината“ вече се разпространява на английски, а у нас излезе в авторизиран превод от самия Пенков в края на април. Сюжетът проследява завръщането у дома на млад български емигрант, който търси своя дядо, преустановил всякакъв контакт със семейството преди 3 години. След като се озовава в Странджа планина – почти на българо-турската граница и на един хвърлей разстояние от Гърция, героят на Пенков попада в магичния свят на дивна природа, древни нестинарски ритуали, мистериозни черни щъркели и… местно момиче, в което неусетно се влюбва. Наред с всичко това, отдавна забравени призраци нахлуват обратно в живота му, а стари конфликти застават на неговия път.



комплекс
Meatsa

"Хотелски комплекс МЕАЦА"
/хотел, ресторант, сватбен салон/

гр. Кърджали, кв. Възрожденци
тел.: 0361 / 5 88 66, GSM: 0896 87 89 58; 0892 25 44 73
e-mail: hotelmeatsa@abv.bg; www.komplex-meatsa.com

Protect your assets

protect:

HUVEPHARMA®
We add performance to your business

HUVEPHARMA EOOD • 3a NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • **BULGARIA** • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM
HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • **BELGIUM** • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM

НАДГРАДИ ВЪЗМОЖНОСТИТЕ СИ

С разпознаваем облик и премиум качества, **Volvo XC60** е най-продаваният средноголям SUV в Европа. Това е първият автомобил в света, който притежава системата City Safety и серийно спира сам. Атрактивният скандинавски дизайн и модерните технологии сега са допълнени от стилно бонус оборудване: ел. регулируема шофьорска седалка с памет, дигитален дисплей, 18“ алуминиеви джанти, сребристи релси на покрива, кожена тапицерия, заден подлакътник с поставка за чаши, кутия за вещи и хромирани лайстни на вратите. Те превръщат **Volvo XC60** в повече от сигурен и красив автомобил, превръщат го в безпогрешен избор.

volvocars.bg

25 години МОТО-РГОНЕ

5 ГОДИНИ ГАРАНЦИЯ

PREMIUM SERVICE ПРОГРАМА

Изображението е с илюстративна цел. Volvo XC60: ср. разход - от 4,5 до 8,4 л/100 км; емисии CO_2 – от 117 до 197 г/км.
XC 60 е най-продаваният средно голям SUV автомобил в Европа за 2015 година според проучване на JATO.