www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 62

юни 2016 г. / цена 5 лв.

ЕФЕКТИВНОТО
БИЗНЕС
УПРАВЛЕНИЕ

УСЕЩАНЕ
ЗА ДЪЛГ

НОВА ЕРА
В МАРКЕТИНГА



Елина Друмева:

БИЗНЕСЪТ НИ Е НА ГЛОБАЛНИЯ ПАЗАР

ISSN 1314-376X
06



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.

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.



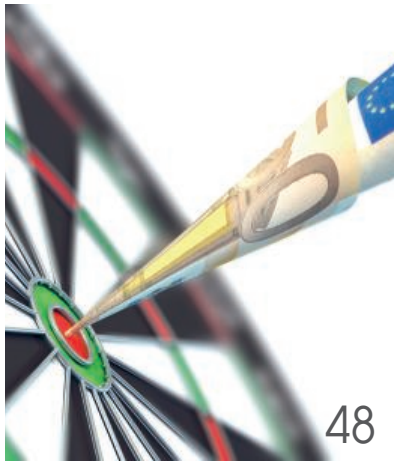
Tel: +359 2 969 2222 E-mail: reservations@hotel-marinela.com Web: www.hotel-marinela.com















ЮНИ 2016

БРОЙ 62

08 ЕФЕКТИВНОТО БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ

20 ЕЛИНА ДРУМЕВА: БИЗНЕСЪТ НИ Е НА ГЛОБАЛНИЯ ПАЗАР

28 УСЕЩАНЕ ЗА ДЪЛГ

32 ОТРИЦАТЕЛНИТЕ ЛИХВИ - НОВИЯТ СКРИТ ДАНЪК

34 ЗА И ПРОТИВ „ПАРИТЕ ОТ ВЪЗДУХА"

36 СВЕЖОТО ПОПЪЛНЕНИЕ СРЕД СВЕТОВНИТЕ ВАЛУТИ

38 БРЕКЗИТ - ИСТОРИЧЕСКО РЕШЕНИЕ

40 ОБЕДИНИТЕЛЯТ НА ВСИЧКИ ЛОНДОНЧАНИ

44 ПЕТЪР ИВАНОВ: ДВИЖИМ ЕВОЛЮЦИЯТА И РЕВОЛЮЦИЯТА НА ТЕХНОЛОГИИТЕ

46 НИКОЛАЙ МЛАДЕНОВ: МОТИВАЦИЯТА Е ПРЕДПОСТАВКА ЗА УСПЕХА

48 КОНСУЛТАНТ ДА СЕ НАРИЧАМ

54 СТЕФАН ХРИСТОСКОВ: ПРОМЯНАТА Е И В НАШИ РЪЦЕ

58 АНДРЕЙ АНДРЕЕВ: ИНФОРМАЦИЯТА ДАВА КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО

62 КОРПОРАТИВНИ ДИНОЗАВРИ

64 КОЛКО НИ СТРУВА БОКЛУКЪТ

70 ТРУДНИЯТ ПЪТ НА ХЛЯБА

76 МЪРТВА ЛИ Е АБЕНОМИКАТА

80 ИНДИЯ ТИЧА ДА НАСТИГНЕ КИТАЙ

84 НАД КУВЕЙТ Е ВИНАГИ СЛЪНЧЕВО

88 МИСИЯТА НА АРАБСКИТЕ ПЪРВИ ДАМИ

94 ПАЗАРНА ИГРА НА КОТКА И МИШКА

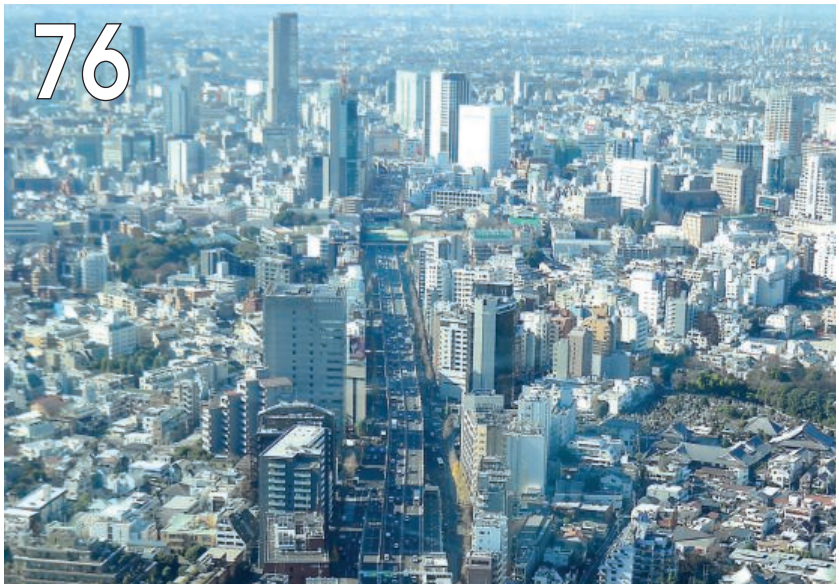
96 ИГРОВИЗАЦИЯТА ПРОДАВА

100 SEO - НОВА ЕРА В МАРКЕТИНГА

102 УМНИ БИЗНЕС РЕШЕНИЯ

104 БЪЛГАРСКИ УЧЕН ВЪВ ВИРТУАЛИЗАЦИЯТА НА СВЕТА

108 КАК GOOGLE ПЛАНИРА ДА ПРЕВЗЕМЕ ГРАДОВЕТЕ







110 КАКВО СЕ СЛУЧВА С APPLE

114 ВЛАСТЕЛИНИТЕ НА ЗАБАВЛЕНИЕТО

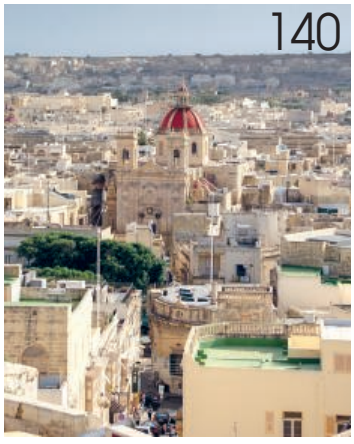
118 БЪЛГАРИ ОТГЛЕЖДАТ НАЙ-ЛЮТИТЕ ЧУШКИ В СВЕТА

132 НА ПИЕДЕСТАЛА НА ПОБЕДИТЕЛИТЕ

134 МОСТОВЕТЕ НА АРХ. АНЕТА БУЛАНТ

136 ПЯСЪЧНАТА РЕАЛНОСТ

140 ГОЗО - 67 КВ. КМ СЪС 7000 ГОДИНИ ИСТОРИЯ



РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА **МИРЧЕВА**,
главен редактор



РЕЦЕПТА ЗА УСПЕШЕН БИЗНЕС

Доброто управление се измерва по добрите финансови резултати. Но как се създава успешният бизнес? Той зависи от добре поставени цели, ефективното им изпълнение, умелото управление на човешкия капитал на компанията - всичко това, взето заедно, плюс още нещо. Важни са и фактори като натрупания опит, съчетанието на знания и умения, дори интуицията на всеки лидер. Създадени са много бизнес модели, които може да са полезни и приложими в управлението на предприятия, но универсална рецепта за успех засега няма. В това са категорични мениджърите, които споделят опита си в нашата основна тема на броя. Всеки от тях разказа как е намерил ключа според „кройката“ на собствения си бизнес.

Прекалено много фактори влияят върху развитието и успеха на една компания и „тайната“ за успеха на своята компания всеки мениджър сам трябва да открие.

Примери за търсене и постигане на успеха ще откриете от първата до последната ни страница.

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: 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“**

Започна конкурсът за Наградата „Джон Атанасов" за 2016 г.

През май стартира ежегодният конкурс за Наградата на президента на Републиката на името на световноизвестния изобретател от български произход Джон Атанасов, създал първия цифров електронен компютър.

Наградата „Джон Атанасов" се връчва от 2003 г. насам на изявили се млади български изследователи в областта на компютърните науки в световен мащаб. През 2016 г. за втори път ще бъдат връчени отличия „Джон Атанасов" и в две нови категории: Грамоти „Първи стъпки в компютърните науки", насочени към ученици и студенти във възрастовата група 12-22 г., и Грамоти „Джон Атанасов – за проекти с голям обществен принос", които отличават стартиращи компании и самостоятелни проекти в частния, неправителствения и академичния сектор, чиито създатели са под 35-годишна възраст и които адресират въпроси с обществена значимост посредством компютърните технологии. Крайният срок за кандидатстване за отличията е 22 август 2016 г.

Отличиха застрахователни и осигурителни компании



„Армеец" е „Застраховател на годината" за 2015 г. Второ място си поделят „Алианц България" и „ДЗИ Общо застраховане", а „Лев инс" остана трета. Престижните награди „Застраховател на годината" и „Осигурително дружество на годината" се връчват за осма поредна година от Висшето училище по застраховане и финанси, Асоциацията на българските застрахователи, фондация „Проф. д-р Велеслав Гаврийски", Българската асоциация на дружествата за допълнително пенсионно осигуряване и Българската асоциация на застрахователните брокери.

В категория „Застраховател на годината – Животозастраховане" първо място грабна „Алианц България Живот". Пенсионноосигурителна компания „Доверие" пък грабна приза за „Пенсионноосигурително дружество на годината „Допълнително задължително пенсионно осигуряване". В категория „Пенсионноосигурително дружество на годината „Допълнително доброволно пенсионно осигуряване" отличено с награда беше Пенсионноосигурително дружество „Алианц България".

25 ГОДИНИ

СПОДЕЛЕНО ДОВЕРИЕ!







СПЕЧЕЛИ БЕЗПЛАТНО ГОРИВО В РАЗМЕР НА 25 л, 250 л, 1250 лв., 2500 лв.!

НАГРАДИ ЗА 150 000 лв.

ВСЕКИ ДЕН – ТОМБОЛА НА КАРТИ ЗА ГОРИВО!

Зареди гориво (дизел, бензин, газ пропан-бутан) за минимум 25 л, изпрати SMS с уникалния код от касовата бележка на кратък номер 17150 или го регистрирай на igra.lukoil.bg. Запази касовата бележка и участвай в ежедневни (за 25 л) и ежеседмични (за 250 л) томболи. Ежемесечна томбола за 2500 лв. сред участниците, заредили дизел или бензин, и за 1250 лв. сред участниците, заредили газ пропан-бутан. Цената на един SMS е 0,30 лв. за абонати на Mtel и VIVACOM и 0,29 лв. за абонати на Telenor. Период на провеждане: 16.05.2016 г. – 31.08.2016 г.

25 ГОДИНИ ЛУКОЙЛ

ЕФЕКТИВНОТО БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ



ЗАСЕГА „ТАЙНАТА" ЗА УСПЕШНОТО РАЗВИТИЕ НА КОМПАНИЯТА ВСЕКИ БИЗНЕС ЛИДЕР ТРЯБВА САМ ДА ОТКРИЕ - ТЯ Е СЪЧЕТАНИЕ ОТ ЗНАНИЯ И ИНТУИЦИЯ


IDEA
SUCCESS
RESULT
TEAM
GROUP
IDEA

автор: Татяна **Явашева**

Няма съмнение, че добрите финансови резултати зависят от доброто управление на компанията. Но какво всъщност значи добро управление, освен че то се измерва по добрите финансови резултати, които пък са следствие от доброто изпълнение на добре поставените цели… Дали успехите на една компания се дължат на уникалната визия на бизнес лидера и на умението му да изведе компанията до заветната цел? Може ли да се изработи универсален модел, който да гарантира добрата организация на хората и процесите в организацията, има ли „магически“ рецепти, които да улесняват мениджърите и да подпомагат лидерите в намирането на верния път? Създадени са много бизнес модели, които може да са полезни и приложими и от други в управлението на фирми и предприятия, има редица съвети и препоръки от успешни бизнес лидери, от ръководители на водещи компании, от консултанти и учени, които се стремят в дълбочина да изследват философията на фирменото управление.

Твърди се дори, че икономическата наука не си е свършило добре работата, щом в тази най-важна човешка дейност – управлението на предприятието – липсва добре структурирано познание и в мениджмънта най-добрите постижения са резултат от силна интуиция, щом светът тъй лесно влиза в икономическа криза и тъй трудно излиза от нея. Дали обаче е възможно да се създаде обобщен модел на „анатомията и физиологията“ на едно предприятие и това да е ключът към успешния мениджмънт? Има оптимисти, които вярват в това и работят в тази посока. Но повечето от хората, които управляват бизнес, са скептици, че може да се създаде такъв алгоритъм, модел или софтуер за цялостно управление на предприятието, който да е приложим в най-различни по големина компании, които преследват коренно различни цели и имат различна визия за своето съществуване и за своите цели.

Фирмите са шарени, многоцветни по размери и цели. Има прекалено много фактори, които влияят върху развитието и успеха на една компания. Хората, както и тяхната организация имат ключово значение за успеха и неуспеха. Не един и не двама са бизнес лидерите, които са съумели да превърнат своите компании в име от световна величина. Но понякога само един човек, който не е на място, е в състояние да срине цял бизнес.

Засега „тайната“ на успешното управление всеки сам трябва да открие. Тя е съчетание от знания, но и от силна интуиция, изострена още повече от опита. И в това е голямото предизвикателство. Какво ли обаче стои отвъд това знание?

Сп. „Икономика“ потърси мнение от трима предприемачи със своя визия и с успешен опит в бизнес развитието. Темата остава отворена за специалистите, които имат своя теза по нея.





Христо **Нейчев**:

Компанията обединява хората в името на обща цел

Христо Нейчев е основател на tryadgames.com - компания за създаване на игри за мобилни устройства. Завършил е MBA в сферата на предприемачеството и международния мениджмънт в Washington University in St. Louis - Olin Business School. Бил е акаунт мениджър в Henkel CEE, занимавал се е с продажби и бизнес развитие в Shell България. В САЩ има опит на позицията старши маркетинг и продуктов мениджър в американската централа на Essilor. Макар и успял в чужбина, Христо Нейчев избира да се завърне в България и беше директор Бизнес развитие в софтуерната компания Telerik, преди да се заеме със своя предприемачески проект.

КОЛКОТО ПО-МАЛКА Е ЕДНА ФИРМА, ТОЛКОВА ПО-ЛЕСНО СЕ УПРАВЛЯВА. ГОЛЯМАТА КОРПОРАЦИЯ ДАВА ГОЛЯМ РАЗМАХ С ОГРОМНИЯ ЧОВЕШКИ РЕСУРС И С ОГРОМНИТЕ БЮДЖЕТИ



Г-н Нейчев, управлявате компания, която се занимава с разработването на игри. Вкарвате ли игрови моменти в управлението на вашата фирма?

- Игровият момент е задължително да присъства и в управлението на компанията, и в отношенията с децата и с близките. Има цяла индустрия за геймификация, която може да вкара игрови елементи във всеки управленски процес и във всяка дейност. При модерното бизнес управление се прилага състезателен момент между хората в компанията, те печелят и губят точки. Това е и интересно, и мотивиращо. В нашата компания сме вече осем души и също ползваме такъв модел.

- Вие имате опит в различни бизнеси, в малки и големи компании. Имате ли отговор как по най-добър начин може да се управлява една фирма?

- Да, имам отговор. И той е, че такъв начин няма.

- А защо според вас не е измислен такъв начин, щом управлението на човешката дейност е толкова важно за развитието?

- Има различни подходи и всеки има своите плюсове и минуси и не може да се каже, че един от тях е най-добър. Компанията е най-добрата форма на обединяване на група хора зад обща цел. Има и много други начини за обединението зад една идея. Фирмата обаче е най-ефективната форма от гледна точка на скоростта, с която се преследва въпросната цел.

- Но максимално бързото достигане на целта зависи от начина, по който компанията се управлява. Образно казано, как поддържаш колата, как натискаш газта…

- Има два ключови елемента, които карат „колата“, т. е. фирмата, да върви – хората са двигателят, а процесите са цялата механика, която предава енергията от двигателя към колелата. Може да разполагаш с много хора, но ако нямаш умението да впрегнеш техните усилия и техния ум, енергията се разпилява. Може да имаш добре структурирани процеси, но ако си наел грешните хора, няма да имаш задвижващата сила и пак нещата няма да се получат. Колкото по-малка е фирмата, толкова по-важни са хората.

- Как обаче по най-добър начин правилните хора да бъдат организирани да работят?



СЛЕДВАЩАТА ПО-ДОБРА ФОРМА НА УПРАВЛЕНИЕ ЩЕ Е ОТВЪД ПОЗНАТАТА ФИРМА - **ТОВА МОЖЕ ДА Е НОВАТА ВЕРСИЯ ФИРМА 2.0**

- Първата най-важна стъпка е да им „продадеш“ визията. Защото фирмата, това са хора, обединени от една визия. Това, което ги обединява, не са парите, заплатата, офисът, а общата кауза. Дори това да е внос на стоки от Китай, които да продавате в България. Ако визията се променя, трябва да я комуникираш с хората. Хората постоянно трябва да имат верния ориентир накъде сочи компасът. Колкото по-самостоятелни и умни хора си наел, толкова повече неща те ще правят, които дори не си им казал. Те поемат инициативата и всичко се развива. Когато тези неща са в посока визия на фирмата, техният труд е изключително полезен. Ако те са направили страхотни неща, които обаче не са свързани с визията на компанията, те не помагат за развитието напред. Затова непрестанно трябва часовниците да се сверяват. Ако ти си лидерът, трябва да им показваш къде е „север“, накъде вървите и каква е целта.

- Възможно ли е според вас да се създаде работещ универсален модел за управлението на малка, средна и голяма компания?

- Колкото нещо е по-универсално, толкова то е по-неконкретно. Универсален модел може да се създаде, но за да е всеобхватен, той няма да е конкретен. Първата стъпка може да е за изясняване на визията. Втората – да наемеш хора, които вярват в тази визия и имат ентусиазма да я преследват и осъществяват. Третата стъпка е да има постоянно отворена комуникация между хората, за да няма загуба на информация. Четвърто, да се движите максимално бързо, без да се страхувате от това, че може да допускате грешки от скоростта. Тази рецепта е универсална, но



това по-скоро е философия.

- Малката или голямата компания се управлява по-лесно?

- Колкото по-малка е една компания, толкова по-лесно се управлява. В малката фирма няма процеси и тежка структура. Всяко взето решение лесно се комуникира с хората и бързо се привежда в действие. Голямата корпорация има тежки процеси на управление поради мащаба. Нещата стават бавно и мудно, отнемат много време. Дори да използва всички модерни технологии, голямата корпорация не може да има гъвкавостта и ловкостта на малката фирма. Корпорацията се управлява като танкер – не може бързо да смениш курса. Докато за малката лодка няма такива ограничения.

- В какво в такъв случай е голямото предимство на големите корпорации, щом са толкова трудни за управление?

- Голямата корпорация няма гъвкавост, но дава голям размах с огромния човешки ресурс и с огромните бюджети. Като тръгне в една посока, тя има голяма инертност – от две до четири години. Отнема доста време да се набере инерция и всички хора да разберат каква е посоката. После четири години тя жъне плодовете от техните усилия. Като реши да смени посоката, трябват година-две, докато хората разберат, че курсът вече е към нещо по-иновативно. Някои корпорации успяват да направят завой и се адаптират към новата визия. Други като „Кодак“ не съумяват да го направят и фалират. Големият плюс е в огромния размах и във възможността за огромно влияние с това, което правят. Имат и армията от хора, с каквито малката фирма не разполага.

- Как големите корпорации структурират своите процеси и слагат точния човек на точното място?

- Това е сложен проблем, базиран върху „мека“ психологическа информация, а не на „твърди“ данни. Управлението на човешките ресурси е 50% наука, но и 50% изкуство да намериш правилния човек и да го сложиш на правилното място. В големите корпорации рискът от този избор се намалява от това, че посоката не се сменя бързо. В един стартъп всичко е динамично и само след месец ситуацията е коренно различна. Нужни са динамични хора, които притежават гъвкавост и адаптивност към постоянно променящите се реалности. В корпорацията поне за 2-3 години отговорностите са фиксирани. Има какви ли не тестове за подбор на кадри, но най-важното е да има химия между служителя и прекия му ръководител. Може и двамата да са най-големи професионалисти, но ако постоянно ще са на „въпреки“, два остри камъка брашно не мелят.

- Кой за вас е най-добрият учител по бизнес управление?

- Практиката и принципът „проба-грешка“.

- Не е ли много скъп този метод?

- За да го направим по-евтин, приехме следната практика – наемай бързо, уволнявай бързо. Не правим тежки интервюта, а в разговор от половин час преценяваме дали вземаме този човек на работа при нас, и то веднага. Наемаме с шестмесечен трудов договор и през това време, ако

АКО ИМА ЕДИН-ЕДИНСТВЕН ПРАВИЛЕН НАЧИН ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА БИЗНЕСА, **ТОЙ ЗАДЪЛЖИТЕЛНО МИНАВА ПРЕЗ ПРАВИЛНИТЕ ХОРА**

„брашното не се мели“, уволняваме също тъй бързо, но хората предварително са предупредени за това и двете страни са поели този риск.

- Кой е най-верният начин за ефективно управление на една компания?

- Ако има един-единствен правилен начин, за мен той задължително минава през правилните хора. Всичко друго като правила е вторично. Моят мениджърски стил е свързан с голяма свобода и малък контрол. Не е ли правилният човек, той я превръща в свободия и не върши работа. Този модел изисква да работя с точните хора. Не мога обаче да препоръчам всяка фирма да се управлява по точно този начин.

- Какво би могло да се приложи при търсенето на универсалния подход?

- Няма как да се създаде универсален лек за различни фирми навсякъде по света. Или ако се разработи, той трябва д е изключително неконкретен и да съдържа привила като: Уважавай хората, които работят за теб, комуникирай с тях добре. Установено е, че трите най-важни елемента в управлението на една фирма са: Правилните хора, открита комуникация и правилната цел, в която да се фокусират. Но на мен това не ми звучи като рецепта как да е успешен бизнесът ми. За мен също е важно какво да правя на седмична и на месечна база. В такъв случай няма универсални съвети за всички фирми и за всички индустрии.

- Какво препоръчвате да се прави?

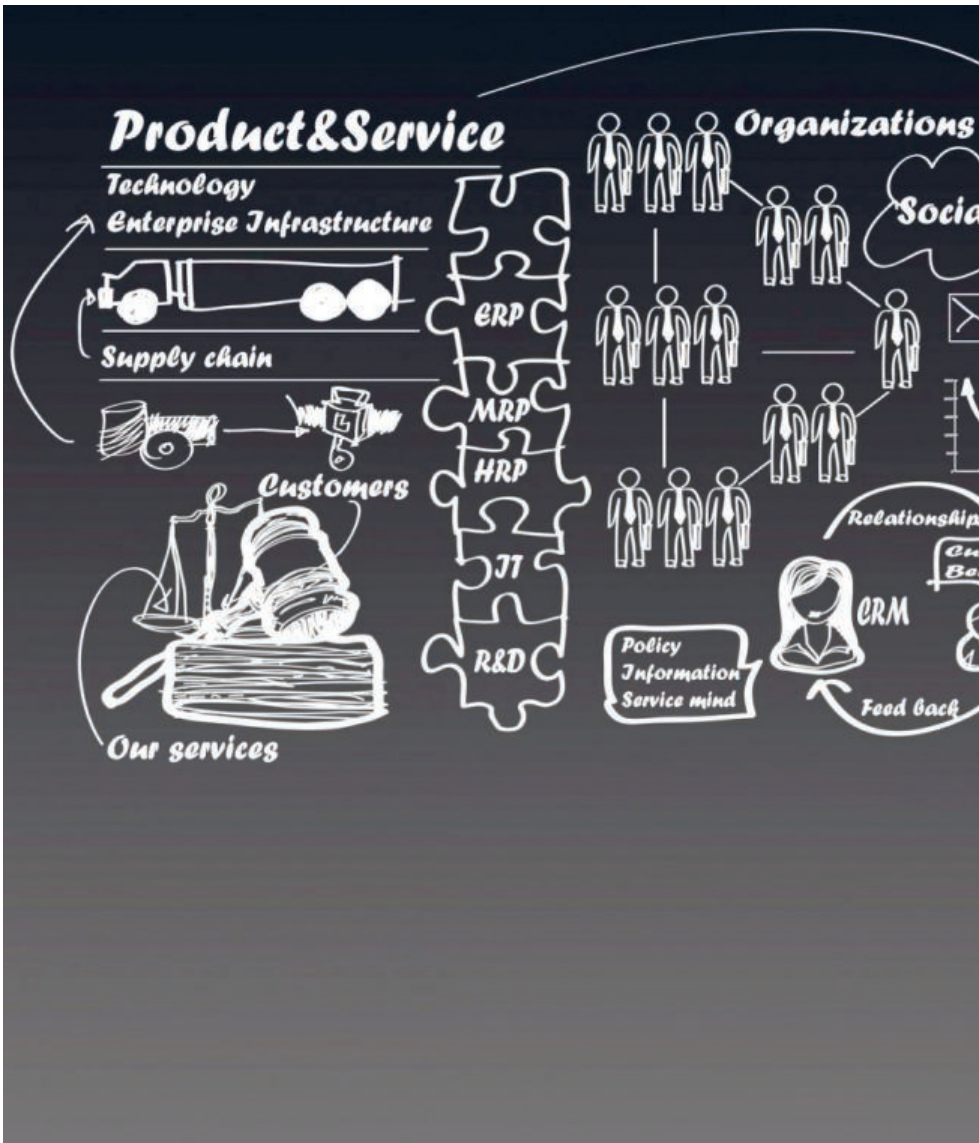
- Формулата е адаптивност и динамика. Първо, ръководителят трябва да управлява визията – за какво се бори този бизнес. Второ, тази визия трябва да се комуникира добре с всички. Хората трябва да я усетят, да я вдишат, да я живеят. Трето са процесите. Всичко това обаче е неконкретно.

- В такъв случай, за да е успешна една компания, един лидер, кое е най-важното?

- Да наеме по-умни хора от него. Но тук ще отворим друга кутия на Пандора – интелектът е с малък коефициент във формулата на успеха. Успехът може лесно да бъде обяснен, гледайки назад, но той не може да бъде предвиден, гледайки напред. В света се инвестират супер много пари в бизнес и в областта на стартиращите компании само между 1 и 5% успяват. Този, който инвестира много средства в различни компании, съумява да прогнозира успеха в рамките на 5%, в 95% от случите той греши. Затова може да заключим, че успехът зависи от много фактори, повечето от които са непрогнозируеми. Погледнато назад, обяснението е лесно, то има историческа стойност. Но този успех не може да се екстраполира в бъдещето под формата на рецепта, която гарантира 100% успех. Не може да вземеш историята на някоя от най-успешните компании, да я наложиш на друга и да даде същия успех. Гледайки назад, има много смисъл и логическа свързаност, но с поглед напред е невъзможно да начертаеш такива взаимовръзки. Това се доказва от ниската успеваемост на инвестициите в нов бизнес. Там всичко, различно от нула, е успех.

- Вашата прогноза – в каква посока ще се развива бизнес управлението?

- Важният въпрос за мен е каква е следващата по-добра форма на управление, която е отвъд познатата фирма. Това може да е Фирма 2.0 – нова версия, която да предложи по-добрия модел на управление на група хора, които преследват обща цел.





Инж. Петър **Бъчваров**:

Липсва научен модел за мениджмънт на предприятията

Инж. Петър Бъчваров е консултант по управление. Доскоро е бил изпълнителен директор на машиностроителната компания "Хидравлични елементи и системи" - Ямбол. Той е машинен инженер, има и икономическо образование. Има богат управленски опит на различни ръководни позиции. Работил е в Научноизследователския институт по строителство, където е бил научен сътрудник.

Инж. Бъчваров, как икономиката да стане по-иновативна и по-ефективна?

- Това, което ще кажа, ще прозвучи еретично. Дефицитът идва от икономическата наука и нейния характер. Ще дам пример със средновековната медицинска наука. Тя е била схоластична, не е имало системен физиологично-анатомичен модел на човешкото тяло. Представете си хирурзи, които правят операция и всеки има различна представа за устройството на човешкото тяло. Днес няма студент по медицина, който може да продължи образованието си, ако не е взел двата най-тежки изпита по анатомия и физиология. Понятията там са точни, те са на латински и се ползват в цял свят. Науката за икономиката обаче не е създала такъв модел. Ако в интернет търсачката напишете „бизнес модели“, ще получите хиляди резултати, но нито един от тях не дава точна представа как функционира предприятието и как създава добавена стойност, какво точно означава инвестиция, какво са разходите. Пренася се опит, без добре да е премислена същността на този опит. Има много познавателни дефицити и един от тях е, че липсват знания за оценка на ефективността на знанията. Анри Малос, председателят на Европейския икономически и социален съвет, призна, че е мит икономиката на знанието, която беше фокус за ЕС. Това не би било мит, ако го имаше знанието, за което говоря.



- Вие обаче имате успех в прилагането на знанието при управлението на предприятие. Как успяхте да изправите на крака ХЕС- Ямбол след

НИКОЙ НЯМА ЗА ЦЕЛ ДА СИ ПРЕДСТАВИ ЦЕЛИЯ ТРУД В ЕДНА КОМПАНИЯ И ДА ГО ОПИШЕ. **ИКОНОМИЧЕСКАТА НАУКА Е ВПРЕГНАЛА КАРУЦАТА ПРЕД КОНЯ**

ТЕХНОЛОГИЧНИЯТ ЕЛИТ В ЕВРОПА СЕ СТОПЯВА И ПРЕДПОСТАВКА ЗА ТОВА Е ЗАСИЛВАНЕТО НА ИЗНОСА **НА ТЕХНОЛОГИИ И ПРОИЗВОДСТВА КЪМ АЗИЯ**

приватизацията?

- Постигнахме забележим успех, но създаването на обобщен модел, който да е „анатомията и физиологията“ на едно предприятие, е много сложен процес.

- Защо? Има толкова предприятия, които работят отлично…

- Доброто управление на предприятие става интуитивно, също както и през Средновековието е имало добри лекари, които не са познавали анатомията и физиологията. Те са били голяма рядкост. Така и днес има хора, които успешно създават и управляват фирми по метода на пробата и грешката. Успешният модел е „Прави като мен“. В момента в банките има много пари, но няма интерес да се вземат кредити за развитие и разширяване на бизнеса. Предприемачите, които успяват, са изключителна рядкост и те все повече редеят.

- Ако това е вярно, излиза, че икономиката е обречена да се лута още дълго. Така ли е?

- Инженерите с универсално мислене вече не се създават. Специализацията, или т. нар. разделение на труда, работи в посока да са все по-голяма рядкост кадрите, които биха могли да изграждат индустриални системи като създадените преди време корпорации. Намаляването на технологичния елит се засилва от износа на технологии и производства към Азия. След около 15 години по отношение на технологиите Европа спрямо Азия ще е там, където сега е Африка спрямо Европа. Ако в един момент от Китай спрат доставките на елементна база, която по-рано е правена от малки и средни фирми в Европа, мощните европейски компании ще спрат. В момента Стария континент е наследник на голямо богатство, което той харчи щедро. Западна Европа „осребрява“ своето технологично наследство, създадено от предците, и го дава на азиатците, за да получава „рента“.

- Кое ви дава основание за тази мрачна прогноза?

- Икономиката е стъпила на две фундаментални заблуждения – идеята на Адам Смит за разделението на труда. Според него първопричината за трудовата ефективност е разделението на труда. Това е привидна очевидност. Всъщност единението на труда е причина за трудовата ефективност. Когато двама души се обединят, те създават повече, отколкото всеки поотделно. Към днешна дата никой не си поставя за цел да си представи целия труд в едно предприятие и да го опише. В момента икономическата наука е впрегнала каруцата пред коня и се чуди защо нещата не вървят. Другото заблуждение е идеята за невидимата ръка на пазара – че страстите са тези, които движат икономиката. Според Адам Смит те карат хората да се трудят. Според мен те не само не са условие за активност, а дори действа и разлагащо.

- В такъв случай каква ефективност постигат сегашните системи за бизнес управление?

- С тях не се постигат нужните резултати. Ние посветихме много усилия на експериментирането на модел за управление, базиран на информационните технологии. Изводът е, че трябва нова икономическа наука, подобна на медицинската.

- Всъщност как постигнахте растеж в ХЕС-Ямбол?

- С търсенето на успешния модел и със създаването на единомислие като предпоставка за единодействие. В него моделът на управление е коренно различен от другите предприятия. Не залагаме на „лидера, който героично се бори с кризи и решава проблемите“. Постигнахме уникално висока инвестиционна ефективност – с малко пари бяха направени максимални изменения. Повечето фирми купуват оборудване и чакат някой да ги научи как да работят с него, а ние инвестираме в собствени знания.

- Това, което вие направихте, може ли да се превърне в модел, приложим във всяко друго предприятие?

- Да, но този модел трябва да бъде доразвит и на неговата база да се направи нов клас информационни технологии за управление в индустрията, различни от сега съществуващите.

- След вашето оттегляне от ХЕС моделът продължава ли да работи?

- Да, защото на базата на него хората имат единомислие и единодействие и предприятието продължава да се развива.

- Какво според вас става в момента с българската наука, която би трябвало да върви ръка за ръка с бизнеса, за да създава продукти с висока добавена стойност?

- Българската наука, образованието и икономиката следват онова, което Западът дирижира. Залог за нашия шанс е те да имат шанса да тръгнат по верния път.





Мариян **Маринов**:

Лидерството се учи, но то е и интуиция

Мариян Маринов е предприемач и експерт по бизнес развитие. Бил е мениджър в консултантската компания moby2 и директор Бизнес развитие и администрация в Пет4Пет рисайклинг холдинг, Виена. Той е лидер с повече от 12 години опит в организационното развитие и създаването на успешни екипи. Креативна личност и концептуалист, фокусиран върху развитието на дългосрочните взаимоотношения като основа на успешния бизнес както на национално, така и на международно ниво.

Г-н Маринов, вие сте предприемач и мениджър с международен опит. Какво според вас е най-важно за доброто управление на даден бизнес?

- Ще се фокусирам върху нещо реално и практично, свързано с лидерството, с дейностите и с културата на организацията. Финансовите въпроси и паричните потоци ги оставяме на финансовите директори, но лидерът, който поставя основите и гради организацията, се основава на ценности и на категории, свързани с човешкото. За лидерство можем да говорим цял живот, но аз ще поставя накратко три акцента в управлението: пример, доверие и цел.

- Защо поставяте примера на първо място?



- Примерът е с най-голям дефицит. Тук страдаме и от дефицит на традиции и наследство в мениджмънта и сега се опитваме да ги градим. Примерът е този, който заразява и предава най-бързо посланието от ръководителя до всички участници в организацията. Редица преподаватели на Запад разглеждат фигурата на Исус Христос като изпълнителен директор на компания, а не като религиозен водач. Формално погледнато, той е основател на мрежовия маркетинг. За три години и половина с 12 души развива религия, която става популярна в цял свят. Продуктът е неговата идея, има аудитория и система, чрез която този продукт да достигне до масите. Ако гледаме през тази призма, ще видим важността на примера. Христос не принася някой друг в жертва, а самия себе си. Примерът му е заразителен и това дава бързи резултати.

- Приложим ли е този модел в управлението на компаниите днес?

- В наши дни примерът е важен за цялата организация. Това означава да допуснеш служителите да те познават. В малките организации лидерът избягва да бъде опознат поради страх неговите недостатъци да не бъдат разкрити, което да се отрази негативно върху авторитета му. Авторитет се гради по друг начин, а не с дистанция от хората. В големите фирми ръководителят няма тази близост. Но пък ако иска да е истински лидер, трябва да намери начин неговият пример да стига до хората и да ги вдъхновява за действие. Каквото служителите виждат и не виждат от това, което ръководителят върши, това се проектира и при вътрешните взаимоотношения в компанията.

- Примерът на вдъхновяващия религиозен водач може ли с еднаква сила да се използва в управлението както на малка фирма, така и в голяма корпорация?

- Да, може и трябва. Лидерите трябва да имат необходимите умения и компетенции, но те също така трябва да умеят да предават знанията си и да делегират отговорност. Никой не може да управлява безкрайно много хора еднакво ефективно. Всичко зависи от конкретните умения и от конкретната организация на работа. Много е важно как ще бъде изградена управленската мрежа във фирмата и как визията и културата ще бъдат предадени до всеки отделен служител. Особено днес има много начини. Въпросът е дали това е приоритет.

- Какви са другите елементи, от които зависи доброто управление?

- Доверието е основна величина. То също се гради с пример, с принципи и правила, които защитават интересите на всички в организацията. Гради се с даване и изпълняване на обещания, с показване на грижа и с отделяне на време. Лидерът е поверил своята цел на група от хора и затова доверието в организацията е

ОТ ЛИДЕРА ЗАВИСИ ДОКОЛКО ЕКИПЪТ Е МОТИВИРАН ИЛИ ДЕМОТИВИРАН, **ОТ НЕГО ЗАВИСИ ХОРАТА ДА ДАВАТ МАКСИМУМА ОТ СЕБЕ СИ**

важно. Доверието се гради също с отчетност пред екипа за реално свършената работа. Това действа мотивиращо, а изгражда и динамиката в представянето.

- Стига тези хора да са включени със сърце и душа в работата на компанията…

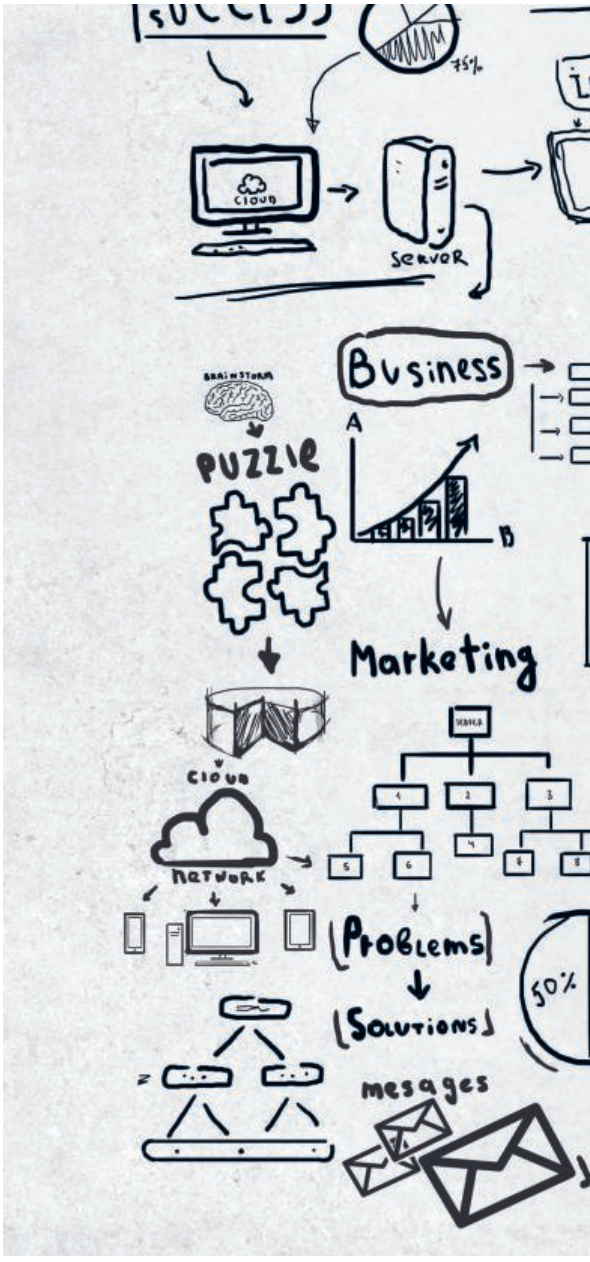
- Да, и от лидера зависи доколко екипът е мотивиран или демотивиран. В епизод на предаването „Шеф под прикритие“ по една от националните телевизии ми направи впечатление, че ръководителят на предприятие беше готов да санкционира млад служител, който не давал нови предложения и решения. Ако този служител имаше доверие в лидерството и знаеше, че може да сподели своите идеи за подобрения, че това се поощрява, той щеше да е активен. Именно заради средата компетентните служители не дават максимума от себе си. Не може да очакваш доверие от служителите, ако като лидер не си инвестирал първи в това. Именно липсата на доверие и на добра комуникация в компанията носи своите негативи върху крайния резултат.

- Констатирахте една сериозна слабост. Но ако тя бъде избегната, ще имаме ли наистина добро управление?

- Така стигаме до поставянето на цели и на преследването на резултати в лидерството. Дотук коментирахме ценности, които променят атмосферата на работа, те може да повишат в пъти производителността, да оптимизират процеси. Но без поставянето на цели, рамкирани във времето, всичко е в сферата на добрите пожелания. Цели, по-високи от постигнатото, срокове – кратки, но реални. С изброените акценти една компания със сигурност ще е много по-близо до превръщането си в победител.

- Според вас може ли да се създаде универсален модел, който да гарантира доброто управление, като се има предвид, че средата се променя, че хората са ключов фактор?

- Не мога да кажа дали е възможно. Всеки лидер поставя различни цели, всеки гради компанията си по един или друг начин. Успехът зависи и от това как целите са комуникирани със служителите. Ако те не припознават целта на лидера като своя, те нямат устрем и ангажираност да работят за нейното изпълнение. У нас дори и в печеливши индустрии заплатата е достатъчно



ниска, за да държи хората само заради насъщния. Това има връзка и с ниската конкурентоспособност на българския бизнес на международните пазари, наред с други особености.

- Има ли готови формули, които да са лесно приложими и да дават добър ефект?

- Имам опит в различни браншове, но нямам готови формули. За мен успешният лидер изпълнява обещания, преследва цели и е твърд в решенията си. Неразделна част от уменията му трябва да е способността да слуша, да чува, но и да откликва на разумните предложения. Стив Джобс казва, че компанията не наема умни хора, за да им казва как точно да си свършат работата. Те трябва да бъдат оставени да работят, защото знаят как. Ролята на лидера е да инвестира време и средства, за да създава



благотворна среда за работа, в която хората да творят. Във всяка индустрия и във всяка компания трябва да има творци, както и предприемачи. Ако предприемчивостта на работното място не се насърчава, резултатите ще са скромни. Например like бутонът във Facebook е идея на служител, имал възможността да прояви предприемчивостта си. В българската среда липсва добавената стойност на лидерството, а тя дава възможност да се печели дългосрочно, постоянно и възходящо.

- Лидерството учи ли се, или то е по-скоро интуитивен процес?

- Отчасти се учи, но отчасти е интуиция. Тази интуиция обаче се изгражда с ученето и с опита. Има много източници на информация, свързани с доброто управление. Въпросът е дали лидерът е готов да се учи. Важно е също с какви хора се е обкръжил и каква корпоративна култура създава. Дали се стреми към висока добавена стойност и продуктивност на труда, която да му позволява да излиза на нови пазари, или иска да кара най-скъпия автомобил, а в същото време да плаща най-ниските заплати и осигуровки. Ако целите не се поставят правилно и към тях не се върви по правилния начин, няма как да се постигат високи резултати.

- Вие от кого се учите?

- Те със сигурност не са перфектните лидери, но съм впечатлен от способността им да вдъхновяват и да увличат. Стив Джобс беше творец, който знаеше накъде води хората. Лидер, който дава пример с това, в което вярва, не остава незабелязан и не е неуспешен. Лидер на бъдещето е и Илон Мъск, той си поставя космически цели и затова сега изпреварва дори НАСА.

ТРИТЕ ВАЖНИ АКЦЕНТА В УПРАВЛЕНИЕТО СА **ПРИМЕР, ДОВЕРИЕ И ЦЕЛ**

Елина **Друмева**:

Бизнесът ни е на **ГЛОБАЛНИЯ ПАЗАР**

Елина Друмева е управител на „Абритес" ООД. През 2005 г. с нейния съпруг Ивайло Друмев поставят основите на компанията. В началото екипът е от петима души, а днес служителите са 67, като дружеството разполага с две собствени сгради в София, цех във Варна и собствен офис в Париж. Abrites постоянно повишава пазарния си дял и към момента е сред лидерите в автомобилната диагностика в световен мащаб - с представителства в 62 държави на 6 континента.

Елина Друмева има магистърска степен от Химикотехнологичния и металургичен университет в София по специалността „Металургични пещи и агрегати", но тя не избира света на металургичната промишленост, а тръгва по съвсем друг път на развитие.

автор: Татяна **Явашева**

Г-жо Друмева, с какво Абритес е различна от другите IT компании в България?

- В България има много IT фирми. Обикновено това са представителства на големи мултинационални компании. В последните години светът разбра, че България разполага с добри IT специалисти и бяха създадени развойни центрове в нашата страна. За разлика от тези компании „Абритес" ООД е изцяло българска. Ние не изпълняваме проекти, възложени от компания майка, а сами си поставяме цели, следвайки нуждите на пазарното търсене. Нашите специалисти имат свободата сами да избират пътищата за решаване на конкретната задача, без да е необходимо да спазват спуснати от високо директиви. Това им осигурява условия за творчески подход и освободеност при намирането на иновативни решения. Ние създаваме цялостен продукт. Пазарът изисква от нас да отворим цех за асемблиране на електронни платки и Абритес разполага със затворен цикъл на производство – ние не само пишем софтуер, но и произвеждаме хардуера за нашия продукт, което ни гарантира по-високо качество, независимост спрямо доставки с външно участие и възможност да изпълняваме големи по обем поръчки.

За разлика от представителствата на големите мултинационални IT компании, които откриха в България качествена, но евтина работна ръка, ние осигуряваме отлични условия на труд и възнаграждение, съизмерими с тези, на които се радват IT специалистите в страните от Европейския съюз.

- Как успяхте да се наложите на пазара?

- Ние сме изключително лоялни към нашите клиенти. За нас техният глас е много важен и затова постоянно поддържаме обратна връзка – интересуваме се кое им харесва и кое биха искали да подобрим в нашия продукт, така че той да задоволи техните нужди. Случвало се е да разработим нова функция специално за някой клиент. Ние държим на прекия контакт с ползвателите на нашия продукт. Ето един пример – Абритес участва

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ ОЗНАЧАВА КОМПАНИЯТА ДА Е УСПЕШНА **ВЪВ ВСЕКИ МОМЕНТ И ВЪВ ВСЯКА ТОЧКА ПО СВЕТА**

на едно от най-големите изложения за сервизно и диагностично оборудване Equip Auto, което се провежда в Париж. На него нашите клиенти имат възможност да се срещнат със самите създатели на софтуера, а не само с търговците, каквато е обичайната практика. Живият контакт с потребителя е от изключително значение. Офисът ни в Париж не само продава, целта на създаването му беше преди всичко той да е световен обучителен център – за да може клиентите да ползват целия набор от функционалности, те трябва да бъдат обучени. Автомобилостроенето е динамична и високотехнологична индустрия. Затова постоянно следим новостите в автомобилната електроника, успяваме винаги да сме актуални, като разработваме все нови и нови функции.

- Какво произвеждате?

- Произвеждаме устройства за свързване на персонален компютър с комуникационната мрежа от електронни устройства в автомобила. Посредством това устройство и нашия софтуер за персонален компютър може да се прави сервизна диагностика, адаптация и настройка на електронните модули в моторните превозни средства – автомобили, камиони, лодки, ATB, мотоциклети.

- Как компанията се разви и излезе извън пределите на страната? Има ли универсална формула за растеж?

- За да растеш, трябва да бъдеш особено грижовен работодател, да съумееш да осигуриш и да поддържаш отлична работна среда за служителите си. Необходимо е добре да познаваш всеки един от тях и да намериш пътя към всеки. Ето защо универсална формула няма, или ако има, тя е да създадеш сплотен екип и да спечелиш доверието на този екип, но и да му дадеш свобода да твори.

- Какво е за вас свободата?

- Свободата е правото на избор, но и готовността да отстояваш този избор. Свободата има различни измерения. В отношенията с хората тя опира до определени норми. Свободата на духа обаче е нещо, което не може да се спре.

- Давате ли свобода на хората в компанията и докъде се простира тя?

- Престоят на работното място не значи, че си ефективен – дали си дошъл 30 минути след началото на работното време, или си тръгнал 30 минути преди края му, не е от особено значение. Стриктното спазване на работното време не означава ефективност. Затова за мен като работодател не е толкова важно дали стоиш на работното си място 8 часа на ден, а каква работа си свършил. На служителите трябва да се предостави свободата да избират с какво да се занимават, трябва да се създадат условия за професионално развитие и атмосфера, която да благоприятства тяхната креативност. Свободата е специфика на нашата компания. Програмистите, например, са напълно свободни как да решат своите задачи.

- Повечето компании май разбраха, че програмистите обичат свободата…

- Със съпруга ми Ивайло Друмев повече от десет години наред развиваме този бизнес. Самият той е програмист и се убедих, че това са хора творци. Те мислят по различен начин и търсят проблясъка на своята мисъл, за да решат една или друга задача. Освен това в един момент работодателите е добре да си дадат сметка, че компанията е тяхното по-голямо семейство, с което минава основната част от времето. Затова на работа трябва да се ходи с настроение, а това означава атмосферата в офиса да е приятна.

- Какви са плюсовете и минусите на това да се прави семеен бизнес?

- За мен семейният бизнес е нещо естествено. Уважавам личното пространство на другия и се убедих, че това е условие за успешно партньорство. И досега аз чукам на вратата на кабинета на Ивайло Друмев или му звъня по телефона, винаги питам дали е удобно да разговаряме точно в този момент. Трябва да уважаваме интересите, хобитата на партньора до себе си и това дава възможност дълго да бъдем заедно. Стремим се вкъщи да не говорим за работа, но понякога сутрин се налага да направим бърза оперативка, преди всеки от нас да поеме по задачите си за деня. Поделили сме си отговорностите.

- Вие за какво отговаряте в бизнеса?

- Аз съм поела цялата организация на работата. Стремя се всичко да върви добре и хората в офиса винаги да са в хубаво настроение, а ако има проблеми, да им помогна. Ивайло Друмев отговаря за техническата страна на бизнеса и за търговската му част, той работи с програмистите.

- Кое ви помага продажбите да растат?

- В Абритес сме откровени със своите клиенти, даваме възможност да тестват нашето изделие и пробивът на пазарите се дължи на взаимното доверие, което градим с всеки. Парите са важни, но по-важно е те да се дават с удоволствие.

ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРВИ С БЪРЗИ ТЕМПОВЕ И **ПРЕВЗЕ И АВТОМОБИЛНАТА ДИАГНОСТИКА**



Фото **Александър Нишков**

УНИВЕРСАЛНА ФОРМУЛА ЗА БИЗНЕС РАСТЕЖ НЯМА, ИЛИ АКО ИМА, **ТЯ Е ДА СЪЗДАДЕШ СПЛОТЕН ЕКИП И ДА МУ ДАДЕШ СВОБОДА ДА ТВОРИ**

- Какъв продукт им давате?

- Продуктът е уникална комбинация от хардуер, софтуер и интернет услуги, с който се работи в автосервизи. Той поддържа множество марки и модели превозни средства – автомобили, камиони, скутери и моторни шейни. Постоянно доразвиваме и обогатяваме софтуера с нови функции, за да бъдем винаги в крак с последните новости в автомобилната електроника. Електрониката в съвременния автомобил включва голям брой вградени компютърни модули, свързани помежду си, които реализират различните функции – от управление на двигателя до управление на ел. стъкла и светлини. Нашият продукт дава възможност за диагностика на всеки един от тези модули с цел отстраняване на дефекти и евентуалната му подмяна с друг. Дигитализацията върви с бързи темпове и в тази сфера. Прави впечатление, че новото поколение, което се ражда, това са хората на информационното общество. Изборът какви да бъдат е въпрос на интересите, които носят вътре в себе си.

- Вие давате ли свобода на избора на вашите деца, при положение че имате семеен бизнес, който би разчитал на тях?

- Не бих им наложила да влязат в този бизнес. Имаме двама синове – Спартак и Марк, съответно в десети и в шести клас. Те идват в офиса, знаят за нашия продукт, но не искам нищо да правят насила. Както не може да накараш някого да обича насила, така и в работата никого не може да накараш насила да работи с любов.

- Големият ви син например има ли нагласата един ден да поеме управлението на семейния бизнес?

- Той се интересува от икономика и политика и ще му дадем този шанс сам да избере с какво да се занимава. За да си добър политик днес, се иска да имаш широк поглед за света и да имаш визия за развитието напред. Ще е хубаво повече млади и добре образовани хора да се завърнат в България и да поемат отговорност в управлението на бизнеса и на политиката. Във френския и в българския ни офис каним студенти на стаж. Желанието ни е да намерят добра реализация в нашата компания – тя да отговаря на техните финансови искания, да им предложим добри условия на труд и те да имат желание да работят при нас. В Абритес организираме тиймбилдинги, курсове по чужди езици, семинари и обучения за надграждане на социалните компетенции. Осигуряваме обяд от гурме кетъринг, за всеки служител правим допълнително здравно осигуряване.

- Как растете с растежа на Абритес?

- В компанията работят над 65 души, а в началото бяхме само петима. Сега се боя, че растежът може да попречи на нормалното общуване между хората. Растежът има и негативни страни – той например размива отговорностите и затова процесите трябва внимателно да се структурират. Досега структурата беше плоска, но растежът изисква нов модел на организация. Един от служителите сподели, че му е мъчно за първия ни офис, който беше малък. Дадох си сметка, че всъщност му липсва онази атмосфера на близост, която тогава имаше между всички нас в онзи малък екип. Вече има нужда от междинно звено, което да помага оперативните въпроси да се решават бързо, а не всичко да зависи от нас двамата.

- Как стигнахте етапа да създадете офис във Франция?

- Офисът във Франция беше естествена крачка в растежа на компанията. За нас Франция беше предизвикателство като пазар с развито автомобилостроене и добра сервизна дейност. Имаше нужда да създадем център за обучение на хората, които работят с нашия продукт, и преценихме добре мястото, където това да стане. Там имахме и човек, на когото можеше да гласуваме доверие, а и там лесно може да отиват хора от цяла Европа, от цял свят. За жалост нашият продукт почти няма пазар в България. На български сервизи, които са готови да работят с нашето оборудване, оказваме пълна подкрепа, дори получават една част като подарък, тъй като те ни дават добра обратна връзка. Нашият пазар е навън – пазарът не е нито само в България, нито само в Европа, пазарът вече е глобален. Най-добре е да може да се реализираме навсякъде и компанията да е успешна във всеки момент и във всяка точка по света. Пазарите извън България са капризни и недоверчиви. Доверието се печели с постоянство и лоялност.

- На кои пазари присъствате?

- През първите 5 г. от съществуването си насочихме усилия към създаването на партньорска и дистрибуторска мрежа в страните от Европейския съюз. В периода от 2010 до 2013 г. се обърнахме и към пазарите в Азия и страните от Близкия изток, започвайки износ и за китайския пазар. През следващата година включихме в дистрибуторската си мрежа Русия, а днес нашите клиенти се намират на шестте континента и имаме присъствие в страни като Бразилия, Мексико, Австралия, Франция, Португалия, Италия, Израел. Амбицията ни е да отворим собствено представителство и в САЩ, където имаме много силен партньор.

- Какво е вашето разбиране за добро управление на бизнеса?

- За мен добро управление е да сформираш и да развиеш добър екип, в който всеки се чувства на мястото си и задачите са правилно разпределени. Хората в екипа трябва да се научат да взимат самостоятелни решения.

ФИРМЕН ПРОФИЛ:

„Абритес" ООД е българска IT компания, създадена през 2005 г. Фирмата е специализирана в разработка и производство на собствени софтуер и хардуер за диагностика на моторни превозни средства.

Продуктите на Абритес дават възможност както за обща диагностика, така и за процедури, които са недостъпни или недостатъчно развити в оборудването на съответния автомобилен производител. За единадесетте години на своето съществуване продуктите с марка ABRITES се утвърдиха като еталон за креативност и качество и наложиха нови стандарти в развитието на автомобилната диагностика.

Компанията участва в международни изложения и форуми и е носител на множество награди и отличия. Вярна на себе си, Абритес продължава да развива стремежа си, заявен в слогана на компанията - да постига невъзможното.

Иска се да умееш да провокираш тяхната креативност и да ги предизвикваш да дават всичко от себе си. Завършила съм металургия и имах желание да работя в тази сфера, но кариерата ми се разви по друг начин. В Химикотехнологичния и металургичен университет обаче се научих да уча. Разбрах, че пред трудностите не бива да се спираш. Опитвам да предам това на хората в нашата компания. Когато покажем целта, да имаме хъс да я преследваме. Чета много и намирам модели на добро управление. Когато усетя, че ми липсва дадена брънка, откривам необходимото познание било чрез хора, които имат високи постижения във фирменото управление, било чрез книгите. Ако по същото време попадна на подходящо обучение, отивам. Но е трудно да си като по учебник – независимо дали като управляващ фирма, дали като родител или като партньор в семейната двойка. Интуицията също ме води.

- Как занапред ще управлявате растежа на компанията?

- Голям екип от хора е трудно да се управлява интуитивно. Затова и самият растеж трябва да се управлява добре. Трябва да се делегират права и отговорности на хора, които имат управленски умения. Ето защо е важно да изберете добрия финансов директор, добрия координатор и добрия счетоводител. За всичко трябва да се намират добри професионалисти.

- Как да създадем по-добри условия на труд и по-добра жизнена среда в България?

- Първо, трябва да си върнем морала и нравствеността, да се обърнем към семейството. Необходимо е да подредим „малкото", за да подредим след това и „голямото". Когато обществото не се бои да казва позицията си и политиците разберат защо всъщност са в управлението, тогава нещата ще се получат. Нека не даваме само зрелища, но и повече хляб и възможности. Развитието е свързано първо с фокус върху доброто образование.

- Абритес има силна социална ангажираност. Кой е подтикът за това?

- В съвремието технологиите се развиват светкавично, всичко е много забързано и променящо се. Не бива обаче да стигаме до отказ от изконно човешките ценности. Ето защо в Абритес ежегодно провеждаме благотворителни кампании, подпомагали сме с консумативи домове за медико-социални грижи, спонсорирали сме различни културни мероприятия – концерти, спектакли. Стремежът ни е да даваме подкрепа на хора, които се нуждаят от това, но и да изграждаме у своите служители навици за участие в каузи, които са в полза на обществото. Състраданието се възпитава – на това уча и децата си – имаш ли възможност, подай ръка на слабия.

- Как намирате ноу-хау, каква е ролята на иновациите?

- Без иновация и собствено ноу-хау нещата са невъзможни в днешния свят на отворени граници и силна конкуренция. Основният двигател за иновациите са нуждите на нашите клиенти.

- Разкажете и за вашето хоби. Какво е то?

- Готвенето ме разтоварва. Много обичам да пътувам и винаги съм готова да стегна багажа. Колкото и пъти да се качиш на Айфеловата кула, винаги е като за първи път. Много обичам Куба, там по особен начин се чувствам свободна. Разбирам, че точно заради тази свобода Хемингуей е бил там. Ще е хубаво повече хора да може да отидат в тази страна, да пият по едно дайкири и да бъдат волни на плажа.

- Обичате и да летите…

- Летя с малки и големи самолети, с делтапланери. Хобито на съпруга ми е да се гмурка, аз обаче имам страх от подводния свят. Ако преодолея този страх, ще надскоча себе си. За разлика от мен Ивайло се бои от високото. Отивайки на Гранд Каньон, той спира някъде и ме чака, както аз го чакам над водата, когато той се гмурка. Но най-важно е да има кой да те чака. Споделената емоция е нещо много хубаво.

ИСКАМЕ ЛИ БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА УВЕРЕНО ДА ТРЪГНЕ НАГОРЕ,
ЩЕ СА НЕОБХОДИМИ ИНВЕСТИЦИИ В КАЧЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ

СПИСАНИЕ

ИКОНОМИКА НА РУСКИ И АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

Read Economy Magazine in English

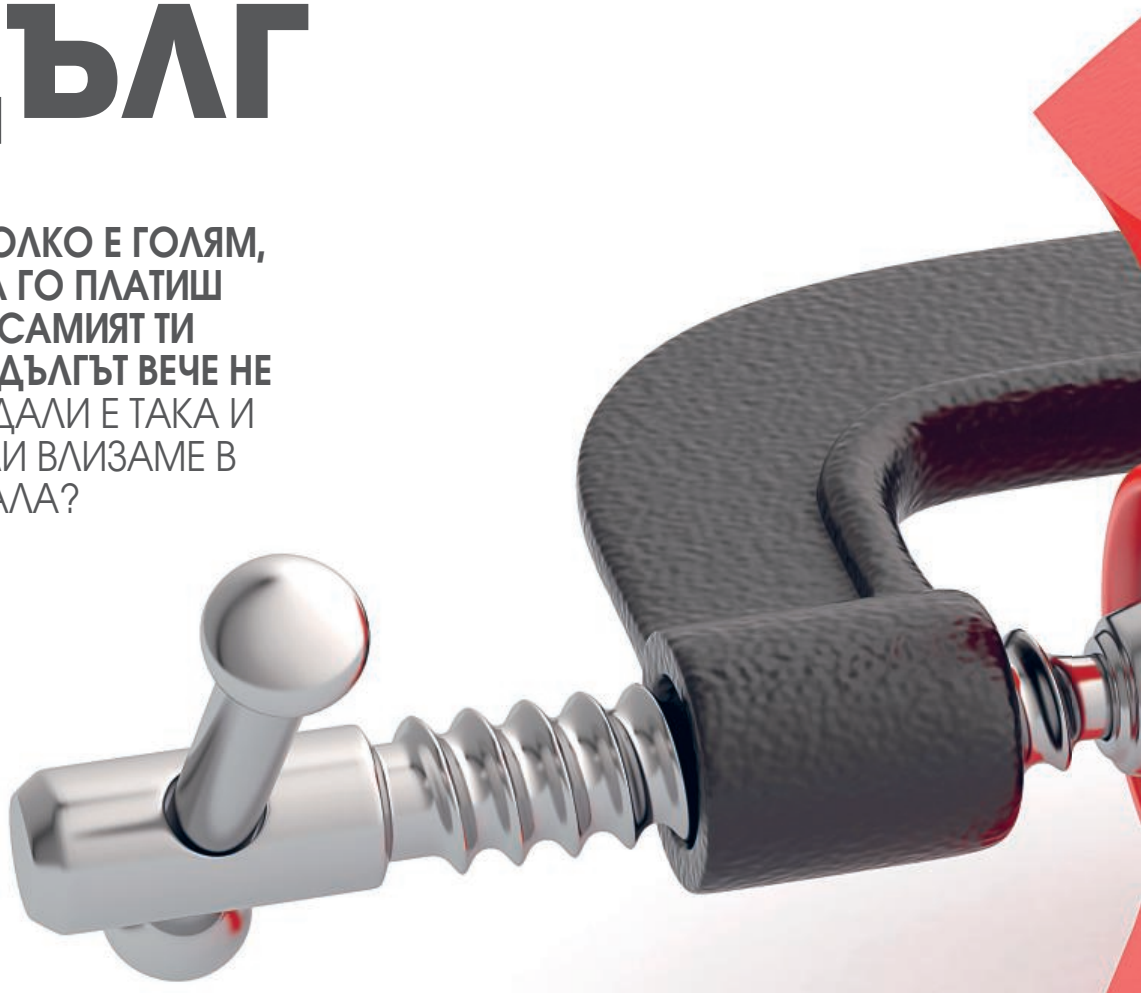
Читайте Журнал Экономика на русском языке



www.economymagazine.bg

УСЕЩАНЕ за **ДЪЛГ**

НЕЗАВИСИМО КОЛКО Е ГОЛЯМ, АКО МОЖЕШ ДА ГО ПЛАТИШ С НЕЩО, КОЕТО САМИЯТ ТИ КОНТРОЛИРАШ, ДЪЛГЪТ ВЕЧЕ НЕ Е ПРОБЛЕМ. НО ДАЛИ Е ТАКА И С БЪЛГАРИЯ, ИЛИ ВЛИЗАМЕ В ДЪЛГОВА СПИРАЛА?



автор: Васил **Караиванов***

Вие дължите 1 милион евро. Позволяват ви да платите този дълг с ..... бели камъчета. Навеждате се и ги събирате от земята – да предположим, че са необходими около половин килограм бели камъчета, и плащате дълга си.

Звучи ли ви абсурдно? Сигурно е абсурдно, но ако ви се случи, това ще бъде невероятен късмет!

Подобно нещо обаче се е случило на правителството на САЩ през 1933 г. Следващата история, преразказана накратко, определя много неща в световната икономика чак до наши дни, а вероятно ще има влияние още дълго време.

През 1933 г. е падежът на 25-годишни облигации, които са издадени през 1918 г. от правителството на САЩ, с цел да се финансира участието на страната в Първата световна война. Особеното на тези облигации е, че номиналната им стойност (бел. авт. – главницата по заема) е трябвало да бъде платена в злато. Проблемът е, че по това време в държавната хазна не е имало толкова много злато. Затова президентът Рузвелт предлага на Конгреса да приеме решение, че хартиените пари, издавани от Федералния резерв (ФЕД), и златните монети, също отсечени от Федералния резерв, са еквивалентно платежно средство и с тях могат да се плащат всякакви дългове на правителството на САЩ. Инвеститорите са жестоко ощетени, защото цената на златото е била много по-висока от номиналната стойност на облигациите. Конгресът приема това решение. Веднага след това инвеститорите завеждат няколко дела във Върховния съд на САЩ, но през февруари 1935 г. той само потвърждава решението на Конгреса. Оттогава правителството на САЩ изплаща задълженията си единство и само с долари, които са издадени от Федералния резерв.

Днес САЩ са една от най-задлъжнелите държави в света. Дали обаче ще бъде проблем да се плати този дълг с ... долари, отпечатани от Федералния резерв? Вероятно това няма да мине гладко, но няма и да е много трудно да се случи.

По същия начин Япония е силно задлъжняла, и то от много години, но по думите на японски икономисти, няма основание за притеснение – само 5% от дълга се държат от



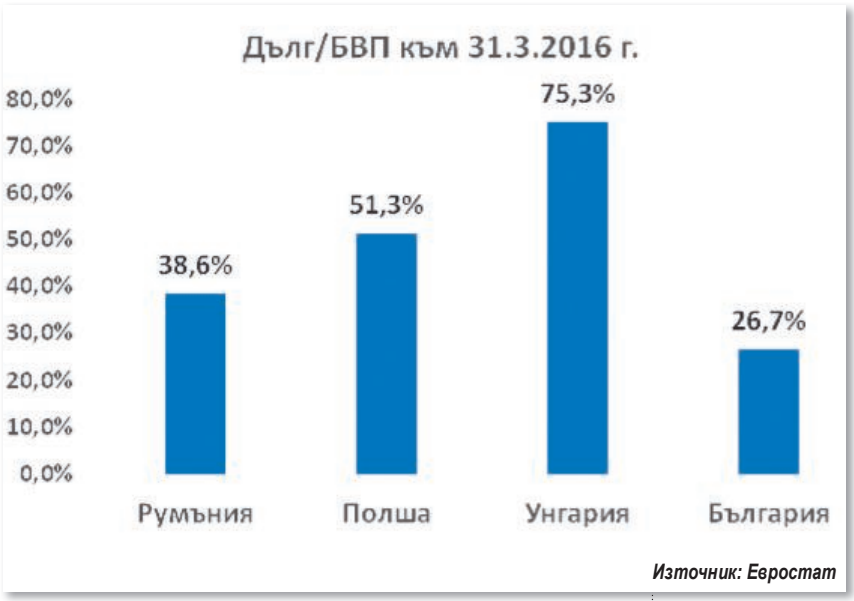
чужденци, а дори и да го поискат, плащането е с японски йени, издадени от Японската централна банка.

Посочените два примера ни показват, че независимо колко голям е дългът ти, ако можеш да го платиш с нещо, което самият ти контролираш, дългът вече не е проблем или нещо, което може да те тревожи.

В ЕС повечето държави са силно задлъжнели, особено по-големите държави от Еврозоната. Задълженията им обаче са в евро – валутата, която ЕЦБ издава. Може би ще си помислите, че няма да е проблем за тези държави да си платят дълга в евро, защото ЕЦБ ще им го даде? Видяхме, че с Гърция не се случи точно това, но това не означава, че ако няколко от големите държави имат проблем, подобен на гръцкия, това няма да се случи. Разбира се, че ще има много политически действия, ако на ЕЦБ се наложи да прави подобно нещо. Всъщност ЕЦБ и еврото не са готови за такъв сценарий, защото той не е бил разглеждан при въвеждането на единната валута. Нулевите лихви също не бяха, но сега сме свидетели дори на отрицателни лихви. Затова само едно политическо решение е необходимо и държавите в Еврозоната няма да имат повече дълг, за който да се безпокоят. Това, разбира се, е много краен и апокалиптичен сценарий, който е малко вероятно да се случи, но първо нулевите, а след това и отрицателните лихви, са лека форма на това. От няколко месеца инвеститорите плащат на Германия, за да им дължи пари...

Тъй като географски се доближихме до България, да ви-

Графика 1



Източник: Евростат

дим каква е ситуацията с дълга при нас. За България обикновено се говори като за една от страните с най-нисък дълг. Дали това е така в относително изражение? Държавният дълг на България е в различни валути, включително български лева, евро и щатски долари. Тъй като БНБ или друга българска институция не може да издава евро или щатски долари, този дълг е задължително платим.

Някой може да помисли, че дългът в български левове може да се плати с някакви пари, издадени от БНБ, в случай че се наложи, както беше през 1996 г. Този път нещата са леко по-различни. Поради правилата на Паричния съвет, при които работи Българската народна банка, българският лев е във фиксирано съотношение с еврото, което прави двете валути еквивалентни. Затова БНБ може да издава левове само ако получи срещу тях евро. Ако се случи така, че Народното събрание промени Закона за БНБ и по този начин премахне Паричния съвет (или както още се нарича – Валутния борд), българското правителство ще може да плати в непокрити с евро левове поне част от задълженията си. Това обаче е най-апокалиптичният сценарий за България и за радост политиците от всички политически сили засега не смеят да посягат на борда.

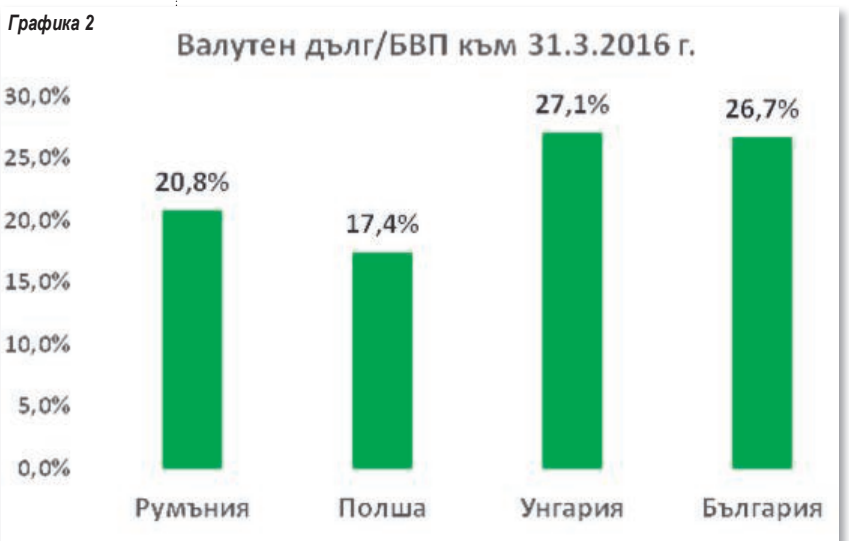
Все пак дали България има наистина по-малък дълг в сравнение с Румъния, Полша и Унгария, които също са в ЕС, но имат все още собствени валути? За разлика от БНБ централните банки на тези три държави не действат по правилата на паричния съвет и могат да провеждат традиционната парична политика с традиционните инструменти. Тези централни банка могат да издават свободно съответно леи, злоти и форинти.

Обикновено задлъжнеността на една държава се измерва с показателя Държавен дълг/БВП. Въпреки че този показател е заблуждаващ, защото сравнява две величини с различни характеристики, той е най-често използваният и най-разпознаваемият в обществото. На графика №1 са представени съотношенията на дълга към БВП за съответната държава към 31.03 2016 г.

България безспорно е държавата с най-нисък дълг сред тези четири държави, ако използваме този показател. В представените съотношения е използван общият размер на дълга, т.е. сумата от дълга в местна и дълга в чужда валута.

Оказва се, с изключение на България, където размерът на дълга в местна валута е 24% от общия дълг, размерът на дълга в местна валута на останалите три държави е значителен: в Румъния е 46% от общия, в Полша е 66% от общия и в Унгария е 64% общия. Ако извадим дълга в местна валута за всяка от държавите Румъния, Полша и Унгария, и измерим съотношението Валутен дълг/БВП, резултатите се променят драстично, както е показано на Графика №2:

Графика 2



Източник: Евростат, изчисления на автора по данни от Централна банка на Румъния (www.bnr.ro), Централна банка на Полша (www.nbp.pl), Централна банка на Унгария (https://www.mnb.hu).

Оказва се, че България е една от държавите с най-високо ниво на дълг в чужда валута (или еквивалент на чужда валута). Този факт не е много притеснителен. Притеснително е нарастването на държавния дълг и използването на постъпленията от новоиздаден дълг за разплащането на текущи разходи на правителството, а не за инвестиции. Това ще доведе до дългова спирала, от която много трудно ще може да се излезе. Освен ако някой ден не можем и ние да платим в ... евро!

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

Economic.bg

ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ НА БЪЛГАРИЯ



WWW.ECONOMIC.BG

ОТРИЦАТЕЛНИТЕ ЛИХВИ **НОВИЯТ СКРИТ ДАНЪК**



автор: Бисер **Манолов**

Наскоро публикуван от Федералния резерв на Сент Луйс материал негативните лихви, наложени от страна на някои централни банки, се разглеждат като форма на данъчно облагане. Поточно казано, това е данък, който търговските банки плащат върху резервите, които поддържат при централната банка. Да припомня само, че Европейската централна банка прие отрицателните лихви през 2014 г. като средство срещу ширещата се дефлация.

За първи път такава парична политика е приложена в Швейцария през 1970 г. През юни 1972 г. Швейцарската централна банка налага 2% наказателна лихва на чуждите пари, „паркирани“ в швейцарските търговски банки. Този експеримент продължава няколко години. Японската централна банка също прилага тази, меко казано, абсурдна парична политика от края на миналия век.

Истината е, че липсват каквито и да е доказателства, че отрицателните лихви стимулират по някакъв начин потреблението като антидефлационна мярка. Напротив, все повече се говори, че в дългосрочен план те имат изключително вредно влияние върху устойчивостта на финансовата система. Инвеститорите „се бият“ за държавни облигации, които им носеха негативен доход, и това е само един от парадоксите, които родиха негативните лихви. Представяте ли си какъв нонсенс? Даваш пари назаем на държавата, за което й плащаш. Или пък абсурдът с някои ипотечни кредити в Дания – теглиш ипотечен кредит и банката ти плаща за това. Последното е почти равносилно на наемането на имот, за което наемодателят да ти плаща. Получава се нещо като Алиса в страната на чудесата, нали така?

Искам обаче дебело да подчертая, че винаги цената на всеки данък в края на краищата се прехвърля на крайния потребител. Точно поради тази причина банките не плащат нищо по депозитите на своите клиенти, което определено не е приемливо. Последното, от което Европа има нужда в момента, са нови данъци. Да, политиката по отрицателните лихви тежи най-вече на спестителите и пенсионните фондове и води до най-големи ползи за правителствата, тъй като им осигурява все по-евтино финансиране. Какво се получава на практика? Наказваш спестителите и стимулираш държавните разходи, което категорично ще доведе до все повече финансови дисбаланси. Категорично може да се каже, че под една или друга форма негативните лихви силно ерозират и банковите печалби. В този ред на мисли не е никак разумно да се инвестира в банкови акции, тъй като на даден етап това може да се окаже доста губеща инвестиция. А нали си спомняте, че по времето на голямата финансова криза от 2009 година правителствата теглиха заеми като „луди“ точно за да спасяват тези банки, които в момента, в буквален смисъл, се гърчат в търсене на доходност. Странно, нали?

Вече споменах пенсионните фондове. Традиционно те са едни от най-големите инвеститори в държавни облигации. Да, но инвестирането в облигации с отрицателна доходност води до капиталови загуби. На практика се получава нещо като омагьосан кръг – пенсионните фондове губят, ако инвестират в банкови депозити, губят и ако инвестират в държавен дълг. Това ги провокира



да търсят по-рискови инвестиции, което определено не е в полза на осигуряващите се.

Силно задлъжнелите правителства са винаги „на пазара“ в спешка си да налагат нови и нови данъци. Лошото е, че негативните лихви са скрит, неофициален данък, който в края на краищата плаща вложителят, а същевременно подтиква правителствата към нови и нови заеми. Повече от 7 трилиона долара държавен дълг в света носи отрицателна доходност и това е благодарение най-вече на паричната политика на централните банки. Това категорично може да бъде включено в графа „безплатен обяд“ за правителствата. Трудно ми е да си представя, че има някаква скрита договореност помежду им, но от парична политика на централните банки се възползват най-вече именно правителствата. Впрочем размерът на държавния дълг, който носи доходност на инвеститорите между 0 и 1%, е над 9 трилиона долара.

Търговските банки имат две опции за прехвърляне данъчната тежест от това, че централната банка ги „глобява“ с отрицателни лихви: или да увеличат цената на кредитиране с размера на този разход , или депозантите им да платят за това. И в двата случая обаче цената на негативните лихви в края на краищата се заплаща от крайния клиент. Това не звучи като стимулираща мярка за увеличаване на потреблението, нали?!

Първата централна банка, която навлезе в цикъл на покачване на лихвите, е Федералният резерв на САЩ. За разлика от нея Европейската централна банка и тази на Япония дълбоко навлязоха в полето на отрицателните лихви, но нито сме свидетели на видимо икономическо оживление, нито инфлационната картина се е подобрила. И вие сигурно се питате какво означава всичко това? Докога ще продължава авантюрата на централните банкери? Просто няма икономическа логика да дадеш на някой назаем 1000 лева и след време той да ти върне 990. Как може да бъде класифицирана тази ситуация?

Според макроикономистите на най-големия фонд за инвестиране в облигации с фиксирана доходност PIMCO отрицателната доходност загатва за рязко икономическо забавяне. Според тях дефлацията и фалитите вървят ръка за ръка и в този смисъл връщането на парите е много по-важно от възвръщаемостта на парите. Правителствата за пореден път се оказаха възможно най-лошите платци.

ТЕ НАКАЗВАТ СПЕСТИТЕЛИТЕ И СТИМУЛИРАТ ДЪРЖАВНИТЕ РАЗХОДИ, **КОЕТО КАТЕГОРИЧНО ЩЕ ДОВЕДЕ ДО ВСЕ ПОВЕЧЕ ФИНАНСОВИ ДИСБАЛАНСИ**

ЗА И ПРОТИВ
„ПАРИТЕ ОТ ВЪЗДУХА"

автор: Владимир **Митев**

През последното десетилетие редица финансови концепции, развити първоначално теоретично, се превърнаха в стандартна политика за централните банки – например отрицателните лихвени проценти и количествените улеснения. Тези действия подсказват, че средствата за влияние над икономиката, с които централните банкери разполагат, имат своите лимити. И че в битката за стимулиране на растежа след икономическата криза от 2008 г. е трябвало да бъдат включени неконвенционални средства.

В последно време все повече се говори за нов инструмент, който би могъл да придаде жизненост на световните стопански процеси – т.нар. хеликоптерни пари. „Сега нека предположим, че един ден хеликоптер пусне над дадено населено място допълнителни 1000 долара в банкноти от небето. Тази сума, разбира се, на мига попада в ръцете на жителите. Да предположим, че това е уникално събитие, което никога няма да се повтори", пише през 1969 г. прочутият икономист Милтън Фридмън в статията си „Оптималното количество пари".

Политиката на „хеликоптерни пари" наподобява тази на т.нар. количествени улеснения – и в двата случая централната банка създава нови пари. При количествените улеснения тя дава парите на частните банки, като надеждата е по този начин да стимулира кредитирането и да има по-голям икономически растеж. На практика обаче частните банки не кредитират допълнително, а трупат парите в своите сметки в централната банка.

Към февруари 2016 г. Федералният резерв е създал нови 4,5 трлн. долара в поредица от решения за количествени улеснения – „печатане" на нови пари, които после да бъдат дадени на частните банки, за да стимулират даването на кредити и така да задвижат икономиката. Това представлява 25% от БВП. Количествените улеснения на Европейската централна банка до март 2017 г. ще достигнат 37% от БВП на еврозоната, или 4 трлн. евро (4,53 трлн. долара). Подобна политика води и японската централна банка.

Сегашните амуниции в ръцете на централните банкери обаче дават скромен резултат и в случай на рецесия може да се окажат недостатъчни. В целия развит свят лихвите са ниски, нулеви или отрицателни. Но въпреки че световната икономика расте, нейният ръст бе описан неотдавна от МВФ като „крехък".

И тук на помощ могат да дойдат „хеликоптерните пари". Идеята им е вместо да бъдат дадени на частните банки, новосъздадените пари да бъдат предоставени директно по сметките на гражданите. Последните на свой ред да ги изхарчат. Така ще се повиши потреблението и икономиката ще увеличи растежа си.

Един от поддръжниците на тази политика е бившият шеф на Федералния резерв Бен Бернанке. Заради негова реч относно хеликоптерните пари от 2002 г., когато е бил в борда на директорите на Фед, го наричат Хеликоптерния Бен.

„Фактът, че никое отговорно правителство никога не би пуснало буквално пари от въздуха, не трябва да ни пречи да изследваме логиката на мисловния експеримент, предложен от Фридмън. Той цели да покаже, макар и в крайност, защо правителствата никога не трябва да се предават пред дефлацията. В по-прозаичен и реалистичен план „хеликоптерното пускане" на пари представлява вид експанзионистична фискална политика. Тя увеличава публичните разходи или извършва данъчно облекчение, които са финансирани чрез трайно повишение на паричната маса", обяснява Бернанке през април на блога си към сайта на Института „Брукингс". Според бившия централен банкер тази политика „има много голяма вероятност да бъде ефективна", но само в случай, че се използва като крайна мярка.

Хеликоптерните пари имат привърженици и във Великобритания. Сред тях е лорд Адеър Търнър – бивш председател на британския финансов регулатор. „Ние сме в такава дълбока дефлационна яма, че трябва да обмислим евентуалното прилагане на това, което Милтън Фридмън нарече „хеликоптерни пари", заяви лорд Търнър на конференцията „Трансформиране на финансите" в Лондон на 11 май т.г. Аристократът вижда в тази политика начин да се поддържа растежът в силно задлъжнелите икономики по света.

Лидерът на британската опозиция Джеръми Корбин също поддържа идеята, която нарича с нейното друго име – „количествено улеснение за народа". Дори президентът на ЕЦБ Марио Драги описа през април хеликоптерните пари като „много интересна концепция", бързайки да уточни, че тя все още не е обсъждана.

В Япония правителството обмисля дали да не даде ваучери на всички домакинства – буквално даване на пари, които да бъдат използвани за потребление. Част от идеята е, ако ваучерите не бъдат употребени в рамките на даден срок, да губят своята стойност. Така би трябвало да се насърчи изхарчването им вместо тяхното спестяване за по-късен момент.

Именно неизвестността дали простият превод на пари по сметките на гражданите ще провокира по-голямо харчене, е една от причините за опозиция спрямо хеликоптерните пари. Такава критика прави например управителят на индийската централна банка Рагурам Раджан, който преди да заеме високия пост, бе университетски

АВТОРИТЕТНИ ЕКСПЕРТИ И ПОЛИТИЦИ ПРИЗОВАВАТ ЦЕНТРАЛНИТЕ БАНКИ **ДА РАЗДАВАТ СРЕДСТВА ДИРЕКТНО НА ХОРАТА**

преподавател в САЩ.

Опасенията на индиеца са, че когато хората получат пари от въздуха, те ще ги складират в банковите си сметки, вместо да ги изхарчат, и така няма да има голям ефект върху икономиката. Раджан смята, че единственият начин да е наистина сигурно, че ще има позитивно влияние върху стопанството, е хеликоптерните пари да бъдат дадени само на бедните. „Потреблението тогава ще нарасне. Но в коя страна има политическо пространство да се дадат големи суми на най-бедните? По-скоро чековете с пари ще трябва да бъдат раздадени на широки слоеве от населението. А ако се дадат масово, голяма част от хората просто ще ги спестят“, убеден е индиецът.

Бившият икономист на британската централна банка Тони Йейтс също е противник на хеликоптерните пари. Според него дори ако те се използват за борба с рецесията, с времето хората може да свикнат с тях и да поискат да им бъде даден подобен вид стимули и в добри времена. Така управляващите ще имат пари за проекти, способни да осигурят победа на изборите. Част от риска при хеликоптерните пари е, че може да доведат до размиване на независимостта на централните банки.

Вероятно има и друг проблем при парите от въздуха. Световните икономики все повече свикват да растат благодарение на стимули. За момента те намират израз в балони при цените на недвижимите имоти или акциите на борсите. Интересно е дали хеликоптерните пари няма да са ново, по-високо ниво на своеобразния наркотик на стимулите. И дали подобно на отрицателните лихвени проценти и количествените улеснения техният ефект няма да се окаже по-ограничен от очаквания, ако все пак някой наруши табуто и ги приложи.

Пред Ройтерс един от привържениците на парите от въздуха – мениджърът на портфолио в американската финансова група Janus Бил Грос, смята, че те са необходимо спасение: „Когато пилотираш хеликоптер, може да има сблъсък със Земята, но алтернативата е незабавно налагане на икономии и продължителна рецесия. Подозирам, че политиците и централните банкери ще предпочетат да летят, вместо да умрат“.

Дали обаче полетът на хеликоптера няма само да отложи бъдещото пропадане на световната икономика под тежестите на дълговете и намаляващото съвкупно търсене?

СВЕЖОТО ПОПЪЛНЕНИЕ СРЕД СВЕТОВНИТЕ ВАЛУТИ



автор: Владимир **Митев**

Според китайския икономист Чен Юлу юанът ще има нужда от 15 години, за да набере сили, така че да се опълчи на американския долар. Вей Цзиангуо – друг експерт, смята, че ще трябват 20 години. Управителят на китайската централна банка Джоу Сиаочуан не поставя точен срок. Според него интернационализацията на китайската валута, т.е. превръщането ѝ в международно средство за разплащане, ще е продължителен процес, чийто темп ще бъде определен от пазара.

Въпрос, по който цари единодушие обаче, е, че от началото на световната икономическа криза юанът последователно се утвърждава. В момента той е петата най-използвана валута в света – след долара, еврото, британската лира и японската йена. Към края на 2015 г. в юани са били 1,1% от валутните резерви на централните банки по света. В китайската валута са деноминирани 3% от глобалната търговия според данни на Bloomberg (при 45% дял на долара). В добавка в различните месеци извън Китай се е търгувало ежедневно с юани в размер на между 22 млрд. долара и 40 млрд. долара при положение, че пазарът за чуждестранна валута (FOREX) има размери 5,3 трлн. долара на ден.

Тази статистика показва, че юанът има още много да увеличава влиянието си, преди да оспори върховенството на американската валута. В края на 2015 г. обаче МВФ взе решение да включи юана в кошницата от валути, които определят стойността на валутата на фонда – специалните права на тираж. Решението ще влезе в сила от 1 октомври 2016 г. От тази дата разпределението на тежестта на валутите в кошницата ще бъде – 41,73% за американския долар, 30,93% за еврото, 10,92% за китайския юан, 8,33% за японската йена и 8,09% за британската лира. Добавянето на юана става най-вече за сметка на намаляване значението на еврото и паунда.

Включването на юана в кошницата на специалните права на тираж означава, че той вече се е превърнал в световна резервна валута. Според правилата на МВФ, за да постигне този статут, тя трябва да е „свободно ползвана“, „широко употребявана“ и „масово търгувана“. През ноември 2015 г. управляващият директор на МВФ Кристин Лагард публикува изявление, че китайската валута отговаря на тези изисквания.

„Юанът е вече от известно време масово приет като валута за търговия, но все още не е сред големите валути, когато става въпрос за инвестиции. Неговото включване в кошницата на специалните права за тираж означава, че ще накара глобалните инвеститори да погледнат отново към Китай като важна дестинация за инвестиции“, смята Бо Джоу – бизнес мениджър на Bloomberg за региона на Китай.

Управляващият директор и вицепрезидент на Asia Pacific Fund към J.P. Morgan Цзин Улрих смята, че в резултат от решението на МВФ в следващите 5 години мениджърите на резервите на централните банки и на суверенните държавни фондове ще добавят облигации в юани към портфейлите на своите институции, така че в ренминби (другото име на китайската валута, в буквален превод „валутата на народа“) ще бъдат деноминирани около 5% от тях. „Това означава приток на чуждестранна валута от около 350 млрд. долара през тези пет години“, поясняват Улрих.



Официално Пекин е вдигнал много от ограниченията пред международното ползване на юана, но на практика валутата е достъпна по света в ограничени количества, пише анализ на в. Wallstreet Journal. За да стане тя резервна валута, трябва да възникнат дефицити по текущата или капиталовата сметка за Китай – с други думи, страната да изнася капиталови потоци в юани към света.

За да се превърне юанът във валута, равнопоставена на долара и еврото, са необходими и отворени и добре регулирани капиталови пазари. За целта Китай би трябвало да извърши нужните реформи, така че да допусне по-голям достъп на чуждестранните финансови институции и инвеститори до своя национален финансов пазар. Наред с нарастването на ликвидността на юана в света ще бъдат нужни и повече канали за движение на валутата между Китай и глобалните пазари.

Пекин работи в тези области – с темпа, който преценява за нужен. Към септември 2015 г. Китай е сключил 33 споразумения за валутен обмен с различни страни – от Великобритания и Русия до Албания, Унгария и Аржентина. Същността на споразуменията е, че двете държави се договарят да обменят еквивалента на милиардни суми в долари, така че да могат да търгуват в собствените си валути, вместо да използват долара. По този начин Китай утвърждава юана в международните финансови отношения и се избягват загубите от валутния обмен към долари и обратно към местните валути. Сключените 33 споразумения са на обща стойност 3,158 трлн. долара.

„Юанът в крайна сметка ще подкопае глобалната доминация на долара. Но все още е рано за това. Пекин обаче не стои със скръстени ръце. Той задълбочава борбата си за интернационализация на юана, макар и бавно, като разгръща „пълномащабен“ пазар за деривативи в юани на своя територия, дава пълен достъп до междубанковия вътрешен пазар на облигации в юани за чуждестранните централни банки, отваря вътрешния репо пазар за офшорни клирингови банки за юани и засилва влиянието на пазара в определянето стойността на юана. Списъкът от мерките по либерализация ще бъде обновяван, тъй като стремежът към интернационализация на юана продължава“, заключава Чи Ло – старши икономист в BNP Paribas Investment Partners на страниците на South China Morning Post.

КИТАЙСКОТО ПРАВИТЕЛСТВО ПОСЛЕДОВАТЕЛНО ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗИРА СВОЯТА ВАЛУТА. **ЮАНЪТ ВЕЧЕ Е ПЕТИ ПО ЗНАЧИМОСТ В ГЛОБАЛЕН ПЛАН**

БРЕКЗИТ ИСТОРИЧЕСКО РЕШЕНИЕ

В ДЕБАТИТЕ ЗА ЧЛЕНСТВОТО НА ОБЕДИНЕНОТО КРАЛСТВО В ЕС **ИМА ПОВЕЧЕ ЕМОЦИИ, ОТКОЛКОТО РАЦИОНАЛИЗЪМ**



автор: Жулиета **Пенева**

На 23 юни Великобритания ще проведе втория си референдум за излизане от Европейския съюз (ЕС). Само две години след присъединяването си към Европейската икономическа общност (ЕИА), през 1975 г. се провежда първият референдум, на който британските граждани потвърждават членството. Тогавашният министър-председател Харолд Уилсон нарича подкрепата „историческо решение“. Тази година предстои британците отново да се произнесат за членството в ЕС в едно решение, което е не по-малко историческо, доколкото ще предопредели не само бъдещия път на страната, но и облика на Европейския съюз и насоките на глобалните процеси.

В протичащия дебат за основните загуби и ползи от евентуален Брекзит (Б.р. – Brexit – от англ. Britain-Великобритания, и exit - изход, излизане) се използват много широк кръг аргументи, както рационални, така и не до там такива... Да се фокусираме върху две взаимосвързани групи – икономически и миграционни, повлияни и от преплитането на двете кризи – икономическата депресия след 2008 г. и силната миграционна вълна от миналата година.

Икономически **аргументи**

Съществува определен страх, че евентуално излизане на страната от ЕС ще повлияе негативно на икономическото развитие. В годишната анкета на Financial Times, в която участват повече от 100 влиятелни и компетентни личности в сферата на икономиката, нито един не счита, че Brexit ще засили растежа на Великобритания през 2016 г.

Обединеното кралство ще загуби способността си да влияе на правилата в търговията със стоки и услуги. Като самостоятелен играч ще му бъде по-трудно да се споразумява с трети страни. Възможното излизане на големи производители от страната ще доведе до загуба на работни места и хаос в краткосрочен план. Много от компаниите в момента не взимат инвестиционни решения, а са в период на изчакване на резултатите от референдума. Това засилва чувството на несигурност и безпокойство. Финансовият сектор ще пострада значително поради загубата на единния паспорт, чрез който операторите на финансови услуги, законово установени в една държава членка, имат възможността да предоставят своите услуги в други държави членки, без допълнителни изисквания за разрешение.

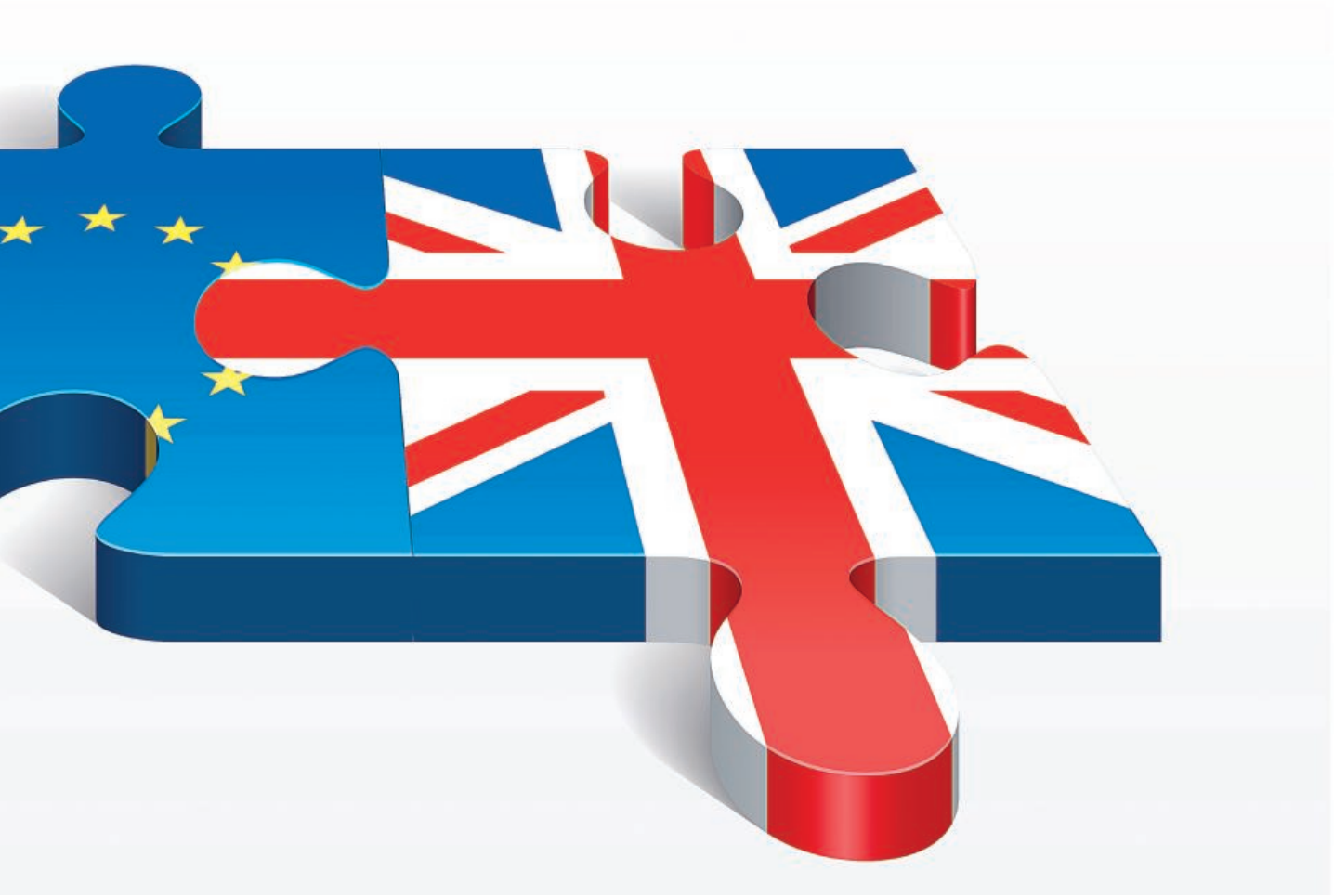
Основният проблем при излизането от общия пазар е необходимостта от последващо споразумяване с ЕС, което е несигурно само по себе си. То означава, че Великобритания няма да има инструментариума, чрез който да влияе на законодателните инициативи и решения, взети на европейско ниво, но ще бъде задължена да се съобразява с тях при желание да има достъп до общия пазар.

Посочваният голям бонус – ефектът от спестената вноска на страната към общия бюджет на ЕС, която е около 10 милиарда паунда (0,6% от БВП на страната), ще се потисне от загубата на финансиране за сектори като земеделието, които са подпомагани от ЕС, както и от плащанията за достъп до пазарите на Общността.

Още по-апетитна изглежда друга полза – по-малко количество регулации (cutting red tape) – политика, която британският премиер инициира в първия си мандат. Да не пропускаме обаче, че финансовата и фискалната интеграция, която еврозоната предприема, няма да афектира Великобритания като страна, която не е членка на еврозоната. Още повече че премиерът Дейвид Камерън извоюва правото й да не участва в по-засилена политическа интеграция.

Страхът от **миграция**

Друга основна тема, поради която има изостряне на чувствителността в британското общество в полза на напускане на общността, е имиграцията. В последните години се насаждаше чувството, че „другите“ са виновни за липсата на работни места. Британските политици умело се възползваха от тази тънка струна на емоцията, като често упрекваха ЕС за сполетелите ги беди. Истината е, че имиграцията подпомага Великобритания не само като я прави по-конкурентоспособна, но и като създава работни места. Според изследване, проведено от финансовия due diligence start-up Duedil



и неправителствената организация Centre for entrepreneurs, компании, които са създадени от имигранти, са отговорни за създаването на 14% от работните места в сектора на малки и средни предприятия, или 1.16 милиона броя работни места от общия брой – 8,3 милиона в този сегмент.

Факторът **Шотландия**

Резултатите от референдума са важни не само за Великобритания и ЕС, но и за другите страни членки. Бившият премиер сър Джон Мейджър предупреди, че има „висока вероятност“ Шотландия да напусне Великобритания заради желанието на шотландците да останат в Европа. Редно е да се запитаме дали Дейвид Камерън, с усилието си да укроти евроскептиците в собствената си партия, не отвори кутията на Пандора? Независимостта на Шотландия е все още на дневен ред, но има ли политическата стабилност зад гърба си британският премиер да се справи с втори референдум от такъв характер?

Сигналите към **Европа**

Дали наистина Великобритания ще излезе от ЕС? Наскоро Андрю Моравчик, професор по политика от Принстън, прогнозира, че независимо от резултата на референдума Великобритания няма да излезе от Съюза. Според него дебатът относно Брекзит наподобява на древния японски театър, наречен кабуки (в него участниците използват маски, грим и илюзии), използван като метафора във Вашингтон за стилно, но лишено от смисъл позиране. Дори да е така, „позирането“ си има граници. Трудно би било на който и да е премиер да не спази един от инструментите на пряката демокрация. Ако Моравчик е прав, Брекзит като явление би трябвало да бъде сигнал към европейските лидери, че се засилва потенциалът на дезинтеграционния процес в Общността. Дори това да наподобява кризата през 1965 г., („Empty chair crisis“), когато генерал Шарл дьо Гол и неговите министри не присъстват на срещите на европейско ниво, то разликата между двете събития е съществена. При кризата през 1965 г. Дьо Гол се опитва да промени Европейската икономическа общност отвътре и успява чрез натиска си Еврокомисията да въведе гласуване с мнозинство в повечето сфери. Общото между двете кризи, ако можем да наречем Брекзит вътрешна такава за ЕС, е запазване суверенитета на държавата. Контекстът обаче, в който тези сътресения се проявяват, е различен. В настоящето Европа е изправена пред многобройни кризи, които се преплитат и са взаимосвързани. Брекзит може да стимулира повече отстояване на национални интереси за сметка на общите интереси и компромисите, с които ЕС се гордее. Това естествено води до предефиниране на общите интереси, които или трябва да съпътстват националните, или да не са в тотален разрез с тях. Основната дилема е да се намери тънкият баланс, а затова са нужни политическа воля и майсторство. А кои са по-важни в момента е въпрос, чийто отговор Европа не може да даде.

Българският **интерес**

Засега в България сме по-скоро странични наблюдатели на дебатите около евентуално напускане на Великобритания, доколкото страната ни все още няма официална позиция. Трудно може да се посочи и един позитивен ефект за България от едно бъдещо излизане на Обединеното кралство от ЕС. Обратно, страната ни ще понесе доста осезаемо всички негативи, характерни и за другите страничленки – свиване на пазарното пространство, загуба на нетен донор в Съюза, по-труден достъп до най-развития финансов пазар и др.

В обобщение, в дебатите за членството на Обединеното кралство в ЕС има повече емоции, отколкото рационализъм. Вярно е, че с „чувства и с вярвания се управляват хората и се създава историята“, както подчертава Густав Льобон. Но да не забравяме, че тези емоции трябва да бъдат подкрепени с доза реализъм, икономическа логика и голяма политическа отговорност. Да се надяваме, че чувствата на британците ще са за оставането им в Европейския съюз, защото е „историческо решение“ не само за Великобритания, но и за ЕС.

**Авторът е магистър по „Политика и управление на ЕС“, Лондонско училище по икономика и политически науки*

ОБЕДИНИТЕЛЯТ НА ВСИЧКИ ЛОНДОНЧАНИ

автор: Илия **Лазаров**

Мнозина бяха изненадани, когато Садик Хан бе избран за кмет на Лондон. Хан е феномен – той е първият мюсюлманин, който управлява европейска столица. Не е изненада, че това се случва именно в Лондон – един от най-глобализираните и космополитни световни центрове.

Още в предизборната си кампания Хан обяви своята обществена и културна мисия – да бъде кмет на всички лондончани и да превърне населението на разноликата британска столица в едно хомогенно и модерно функциониращо гражданско общество.

Той вече има широка подкрепа – избраха го 1,3 млн. гласоподаватели, което му осигури най-голямата изборна победа в историята на британската политика. 45-годишният Хан, син на пакистански имигранти, е новата звезда в редиците на лейбъристите, но печели симпатии и сред по-умерените консерватори. Сестрата на основния му политически опонент Зак Годсмит – Джемима, го нарече „чудесен пример за младите мюсюлмани“.

Самият Хан се определя като британец и лондончанин, изповядващ исляма. Напълно интегриран, той се чувства пълноценна част от британския и европейския обществен живот и култура. Хан се старае да разпространи тези възгледи и сред огромната мюсюлманска диаспора в Лондон.

Вместо да търси разединението, той набляга на допирните точки. По думите му ислямските ценности не противоречат на западноевропейските. Пример за това са семейството, приятелите му и много други лондончани, които са мюсюлмани с европейско самосъзнание.

Повечето от тях са родени, израснали и възпитани в Западна Европа, със светско образование и модерни възгледи. Уважават религията, но поведението им се ръководи от гражданското им самосъзнание. Интересуват се както от актуалните обществени проблеми, така и от спорт. Самият Хан е ревностен привърженик на „Ливърпул“.

Специалист в областта на човешките и трудовите права, той обещава по-добро бъдеще и многобройни възможности за лондончани. Хан пое ангажимент да защитава интересите както на бизнеса, така и на гражданите.

А в Лондон определено има върху какво да се работи. Сред основните проблеми са недостигът и високите цени на жилищата, както и скъпият публичен транспорт. Новият кмет обеща на лондончани да имат „достъпен покрив над главите си и удобен път от вкъщи до работа“.

Той вече стартира отдавна отлагания проект за денонощни линии на лондонското метро, а през есента ще бъдат въведени и нови, по-евтини билети, с които в рамките на час може да се използва повече от един градски автобус. Градоначалникът е решен да направи публичния транспорт в Лондон достъпен дори за най-бедните и да замрази постоянно поскъпващите билети за поне 4 години.

Ангажиментът на Хан в тази област е лесно обясним – той е син на дългогодишен шофьор на автобус и признава, че транспортът в британската столица винаги е бил важна част от живота му.

Приоритетите на новия кмет са още в областта на екологията, сигурността, културата и здравеопазването. Градоначалникът ще работи и за по-голяма фискална децентрализация. Като типичен ляв политик той се ангажира с най-уязвимите обществени слоеве – етническите малцинства, хората с ниски доходи, тези с алтернативна сексуалност и др. Хан обеща и мерки за равнопоставеност на жените и подобряване на тяхната сигурност.

За да се справи с всички тези задачи, новият кмет на Лондон вече почерпи опит от градоначалника на Париж Ан Идалго и бившия кмет на Ню Йорк Майкъл Блумбърг. Предстоят му срещи и с наследника на Блумбърг – Бил Де Блазио, както и с кмета на Чикаго Рам Еманюел.

Хан ревностно отстоява позицията за оставане на Великобритания в ЕС, смятайки, че евентуален Brexit би бил катастрофален за лондончаните и би нарушил правата на европейските граждани, работещи и живеещи на Острова. От това дали страната му ще остане, или ще напусне обединена Европа, зависят стотици хиляди работни места и голяма част от местната икономика. „В интерес на всички лондончани е Великобритания да остане в Европа“, категоричен е градоначалникът.

Предизвикателство пред амбициозния кмет са типичният британски консерватизъм и предразсъдъци,



които често провокират Обединеното кралство да се изолира от европейската интеграция и общи политики. Те могат да бъдат важен фактор на предстоящия референдум. Именно заради това Хан иска да активизира привържениците на лейбъристите и да не допусне допитването да се превърне в „посредник за страховете на хората, свързани с имиграцията“.

Друг проблем е радикалният ислям, който е все по-сериозна заплаха за Западна Европа. Когато ръководиш град с над 1 милион мюсюлмани, рискът е още по-голям. Затова и усилията на Хан са насочени в най-голяма степен към изповядващите собствената му религия.

Той вече се обяви за „противоотрова“ на екстремизма и се зае със задачата да вдъхнови и окуражи младите мюсюлмани, давайки им успешни примери с британци, изповядващи исляма, реализирали се в областта на спорта, културата, шоубизнеса, дори политиката. Подобни послания са много по-лесни за възприемане, когато ги чуеш от себеподобен. Изборната победа на Хан също е извор на вдъхновение за мнозина.

Новият кмет поддържа перфектни отношения с евреите и християните и вижда различните вероизповедания като част от едно цяло. „Ние не просто сме толерантни един към друг. Ние се уважаваме, прегръщаме, празнуваме заедно, което е фантастично“.

НОВИЯТ КМЕТ САДИК ХАН ОБЕЩА **ДА ТЪРСИ ПРОТИВООТРОВА ЗА ЕКСТРЕМИЗМА**

СВОБОДАТА ДА БАНКИРАТЕ МОБИЛНО

Бързото и непрекъснато развитие на технологиите позволява на потребителите да имат бърз и лесен достъп до множество продукти и услуги. Мобилните устройства заемат все по-важна роля в живота на хората по цял свят. Банковият сектор е един от най-бързо развиващите се сектори в областта на услугите и дигиталното банкиране съвсем закономерно е сред последните новости. Потребителите днес са изключително информирани и по-взискателни относно продуктите, които получават. Стават все по-активни както в електронната търговия, така и в мобилните разплащания. Искат лесно да си поръчат храна, да си купят билет или да вземат подарък за любим човек още докато работят, без да чакат по опашки или да са ограничени от локациите. Търсят начин да заплатят текущите си задължения за ток, вода или мобилен телефон, спестявайки ценно време.

Традиционното обслужване в банковия клон вече не е достатъчно, за да отговори на новите променени нужди на клиентите, търсещи удобни и леснодостъпни услуги, отчитайки най-вече факта, че то е ограничено във времето и пространството. Доста повече възможности дава мобилното банкиране чрез специалните приложения за мобилни телефони. Само за изминалите 5 години в Европа повече от 2/3 от клиентите, ползващи банкови услуги, се насочват от банкиране „вътре в клона“ към модерните дигитални канали за банкиране. Данните за промяна на поведението на потребителите показват, че броят на клиентите в рамките на една година, започнали да ползват електронно банкиране, се е увеличил с 30%, а на тези, ползващи мобилно банкиране – с около 35%. Тази световна тенденция се наблюдава вече и у нас.

Разработеното от Пощенска банка ново приложение m-Postbank съчетава всички предимства на мобилното банкиране – удобство, възможност за използване по всяко време, през всякакво смарт устройство и от всяка точка с достъп до мобилен интернет. Същевременно е сигурно и защитено, като по този начин отговаря и на очакванията на потребителите, свързани със сигурността.

„Клиентите ни търсят персонално отношение, прозрачност, сигурност и качество на обслужването, но най-вече очакват леснодостъпно, гъвкаво и удобно банкиране, възможно дори 24 часа в денонощието. Радостни сме, че можем да предложим мобилно приложение, което да идентифицира начина, по който клиентите ни мислят за банкирането днес и напълно да удовлетворим техните нужди“, коментират от банката.

M-Postbank е част от специалния пакет от дигитални услуги на Пощенска банка, включващ мобилно банкиране, интернет банкиране и услуга за автоматично плащане на комунални разходи. С него клиентите постепенно ще имат достъп до всички съществуващи функционалности, които са свикнали да използват през електронното си банкиране, но могат да се възползват и от редица предимства.

ПРИЛОЖЕНИЕТО M-POSTBANK СЪЧЕТАВА ПРЕДИМСТВА КАТО **УДОБСТВО, ДОСТЪП ОТ ВСЯКА ТОЧКА И ПО ВСЯКО ВРЕМЕ, КАТО СЪЩЕВРЕМЕННО Е СИГУРНО И ЗАЩИТЕНО**



Предимствата

СПЕСТЯВА ВРЕМЕ

Една от основните причини хората да предпочитат да банкират през мобилните си устройства е бързината и пестенето на време, което инвестират в нещо друго. С m-Postbank потребителите могат да банкират още докато са на работа. Няма нужда да посещават клон на банката или да изчакват по опашки, защото могат да банкират от вкъщи или по време на ваканцията.

НАМАЛЯВА РАЗХОДИТЕ

Предимството на банкирането през мобилното приложение е в това, че спестява таксата за регистриране и поддръжка, както и такси за преводи в лева и чужда валута между собствени сметки. С m-Postbank на този етап клиентите могат да правят преводи между лични сметки в банката, плащания на комунални задължения и данъци, на собствени кредити и кредитни карти от Пощенска банка. Извършват справки относно движения по сметки, за предлаганите продукти и депозити, местоположението на клоновете и банкоматите на банката. Могат да се възползват от услугата валутен калкулатор, както и да правят справки относно валутните курсове.

ЛЕСЕН ДОСТЪП И УДОБНА НАВИГАЦИЯ

Приложението е лесно за използване, с модерен дизайн и удобна навигация. Създадено е за смарт телефони с операционни системи Android и iOS и може да бъде изтеглено безплатно от Google Play и App store. Единственото условие е клиентите да влязат в приложението с потребителското име и парола, които вече използват за вход в системата за интернет банкиране e-Postbank на Пощенска банка.

ОТСТЪПКА ОТ ЦЕНАТА НА ЕЛЕКТРОНЕН ПОДПИС

Специална оферта на финансовата институция поощрява активното ползване на дигиталните канали и дава 25% отстъпка от цената на електронния подпис, който клиентите могат да закупят в клоновете на банката.

ПОСТОЯНЕН КОНТРОЛ

С помощта на мобилните си устройства клиентите могат да проверяват своите сметки по-често, отколкото са правили това преди, имайки по-добър контрол на управление на техните финанси и банкирайки по начин, отговарящ на техния стил на живот.

СИГУРНОСТ

Мобилното банкиране не е по-малко сигурно от всеки един от начините, с които клиентите управляват средствата си, но при всички случаи е много по-удобно.

Петър **Иванов**:

ДВИЖИМ ЕВОЛЮЦИЯТА И РЕВОЛЮЦИЯТА НА **ТЕХНОЛОГИИТЕ**



Когато работиш в IT сферата, днес усещането е като да си част от индустрията, която пише историята и успоредно с това е бъдещето. Целият ни живот сега е свързан с технологиите. Всеки ден правим бизнес с хора от всички краища на света; светила в медицината предават познанието дистанционно в реално време; множество услуги се управляват напълно дигитално; незрящи бъдещи майки получават 3D принтинг на снимка от ехографията и по този начин успяват да придобият впечатление за образа на бъдещото си дете. Вдъхновяващо е да знаеш, че работата ти е парче от този пъзел.

Информационните технологии навлязоха навсякъде и във всичко и това е естественият ход на нещата. Ето защо по цял свят Майкрософт подкрепя новостартиращи компании, които имат голям принос в това да предлагат нови технологични решения, бизнес модели и да допринасят именно за този скоростен подем и интеграция на технологиите във всеки един аспект на живота. В България до момента сме подпомогнали повече от 350 стартъпа, които вече имат доста добра история. Помагаме им, като им даваме безплатна облачна среда, в която те да реализират своите идеи. Стартъпите са двигателят. Виждам бъдещето на България като това на Израел, където има много добри специалисти в областта на информационните и комуникационните технологии. Те са успели да създадат екосистема и индустрия, която ги е направила известни в цял свят. Ние също се справяме много добре.

Microsoft е част от глобалната промяна и самата компания постоянно се променя. Най-важното, което бих откроил – това са нашите клиенти. Нашата цел е да помогнем на всеки да

Петър Иванов е изпълнителен директор на Microsoft за България, Македония и Косово от юни 2013 г. Той е професионалист и бизнес лидер със 17-годишен опит в IT сектора в Централна и Източна Европа. Преди да се присъедини към Microsoft, е бил 14 години в Cisco - заемал е различни ръководни позиции, като последната му роля е директор „Стратегически операции и планиране" в Cisco Великобритания.

Петър Иванов е магистър по бизнес администрация от НБУ с бакалавърска степен по кибернетика от Военната академия в София. Член е на борда на БАИТ, на Българския форум на бизнес лидерите и на Джуниър Ачийвмънт България.

бъде по-продуктивен. Искаме да постигнем това с най-добрите платформи, които да предоставят максимална продуктивност и услуги сред колкото се може повече видове устройства. Предимството, че разполагаме със силна облачна платформа, е, че ни дава възможност да разгледаме нуждите на потребителите и съответно да можем да им предоставим услуги с добавена стойност. Списъкът е дълъг – максимално бързи услуги, по-малки разходи, вертикални решения, гъвкавост. Те се предоставят според нуждите на потребителите и така увеличаваме тяхната конкурентоспособност на пазара. Нашият фокус продължава да бъде насочен към технологиите, които са катализатор за икономически растеж не само на бизнес, но и на национално ниво.

Българската софтуерна индустрия става все по-силна. Тя е пораснала петкратно за последните пет години и е един от най-бързоразвиващите се икономически сектори. За последните три години софтуерната индустрия е допринесла 1,8 млрд. евро за националната икономика, като поне половината от тях идва от износ. Като погледнем подобна статистика, за нас е изключително важно, че стратегията на Майкрософт се крепи върху такъв ключов сегмент за националната икономика. За нас като IT лидер, който движи еволюцията на технологиите, е ключово да подкрепим България да развие уменията и таланта за издигането на дигиталната икономика.

Облачните технологии имат ключово значение в развитието на информационните технологии. За повечето хора, които са извън света на технологиите, това звучи доста абстрактно, но всъщност е нещо, което е навсякъде около нас и прави живота и комуникациите по-лесни. Платформата Azure е в центъра на нашия подход, който е насочен първо към мобилните и облачните услуги. Тя осигурява ресурси за машинно обучение, аналитични решения, както и е платформа, на която ще може да се базира интернет на нещата (Internet of Things – IoT). Azure Microsoft помага на клиенти да преоткрият бизнес процесите, но също така може да трансформира напълно дейността им. Близо 85% от компаниите от Fortune 500 ползват платформата, като подобни резултати постигаме и в Европа. Все повече дружества от Стария континент преминават към облачни решения и избират Azure за своите бизнес нужди.

Предстоят драматични, революционни промени на интерфейса, чрез който човекът общува с компютъра. Това е нещо, над което се работи и се инвестира много. Например Кортана е услуга, която все повече се развива - персоналният помощник към момента разбира устни инструкции за търсене в интернет, съставя списъци и програма за деня, помага за провеждане на разговори и множество други действия, които улесняват човека в интеракцията с неговите устройства, били те телефон или компютър. Съвсем наскоро Дейв Коплин, Chief Envisioning Officer на Microsoft, заяви на една конференция, че изкуственият интелект е „най-важната технология, по която се работи на планетата ни днес".

Решението на проблема с киберсигурността трябва да дойде от страна на самите клиенти. Когато те разберат, че използването и разпространението на нелицензиран софтуер може да доведе до различни рискове за тях самите, бизнеса и икономиката, предполагам това ще ги накара да се замислят. Всъщност рискът от съдебно преследване и наказания за нарушителите е виждан от потребителите като единствен и пренебрежимо малък. В действителност нелицензираният софтуер създава и доста други рискове – тези за киберсигурността на потребителите и бизнеса, като улеснява киберпрестъпниците да достигат до важна информация и например да я присвояват. За съжаление непознаването на закона в комбинация с други фактори, като например културни и икономически, прави подобно поведение често срещано.

Има все повече софтуерни инженери и програмисти, има все повече IT компании, които произвеждат все по-голям продукт – но мисля, че в сферата на технологиите е рано да говорим за „таван". Нещата са в процес на развитие и то такъв, който води обществото към подем не само по отношение на технологиите сами по себе си, но и до развитие на редица ключови сектори като медицина, образование и икономика.

ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ Е НАЙ-ВАЖНАТА ТЕХНОЛОГИЯ, **ПО КОЯТО СЕ РАБОТИ ДНЕС**



Николай **Младенов**:

МОТИВАЦИЯТА Е ПРЕДПОСТАВКА ЗА УСПЕХА

Николай Младенов е изпълнителен директор на „Загорка" АД. Той се присъединява към компанията преди 15 години като търговски представител. През 2003 г. е промотиран за мениджър Канал ХоРеКа и следвайки динамиката на бизнес средата по това време, поема новооткритита позиция мениджър „Търговски маркетинг", като поставя основите на тази функция в „Загорка" и е начело на екипа до 2008 г. След кратък период извън компанията, преследвайки успешна кариера като кънтри мениджър в DIAGEO за България, Сърбия и Черна гора, през 2011-а Николай Младенов се завръща в „Загорка" като мениджър „Продажби" и прави обрат в представянето на компанията на пазара. През 2013 г. той поема поста изпълнителен директор и под негово ръководство „Загорка" постига най-високите резултати по приходи и печалба от приватизацията насам.

Успехът зависи… от това колко силно го желаеш, колко можеш и какво си готов да пожертваш, за да го постигнеш.

Когато си на върха… преди да започнеш да се оглеждаш за нов връх, спри, погледни наоколо и виж кой ти е помогнал да стигнеш до него. Помогни му и той да изкачи своя връх.

Бизнес лидерът умее… да остане преди всичко човек, близо до хората и верен на себе си.

За мен „Загорка" е… мисия, ценност, среда, отговорност. В следващите години я виждам като лидер в България, стъпила върху здравия фундамент на портфолио от силни марки, на вдъхновяващи иновации и на екип, който гледа на бизнеса и го работи, като свой собствен.

Бързооборотните стоки налагат… особена динамика в правенето на бизнеса и дават мащаб и възможност да си много близо до консуматора и тенденциите в обществото.

Силата на марката е… резултатът на уравнението, което слага в числител това колко я харесват, а в знаменател - колко я купуват.

Хората в компанията… са тези, на които да се опреш, когато ти е трудно. С тях трябва да споделиш, когато си успешен.

Мотивацията е… предпоставка за успеха.

Иновациите са… или ново начало, или преоткрито минало, но и в двата случая са свеж полъх за бизнеса.

„Любовта" на потребителя е… преходна. За нея трябва да се „воюва" всеки ден.

Моето виждане за промяната е, че… трябва да мислим какво да направим за бъдещето, а не какво да променяме в миналото. Щом се е случило, значи така е трябвало да стане.

Вярвам в… силата на човешкия дух, вярвам на близките и приятелите си, вярвам в доброто.

Моят девиз е... Нямам девиз. Вярвам в общовалидните човешки ценности и не вярвам на хората, които си измислят девизи, за да изглеждат значими или просто различни.

Най-невероятната история, която ми се случи наскоро… е свързана с това как една събота, когато трябваше да летя до САЩ за executive training в Харвард, установих, че ми е изчезнал задграничният паспорт (не този с визата) и как с подкрепата на българските институции, които иначе често хулим, имах нов в 11часа в понеделник. Успях да хвана полета от 14 часа и пристигнах само с ден закъснение.

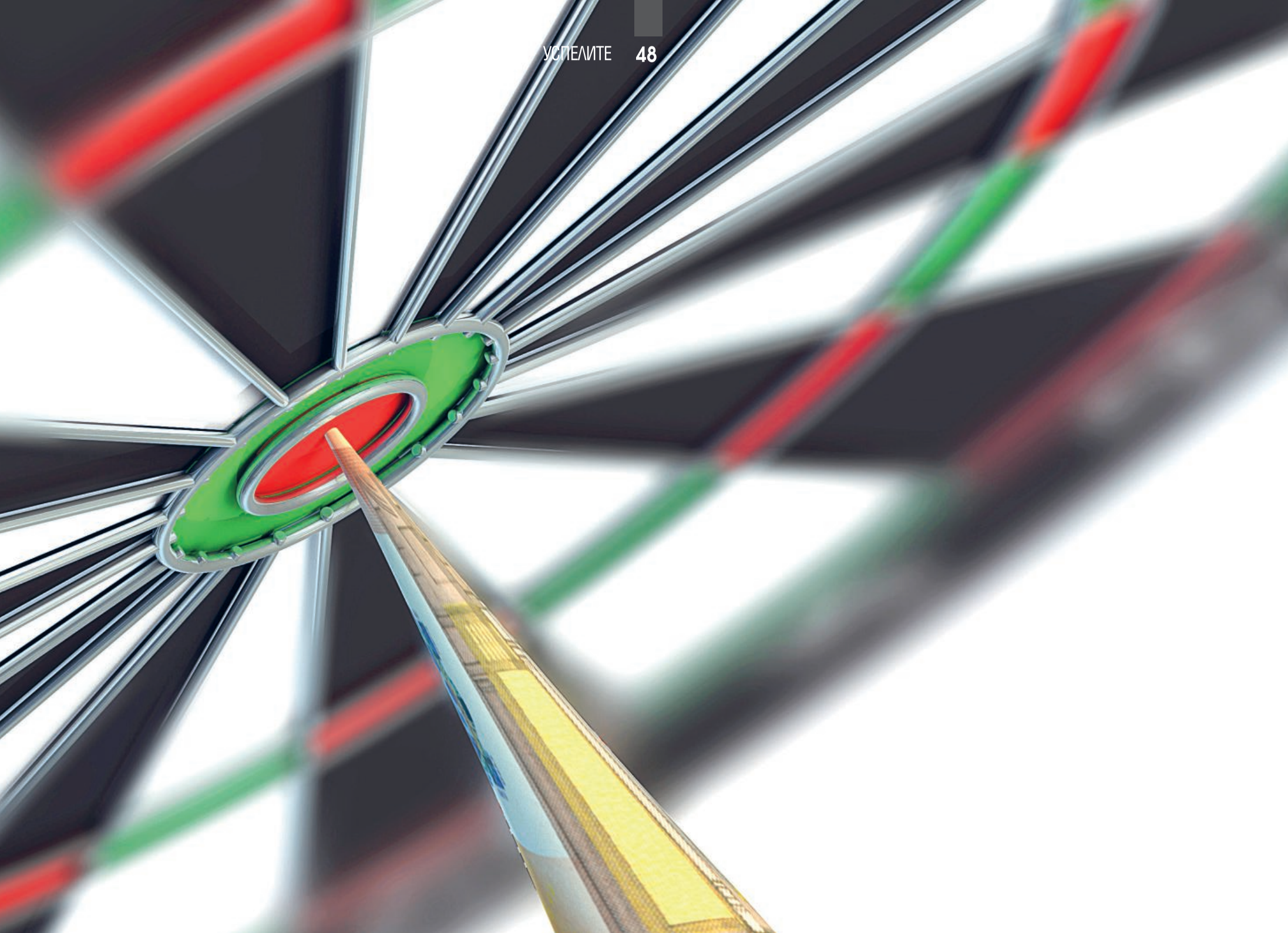
Ценният урок… който пак получих наскоро, е, че колкото и да планираш нещата, съдбата си има своя дневен ред. Това се случи във връзка с предстояща моя кариерна стъпка, която дойде съвсем неочаквано.

Добре е да си дадем сметка, че… много често гледаме на света с очилата на негативното, а ако те бъдат свалени, ще може да постигнем много повече.

Препоръчвам… на всички да прочетат речта на Вонегът за плажното масло. Интересна е и историята за авторството на този текст.

Фирмен профил: „Загорка" АД е част от семейството на HEINEKEN от 1994 г. През октомври 2014 г. глобалната компания увеличи дела си на близо 100% в пивоварната в Стара Загора, която днес е една от най-модерните в региона на Централна и Източна Европа. В портфолиото на компанията са марките Zagorka, Ариана, Heineken, Stolichno, Amstel, Desperados, Starobrno, Kaiser и Strongbow. За седма поредна година „Загорка" е лидер по приходи на българския бирен пазар. През 2013 г. МОСВ отличи „Загорка" с наградата „Зелена България" за бизнес с цялостен принос за опазване на околната среда.

КОЛКОТО И ДА ПЛАНИРАМЕ НЕЩАТА,
СЪДБАТА СИ ИМА СВОЯ ДНЕВЕН РЕД



ВАЖНО Е ДАЛИ КОНСУЛТАНТИТЕ ПО ЕВРОПЕЙСКИ ПРОГРАМИ ПРОСТО ПОМАГАТ ПРИ УСВОЯВАНЕТО НА СРЕДСТВАТА, **ИЛИ ДОПРИНАСЯТ И ЗА ЕФЕКТИВНОТО ИМ ИЗПОЛЗВАНЕ**



КОНСУЛТАНТ ДА СЕ НАРИЧАМ

Автор: Яна **Колева**

Финансирането, което България получава преди и след присъединяването си към Европейския съюз, роди една нова професия – консултант по европейски програми. Тя се появи в отговор на необходимостта кандидатите да минат през „игленине уши“ на прекалено високите изисквания, на които трябва да отговорят, за да получат проектите им одобрение, а после да управляват изпълнението им така, че направените разходи да бъдат признати. Всъщност консултантите по европейски проекти имат отговорната мисия в процеса на европейската финансова подкрепа – те може да са фактор и коректив между администрацията и бенефициентите. Друг е въпросът дали консултантите приемат своята роля просто като помощник на клиентите си в усвояването на евросредствата, или си дават сметка, че имат важна роля в ефективното използване на европейското финансиране.

Стане ли дума за европейски програми, е съвсем уместно да си зададем въпроса по каква причина в България избираме принципа „Защо да е лесно, като може да е трудно“. Дори и това „трудно“ обаче не попречи в малки населени места да се построят охолно големи стадиони, на които поради липса на играчи да пасат крави. Но всичко това е, защото в страната продължава да се говори за „усвояване на европейското финансиране“, а не за ефективното използване на всяко евро от този обществен ресурс. Засега в настоящия програмен период са „усвоени“ под 5% от предвидените евросредства, което дава надежда, че с останалите 95% може да се целим в максималната ефективност на всеки вложен еврoцент.

Предлагаме мнение и съвети от двама опитни консултанти по европейски програми.



Кристина **Цветанска**:

Решаваме и най-сложните казуси

Кристина Цветанска е изпълнителен директор на ЕЛАНА Инвестмънт и председател на Българската асоциация на консултантите по европейски програми (БАКЕП). Тя е консултант над 15-годишна практика в предприсъединителните и оперативните програми на ЕС, както и в международни донорски програми. Има опит с проекти за български и международен бизнес по различни програми - „Иновации и конкурентоспособност" и ПРСР в периода 2014-2020 г., „Конкурентоспособност", ПРСР, „Регионално развитие", „Околна среда" в периода 2007-2013 г., както и САПАРД, ФАР и международни програми. Присъединява се към ЕЛАНА Инвестмънт в края на 2002 г. като ръководител „Финансово-икономически анализи", а през 2006 г. става изпълнителен директор на компанията.

Г-жо Цветанска, как се става успешен консултант по европейски програми? Има ли точен измерител за успеха на един консултант?

- За да си успешен, трябва да знаеш и да четеш много, да взимаш работата си присърце, да обичаш клиентите си и да си искрен с тях. Няма как да станеш добър консултант, ако с излизането от офиса спираш да мислиш за работата си. Много често се оказва, че имаш за разрешаване доста сложни казуси, които изискват време, за да ги обмислиш от всички страни. И резултатът понякога идва, докато правиш салата или си под душа. Измерителят за успеха на консултанта е броят на доволните клиенти. Препоръките от тях на техни партньори и приятели също са индикатор за добре свършена работа - тогава при теб идват нови клиенти. Въпреки че в ЕЛАНА Инвестмънт имаме много одобрени проекти, техният брой не е най-точният измерител за успеха ни, защото има случаи, в които проектите не са одобрени, но клиентът пак е доволен. Одобрението невинаги зависи изцяло от консултанта. Той може да е вложил много усилия, но проектът да не се класира добре, защото показателите на фирмата не са достатъчни. Имаме клиент, на когото по стечение на обстоятелствата проектите два пъти не печелят. Ние не се чувствахме добре от това. А той каза: „Вие направихте всичко възможно и стана, както ми казахте предварително. И аз съм супер доволен от вашата работа." Впоследствие увеличиха бюджета и проектът вече е в списъка на одобрените.

БРОЯТ НА ДОВОЛНИТЕ КЛИЕНТИ Е **ИЗМЕРИТЕЛ ЗА УСПЕХА НА КОНСУЛТАНТА**

- Каква е ролята на консултанта в подготовката, одобряването и изпълнението на един проект?

- Изключителна важна и критична. Повечето клиенти имат идея, свързана с техния производствен процес. Оттук нататък обаче консултантът трябва да я оформи във вид, който е допустим по програмите. Затова е важно той да има достатъчно знания и опит. Консултантът структурира целия проект така, че всички дейности да са допустими и проектът да получат максимален брой точ-



ки при класирането. Някои смятат, че работата на консултанта е да напише проект. Процесът е много по-цялостен и комплексен, тъй като при нас 99% от клиентите ни предпочитат да консултираме и изпълнението на проектите, за да са спокойни. Ако проектът не се изпълни добре, субсидията няма да се получи. Договорите за безвъзмездна помощ са в обем 30-40 страници и в тях са описани условията, които всеки бенефициент трябва да спазва. Много често фирмите не разбират тези условия или ги разбират погрешно, или пък ги подценяват. Затова ролята на консултанта е и на „преводач“ – от сложния език на европейската бюрокрация на прост и достъпен език за бенефициента. При изпълнението на проекта консултантът следи сроковете и се грижи всичко да се отчита стриктно. Работата на консултанта по един проект продължавав с години – от идеята до получаването на финансирането.

- В какво е лично вашата сила?

- Отдала съм душата и сърцето си на тази работа. Всъщност не я приемам за работа. Конфуций е казал, че тези, които обичат работата си, нямат нито един работен ден. Работя с удоволствие и моят ентусиазъм и упоритост заразява и колегите ми. С тях създадохме много добър екип от всеотдайни консултанти.

- Вашият съвет – как да изберем консултант, който да подготви нашия европроект?

- Най-добрият начин е да се потърси референция за консултант от някой, който е работил с него. Но не се заблуждавайте с приказки от рода „познавам министъра“, „пия си кафето с…“. Това не е добър начин за избор на консултант, защото тези познанства са временни, често не толкова близки и всъщност не се гарантира успешен и устойчив на всички проверки проект. Ние работим от 17 години по един и същи начин, като сме сменили много правителства, ръководства на управляващи органи, експерти от администрацията.

- Каква е вашата препоръка към тази, които тепърва ще подготвят проекти, с които да кандидатстват?

- Да си намерят добър консултант и при първия проект да бъдат силно ангажирани с процеса. В началото е трудно и трябва да знаят, че ще минат през много препятствия. Важно е да са в непрекъснат диалог с консултанта, за да не се изпусне някой важен детайл, да четат всичко и да задават въпроси – дори и такива, които изглеждат несъществени.

- Кое би гарантирало по-доброто изпълнение на един проект?

- Стриктността и точността. За успеха на всеки проект е важно той да е необходим. Не да се прави, защото има определена програма и защото сега има отворен прием. Когато проектът произлиза от нуждите на фирмата, той допринася за извеждането ѝ на определено по-високо технологично ниво или на нов пазар и изпълнява целите му. Като се изпълни стриктно, се получава и безвъзмездната помощ.

- Като председател на УС на БАКЕП докъде се простират възможностите ви да влияете върху подобрия фокус на европрограмите, а после върху тяхното по-умело управление?

- Винаги когато добре аргументираме и защитаваме позициите си, има резултат. Затова може да се каже, че има много възможности за положително влияние. С годините се утвърдихме като много добри професионалисти, затова сме търсен партньор на администрацията. Е, невинаги приемат всичките ни предложения, но и това е част от „забавата“, което ни амбицира още повече

- Каква е препоръката ви към държавната администрация, ангажирана с европейските програми?

- Бих препоръчала да помнят, че не съществуват заради себе си, а заради това, че има бенефициенти. За да може средствата да се усвоят от бизнеса и да има резултат за страната, администрацията трябва да готви правила, удачни за бенефициентите, а не удобни на нея. Много се радвам на администрация, която отстоява интересите на бенефициентите и на България пред службите на ЕС, особено когато това е против някое изискване или правило.





Велислава **Ивановска**:

Правим всичко възможно, без да сме вълшебници

Велислава Ивановска е управител на „ФЪРСТ Консултинг" - компания за консултантски продукти и услуги в сферата на бизнес развитието, проекти, финансирани от фондовете на ЕС, от национални и международни програми. Тя експерт с 15-годишен опит в сферата на връзките с обществеността - в това число политически, правителствен, проектен и корпоративен ПР, маркетинг и реклама. Притежава над 10 години опит в разработването и управлението на проекти, финансирани от ЕС и други донори. Лектор в обучения и тренинги за възможностите, които европейските фондове предлагат, както и автор на редица материали по темата. Член на Дружеството на ПР практиците към Съюза на българските журналисти и на Професионалната асоциация „Европейски и национални програми за развитие".

Г-жо Ивановска, каква е спецификата на работа на консултантите по европейски програми?

- Изразява се най-вече в познаването до най-малкия детайл на законодателството в тази сфера – както българското, така и европейското, но и в опита в практическото му прилагане. Изисква се подробно познаване на конкретните програми, съфинансирани със средства от европейските структурни и инвестиционни фондове, както и на целия проектен цикъл – как да превърнеш една идея в работещ и успешен проект, който да получи финансиране.

- Голяма ли е конкуренцията между компаниите, които предлагат такива услуги?

- На пръв поглед конкуренцията е много голяма – по данни от 2015 г. само в София консултантските компании са повече от 500. Но при реалната конкуренция на ниво професионализъм, знания, умения, компетенции, постигнати резултати – кръгът се стеснява сериозно. Съществува т. нар. естествен подбор.

- Вашият съвет – как да изберем консултант, за да кандидатстваме по европейски програми?

- Първоначално е важно получаването на доказателства за опита на консултанта – референции от клиенти, успешно изпълнени проекти и реално получено финансиране, успешен опит при разработването и управлението на подобни на искания проект. Много важен момент е и с какво конкретният консултант допринася за развитието на бранша и за утвърждаването на добрия имидж на професията – дали работи в тази насока, има ли публикации в областта на европейските програми, участва ли в обучения по тази тема.

- Има ли митове за работата на консултантите?

- Разбира се. Един от тях е свързан с факта, че наемането на консултант за разработване на проектно предложение едва ли не гарантира неговото одобрение и финансиране. Да, шансовете на такъв проект са в пъти по-големи, отколкото ако самата компания си подготви проекта, особено ако няма опит в европейското финансиране. Но възприемането на консултанта като гарант за финансиране е нереалистично. Той има други функции.

Има и мит за „лесната и доходоносна" дейност и поради тази причина много хора се насочват към нея. Реалността обаче е коренно различна – сериозен труд, задълбочени познания на процедурите и изискванията за получаване на евросредства, пълна подкрепа на бенефициента по време на целия проектен цикъл, което е изключително отговорна и нелесна работа. За съжаление много голям процент от хората и компаниите възприемат консултанта като чист лобист, и то в лошия смисъл. Ролята на консултанта не е такава.

- Всъщност какво е по силите на добрия консултант?

- Много неща са по силите му – като започнем от адекватната консултация за различните възможности за еврофинансиране, преминем през реалната преценка за видовете допустимост по конкретните процедури и мерки за подпомагане и достигнем до изготвянето на качествен проект, с който се цели да се достигне максималният възможен брой точки, за да бъде проектът конкурентен. Следва професионална подкрепа за качествено управление на целия проектен цикъл на всеки етап от него и накрая реалното получаване на заявеното в проекта финансиране. Добрият консултант може да улесни в голяма степен този процес, но той не е вълшебник и ако конкретният бенефициент не спазва условията, нормите и процедурите, няма как да разчита, че консултантът ще реши всички проблеми.

- Какво е добре да знаят кандидатите по европейски програми, преди да се обърнат към консултант, с когото да подготвят проекта?

- Най-важно е да знаят какво точно искат да направят, какви са техните приоритети, какви цели си поставят, какви крайни резултати очакват и за



какво искат да получат финансиране. За съжаление често чувам „искам да кандидатствам, но не знам за какво“ – това някак ми звучи като „искам да взема едни пари“. Подобно разбиране за нещата е изцяло погрешно и не би довело до нищо добро. Напротив – яснотата за това как иска да се развива бенефициентът и какви са възможностите му, ще му позволи успешно да постигне целите си. На следващо място е знанието за това, че изпълнението на един проект изисква време, капацитет и финансов ресурс.

- В какви случаи отказвате да се ангажирате с даден проект?

- Причините може да са обективни и субективни. Обективните причини се отнасят до допустимост на конкретния кандидат; до реалните му шансове за печелившо проект, което включва финансова стабилност на кандидата, позициониране на пазара, наличие или липса на експорт и други; до възможност за осигуряване на финансови ресурси за осъществяване на проекта.

Към субективните причини са липсата на активност от страна на кандидата, нежелание за съдействие по време на подготовката на проектното предложение, кандидати с лоша репутация.

- Какви слабости виждате в управлението на европейските програми в България?

- Основен проблем е тежката административна машина. Процесът на оценка на проектите е много дълъг, което често прави подадените проекти неадекватни на реалните нужди на бизнеса. Освен това наблюдаваме и прекалено бюрократизиране на процеса на изпълнението на проектите. В повечето от страните членки се кандидатства напълно онлайн, с една отработена и изпробвана форма, която не е много дълга като обем и не е толкова трудна за попълване, работодателят даже не е нужно да използва консултанти, а в България подаването на проект е усложнен процес. Положителното е, че през този програмен период наистина стартира електронното подаване на документи за кандидатстване и отчитане на проектите, което е голямо улеснение за кандидатите и техните консултанти. И определено е напредък.

- Твърди се, че българската икономика е станала прекалено зависима от еврофондовете. Вашите наблюдения потвърждават ли тази теза?

- И да, и не. Все пак България изпълнява втори програмен период и средствата, които са инвестирани, никак не са малко. С евросредства се направиха много неща – подобряването на инфраструктурата; хиляди компании подобриха производствения си капацитет, обучиха персонала си, наеха нови служители и т. н. От друга страна, предвиденото финансиране за България за настоящия програмен период 2014-2020 възлиза на повече от 16 млрд. евро. Според последните данни за изпълнението на проектите в страната са отчетени като усвоени по-малко от 750 млн. евро от старта на програмния период, което е едва 4,5% от общия размер. А вече сме в третата година на периода. Така че евросредствата са допълнителна възможност за развитието на икономиката и не следва да се разглеждат като основен ресурс за финансирането й.

САМО В СОФИЯ КОНСУЛТАНТСКИТЕ КОМПАНИИ СА НАД 500, **НО ПО ПРОФЕСИОНАЛИЗЪМ И ПОСТИГНАТИ РЕЗУЛТАТИ КРЪГЪТ СЕ СТЕСНЯВА СЕРИОЗНО**

Стефан **Христосков**:

ПРОМЯНАТА Е И В НАШИ РЪЦЕ

автор: Тони **Григорова**

Опитът ми на управител и финансов директор ме научи, че тайната на доброто управление е в ефективната комуникация и отворения мениджърски стил. Всеки мениджър трябва да умее да общува свободно със служителите и външните контрагенти, да изразява ясно своите виждания и идеи, да умее да слуша и да разбира проблемите на хората. Когато мениджърският стил е отворен и открит, печелиш уважение и информацията тече с лекота от проблемните зони към теб.

Когато компанията е част от мултинационална група, това е възможност да се докоснеш до много добри практики и опит, трупан с години. „ГудМилс България“ е част от най-голямата мелничарска група в Европа, която упражнява дейност в седем европейски държави и притежава 25 мелници, които преработват над 2,7 млн. т зърно и генерират около 1,6 млрд. лв. оборот годишно. Това е гаранция за постоянните подобрения в името на високото качество.

Предимството да си управител, пряко отговорен за ресор „Финанси“, е, че можеш много по-лесно да оцениш потенциалния ефект от всеки стратегически проект дори като добавена стойност за компанията и за нейните собственици.

Недостатъците са, че финансовите директори трябва да са конструктивно критични към всеки проект, което понякога лимитира възможностите за развитие.

Правилата, които спазвам, са: Уважавай всеки, независимо от нивото в организационната структура, не си мисли, че си над него в компанията. Работи в екип и винаги казвай „Ние“, не „Аз“. Нека хората те следват, а не да бъдат ръководени. Бъди мотивиран и се стреми да научаваш повече. Не се ограничавай в една или друга дейност. Опитвай да разбереш всичко и не се страхувай да питаш за неща, които не разбираш.

Спецификата на финансовия мениджмънт в бизнес, свързан с производството на брашно, се дължи на динамиката при производството на пшеницата, която е основната ни суровина. Заради промените в климата всяка финансова година се различава значително по произведените количества пшеница, както и по технологичните ѝ свойства. Това съществено увеличава рисковата експозиция на компанията по отношение на колебанията в цените на суровината, както и за нейната достъпност. Ние разполагаме с достатъчен набор от финансови инструменти за управление на тези рискове, което ни позволява да предлагаме и дългосрочни договори на нашите клиенти. От съществено значение е осигуряването на финансов ресурс за оборотен капитал, защото масова практика е заплащането на суровина на доставчиците да е в рамките на ден-два, докато ние имаме договорено отложено плащане с нашите клиенти.

Растежът на компания като нашата зависи от това, че всеки ден допринасяме за пълноценната храна на повече от 180 млн. потребители в Централна и Източна Европа. Стремим се да предлагаме най-доброто качество и конкурентни цени като сигурен партньор, поддържащ най-високи етични и технически стандарти. Трябва да осигуряваме добра възвръщаемост за нашите акционери, която да ни дава възможност да инвестираме в разрастване на дейността. Развиваме нашата марка „София Мел“. Същевременно се стремим да бъдем атрактивен работодател с най-добрите служители, опазвайки околната среда, да работим спрямо местните особености, но с подкрепата на силна международна група.

Добрият финансов директор се познава по примера, който дава. Той е чо-

ХОРАТА САМИ СЛЕДВАТ **ДОБРИЯ МЕНИДЖЪР**



Фото: Стоян **Йотов**

Стефан Христосков е управител и финансов директор на „ГудМилс България" от май 2013 г. Професионалният му път започва в българските офиси на някои от големите международни консултантски компании, участвал е в много проекти в сферата на финансовия одит, преобразувания, сливания и придобивания на търговски дружества. Има опит в сферата на финансовия контрол и отчетността на различни нива в дружествата от групата на ЧЕЗ в България. Магистър е по счетоводство и финансов контрол, член на Асоциацията на дипломираните експерт-счетоводители (ACCA, UK).



век, който прави така, че компанията да се развива. Добрият финансов директор разбира очакванията на инвеститорите, на другите ръководни мениджъри и на всички, които са засегнати от дейността на компанията по един или друг начин. Той намира общи допирни точки, така че да удовлетвори и да отговори най-ефективно на всички тези очаквания.

Препънкамък в нашата работа може да е, когато чувам изречения като: Това не е реалистично... Това никой не го е правил... Нямаме време за това... Това не ми влиза в задълженията... Опитвахме подобно нещо и не се получи... Сега не му е времето, нека го обсъдим след месец... Ще ни се смеят, ако...

Независимо дали реколтата е добра или лоша, ние трябва да поддържаме едно и също качество на нашите продукти на конкурентни цени. Брашното е основна суровина при производството на много хлебни и сладкарски изделия и качество е нашето най-силно конкурентно предимство.

Стабилността на предприятието зависи от отношението към ресурсите, от доброто корпоративно поведение, добрите хора, доброто познание на технологиите, добрите продукти, доброто партньорство с клиентите, добрите местни корени и добрата международна мрежа.

Ориентирах се към работа в сектор, свързан със земеделието и храните, защото винаги ме е привличала преработващата промишленост. Като финансов одитор съм работил по много проекти в различен вид компании. Там имах възможност да науча много за отделните процеси в дружествата и да разбера кое е основната движеща сила за всяко едно от тях. В производствените предприятия може да видиш как се създава даден продукт, да проследиш неговото развитие във всеки един етап, а когато е в сферата на храните, даже и да го опиташ. Все още не мога да устоя на аромата на прясно изпечен хляб или кекс.

Сега е подходящо време за професионално и личностно развитие. Днес достъпът до ресурси в интернет е по-лесен от всякога и има невероятно много полезна информация. Човек не трябва да спира да се развива, да разширява своите професионални умения и да не си слага сам бариери. Можем да научим много от нашите мениджъри и служители, от хората до нас и от децата ни. Трябва да бъдем отворени към новото, а не да му се противопоставяме просто защото не е така, както сме свикнали.

Успехът зависи от нас самите. Нека спрем да се оплакваме от света и хората и да се фокусираме върху това, което ние самите можем да подобрим.

СЕГА Е ПОДХОДЯЩО ВРЕМЕ ЗА **ПРОФЕСИОНАЛНО И ЛИЧНОСТНО РАЗВИТИЕ**

1

ВЕСТНИК **КМЕТА.bg** СТАВА НА **1** ГОДИНА

КМЕТА.bg

ВЕСТНИКЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

Търсете **Юбилейният** 12-и **брой** в началото на **Юли**



Андрей **Андреев**:

ИНФОРМАЦИЯТА ДАВА КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО



С хербициди може да се спре разлистването на гората, но технологиите са в състояние да преодолеят най-хитрите стратегии и най-големите държавни регулации. Светът е изключително динамичен, системите са нестабилни, технологиите се развиват постоянно, а хората стават все по-информирани - твърди Андрей Андреев, ръководител на отдел „Сиела Инфо регистри" в „Сиела Норма". Той е един от най-опитните специалисти в маркетинговите анализи и в пазарните проучвания, работи с огромен обем данни и добре знае каква е ползата от информацията.



Обемите от информация лавинообразно нарастват и глобалната мрежа има съществен принос за това.

В момента в България има около 800 хиляди действащи фирми. От тях над 430 хиляди отчитат приходи над нула. При около 7 млн. души население – на всеки девет души се пада по една фирма. Сега е най-активният период по регистрацията на нови компании в съвременната история на България, въпреки че населението намалява. Практикува се и правото български граждани да регистрират фирми в чужбина, в това число и в офшорни зони. Твърди се дори, че офшорните фирми не били форма на криене на данъци, а начин за защита на собствеността. Този вид компании обаче се ползват обикновено за прехвърляне на пари и имат кратък живот. Има и схеми, чрез които българската фирма задлъжнява към офшорната, когато собственикът е един. Всъщност парите са „осребрени“ от офшорката, стига се до несъстоятелност, а кредиторите няма как да си получат вземанията.

Проучвания на **фирми**

В случаи, когато дадена адвокатска кантора е натоварена да проучи движението на собствеността, актуалните наследници, процедури по несъстоятелност, тя може да потърси съдействие от „Сиела Норма“ и да получи огромно количество добре структурирана информация. Тази информация е особено важна преди придобиване на дадена компания. Тогава внимателно се проучва нейното кредитно и финансово досие, евентуалните прикрити тежести върху компанията, минали и настоящи собственици. Когато има злонамереност, има интелект, който да осъществи определен замисъл, а понякога лошите резултати са следствие просто от некомпетентност.

Когато имате развити партньорски отношения, е важно да се защитите от евентуална некоректност от своите контрагенти. Тенденцията е да се прави оценка на рисковете на съществуващите фирми на пазара, за които може да възникнат неблагоприятни обстоятелства – те може да бъдат обявени в ликвидация, да са част от схема за източване на ДДС, да работят с партньори с влошаващо се икономическо състояние. За целта се изследва дейността на фирмите, взаимодействието им с други субекти на пазара, прави се съпоставка, дава се оценка за свързани лица и фирми. Така например има физически лица, които по един или друг начин контролират голямо количество компании, и е добре това да се знае, ако сте в отношения с някои от тях.

Малките големи **разлики**

Има публично достъпни данни, които служат за нуждите на икономическото разузнаване – например когато искате да проучите конкретна фирма и да видите кои са управителите и собствениците ѝ, как се развива тя, има ли процедури по несъстоятелност и ликвидация. Информация се събира и от медийния мониторинг, който включва публикации за конкретна фирма, за рекламните ѝ послания, за скандалите около нея. Но понякога има проблем с разпознаването на определена компания или лице, тъй като имената си приличат, може дори да съвпадат или разликата да е само в цифра или буква, което затруднява обработката на информацията от неструктурираните източници. Честа практика е регистрацията на две фирми – ЕООД и ООД. Те са като две капки вода и обикновено гаранционната поддръжка се прехвърля към ООД-то. Първоначално никой не забелязва дребната разлика, освен когато се наложи да се ползва сервиз. Това е практика, която позволява да се избяга от гаранционната поддръжка при наличие на проблеми.

Регистрацията на **нови фирми расте**

Намираме се в период на икономическо оживление и този цикъл ще продължи от три до пет години. През 2015-а е постигнат 3% ръст. Ако хората харчеха парите, които печелят, растежът щеше да е още по-осезателен. Случаят с КТБ предизвика страх от инвестиционни проекти и сега много от парите, които влизат по европейските програми, се „утаяват“ в банкови сметки. Регистрацията на все повече фирми обаче показва убеденост на хората, че те може да направят пари и периодът е подходящ за това. Има компа-

ТЕХНОЛОГИИТЕ СЕ РАЗВИВАТ МНОГО ДИНАМИЧНО
И ЗАТОВА ВЛАГАНЕТО НА СРЕДСТВА ЗА
ПРОМИШЛЕН ШПИОНАЖ НЕ Е РЕНТАБИЛНО

нии, които реализират приходи, но не предоставят отчети и това остава незабелязано. Хипотезите са две – или приходите им се реализират през втора фирма, която е търговският посредник, или те крият доходите си. Има повече от 1200 компании с годишен оборот над 50 хил. лв., които трайно не се регистрират по ДДС. Не са малко случаите, когато собствениците се „разсейват“ да внесат ДДС и като натрупат много задължения, фирмата се прехвърля на някой социално слаб.

Данъчните власти не използват публичните регистри за превенция. Никой не следи дали фирмите всяка година подават данъчните си отчети. Имахме идея да се направи информационна система, която да праща SMS известие на всички новорегистрирани фирми да подадат своя отчет и не го ли направят, да носят наказателна отговорност. Но това беше отхвърлено. Около 400 хил. фирми не подават отчети. Тази година се очаква броят на новорегистрираните фирми да е 50-60 хил. Сега е годината с най-бавна отчетност от 2008-а насам. Към 10 май в Агенцията по вписванията бяха регистрирани отчетите само на 1028 фирми, но вероятно броят на подадените документи е по-голям.

Кой инвестира в **България**

Навлизането на чуждестранния бизнес в България също е интересна тема. Гръцки компании регистрират бизнес в България с цел да спестят част от данъците си или евентуално да спасят част от бизнеса си, ако нещата в южната ни съседка се влошат. Същото важи за руския и за казахстанския бизнес. Когато руснаците масово купуваха имоти у нас, регистрираха фирми, за да може да ги управляват. Сега Казахстан, Украйна и Русия са в икономическа криза и някои търсят спасение в България, също и в Черна гора. Само през април казахстанският бизнес у нас е нараснал с 5% като брой регистрирани фирми.

Интелектът е **най-ценен**

Динамиката днес е много голяма и не е време за индустриален шпионаж, тъй като докато откраднеш технологията, докато я осмислиш и опиташ да я внедриш, да почерпиш блага от това, че не си хвърлил средства да я развиваш, тя вече може да е загубила своя връх на продажбите. Ето защо влагането на средства за промишлен шпионаж сега не е рентабилно. Успехът изисква друга гъвкавост и затова се предпочита вместо промишлен шпионаж да се прави „кражба“ на готови кадри. Трябва да се познава нивото на заплащане, за да е ясно как добрите специалисти да бъдат изкушени да сменят компанията. Често обаче основният двигател не е по-високото заплащане, а обидата. За да си отмъстят на някого или за нещо, информацията се предава на конкурент, който може да я използва. Така се пестят неимоверни усилия за нова разработка, която се получават наготово. Предателството е в състояние да заобиколи всички защитни системи.

Източник на ноу-хау днес са и стартъпите. Те се развиват бързо и макар много от тях да угасват, има постоянен кипеж на нови фирми с нови идеи. Младите хора ги движи ентусиазмът и младостта, като определяща е тяхната креативност. Големите компании вече предпочитат да не инвестират много в научноизследователска дейност, а да купят стартираща фирма, която разработва дадена технология, и тя да бъде доразвита.

Като цяло двигателите на прогреса са алчността, сексът, идеите, но и заблудите, превърнати едва ли не в религия, както и вярата в доброто.



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.







КОРПОРАТИВНИ

автор: Александър **Александров**

КАКВО „УБИВА" ПОВЕЧЕТО ОТ НАЙ-ГОЛЕМИТЕ КОРПОРАЦИИ В СВЕТА ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ ДЕСЕТИЛЕТИЯ

Първото издание на най-престижната класация на най-големите компании в света – Fortune 500 на едноименното списание – е публикувано през далечната 1955 година. Но ако си мислите, че от тогава до днес тя е доминирана от едни и същи корпоративни мастодонти, а промените са минимални, помислете пак. Истината е, че едва 57 компании, които са били в престижния списък през 1955 г., днес също са в него, а цели 88% от участниците са различни. При това за много от най-големите концерни от първото издание на класацията като American Motors, Armstrong Rubber, Cone Mills, Riegel Textile, Studebaker и National Sugar Refining днес малцина си спомнят. За сметка на това в наши дни прави впечатление присъствието на нови играчи от областта на технологиите като Apple, Microsoft, Google, Facebook и eBay.

Кой „убива" **гигантите**?

Почти 90% от най-влиятелните бизнес конгломерати в света преди половин век днес или са обявили банкрут, или са придобити от други играчи, или съществуват, но с много по-малки размери. И това се случва в свят, за който сме свикнали да говорим като за доминиран от големите корпорации, приписвайки им почти митологично влияние. Какво се е случило с гигантите, продължава ли да се случва то в наши дни и можем ли да допуснем, че днешните силни на деня дружества също ще изчезнат след някое друго десетилетие? И най-вече: как ние самите бихме могли да се възползваме от тази вълна и вместо да бъдем пометени от нея, да се наредим сред следващите лидери на икономическите класации?

Ако се вгледаме в изданията на Fortune 500 от 1955 г. и 2015 г., ще открием няколко паралелно протичащи процеса. От една страна, географското и национално разпределение на силите в класацията се е променило с много повече китайски участници в челото през миналата година и като цяло много повече държави, представени сред лидерите. За сравнение, изданието от 1955 г. е изцяло доминирано от САЩ. От друга страна, има и сериозно разместване при икономическите сегменти, като днес прави впечатление възходът на компаниите от технологичния бранш, успоредно със сектори, които запазват своето устойчиво представяне през годините като автомобилостроенето, петролната и химическата индустрия. Прави впечатление обаче, че макар и новите компании да са от широк кръг от браншове, повечето от тях имат една обща черта – те са известни с активното внедряване на иновации в процеса на производство или достигане до своите клиенти.

Обичайният заподозрян - **дигиталната икономика**

Технологичният сектор и съпътстващият го процес на „креативно разрушение" безспорно играят роля в разместването на корпоративните пластове през последните десетилетия. Достатъчно е да отчетем по-



Мастодонти преди години, Kodak, Nokia и Blackberry (отляво надясно) днес не съществуват или са на ръба на оцеляването



ДИНОЗАВРИ

зициите, които заемат през последните години ИТ и телекомуникационни компании като Apple, AT&T, Verizon, HP, IBM, Amazon, Microsoft, Alphabet (Google), Intel и други в класацията на сп. Fortune.

Любопитно е също, че повечето от тях са достигнали водещи позиции по пазарна капитализация за много по-кратно време, в сравнение с гигантите от традиционни икономически отрасли, които преобладават в първото издание на Fortune 500. Така например на търговската верига Walmart са били нужни много повече десетилетия, за да се нареди сред най-големите, в сравнение с нейния модерен конкурент – компанията за онлайн продажби Amazon. Приблизително същото е съотношението при времето, което е трябвало на основателите на двата ритейл гиганта – Сам Уолтън и Джеф Безос – за да станат милиардери. Между другото Amazon надмина Walmart по пазарна капитализация преди около година, превръщайки се в най-големия търговец на дребно в света и илюстрирайки по чудесен начин процеса на

„СМЯНА НА **ПОКОЛЕНИЯТА**"

в корпоративния свят. Този ефект ще се засилва все повече през следващите години с навлизането на нови и нови дигитални платформи, които подкопават устоите на цели традиционни браншове. Компании като Airbnb и Uber са само част от примерите – на двете им трябваха само няколко години, за да постигнат пазарна капитализация от десетки милиарди долари. Нещо немислимо преди половин век. Тук обаче е мястото и за следващия въпрос: доколко новите компании действително си струват сумата, на която се оценяват, и дали културата на лесен достъп до рискови пари в технологичния бранш не изкривява картината. Рискови инвеститори има от десетилетия, но те никога не са имали толкова значимо влияние върху появата на нови дигитални услуги, променящи живота ни, каквото имат днес. И по всичко личи, че то ще се засилва.

Освен това мнозина посочват, че днешните корпоративни гиганти от технологичния сектор не предлагат „реални" продукти за разлика от своите предшественици от първата класация на Fortune, доминирана предимно от автомобилостроителни, енергийни, стоманодобивни и авиационни концерни. По този въпрос, разбира се, може да се спори до безкрай, тъй като няма консенсус по въпроса кое е „реален" продукт. Сигурно е обаче, че компании като Google, Microsoft и Facebook промениха осезаемо живота ни през последните години и тази промяна е повече от реална.

Самите технологични корпорации не са имунизирани от сътресения и през последните години много от тях също се оказаха жертви на непрекъснатата **промяна** в ландшафта. Достатъчно е да спомена производителя на първия мобилен телефон Motorola, абсолютния лидер при клетъчните устройства през миналото десетилетие Nokia, водещия доставчик на бизнес смартфони от преди десетина години Research In Motion, които днес вече са извън играта в един сегмент, в който до неотдавна бяха лидери. Всъщност водещите пет производителя на мобилни апарати от началото на века – Nokia, Ericsson, Motorola, Siemens и Alcatel – в един или друг момент се наложи да продадат подразделенията си в този сегмент на изгряващи звезди предимно от Азия.

За потребителите резултатът от всичко това е по-скоро положителен. Въпреки упадъка на знакови имена в сегмента на мобилните телефони днес ние не сме престанали да използваме такива устройства. Нито фалитът на Kodak преди няколко години ни е оставил без фотоапарати. Напротив – и двата сектора се развиват много по-динамично и имат много повече потребители. Просто водещите играчи в тях се промениха. Или с други думи, постоянната промяна на членовете в класацията Fortune 500 може да бъде определена по-скоро като позитивен знак, показващ степента на динамика и иновативност, която характеризира пазарната икономика. Остава да видим колко от днешните лидери на корпоративния свят ще останат на върха и колко от тях ще се окажат в забвение през следващите десетилетия.


LDP
JEANS
Смесени битови отпадъци



КОЛКО ни СТРУВА БОКЛУКЪТ

автор: Татяна **Явашева**

Фото **Стоян Йотов**

Боклукът е голям проблем, но големите проблеми винаги са свързани и с големи тайни. За общините е удобство бизнесът и гражданите да плащат колкото им определят на база данъчна оценка на имота или балансова стойност на активите. По този начин таксата се превърна във втори имотен данък, но какво от това – важно е задължените физически и юридически лица да я плащат, без да изискват отчетност как парите се разходват. А и без това пълна прозрачност никой не им предлага. Българската стопанска камара изчисли, че разходите на фирмите за такса „Битови отпадъци“ на едно лице варират от 8 лв. до 10 000 лв., същевременно отчетените количества в различните общини годишно са от 7 до 2285 кг/жител. Цифрите говорят, но „боговете“ мълчат.

ШОКИРАЩ Е ФАКТЪТ, ЧЕ РАЗХОДИТЕ НА ФИРМИТЕ ЗА ТАКСА „БИТОВИ ОТПАДЪЦИ“ НА ЕДНО ЛИЦЕ ВАРИРАТ ОТ 8 ЛВ. ДО 10 000 ЛВ. ГОДИШНО, **БЕЗ ПРЯКА ВРЪЗКА С ГЕНЕРИРАНОТО КОЛИЧЕСТВО**

От години бизнесът се опитва да се пребори за по-справедлива такса „Битови отпадъци“, базирана на реално генерираните количества смет, но до промяна така и не се стигна. Колкото повече имоти имате и колкото по-висока е тяхната данъчна оценка, толкова повече плащате за смет без значение колко боклук генерирате. Така високотехнологичните предприятия със скъпо оборудване са наказвани с пъти по-високи такси поради по-високата балансова стойност на активите им.

Бизнесът и гражданите, които плащат неоправдано високи сметки за битовите отпадъци, настояват да има справедливост и всеки да плаща за толкова смет, колкото изхвърля в сивите контейнери. Време е за разделно събиране и за пълна прозрачност в управлението на парите за управление на боклука.

Статуквото е удобство за някои, но сп. „Икономика“ събра няколко мнения как то да се промени.



София вече има завод за третиране на отпадъци

Илияна **Павлова**, главен експерт в център „Чиста индустрия" към БСК:

Това е една от най-добре пазените тайни



Такса „Битови отпадъци" трябва да се базира на разходите, направени за услугите по тяхното събиране, транспорт и обезвреждане, а не на база данъчна оценка на имота или балансова стойност на активите. Справедливо е да се формира на разходопокривен принцип в зависимост от количеството битови отпадъци и за предприятията няма проблем да се измерва точно. Общините трябва добре да познават задължените лица и да прилагат адекватни методи за определяне на таксата.

Отговорните институции трябва да имат подробна информация за количествата отпадъци, които всеки квартал и всяко населено място генерира. Те утвърждават транспортните схеми на сметоизвозващите компании. По-справедливото разпределение като първа стъпка може да се направи и на такава база. Но както по всичко личи, общините ще решат този наболял проблем само под натиск и затова трябва да сме активни. Опитайте да намерите данните за битовите отпадъци на предприятията на територията на дадена община – администрациите или не искат да се занимават с това, или не публикуват тази информация. Има общини, които през годините изобщо не подаваха данни в НСИ за генерираните количества отпадъци.

Време е да знаем за какво плащаме и къде отиват тези пари. Разходите са несъразмерни с обема на отпадъците, които се образуват от бизнеса. В БСК сме убедени, че за големите предприятия може лесно да се намери адекватно решение. В Националния план за управление на отпадъците се посочва, че от бизнеса се събират 80% от необходимите средства за услугите, свързани с битовите отпадъци, а същевременно там се образуват едва 20% от тях. Този проблем повече не бива да се неглижира. Не бива да се забравя и непосредствената връзка между такса „Битови отпадъци" и нивото на разделното събиране, което би следвало да намали количествата битови отпадъци, а оттам и таксата. Когато купуваме определени стоки, ние плащаме продуктова такса, предназначена да покрива усилията по оползотворяване на отпадъците, които впоследствие ще се образуват. Ако опаковките не се събират разделно, а отиват в общите контейнери, разходите по тяхното извозване се покриват от такса „Битови отпадъци". Но за битовия отпадък са предназначени и средства по европейски и други програми, ПУДООС – и всичките тези пари са предвидени за едни и същи 3 млн. т годишно генериран битов отпадък.

Навиците на българите не бива да са оправдание. Трябва да се отдели време за разяснения на процеса на преход към нов подход за събирането и за плащането на услугите, свързани с битовите отпадъци, а също и за контрол на прилагането – общините към гражданите и гражданите към общините. Така например законът ни задължава да отделяме пластмасовите отпадъци и да не ги хвърляме в сивите контейнери, но до момента не зная някой да е санкциониран за неспазване на тази разпоредба. Когато се правят промени, трябва да се направи и оценка на въздействието. Но при подготовката на измененията в Закона за местните данъци и такси общините не подадоха никакви данни във връзка с готвените промени на такса „Битови отпадъци".

Мнозина приемат данък „Сгради" и такса „Битови отпадъци" като едно цяло. Голяма част от общинските администрации използват средствата, предвидени за управление на отпадъците, за покриване на други разходи. Трябва да има пълна прозрачност и не бива това да са добре пазените тайни на общините.

СПОРЕД НАЦИОНАЛНИЯ ПЛАН ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ОТПАДЪЦИТЕ 2014-2020 **БИЗНЕСЪТ ГЕНЕРИРА 20% ОТ ОТПАДЪЦИТЕ, А ОТ НЕГО СЕ СЪБИРАТ 80% ОТ НЕОБХОДИМИТЕ СРЕДСТВА ЗА ТАЗИ ДЕЙНОСТ**

Михаил **Колчев**, изпълнителен директор на „Свилоза" АД:

Да плащаме само за толкова, колкото изхвърляме



Разпределението на такса „Битови отпадъци" трябва да е справедливо, а за да е справедливо, всеки трябва да плаща за толкова отпадък, колкото изхвърля. Не бива повече тази такса да се определя съобразно балансовата стойност на активите на предприятието и данъчната оценка.

„Свилоза" се договори с общината и плащаме за брой контейнери, които се изхвърлят по график, утвърден между нас и службата по сметопочистването. Това не е най-справедливият начин, но е по-справедливо, отколкото да плащаме според други формални критерии, които нямат нищо общо с отпадъка, който генерираме. Сега сметосъбиращата фирма минава по установения график, но контейнерите може да не са пълни, а ние плащаме за брой контейнери. Затова трябва да се използват утвърдени практики от други държави и всеки да има съд за отпадъци и да плаща не просто за обема на този съд, а за реално изхвърленото количество. Но има много условности и може да възникнат недоразумения, ако и други пълнят нашия съд. Може да се направи калкулация съобразно броя на обитателите в един дом, тъй като 1, 5 или 10 души, които обитават жилище с една и съща данъчна оценка, генерират съвсем различно количество отпадъци.

За промишлените предприятия е възможно да се определи такса за килограм или за тон отпадък, тъй като „Свилоза" например има кантар и колата може да бъде претеглена на входа на завода и след като събере отпадъка, тя отново да бъде претеглена, за да се установи точното количество. Вероятно не всички предприятия имат такива устройства, но където те са в наличност, това е най-справедливият начин количеството точно да се измери и да се плати не по принцип, а за онова, което се изхвърля.

По този важен въпрос няма голяма чуваемост между бизнеса и институциите, които имат законодателна инициатива, затова проблемът с години не намира правилното решение. За сметопочистването са необходими пари и се предпочита средствата да се вземат от този, който има най-големи обороти. Проблемът е, че решението не се търси, а не че не може да се намери.

В Австрия, например, всяко физическо и юридическо лице заявява пред общината количеството боклук, което генерира. Всеки си купува собствен съд, който отговаря на заявеното количество битови отпадъци, които не подлежат на преработване. Ако се окаже, че количеството е по-голямо, купуваш по-голям съд и плащаш повече. За отпадъците, които се събират разделно, гражданите не плащат.

Трябва да се съобразим с народопсихологията, но да не забравяме, че навиците също се възпитават. Ако кажем на хората, че ще плащат само за общите битови отпадъци, те ще са мотивирани разделно да събират боклука. Това обаче означава навсякъде в страната да се сложат контейнери за разделно събиране. Но има хора, които вадят отпадъци от цветните контейнери, за да преживяват, и така фирмите не получават онзи бонус от разделното събиране, който имат в други страни по света.

Решение на този труден казус ще се намери, но някой трябва да го търси. Трябва да се предложат варианти, те да се обсъдят и да се стигне до правилното решение, което да е по-добро, а не по-лошо от сегашното. Въпросът е свързан с местното самоуправление и справедливостта не бива да е плод на индивидуална договореност, а на работещи схеми, адекватни на боклука, който всеки генерира. Време е за промяна. Дано и догодина по същото време не си говорим отново по същата тема.

ЗА ПРОМИШЛЕНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, КОИТО ИМАТ КАНТАР, **ТАКСАТА ДА Е ЗА ИЗВОЗЕНО КОЛИЧЕСТВО ОТПАДЪК**

Доц. д-р Гинка Чавдарова, изпълнителен директор на Националното сдружение на общините:

Да намерим по-добро решение на проблема



Категорично се отива към решаване на проблема за такса „Битови отпадъци“, след като години наред въпросът се отлага. Но доколко ще се стигне до справедливо разпределение, тук вече имаме сериозни безпокойства. Остава открит въпросът за подходящия начин за определяне размера на таксата в районите с многоетажно застрояване. Заложени са два варианта на база количество – измерено чрез съдове или торби, или на база брой ползватели. Засега обаче не е предложен надежден механизъм за разпределение на финансовата тежест, тъй като под „справедливо решение“ всеки разбира да плаща по-малко, отколкото до момента.

Същевременно при спазването на всички екологични стандарти стойността на услугата ще поскъпва заради поети ангажименти по депонирането и по третирането на битовите отпадъци, а и от драматичните утежнения по Закона за управление на отпадъците. Това са т. нар. от нас наказателни отчисления за тон боклук, който общината вози в депото, извън разходите по самото депониране. През тази година те възлизат на 36 лв./т, догодина стават 47 лв./т, а после скачат до 95 лв./т. Смисълът на наказателните отчисления е общините да бъдат мотивирани да намаляват количеството на отпадъците, които не се рециклират. Логично е тези отчисления да се споделят между държавата и общините, защото общините имат ограничени възможности за влияние върху този процес.

Голямата част от отпадъка трябва да се рециклира и затова имаме нужда от подходяща среда и партньорство с бизнеса, за да може цикълът да се затвори. Ние поемаме ангажиментите по сепарирането на отпадъците, но после някой трябва да ги преработва. Така опираме и до публично-частното партньорство, и до Закона за управление на отпадъците, който трябва да поощрява развитието на този тип дейности.

Проблемът е тежък и решението зависи не само от общините или само от бизнеса. Надяваме се на помощ от ОП „Околна среда“ – за сепариращи и компостиращи инсталации. Голяма част от общините готвят проекти. Има сериозни стъпки, които водят до намаляване на отпадъците, които се депонират, но ефектът ще се усети след 3-4 години. Такса „Битови отпадъци“ засяга всеки и ако сгрешим с определянето на размера й, това може да предизвика негативен отзвук сред хората. Имаме безпокойство за събирането на таксата, тъй като в селата и отдалечените райони тя трябва да нарасне, а там населението е с малка платежоспособност. През тази година някои общини, сред които Бобовдол и Кърджали, опитаха да определят размера на тази такса на база, различна от данъчната оценка. Потвърждава се мнението, че за по-отдалечените места стойността на услугата налага таксата да се увеличи. Говорим за справедливост, но трябва да има солидарност и да отчитаме социалната поносимост. Затова е важно националните регламенти да се адаптират към местните особености и финансовите възможности на хората. Ако парите не се съберат, услугата не може да се осигури, което пък води до други проблеми, свързани със здравето на населението.

Общините ще бъдат задължени под натиска на растящото обществено напрежение, заедно с гражданите и бизнеса, да намерят доброто решение за индивидуалния размер на такса „Битови отпадъци“. Законът трябва да дава различни опции, между които общините да избират най-подходящите за тях. При всички случаи решение на проблема ще има и то ще е различно от досегашното, но въпросът е наистина да е по-добро.

ОСВЕН СПРАВЕДЛИВОСТ ТРЯБВА И СОЛИДАРНОСТ ПРИ **РАЗПРЕДЕЛЕНИЕТО НА ФИНАНСОВАТА ТЕЖЕСТ ЗА ДЕЙНОСТИТЕ ПО ОТПАДЪЦИТЕ**





ТРУДНИЯТ ПЪТ **НА ХЛЯБА**

Автор: Тони **Григорова**

Само в приказките ли е толкова лесно производството на хляба – ори, мели, яж? Председателят на Националния браншови съюз на хлебарите и сладкарите Мариана Кукушева обяснява, че хлябът изисква висок професионализъм, макар да е най-бързооборотната стока. Тя добре познава всичко, свързано с този продукт и неговото производство, и обяснява: „Хлябът е душата на всяка трапеза – особено на българската. Пшеничният хляб се произвежда основно от българска пшеница, а селектираните български сортове нямат ГМО организми. Това е единствената храна, която няма заместител. Хлябът е в основата на пирамидата на правилното човешко хранене и е храната, която диетолозите вече не изключват от менюто на своите пациенти. Хлябът изминава дълъг път от нивата до трапезата. С хляб посрещаме и изпращаме човешкия живот.“

Най-бързооборотната **стока**

В хлебопроизводството в България са инвестирани единствено български капитали и в това е уникалността на този бранш. Една от причините е, че хлябът е най-бързооборотната стока. Другата причина е, че българският хляб е най-евтиният в целия свят, не само в Европейския съюз – сочат оценките на Международната асоциация на хлебарите. И то при положение че цената на суровината е борсова и е като в целия свят, че цената на тока вече е от най-високите в ЕС, че цената на труда гони евро-

В ХЛЕБОПРОИЗВОДСТВОТО СА ИНВЕСТИРАНИ ЕДИНСТВЕНО БЪЛГАРСКИ КАПИТАЛИ И В ТОВА Е УНИКАЛНОСТТА НА ТОЗИ БРАНШ



пейските стандарти. В хлебопроизводството има един от най-високите осигурителни прагове, тъй като трудът е предимно нощен и затова е по-скъп. Заплащането на заетите в браншa е най-високо в сравнение с останалите хранителни браншове, защото процесът е непрекъснат и се работи в празнични и почивни дни, което означава, че се плаща допълнително, уверява Мариана Кукушева.

Кадровата **криза**

Същевременно кризата с кадрите и в този бранш се задълбочава, което се отразява и на заплащането. Мит е, че в хлебопроизводството работят нискоквалифицирани хора. Заетостта в хлебопроизводството е твърде динамична. В него официално се трудят около 9 хиляди души. Сивият сектор обаче е над 50%. Проблемът е назрял и въпросът с кадрите става все по-тежък. Част от фирмите обмислят възможности за привличане на работна сила от съседни държави. Модерните технологии в хлебопроизводството не са лукс, те са необходимост, ако искаш да присъстваш на пазара. За да си доставчик в големите търговски вериги, трябва да имаш съответното технологично оборудване, а с него нискоквалифицирани кадри не биха могли да работят. При малките фирми, които не присъстват във веригите, но създават майсторски изделия, въпросът с кадрите е не по-малко остър. Той стои по същия начин, както и в цялата българско икономика. Според наблюденията на Националния браншови съюз на хлебарите и сладкарите с европейски средства се обучават кадри за бранша, за което се усвояват средства, без обаче да се формират умения



НА ФОКУС ЗАКОНЪТ ИЗСВЕТЛЯВА ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ

1. Новият закон за храните, който предстои да бъде приет, предвижда всички обекти, в които се произвежда, съхранява или търгува храна, да бъдат регистрирани в Агенцията по контрол на храните. Те трябва да имат Акт 16 и документ, позволяващ експлоатация по Закона за устройство на територията. В момента над 50% от обектите, свързани с хлебопроизводството, са без такъв документ. Те са обекти от сивия сектор на хляба.

2. Учредява се специален регистър за превозните средства, с които се транспортира хляб. Превозните средства на всеки производител трябва да са маркирани със стикер с уникален номер, той ще е различим както от контролните органи, така и от потребителите.

3. Законът за храните е съобразен с европейските регламенти. Досега при нарушения нямаше как българският производител, доставчик или дистрибутор да бъде наказан. Законът за храните предвижда на етикета да има пълна информация за съставките и тяхното процентно съотношение, както и енергийните стойности. Ясните правила ще сложат край на възможните корупционни практики, съществували досега.

за работа в сектора. Апелът на организацията е тази практика да се преустанови и обучението да става чрез публично-частно партньорство на държавата с местните представителства на националните браншови организации. Националният браншови съюз на сладкарите и хлебарите е национално призната браншова организация. Този съюз обединява представители на сектора от микро-, малко и средно предприятие. Членството в организацията е доброволно и тя не получава субсидии от държавата, уточнява Кукушева.

В новия Закон за храните има специална глава за Националния консултативен съвет по храните, който ще има основната функция да координира, да съгласува и да съдейства за подобряването на условията за бизнес в сферата на храните и питейната промишленост, което е част от европейския опит за браншовите организации. „Да се засили ролята на браншовите организации означава самоконтрол, доверие, пълна прозрачност и проследимост на храната от нивата до трапезата, но не като наблюдатели, а като активни и отговорни сдружения, които са наясно с всички процеси в сектора. В България лесно се приема фактът, че е нормално организациите да се роят. Но в браншовете, в които има повече от една браншова организация, ще трябва да се пристъпи към обединение, както направи Националният браншови съюз, за да се създаде обща представителна организация, която да има експертизата при даване на мнения. За да съществува една организация в момента, са необходими няколко условия, едно от тях е членство в европейска и международна организация. Няма как да изпълняваме Програмата за развитие на селските райони и ОП „Конкурентоспособност и иновации“, ако не си партнираме и нямаме близката връзка с европейските организации“, обяснява Мариана Кукушева.

Под натиска на **сивия сектор**

В момента на хлебопроизводството най-силно му убива сивият сектор, чието съществуване се стимулира от

единната ДДС ставка. Най-бързооборотната стока се облага също с 20% ДДС, наред с лукса. При най-бързо оборотните стоки е необходимо да се прилага най-ниската ставка, тъй като хлябът се произвежда през нощта и до обяд около 90% от него вече са реализирани. Проследимостта е невъзможна, затова Националният браншови съюз на хлебарите и сладкарите заедно с КТ „Подкрепа“ започна съвместни действия хлябът да се облага с не повече от 5% ДДС. Според Марияна Кукушева това е начин сивият сектор да се ликвидира. Другият ефект от намалената ставка ще е поевтиняване на хляба – тъй като ДДС винаги се плаща от крайния потребител, цената по веригата ще падне с 12% до 15%. Така и сивият сектор драстично ще се свие. Официалният годишен оборот в хлебопроизводството е в рамките на 1 млрд. лв. При около 50% сив сектор става ясно, че има още около 1 млрд. лв. оборот, от който държавата не получава нищо. А точно обратното – потребителите спонсорират сивия сектор, правят го икономически силен.

И при хляба търсенето определя предлагането, но всъщност доставната цена на хляба днес съотнесено е същата, както и преди 1989 г. Тя представлява около 40% от пазарната цена на изделията. Около 35-40% са търговските надценки и 20% – ДДС. Темата за търговските надценки е табу, но начин хлябът да поевтинее е именно намаляването на ДДС ставката. Ефектът ще е не само по-достъпен хляб на всяка българска трапеза, но и изсветляване на сивия сектор, уверява Мариана Кукушева. Същевременно според нея броят на официалните работни места ще нарасне, постъпленията към различните осигурителни фондове ще се увеличат, данък печалба също ще излезе на светло. Всичко това ще доведе до компенсиране на виртуалните очаквания за пълна събираемост на ДДС, каквато в момента няма. Сивият сектор има и още една роля – че намалява платежоспособността на българските потребители. Той влияе негативно върху реалния процес на договаряне между търговци и доставчици и онези, които не си направят добре сметката, изчезват от икономическото пространство.

Оценка на **риска**

Проблемите, които сивият сектор създава, влияят еднакво на микро-, на малките и на средните предприятия. Независимо от различния обем на производство тежестта на икономиката, която работи отвъд регламентите, влияе и на малките фирми, и на индустриалните хлебопроизводители. От значение за бранша ще е Законът за хранителната верига, който разяснява как да се прилага европейското законодателство. Важен за хлебарите и сладкарите ще е и Законът за оценка на риска по хранителната верига. Съгласно този закон малкият производител ще има малка оценка на риска, тъй като той произвежда малко и не са големи параметрите на евентуална криза, която може да настъпи от неговото производство. При големите производители мащабите са съвсем други и при оценката на риска трябва да се вземат предвид редица показатели.

Въпрос на **вкус**

На българския пазар оперират около 550 официално регистрирани и работещи на светло български фирми в сферата на хлебопроизводството и сладкарството. Преди години те са били над 5 хиляди. „Намерете фирмата, която произвежда вашия хляб и вашия сладкиш, и купувайте от нея. Ако се интересувате от точния състав, търсете опакования хляб, на чийто етикет присъстват съставките. Производственият процес на хляб по утвърдения браншови стандарт „България“ например е проследим от нивата до трапезата, като се минава и през мелницата. В него под никаква форма не се допуска наличието на консерванти“, уверяват от Националния браншови съюз на хлебарите и сладкарите. Рецептурата за производството на хляб по стандарт е популяризирана на страницата на българската агенция по контрол н храните. При самото производство в обекта присъства инспектор от агенцията. Води се стриктна документация, отделна от документацията на останалия асортимент. Затова качеството по стандарт „България“ е гарантирано. Той се произвежда само от легални производители. Логото за стандарта е собственост на браншовата организация и се предоставя от нея с лицензионен договор. Ако съотношението в рецептата на приготвянето на тестените изделия се обърка, резултатът ще е видим. Професионализмът и в този бранш е решаващ.



Лидер по консумация на хляб в Европа

България е вторият най-голям потребител на хляб в Европа – 95 килограма годишно на човек, показа проучване на Международната асоциация на промишленото хлебопроизводство (AIBI). То включва 12 страни от ЕС плюс Турция, Русия и Украйна.

Средното потребление на хляб от европейците е 59 килограма на човек годишно. Единствено турците ядат повече хляб от българите – средно 104 килограма на човек. Турция е и най-големият производител на хляб – 8,3 милиона тона годишно. Най-малко хляб се яде във Великобритания – 32 килограма на човек на година.

България е на първо място по пазарен дял на промишлените пекарни (87%), следвана от Холандия (85%) и Великобритания (80%). На нашата трапеза все повече ще присъстват полуизпечени хлебни и тестени изделия, които е важно да бъдат със защитено качество и с ясно означен производител, предупреждават от Националния браншови съюз на хлебарите и сладкарите.



ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ ПРОЦЕС НА ХЛЯБ ПО УТВЪРДЕНИЯ БРАНШОВИ СТАНДАРТ „БЪЛГАРИЯ” Е ПРОСЛЕДИМ ОТ НИВАТА ДО ТРАПЕЗАТА, КАТО СЕ МИНАВА И ПРЕЗ МЕЛНИЦАТА. В НЕГО ПОД НИКАКВА ФОРМА НЕ СЕ ДОПУСКА НАЛИЧИЕТО НА КОНСЕРВАНТИ.

Мариана Кукушева, председател на Националния браншови съюз на хлебарите и сладкарите







ФИНАНСОВИЯТ ЦЕНТЪР НА ТОКИО ПРОДЪЛЖАВА ДА ЧАКА ЕФЕКТИТЕ ОТ АБЕНОМИКАТА ДА ДАДАТ РЕЗУЛТАТ

МЪРТВА ЛИ Е АБЕНОМИКАТА

СИСТЕМАТА ОТ МЕРКИ НА ПРЕМИЕРА ШИНДЗО АБЕ ЗА СТИМУЛИРАНЕ НА ЯПОНСКАТА ИКОНОМИКА И ЗА ИЗБЯГВАНЕ НА ДЕФЛАЦИЯТА КЪМ МОМЕНТА НЕ ДАВА РЕЗУЛТАТИ

автор: Владимир **Митев**

На 3 май йената достигна 18-месечен връх спрямо долара – 105,6 йени за долар. Към 2 май т.г. основният индекс на Токийската фондова борса TOPIX бе отбелязал 16% понижение спрямо състоянието си в началото на годината. И двата показателя впоследствие възстановиха част от стойностите си, но промяната беше сравнително малка. През последното тримесечие на 2015 г. японската икономика се сви, а през първото тримесечие на 2016 г. регистрира незначителния ръст от 0,5%.

За ръководството в Токио, начело с премиера Шиндзо Абе, финансовия министър Таро Асо и управителя на централната банка Харухико Курода тези данни са определено тревожни. През 2012 г., когато дойде на власт, Абе провъзгласи шумно, че започва икономическа политика – Абеномика, чиято цел е да съживи японската икономика. В продължение на повече от две десетилетия растежът на японската икономика е незначителен, ако изобщо го има. Откакто Абе провъзгласи своите финансови и икономически реформи при появата на негативни данни за японската икономика, анализаторите имат навика да говорят за смъртта на Абеномиката. Темата стана особено актуална, след като през април спекулантите на токийската борса продадоха активи за 46 млрд. долара, допринасяйки за спада на йената и за отлива на капитали от Япония.

Абеномиката почива на т.нар. три стрели, или вектори, в чиято посока се реализира правителствената политика. Първата стрела е свързана с увеличаването на паричната маса в обращение, за да бъде обезценена националната валута, да се генерира умерена инфлация и да се направи японският износ по-конкурентоспособен на външните пазари. Втората стрела са правителствени програми, които да стимулират търсенето в страната. Стимулите започнаха през 2013 г. с мерки на обща стойност 20,2 трлн. йени (210 млрд. долара), от които 10,3 трлн. йени (116 млрд. долара) бяха директни правителствени средства. Парите бяха насочени към изграждане на инфраструктурни проекти – мостове, тунели и пътища, които могат да издържат земетресения. През април 2014 г. правителството одобри други 5,5 трлн. йени (50,75 млрд. долара). След изборите през декември 2014 г., дали му подкрепа, Абе обяви нов пакет стимули за 3,5 трлн. йени (32,3 млрд. долара).

Третата „стрела“ на Абеномиката са обявените намерения за структурни реформи, които да засилят възможностите на бизнеса да освобождава работници и въобще да направят икономиката по-пазарна. В това отношение Абе не бърза да предприема действия, но решението му да се присъедини към доминираната от САЩ зона за свободна търговия, известна като TPP (Транстихоокеанско партньорство) е знак за ангажимент в реализацията и на третия вектор на икономическия план.

Част от Абеномиката обаче е и експанзивната политика на японската централна банка. Тя инжектира огромни средства в икономиката с надеждата да събуди духа на растежа в нея. В опит да увеличи инфлацията Харухико Курода започва с количествени улеснения (представляващи своеобразно „печатане на пари“) през 2013 г., които удвояват количеството закупени дългови книжа от банката. Въпреки това инфлацията остава под 1%. Тогава Bank of Japan започва с втора вълна от количествени улеснения на стойност 660 млрд. долара, която трябва да продължи, докато не се постигне целта от 2% за ниво на инфлацията.

Тези покупки на облигации са в невиждани за света мащаби. Активите, държани от японската централна банка, надвишават 70% от БВП. Въпреки трилионите, „напечатани“ от американския Федерален резерв и Европейската централна банка, двете имат в пъти по-малък дял на активите от БВП на съответните финансови общности.

След като се видя, че японската икономика продължава да расте анемично, в края на януари Курода обяви неочаквано, че въвежда отрицателен лихвен процент. Мярката трябваше да стимулира японските банки да отпускат заеми, вместо да пазят получените чрез количествени улеснения средства за по-добри бъдещи времена. Така Bank of Japan се нареди сред други централни банки като европейската, датската, шведската и швейцарската, които в момента имат







Японският премиер Шиндзо Абе, финансовият министър Таро Асо и управителят на централната банка Харухико Курода (отгоре надолу)

негативни лихвени проценти.

Мярката се използва, когато възникне опасност от дефлация, и цели стимулиране на икономиката. Но тя показва и че липсват лостове, чрез които да се придаде динамика на стопанските процеси.

След като Курода въведе отрицателния лихвен процент, временно целите на експеримента бяха постигнати. Йената се обезцени, а цените на акциите тръгнаха нагоре. Скоро след това обаче йената отново пое курс към покачване, докато борсовите индекси поеха надолу.

Част от драмата на Япония е не само, че управленските решения не работят, но и че международната среда е неблагоприятна. Абе и неговите съветници са наясно, че единственият относително лесен начин страната да отбележи добър растеж е чрез повишаване на износа. Един от основните пазари – Китай, обаче ограничава вноса си и забавя ръста си. В други части на света – арабските страни и някои от държавите в групата БРИКС, има рецесия или фискални проблеми. Изглежда нереалистично японският износ ударно да нарасне в кратки срокове.

При това положение се засилват очакванията за нова интервенция на централната банка или промяна на водената политика. Ако обаче в бъдеще Bank of Japan понижи лихвения процент отново, може да се сблъска с неодобрението на САЩ. В края на април докладът за полугодието на американската хазна пред Конгреса посочи Япония, Китай, Южна Корея, Тайван и Германия като страни, използващи икономически политики, които са заплаха за САЩ и световната икономика. Наложи се финансовият министър Таро Асо да коментира, че докладът на американското финансово министерство по никакъв начин не ограничава японското ръководство.

Западните медии гадаят и дали Абе най-накрая няма да задвижи структурните реформи – ход, който може да му струва спад в популярността. Всъщност Япония се представя добре в някои показатели. Например безработицата й е едва 3,1%. Само че анализ на американския Съвет за външна политика посочва: „Повечето наблюдатели са съгласни, че са необходими дълбоки структурни промени (в японската икономика – бел. ред.). Без поголямо потребителско търсене, базирано на увеличени заплати (чиято реална стойност е паднала с 9% от 1997 г. досега), или без значителна демографска промяна, Япония ще продължи да страда."

Населението застарява и трудоспособната част от него е намаляла с 6% през последното десетилетие. Страната може да загуби до една трета от популацията си през следващите 50 години. Абе отчита това и през септември 2015 г. обяви мерки, които да повишат раждаемостта и да увеличат социалната сигурност.

Значението на японския експеримент, наречен Абеномика, не е ограничението само до границите на островната държава. На практика целият развит свят в момента има ниски, нулеви или отрицателни лихвени проценти. Дързостта, с която Абе и икономическият му екип се борят с дефлацията и се стремят да съживят растежа, засега не дава резултати. Но успех на Абеномиката би могъл да проправи път за подобни мащабни политики и в други части на света. Към момента обаче повече разпространение имат догадките за нейната смърт. При отсъствие на позитивни новини слуховете за нея може и да не са преувеличени.



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



ИНДИЯ ТИЧА ДА НАСТИГНЕ КИТАЙ

автор: Владимир **Митев**

Нещо се случва с индийската икономика. През 2015 г. тя регистрира растеж на БВП от 7,5%. По този показател Индия изпревари Китай, където икономиката нарасна „едва“ с 6,9%. Последният път, когато подобно „задминаване“ се е случвало, е било през 1999 г. За забавянето на комунистическата държава с пазарна икономика има обяснение. Пекин преструктурира икономиката си – от експортно ориентирана към базирана на вътрешното производство. Но каква е тайната на индийския скок нагоре? Отговорите отчасти са нестандартни.

В интервю за CNN финансовият министър Арун Джейтли посочва, че при добри мусонни валежи реколтата в Индия ще е по-изобилна и тя би могла да достигне дори растеж от 8,5-9%. Според него в предишните години мусонът е бил по-неблагоприятен и затова земеделието е добавило помалка стойност към БВП.

Кушик Басу – главен икономист на Световната банка и бивш главен икономически съветник на индийското правителство, е на мнение, че в Индия има голямо количество „черни пари“ – средства, които не се отчитат при извършване на сделките. Например при покупка на жилище се случва официално то да се продаде на половината от цената си, докато другата половина от парите се дава кеш и е безотчетна. Съответно върху нея не се плащат данъци. Така в индийските домакинства реално има резерви, които във времената на световната икономическа криза са помогнали Индия да се измъкне по-незасегната.

Част от световните медии и икономисти подозират, че Индия подхожда иновационно към статистиките си, което позволява да раздуе растежа си с поне 1,5%. Дори и всички тези обяснения да са верни, със сигурност върху индийската икономика влияние имат и действията на правителството на Нарендра Моди. Той дойде на власт през 2014 г. като представител на националистическите сили в Индия – партията „Джаната“. Но успехът му се дължеше на неговия образ на успешен мениджър, създаден по време на 13-годишното му управление като министър-председател на щата Гуджарат. Предприемаческият дух на щата бе представян от партията „Джаната“ като специфичен модел на икономическа жизненост и инициатива, препоръчван за приложение и на национално ниво.

„Ние имаме ниска инфлация, ниски дефицити на платежния баланс и на текущата сметка, висок растеж. Това е резултат не на добър късмет, а на добра политика“, хвали



ПРЕМИЕРЪТ НА ДОМИНИРАНАТА ОТ ХИНДУИСТИТЕ ДЪРЖАВА НАРЕНДРА МОДИ ИМА АМБИЦИОЗНА ПРОГРАМА, **С КОЯТО ИСКА СТРАНАТА МУ ДА РАЗВИЕ ИНДУСТРИЯТА СИ. ВЪНШНА ПОДКРЕПА ЗА НЕЯ СЪЩЕСТВУВА**

Моди (вдясно) посреща китайския президент Си Дзинпин в Делхи. Индия се опитва да настигне съседа си в индустриалното развитие и икономиката

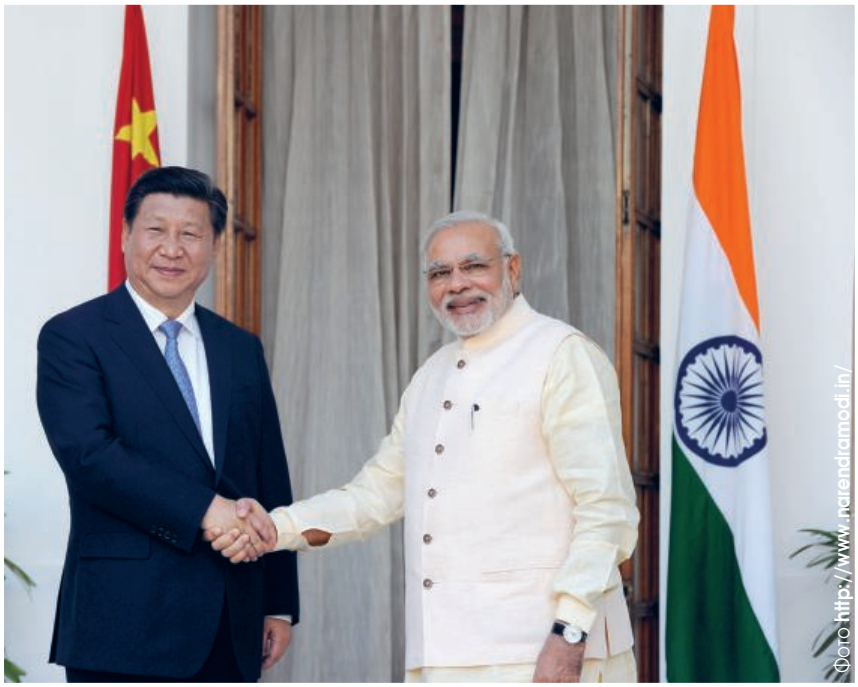


Фото: http://www.narendramodi.in/

се сега Моди – вече като премиер на Индия. Със сигурност принос за успеха му до момента има политиката му на стимулиране на чуждестранните инвестиции в страната и разширяване на индустриалната база, известна още като Make in India.

Инициативата беше обявена от Моди през септември 2014 г. Оттогава досега компании като Hitachi, Huawei, GM, Foxconn са обявили намерения да извършат инвестиции в Индия или са разширили вече съществуващото си производство в нея. Между октомври 2014 г. и април 2015 г. чуждестранните инвестиции нарастват с 48%. А между април и юни 2015 г. с други 31%, или с нови 9,5 млрд. долара.

Сравнението с **Китай**

Тези обнадеждаващи данни обаче не могат да скрият факта, че Индия изостава значително от Китай в областта на индустрията. Държавата на президента Си Цзинпин е известна като „работилницата на света“ и в нея през 2014 г. 31% от БВП идва от производство. По същото време в Индия едва 17% от БВП се падат на индустрията.

Китай превъзхожда и в други области. Към 2014 г. е понижил бедността в своите граници до 7,3% от населението (99 млн. души) спрямо 21,9% в Индия (273 млн. души). Неграмотността в Китай е едва 3,6%. В Индия тя е 28,9%. Китай е далеч напред и в равнопоставеността на жените на работното място. Съотношението между работещите жени и мъже там е 84%. В Индия е едва 41%.

Правителството на Моди е наясно, че предстои много да наваксва. Но може би и то има своите козове. Индия е на път да стане най-населената държава в света и съответно скоро ще разполага с най-многобройната работна ръка. Освен това през 2014 г. средните разходи за труда в производството в Индия са 0,92 долара на час. В Китай по същото време са 3,52 долара на час.

Индия се справя много по-добре в сектора на услугите, отколкото в производството. Бурното развитие на информационните и комуникационните технологии и на кол центровете доведе до там, че 55% от БВП се осигуряват от сектора на услугите. Там са заети едва 25% от работната ръка. Цели 58% от работещите са в земеделието. То дава обаче само 15% от БВП.

Правителствените **програми**

Финансовият министър Арун Джейтли обещава страната му да изгражда напоителни системи и да предприеме раз-

Фото http://www.narendramodi.in/



Представяне на програмата Make in India на панаира в Ханновер

лични мерки за повишаване на производителността в земеделието. Програмата Make in India цели да доведе дела на индустрията до 25% от БВП до 2020 г. и да осигури 100 млн. нови работни места до 2022 г. Но това не е единствената програма на правителството.

Digital India обещава до 2019 г. да допринесе ударно за свързването на стотици хиляди села с интернет, включително като изгради точки за безжичен интернет. Така правителството ще се бори с факта, че независимо от второто място в интернет на индийците като нация по брой потребители (402 млн. души), в момента около 1 милиард от гражданите нямат собствен достъп до световната мрежа.

Друга инициатива – Smart Cities, е избрала 100 индийски града, в които ще се изгражда инфраструктурата на база на устойчив модел на развитие. Тези градове ще разполагат с осигурени вода, електричество, канализация, управление на твърдите отпадъци, градски транспорт, връзки с интернет, електронно правителство и сигурност на гражданите. По линия на инициативата през следващите 5 години местната власт ще може да ползва 7,2 млрд. долара. Други програми на Ню Делхи са свързани с изграждането на жилища – 20 млн. нови дома до 2022 г. и с насърчаването на стартъп фирмите в страната.

Външната **политика**

Нарасналите чуждестранни инвестиции от страни като САЩ и Япония могат да се обяснят и с външнополитическата ориентация на Индия. По време на студената война тя бе в Движението на необвързаните държави. Дори и след падането на Берлинската стена Индия изповядваше принципа за стратегическа независимост и необвързаност във външната политика.

С идването на власт на Нарендра Моди се ускори сътрудничеството със САЩ. То е особено видимо във военната сфера. Щатите се превърнаха в най-големия военен доставчик за Индия и изпреварихa дори традиционния първи вносител на оръжие там – Русия. Не е трудно да се видят очертанията на антикитайската ос в Източна Азия – Япония, Австралия, САЩ и Индия.

През ноември 2014 г. Моди бе посрещнат като рок звезда в австралийския парламент в Канбера, докато бе в страната в рамките на форума на Г-20. През декември 2015 г. японският премиер Шиндзо Абе посети Ню Делхи. Заедно с Моди двамата подписаха споразумения за сътрудничество и трансфер на технологии в областта на отбраната, за защита на обменяната военна информация и други. Част от визатата беше и договорка Япония да финансира изграждането на първия проект за скоростен влак в Индия – между финансовата столица Мумбай и търговския център Ахмедабад, който е и главен град на щата Гуджарат. За целта Япония ще даде дългосрочен кредит на стойност 12 млрд. долара.

В началото на управлението си Моди направи искрен опит за сближаване с Китай. По времето на управлението си в Гуджарат той на няколко пъти бе пътувал в източната съседка на Индия и разполагаше и с лични контакти, за да задвижи това сближаване. През септември 2014 г. самият китайски президент – Си Цзинпин, посети Индия. Бяха подписани 12 търговски и инвестиционни споразумения на стойност 20 млрд. долара за период от 5 години. След това обаче договорките така и не получиха нужната политическа санкция, за да заработят. Сред националистическите среди на Индия противопоставянето на Китай и Пакистан очевидно е прекалено силно и дори премиерът трудно го преодолява.

Надпреварата с Китай за доминация в Азия е определяща за развитието на Индия в момента. Прагматиците в страната, измислила т.нар. арабски цифри, осъзнават, че китайският проект за „Един път, един пояс“ може да донесе ценни инвестиции и край реките Инд и Ганг. Външнополитическото ръководство на Индия няма особено желание да губи стратегическата си независимост. Но от друга страна, то признава, че Индия има нужда от съюзници, за да тушира растящата китайска мощ. И намира такива в САЩ и регионалните партньори на Вашингтон.

Дори и да запази високите нива на растеж, на Индия вероятно ще й трябват десетилетия, за да се доближи до големия си съсед по икономически данни. Реалистично е обаче страната да се нареди сред първите три по големина икономики в света.

Според британския икономист Аргъс Медисън през 1700 г. Индия е произвеждала 27% от световния БВП. После обаче с идването на британците от страната започва износ само на суровини и внос на готови продукти, което води до разрушаване на националното производство. През 1950 г. делът на Индия е едва 3% от световния БВП. Към 2014 г. при световен БВП от 78 трлн. долара индийският дял е едва 2 трлн. долара, тоест под 3%. Но засега целите на Моди са по-скромни – просто да намали изоставането от Китай. Ако икономическите резултати от края на 2015 г. се запазят, премиерът може да има успех.

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

1892

NAVIGATION
MARITIME
BULGARE

www.navbul.com

НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР

BŬLGARIYA

BULGARIA

В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!



НАД КУВЕЙТ Е ВИНАГИ СЛЪНЧЕВО

автор: Владимир **Митев**

Днес много от богатите на петрол мюсюлмански държави се утвърждават с помощта на приказното си богатство. Обединените арабски емирства и Катар, приютили съответно градовете увеселителни паркове Дубай и Доха, са едни от тях. На север Азербайджан се опитва да се наложи в същата листа със съвременна архитектура, с последователна политика на реклама в западните медии и с утвърждаване на ролята на страната в международен план. И в Иракски Кюрдистан искат да бъдат сред наложилите се екзотични дестинации. Но в списъка на всички тези средища на бизнес и забавление в мюсюлманския свят своя ниша от десетилетия има и Кувейт.

Кувейт е град държава. Над 2/3 от неговите 4,1 млн. жители са чуждестранни работници – най-вече индийци и египтяни. Малката страна обаче има своята важна роля в арабския свят и в международната общност. Тя притежава 10% от световните залежи на нефт. Емирството е четвъртият най-голям износител на петрол в света. Освен това кувейтският динар е една от валутите с най-висок курс спрямо долара – 3,33 долара за 1 динар.

Кувейт е лидер и в света на културата. Той е единствената арабска държава с театрална традиция. Тя датира от 20-те години на XX век. Кувейтските сериали са едни от най-популярните в арабския свят. Излишно е да се казва, че те са заснети в Кувейт сити – град, който отдавна е символ на богатство и охолен живот.



ГРАДЪТ ДЪРЖАВА ИМА НЯКОИ ТРУДНОСТИ ЗАРАДИ НИСКИТЕ ЦЕНИ НА НЕФТА, НО РАЗПОЛАГА СЪС ЗАЛЕЖИ НА ПЕТРОЛ ЗА 100 ГОДИНИ НАПРЕД, С НАЙ-СКЪПАТА ВАЛУТА И С НАЙ-НИСКАТА БЕЗРАБОТИЦА В СВЕТА

Фото **Wikipedia**



Кувейтските граждани имат големи социални и икономически привилегии



Кувейт сити, подобно на други арабски столици, впечатлява с архитектурата си

Благодарение на нефтените приходи 1,2 милиона кувейтски граждани имат големи социални и икономически привилегии – безплатни образование и здравеопазване, субсидирани стоки и услуги, включително жилища и гарантирана заетост, обяснява сайтът Public Intelligence. Тези блага не бива да учудват при положение, че Кувейт е петата най-богата в света страна от гледна точка на БВП на глава от населението като паритет на покупателната способност – след Катар, Люксембург, Сингапур и Бруней. Държавата насърчава със стипендии своите младежи, които искат да се обучават в чужбина, но при толкова много социални придобивки те не са особено мотивирани да продължат обучението си.

Тежестта на работата в страната пада върху чуждестранните работници, които не са граждани на Кувейт и нямат право да гласуват. Влошаването на икономическите показатели заради ниските цени на петрола вероятно ще удари най-вече тях. В народното събрание се изказват вече призиви да се създаде отделна здравна система за чужденците, която да ги обслужва срещу солидно заплащане. Или пък паричните преводи, които те правят към своите семейства в странство, да бъдат облагани с 5% данък. Ако бъдат приети решения в ущърб на чуждестранните работници обаче, може да се предизвикат стачки и протести, както вече се е случвало през изминалите години.

Със сигурност в малката държава предстоят промени. Подобно на другите арабски монархии в Персийския залив, Кувейт отчита спад в приходите си. Очаква се през финансовата година, която започна на 1 април т.г., бюджетният дефицит да достигне 40,7 млрд. долара – близо 50% по-голям от тази миналата година. За да подкрепи държавните финанси, през март правителството прие да бъде въведен 10% корпоративен данък и да започне приватизация на училища, болници, пристанища и други обекти. Все още не е ясно обаче кога точно ще бъдат приложени новите мерки. До момента фирмите, които са кувейтска собственост, бяха освободени от данъци.

Кувейт няма обработваема земя. Страната внася 95% от храната, която потребява. Затова не бива да учудва фактът, че освен на нефт икономическият разцвет се дължи на сектора на услугите. Разбира се, важен фактор е и географското положение. Кувейт се намира в Персийския залив и още от XVII век, когато е контролиран от португалците, е пресечна точка за стоки и хора между Индия, Ирак и арабския свят и Европа. Неслучайно името Кувейт идва от арабската дума за крепост „кут“.

Кратка **история**

Традиционното население на града държава са сунит-

Фото **Wikipedia/White House**



Кувейт и САЩ поддържат добри отношения. На снимката президентът Обама и емирът на Кувейт шейх Сабах IV Ахмад ал-Джабер ас-Сабах са пред Белия дом, 2009 г.

ски арабски племена, дошли от сърцевината на Арабския полуостров. Но поне 30% от днешните кувейтци са шиити. Историческите премеждия сплотяват това разнородно население, сред което от векове има и азиатци, и араби от по-далечни земи. След португалците Кувейт попада под османска власт, като традиционно се ползва с по-независим статут. През 1899 г. Великобритания започва да контролира външната политика на областта, като отговаря и за нейната сигурност, макар че тя остава подчинена на османците. Войната със Саудитска Арабия в началото на 20-те години на XX век е нова стъпка в утвърждаването на кувейтската държавност и идентичност, макар че губи повече от половината от територията си. В крайна сметка през 1961 г. страната, намираща се дотогава под британски контрол, обявява независимост.

През 60-те години Кувейт става първата страна в Персийския залив, която създава конституция и парламент. Тя е и най-развитата държава в региона през 60-те и 70-те и първа прави опити за диверсификация на икономиката си чрез инвестиции в научна дейност. Първият суверенен фонд (държавен инвестиционен фонд) е създаден именно в Кувейт – The Kuwait Investment Authority. От 70-те години насам страната е неизменно първа сред арабските държави в Индекса за човешко развитие на ООН. Кувейтските медии са считани за най-свободните в света през 60-те и 70-те. По онова време интелектуалци от целия арабски свят се установяват в Кувейт заради либералния му обществен ред. Повечето кувейтки не носят хиджаб през този период.

Само че най-голямата заплаха за управляващата династия ас-Сабах се оказват светските демократи. „Лек“ срещу тях членовете на фамилията ас-Сабах намират в политическия ислям. През 60-те и 70-те години в мюсюлманския



свят набират сила ислямските банки и ислямизмът въобще, доколкото те са считани от капиталистическия Запад за противоотрова срещу социализма и арабския национализъм. И управляващите от клана ас-Сабах започват да насърчават навлизането на политическия ислям паралелно с изграждането на ислямски финансови институции. Така е отслабено влиянието на арабските и палестинските националисти – до началото на 90-те години в страната има голяма палестинска общност. Кувейт прогонва над 200 000 палестинци, след като през 1990 г. Ясер Арафат обявява подкрепа за Саддам Хюсеин в неговия блицкриг в малката държава.

В международните **отношения**

Днес кувейтците имат позитивно отношение към САЩ, които ги освобождават от иракската окупация през 1991 г. Те са и стабилен фактор в доминирания от Саудитска Арабия Съюз за сътрудничество в Залива, където влизат арабските монархии от Персийския залив. Шиитското малцинство помага на страната да има в някои случаи по-умерена позиция спрямо Иран. Но Кувейт отзова своя посланик от Ислямската република в началото на 2016 г. в знак на солидарност със Саудитска Арабия, чието посолство в Иран бе атакувано от ядосани иранци, след като Рияд екзекутира влиятелен шиитски богослов. Заможни кувейтски граждани подкрепят финансово и бунтовниците в Сирия, като по този начин се вписват в противниковата на президента Башар Асад, Иран и „Хизбула“ коалиция. Но пък „Хизбула“ има своето влияние и поддръжка сред някои кувейтски шиити…



Най-големият мол в страната – The Avenues

Жените и социалните **проблеми**

Въпреки славата си на сравнително по-либерална страна в Кувейт жените получават право да гласуват едва през 2005 г. През 2009 г. са избрани първите четири депутатки. Четири години по-рано Кувейт се сдобива с първата си жена министър. В продължение на две години завършилата в САЩ Масума ал-Мубарак е министър на планирането и държавен министър на административното развитие.

Тенденциите за овластяване на жените обаче не са трайни. В сегашния кувейтски парламент, сформиран през 2013 г., няма нито една дама. Единствената избрана жена – Сафа ал-Хашем, се оттегля от народното събрание през май 2014 г. Тя напуска заедно с други депутати, тъй като са несъгласни, че „проправителственият парламент отказва да отправи питания към премиера във връзка с обвинения в корупция и слабо управление“, пише сайтът Middle East Eye.

Според доклад на Световната банка от 2013 г. жените са 23% от работната ръка в Кувейт, докато представляват 67% от завършващите националния университет. Очевидно за голяма част от обществото, макар и образовани, мястото на жените е вкъщи.

Друг социален проблем Кувейт има с групата от над 100 000 арабски жители без държава, наричани „бидун“ (граждани без държава и националност). Хората от тази общност са считани от Кувейт за нелегални жители, дошли от съседни държави. На тях често не им се издава акт за раждане, нито имат шофьорски книжки – отношение, което е предпоставка за нарушаване на правата им. От друга страна обаче, 40% от кувейтската армия е съставена от представители на общността „бидун“.

Въпреки очертаващите се реформи и намаляване на привилегиите Кувейт сигурно ще продължи да изкушава света – дали с примамливо високия си стандарт, дали с петродолари и ислямски финанси. Безработицата в емирството през 2014 г. бе едва 2,9% – една от най-ниските в света. Престъпността в Кувейт е малка. В края на финансовата 2014/2015 г. валутните резерви на страната достигнаха 592 млрд. долара. Нищо чудно, че над нея почти винаги е слънчево.





Шейха Моза, Рания ал-Абдула и Асма ал-Асад са трите най-влиятелни дами в арабския свят



МИСИЯТА НА АРАБСКИТЕ ПЪРВИ ДАМИ

автор: Владимир **Митев**

Първите дами в мюсюлманския свят традиционно привличат вниманието – и с красота, и със стил, и с влияние над своите съпрузи – държавни мъже. Иранските шахкини Сорая и Фара Зиба отдавна са част от легендата за Иран преди Ислямската революция като модерна държава – западен съюзник. Днес обаче новите героини, „съчетаващи традиция с модерност“, са в арабския свят.

Те са описвани често като „дръзки“, „оспорващи клишетата“ за арабската жена и мястото ѝ в обществото, имат имиджа на реформаторки, които бавно и методично въздействат на ръководството в страните си и на своите съпрузи, така че социалната модернизация да набере ход. В други случаи в западните медии се припомня, че държавите, които дамите представляват, често имат проблеми със спазването на човешките права. И че самите влиятелни жени все пак са част от властта, така че невинаги може да се каже еднозначно дали те я облагородяват, или тя разчита на тях за свои цели – например в печеленето на сърца в чужбина.

ШЕЙХА МОЗА, РАНИЯ АЛ-АБДУЛА И АСМА АЛ-АСАД ИМАТ РАЗЛИЧНИ СЪДБИ, НО И СИ ПРИЛИЧАТ В ТОВА, ЧЕ СА СЪВРЕМЕННОТО ЛИЦЕ НА НАРОДИТЕ СИ В ДЪРЖАВИ, В КОИТО ТРАДИЦИЯТА ИМА ДЪЛБОКИ КОРЕНИ

Моза бинт Насър ал-Миснед

Съпругата на управлявалия до 2013 г. катарски шейх Хамад бин Халифа ал-Тани е една от тези влиятелни арабски жени, които служат като модел и мост между традицията и модерността. Това се вижда най-напред във външния й вид – тя често съчетава скъпи дрехи по западен образец с тюрбан. Но многопосочните дейности, с които се занимава, също създават впечатление за катарска дама, ангажирана по подобие на западни кралски особи със социални каузи в полза на народа. И тъй като в миниатюрния Катар бедни на практика няма, арабският и мюсюлманският свят се превръщат в сцена за шейха Моза и нейната държавническа грижа.

От 1996 г. тя е председател на The Qatar Foundation. Президент на Върховния съвет за семейни дела в Държавата Катар. Специален пратеник на ЮНЕСКО е за основното и висшето образование. Моза е главната движеща сила зад проекта Doha Education City, който позволява преподаватели от някои от най-елитните американски университети да изнасят лекции в специално изграден кампус в покрайнините на Доха. Нейна идея е и стартирането на детския канал на телевизия Al Jazeera. Шейха Моза създава първия



приют в Катар за жени, преживели насилие. Под нейно наблюдение и с подкрепата й се изгражда първата в Катар католическа църква. Мащабите на дейността й са съпоставими с размаха, на който миниатюрната монархия в Персийския залив е способна.

Шейха Моза е дъщеря на Насър бин Абдула ал-Миснед – представител на едно от влиятелните семейства в Катар. Родът й обаче е бил в конфликт с бащата на съпруга й, което налага тя да прекара част от ранните си години в Кувейт. Завръща се в родината си, когато става ясно, че ще се жени за бъдещия емир. Завършва социология в основания през 1971 г. Катарски университет.

Шейха Моза е втората от трите жени на бившия емир на Катар Хамад бин Халифа ал-Тани. Тя обаче е тази, която го съпровожда при официални посещения в чужбина. Ражда му седем деца, сред които е и днешният емир Тамим бин Хамад ал-Тани. Паралелно с утвърждаването на Катар в международните отношения Моза напуска ролята на домакиня и се заема с държавни дела.

До такава степен се е превърнала в символ на повлияната от Запада катарска жена, че когато през 2011 г. преврат се опитва да свали съпруга й от власт, поддръжниците на държавната промяна специално посочват, че нейното поведение противоречи на местната традиция. Самата шейха Моза твърди, че ислямът винаги е гарантирал правата на жените, които са заемали централна роля в ислямските цивилизации. „Важно е да се припомни, че при създаването на правния ред в ислямските общества се е искало мнението на тези жени. Те са влияели в голяма степен на политиката, която е направлявала политическите, икономическите, социалните и военните дела. Същите политики са матрицата на днешния ни живот“, казва катарската дама.

Публикациите за инициативите на шейха Моза са добре дошли за катарското управляващо семейство, доколкото страната е обвинявана, че нейни граждани подкрепят финансово джихадисти, че е спечелила с подкупи правото да е домакин на Световното първенство по футбол през 2022 г. или пък че работниците в Доха са настанени и се трудят в нечовешки условия. „Тя не е първата кралска особа, която живее в лукс, докато се възползва от възможността да си направи снимки с по-непривилегированите хора. Подобно на принцеса Даяна, шейха Моза посещава бежански лагери… Но където и да бъде, тя винаги ще служи на семейство ал-Тани“, заключава анализ на вестник Guardian, посветен на покупката от катарската кралска фамилия на три обширни имота в Лондон за 120 млн. британски лири (152 млн. евро).



Фото Wikipedia

Докато емир на Катар бе съпругът й Хамад бин Халифа ал-Тани, шейха Моза го придружаваше на срещи от висок ранг – като тази с американския президент Барак Обама и съпругата му Мишел

Фото http://www.queenrania.jo/



Кралица Рания и крал Абдула II (в средата) с четирите си деца – престолонаследника принц Хюсеин (вдясно), принцесите Иман и Салма и принц Хашем

Рания ал-Абдула

Страстта на Нейно величество е образованието. Тя вярва, че всяко йорданско момиче или момче и всички деца трябва да имат достъп не само до класни стаи, които ги стимулират да учат, и до модерна учебна програма, но и до вдъхновяващи учители и до технология, която може да свърже йорданските деца със света и света с йорданските деца“, пише на сайта на кралица Рания ал-Абдула – съпругата на краля на Йордания.

Част от инициативите на кралица Рания е нейната Фондация за образование и развитие, която реализира проекта „Едраак“ (Осъществяване) – арабска платформа с нестопанска цел за масови и безплатни онлайн курсове. Но също и Преподавателската академия на нейно име, която в партньорство с Учителския колеж и Изследователския център по Близкия изток към Колумбийския университет повишават качеството на преподаването в Йордания. Както и още други проекти, награди и инициативи.

Размахът на дейността ѝ е подобаващ за кралска особа. Тя е много добре приета на Запад и се е утвърдила като личност, допринасяща за модернизацията на мюсюлманския свят. Неслучайно се занимава с образование.

Рания се ражда в Кувейт, където завършва средно образование в британско училище. Семейството ѝ е палестинско, но членовете му имат йордански паспорти. На 21 години красавицата Рания вече е бакалавър по бизнес администрация от Университета в Кайро. Говори английски и френски. Работи за кратко в компании като „Ситибанк“ и „Епъл“.



И ето че през 1993 г., докато се подготвя за сватбата си с друг мъж, се запознава с йорданския принц Абдула, който тогава още не е официалният престолонаследник. Той мигом я харесва, предлага ѝ брак и тя избира него. През 1999 г., когато Абдула II става крал, Йордания получава своята палестинска кралица. Тя е майка на двама принцове и на две принцеси.

Двамата вече десетилетия са двойка, която привлича медийното внимание на Запад и то с добро. Но в самата Йордания има известно недоволство от кралското семейство, че е прекалено свързано със Запада и отчуждено от местната действителност. Крал Абдула II е с майка британка и години наред говори арабски с известен акцент. А когато арабската пролет, съпроводена от възхода на ислямистите от „Мюсюлмански братя“, почука на вратите на Йордания през 2011 г., 36 племенни лидери обвиниха кралица Рания, че е корумпирана, че „краде пари от хазната и че манипулира, за да утвърди своя публичен образ, напук на волята на йорданския народ“. Арабската пролет обаче премина в Йордания без сътресения за управляващото семейство. Дори и да е недолюбвана сред част от йорданските бедуини, Рания със сигурност има своята подкрепа сред йорданците от палестински произход, които са близо половината от населението.

„Когато някой се обърне към мен с „нашата Кралица“, това обръщение означава много, защото ми дава чувството, че те знаят как моят живот е техен. Моята радост е тяхна радост. Моите тревоги са и техни. Ако думата „кралица“ значи нещо, то „нашата кралица“ значи всичко за мен“, заявява самата Рания. Тя констатира, че жените се утвърждават все повече в арабското общество – тенденция, за която и Рания има своя принос. Със сигурност печели и неодобрението на консервативната част от поданиците на кралството, например с изказването си, че носенето на хиджаб е „свободен личен избор“ и че налагането на хиджаба от позицията на догма е „противоположно на принципите на исляма“.



Асма ал-Асад

Съпругата на сирийския президент Башар ал-Асад – Асма, е третата влиятелна арабска жена, която привлича от години световното внимание. През 2008 г. френското списание Elle я обявява за най-изящната първа дама на планетата. През 2012 г. сп. Vogue я нарича „пустинна роза“, както всъщност се превежда името ѝ от арабски. После тя понесе негативите от разлъката на съпруга ѝ с предишните му западни съюзници заради започналата война на Ал-Асад със сирийските бунтовници. В западните медии започнаха да се появяват статии, които я описват като алчна, разточителна и безчувствена.

Асма ал-Асад плаща цената за това да бъде съпруга на сирийския президент. Имала е много възможности за избор на път в живота си. Но се омъжва за Башар ал-Асад по любов и този избор я поставя на изпитанията, които среща в момента.

„Пустинната роза“ се ражда в Лондон през 1975 г. в семейството на сирийски сунити. Майка ѝ е дипломат, а баща ѝ – кардиолог. Завършва с отличие икономика, математика, компютърни науки и френска литература в Кралския колеж на Лондонския университет през 1996 г. Няколко години води успешна кариера на банкер – първо в Deutsche Bank, после в парижкия и в нюйоркския клон на JP Morgan.

През 2000 г. се омъжва за Башар ал-Асад, с когото се познават от деца. Така както той се е отказал от професията на офталмолог, за да поеме ръководството на страната, тя спира с банкерската си кариера. Проектите, които Асма насърчава, са повече свързани с развитието на регионите и на малкия и среден бизнес в Сирия. Тя се грижи и за трите си деца с Башар ал-Асад – Хафез, Зейн и Карим.

Продължаващият и в момента бунт на мотивирани от религията сунити от арабския свят, които искат религиозно право, поставя под съмнение тази нейна оценка, че религията е важна само за отношенията между човека и Бога. Но също както е вярна на любовта си към сирийския президент, тя е вярна и на светския модел в сирийското общество.

Съдбите на Асма, Рания и Моза са различни, но между тях има и нещо общо. Те са модерното лице на народи, в които традицията не се предава лесно. Понасят и позитивите, и негативите от ролята, която играят съпрузите им на световната сцена. И, разбира се, са майки и жени в общества, където разделянето на ролите между мъжете и жените традиционно е постриктно. Битката и за трите продължава.





Фото twitter.com/presidency_sy

Актуални снимки на Асма ал-Асад рядко се появяват в медиите. Последните са от началото на 2016 г. в Туитър акаунта на сирийския президент

RENAULT
Passion for life

Renault TALISMAN

Поеми контрол



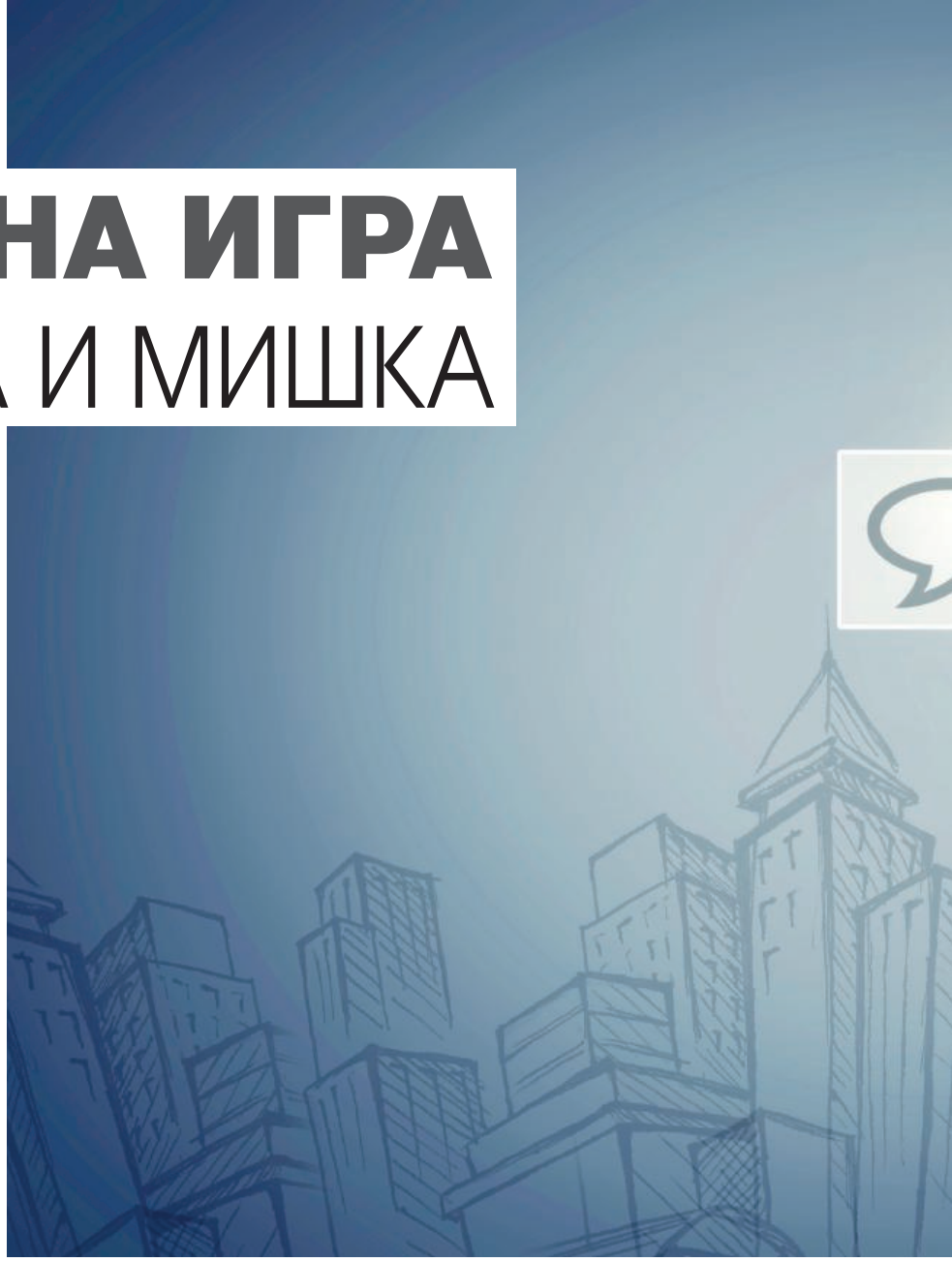
Renault **TALISMAN** – с **ексклузивната система 4CONTROL** с четири завиващи колела, гарантираща прецизност на траекторията и стабилно управление.

Среден разход на гориво: от 3,6 до 5,6 л/100 км. Емисии на CO_2 при смесен цикъл: от 95 до 127 г/км. Снимката е илюстративна.

Renault препоръчва elf

Renault.com

ПАЗАРНА ИГРА на КОТКА И МИШКА



автор: Георги **Георгиев**

Когато котката види мишка, тя добре преценява къде точно да скочи, за да я хване. И това е на базата на инстинкта и на опита, трупан от поколенията котки преди нея. По подобен начин и търговците изучават поведението на потребителите, но все повече на конкретния потребител, за да знаят точно какво да му предложат, за да купи.

Привидната **анонимност**

Таргетираната реклама е факт и постоянно растат каналите, по които всеки от нас получава персонални предложения. Търсим ли нещо в интернет, после през социалните мрежи, по мейла или чрез телефона получаваме оферти, без дори да сме ги искали.

Интернет дава прекалено много информация за всеки с това, което чете и търси. Смартфонът позволява проследяване. Плащането с банкова карта също е идентификация, към която се добавя информацията кой, какво и къде пазарува. И така се изгражда клиентският профил на всеки. Той дава още по-големи възможности за облъчване с таргетирана реклама и за целенасочена манипулация. Анонимността е привидна, всичко става все по-персонализирано.

За търговците е важно да намерят начин по-често да вкарват своите клиенти в магазина, пък било то и електронния магазин. Затова се правят разнообразни събития, ползват се най-различни трикове, които целят да привличат вниманието на потребителите. Стратегическото усилие е клиентът да бъде обвързан и възможностите за това стават все повече. Единият подход е свързан с личностното обвързване, друг вариант е да се дават облаги – че си купил продукта точно оттук, че си избрал конкретна стока, може да има бонус за лоялност, може да се предлагат отстъпки за следващи покупки. Клиентът държи на уникалността и добрите търговци добре умеят да работят с тези очаквания.

За кого **щраква капанът**

Човек е променлив и неговите вкусове и предпочитания се менят. Затова вече има начини да се прогнозира поведението на потребителите. Във всеки бизнес има клиенти, които използват еднократно услугата и не повтарят. Но вече има методи, чрез които компанията може да увеличи т. нар. Conversion rate – дела на клиентите, които се превръщат в многократни. Чрез средствата на предвиждащите анализи се разработва модел, който разпознава кой от новите клиенти има профил на многократен и кой на еднократен. Тази информация може да се комбинира с предварително разработена сегментация на клиентите в компанията. С подобно моделиране се отсяват онези, които имат профил на еднократни клиенти. Те се разпределят в няколко сегмента и после за всеки от сегментите има специфично предложение според профила, нуждите и очакванията на клиентите в него. Опитът показва, че



ТЪРГОВЦИТЕ СЕ СТРЕМЯТ ДА ГРАДЯТ ДОВЕРИЕ, НО СЕ ВЪЗПОЛЗВАТ ОТ ДОВЕРЧИВОСТТА И ОТ НЕДОСТАТЪЧНАТА ИНФОРМИРАНОСТ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

е възможно в резултат на такава кампания продажбите да скочат с над 500%. Важен момент е, че тези оферти не се предлагат на клиенти, които виждат стойност в продукта, какъвто е. Посредством модела за разпознаване на потребителите се избягват разходи за онези от тях, които ще се възползват и без кампания. Подходът е, че има „сиренце“ само за мишките, които иначе няма да влязат в капана.

Зад паравана **на привидното**

В тази игра на котка и мишка все пак има две страни. И двете страни стават все по-информирани и това създава нови предизвикателства за компаниите, тъй като те трябва да прилагат нови техники и непрестанно да са креативни в битката за привличането и задържането на клиентите. От една страна, те трябва да градят доверие, а от друга, да се възползват от доверчивостта или недостатъчната информираност на потребителите. И за целта компаниите се стремят да има асиметрия на знанието, защото когато „мишката“ не подозира, че котката я дебне, тя много по-лесно може да бъде хваната.

От гледна точка на консуматора всички продукти са еднакви и се отличават най-вече по опаковката, твърди маркетологът Орлин Митушев от „Дитерамб Консулт“. Според него повече се наказва за неправилно паркиране, отколкото за манипулацията на потребителите, макар и за това понякога да се налагат глоби. Компаниите често предпочитат да платят тези суми, но не и коренно да променят политиките си. Някои дори се придържат към правилото „Лоша реклама, но реклама“ и са убедени, че и отрицателните коментари също създават интерес към продукта. Заблудата пък създава привидност, която е като параван за постигането на определени цели, които не се афишират.

Отстъпката **продава**

Промоциите стимулират потреблението. Много често клиентът купува не защото дадена стока му трябва, а защото тя се предлага изгодно. Промоциите служат за привличане на клиенти, но е недопустимо да се пише, че тя важи до изчерпване на количествата, а трябва да е от определена дата до друга, твърди Митушев. В промоциите участват три страни – производителят, търговецът и крайният потребител. Производителят носи всички разходи по нея, а изгодата е за крайния потребител. Целта е да може отстъпките в цената да помогнат при навлизането в нов район, на нов пазар и промоцията е добър начин той да бъде забелязан. Понякога производителят е готов да продава дори без печалба само за да привлече вниманието на потребителите. Промоцията може да е за въвеждане на нов продукт, за бързо реализиране на определена стока, а може и за реактивиране на стар компрометиран продукт, като чрез отстъпката в цената производителят иска отново да спечели доверието на своите клиенти.

Марките се борят за своята сила, но понякога се получават пазарни изненади от други играчи, които успяват да подбият влиянието на даден бранд и той губи позиции. Възстановяването на имиджа после става трудно. Има редица примери за световноизвестни марки, които са били изместени от други. И в играта на котка и мишка някои котки са по-добри и хващат повече мишки.



ИГРОВИЗАЦИЯТА **ПРОДАВА**

автор: Етиен **Янев**

Съвременните маркетолози търсят все по-атрактивни начини за достигане до желаната аудитория. В ерата на дигиталните комуникации не е достатъчно да се генерира агресивно съобщение от типа „Купи това!“. Успешният подход днес е по-скоро привлекателен, отколкото агресивен, защото само чрез него компаниите може да спечелят доброволното участие на потребителя. Ако се добави и „забавление“, несъмнено обръщаме поглед към набиращото сила уебявление, наречено игровизация, чиито корени са игрите и техният състезателен елемент.

Съревнование

От гладиаторските битки в Древния Рим до бума на аркадните видеоигри и появата на Pac-Man се забелязва един и същи феномен – стремежът на хората да се съревновават и да демонстрират надмощие в определена система. Състезанието се проявява като форма на комуникация и взаимодействие с останалия свят, докато играчите сверяват постиженията си с получаването на точки, статуси, титли, значки или други признания, след следване на схема от правила и стъпки.

Според определението играта е формална система с променливи и количествено измерими резултати, базирана на правила. Играчът полага усилия и избираеми действия, за да повлияе на крайния резултат, и се чувства привързан към него. Това знание вече се използва от маркетолозите.

Дигиталната **реалност**

Състезателният елемент е в основата на видеоигрите, които сега са широко популярни по цял свят заради способността им трайно да ангажират потребителя. Гейм индустрията се разраства с огромни темпове дори във време на криза. След появата на интернет и социалните медии игрите също претърпяха сериозна промяна. От обикновено 2D взаимодействие, каквото познавахме на аркадните машини, сега те са свързани в един 3D свят на компютри и конзоли. Играчите днес имат нуждата да бъдат част от новия дигитален свят, а новите технологии им позволяват не само да ги изпитат, но и да бъдат вътре в тях.

Използването на куизове и игри е движеща сила в социалните медии с цел бизнес развитие, щом много от най-популярните Facebook апликации можем да класифицираме именно като такива. Социалните игри промениха и начина, по който потребителите пазаруват. Разработчиците на приложения вече не очакват печалба само от продажбата на основния си продукт, но и от тази на виртуални стоки. Според данни на американската компания за медийни и маркетингови проучвания „Пайпър Джефри“ продажбите на виртуални стоки в САЩ през 2009 г. са достигнали стойност от 1 млрд. долара и между 5 и 7 млрд. долара за целия свят и оттогава насам броят им нараства стремглаво. Според проучване на CNBC продажбите на виртуални стоки и дигитални копия на игри в световен мащаб през 2015 г. възлизат на внушителните 61 млрд. долара. Средната похарчена сума



за виртуални стоки в мобилни игри се равнява на 50 долара на човек за една игра. Причините за покупка на виртуални стоки най-често са свързани с получаване на по-висок статус, предимство пред конкуренцията, екипна игра, преживяване на ново съдържание, персонализация и себеизразяване.

Формиране на **потребителското поведение**

Видеоигрите са потенциален инструмент за формиране на потребителското поведение в посока, зададена от гейм дизайнерите. Игрите като маркетингово средство може да съдействат в насочването на внимание към даден бранд и ангажирането с него. Така игровизацията заема все по-голяма територия. В най-общ смисъл тя е създаване на гейм атмосфера в не-гейм ситуации. Понятието „игровизация“ за първи път се появява в блог-пост на Брет Терил, който го описва като използване на гейм механики и прилагането им в други уебинструменти с цел увеличаване на ангажираността.

Успешен пример за постигане на маркетингови цели чрез игровизация е мобилното приложение за маратонисти - NIKE+. Апликацията е насочена към хора, които обичат да спортуват в парка и са склонни да споделят тези моменти чрез бранда на NIKE. Програмата дава информация на маратонистите за изминатия маршрут, скоростта на бягане, проследяваща карта, но и гейм елементи като класиране, статуси, точки, баджове и други. Като добавим към това и социални компоненти като споделяне и коментиране в реално време, кампанията вече е вирусна. Сега си представете кофа за боклук, която ви дава точки за всеки правилно изхвърлен предмет - това също е пример на игровизация. Тя позволява да промотираме не само продукта, но и изживяването от бранда чрез стремежа към „здравословен начин на живот“ или „чист град“.

Палитра на **вирусния маркетинг**

Игровизацията в дигиталния свят допълва палитрата на вирусния маркетинг. Обикновено позитивното съдържание е по-вирусно от негативното, а игрите в своята същност са считани за източник на позитивна емоция. Същевременно

СТРАТЕГИИТЕ ЗА РАЗРАСТВАНЕ НА ПАЗАРНОТО ВЛИЯНИЕ **ДНЕС РАЗЧИТАТ НА НОВА ТАКТИКА**



преживяването от дадена игра невинаги може да е позитивно, защото може да предизвика у играчите емоция на лична неудовлетвореност и тъга. Затова създателите и програмистите на даден игровизиращ метод трябва да подберат най-подходящия гейм дизайн за целите на дадена кампания, а ако към това добавят и възможността за изпращане на социални сигнали като споделяне и коментиране в социалните мрежи, тя може да стане вирусна и да повлияе благоприятно на популярността на бранда.

Изработването на игровизирана система може да струва скъпо на компанията, но за сметка на това преносът на маркетинговото съобщение ще е на цената само на едно „споделяне“. В някои игровизирани системи играчът дори се поощрява с точки, когато помага на бранда да се популяризира. Още повече че споделянето е напълно доброволно и то най-често се прави от хора, които вече ни следват в различни общности от екосистемата на бранда. Таргетирането на публики също е много по-прецизно, защото игровизираните системи събират нужната информация за потребителите и обикновено достигат до целевата аудитория.

Тактика

Игровизацията е процес на засилване на услуги чрез мотивационни инструменти, за да се създаде игрово преживяване и допълнителни поведенчески резултати. Чрез нея можем да запознаем потребителите с нашия бранд в една атрактивна и интерактивна среда, без да се налага да бъдем агресивни в посланията си, като същевременно с това формираме потребителското поведение. Игровизацията е тактика на бранда, която също трябва да бъде анализирана и внедрена прецизно, за да бъде успешна, а това включва подбор на правилни игровизиращи елементи, достъпен и привлекателен гейм дизайн, целева аудитория и най-вече желание от страна на бранда да бъде полезен и увлекателен за потребителите си. Приложението NIKE+ вече е свалено над 10 милиона пъти и може само да гадаем за мащаба на социалните сигнали в интернет. Вие също може да опитате с игровизация.

НАЙ-ИЗПОЛЗВАНИ ЕЛЕМЕНТИ НА ГЕЙМ ДИЗАЙН В ИГРОВИЗИРАНИ КАМПАНИИ

1. ТОЧКИ
2. КЛАСИРАНИЯ
3. ПОСТИЖЕНИЯ
4. БАДЖОВЕ
5. НИВА
6. ИСТОРИЯ
7. ТЕМА
8. ЯСНИ ЦЕЛИ
9. ОБРАТНА ВРЪЗКА
10. НАГРАДИ
11. ПРОГРЕС
12. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО

СИЕЛА LAW В ПОМОЩ НА ЧУЖДИТЕ ИНВЕСТИТОРИ

Г-н Нейков, представете правноинформационен софтуер „Сиела Law“.

- Сиела Law е програма, предназначена да предоставя преводи на българското законодателство на английски език. Създадена е още през 1997 г. и досега се поддържа и попълва. Например с нас работеше Европейската комисия по предприсъединителните програми на Република България в Европейския съюз. Става въпрос за обнародвани в Държавен вестник нормативни актове. Има и източници на международното право – договори, конвенции, спогодби за избягване на двойното данъчно облагане и други. Предназначен е да помага на чуждестранни инвеститори и български фирми, които имат чуждестранни контрагенти.

- Какви са неговите основни функции?

- Основната функция на правноинформационния софтуер Сиела Law е да предоставя навременни преводи на доста динамичното българско законодателство. Програмата съдържа преводи на всички български кодекси и закони и само от тях имаме близо 400 акта, които искат постоянно актуализиране. Всеки акт се поддържа със своите стари редакции (преди нанасяне на съответните изменения и допълнения) от 2002 г. насам. Така наречените стари редакции са наистина необходими при решаване на проточили се съдебни дела например. С подобна цел се съхраняват и отменени вече нормативни актове. Базата данни има мощна и бързодействаща система за търсене, а освен това има и локално търсене в отворен документ или структура. Структура е подредбата на актовете – в случая на Сиела Law те са подредени по тежест в отделни структури или директории.

- Какви документи се налага чуждестранните инвеститори да използват/попълват най-често в България? Има ли ги в програмата?

- В България, а и в Европейския съюз като цяло, има обширни и многобройни регулаторни режими и произтичащия от това документооборот може да приеме гигантски размери. Най-доброто решение за това е да си наемете юрисконсулт или адвокат. В програмата има преводи на нормативните актове, които предвиждат тези режими на регистрации, декларации и прочее документи, които трябва да се попълват. Говорим за дву- и трицифрени числа. Законите, правилниците, наредбите и т.н. имат приложения, в които има примерни образци на такива документи – в повечето случаи ние превеждаме и тях, така че да дадат представа на чуждестранния потребител, но по принцип те се представят на български пред българските власти, а за това си трябва български юрист или счетоводител.

- Може ли да се направи аналог с друг подобен софтуер? Какви са предимствата на Сиела Law пред конкурентни продукти?

- Има конкуренти и това е наистина добре за потребителя, тъй като цените са на ръба на разходите. Нашите предимства са в опитния екип преводачи и натрупания почти две десетилетия опит. Предлагаме и превод при нужда на конкретен нормативен акт, по договаряне с клиента.



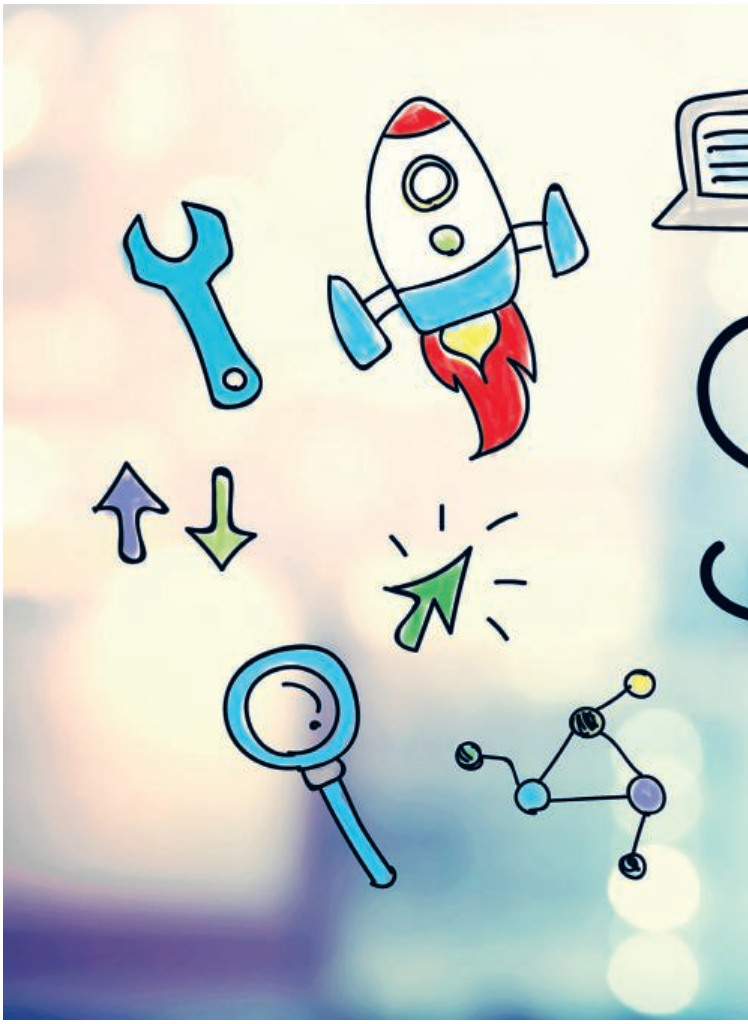
Фото Стоян **Йотов**

Г-н Танко Нейков е Ръководител Преводни програми – Сиела Law и Сиела Ru. Работи в Сиела Норма от 1998 г. Има висше филологическо и висше юридическо образование от СУ „Св. Климент Охридски”.

ПРАВНО-ИНФОРМАЦИОННИЯТ СОФТУЕР СЪДЪРЖА **ПРЕВОД НА АНГЛИЙСКИ И РУСКИ НА НОРМАТИВНИТЕ АКТОВЕ**

SEO
НОВА ЕРА В МАРКЕТИНГА

ПОКРАЙ ВЪЗХОДА НА ОНЛАЙН ТЪРСАЧКИТЕ СЕ ПОЯВИ ЦЯЛ НОВ БРАНШ ОТ СПЕЦИАЛИСТИ, **КОИТО ЗНАЯТ КАК ДА НИ ИЗВЕДАТ НАПРЕД В РЕЗУЛТАТИТЕ В GOOGLE ИЛИ YAHOO**



автор: Александър **Александров**

Днес все повече мениджъри осъзнават, че колкото и качествен продукт да предлагат компаниите им и на каквато и да е цена, ако потребителите не могат да ги открият в Google, шансът да си купят от тях намалява. Вие може и да имате най-модерните магазини с най-приветливия персонал, но ако подценявате онлайн присъствието си, това ще ви донесе негативи в дългосрочен план. Причината е, че потребителските нагласи се променят и все повече клиенти днес търсят един продукт първо в интернет и след това или си го поръчват направо онлайн, или отиват в съответния физически магазин, в чийто сайт са го видели. Всичко това превръща интернет търсачките в най-значимото маркетингово поле, което започва да надминава по важност дори телевизионната реклама и всякакви други формати.

През последните години този факт доведе до създаването на цял един нов сегмент от онлайн маркетолози, наречени SEO специалисти (от Search Engine Optimization, или оптимизация за търсещи машини). Най-често те предлагат услуги за оптимизация в Google, но не липсват и такива, които могат да ви изведат напред и в по-непопулярни търсачки като Yahoo, Yandex, Bing и др. В основата на работата им е познанието за това как функционират онлайн търсачките, на каква база техните алгоритми извеждат един сайт по-напред или по-назад в класирането и съответно – как да направим нужните стъпки, за да бъде „харесан“ нашият сайт от тях.

Как работи?

Има хиляди методи за извеждането на един сайт напред в резултатите на Google, но най-общо те се обединяват в две групи – onsite оптимизация, която включва редица дейности по самия сайт, както и linkbuilding – изграждане на качествени линкове към него от външни източници в интернет.

Преди да започнем да работим в тези две насоки обаче, най-важното нещо, което трябва да направим, е да си изберем правилните ключови думи и изрази, по които искаме да бъдем откривани в мрежата. Парадоксално е, но много мениджъри поставят на своите служители, поддържащи фирмените сайтове, задачата „да излизаме напред в Google“, без обаче да са наясно при търсенето на кои думи желаят да се позиционират. Ключовите думи и изрази трябва да са свързани с бизнеса на компанията, но също и да са такива, които се търсят много в интернет. Ако например вие сте банка, няма смисъл да се позиционирате просто по думите „банки“ или „финанси“, защото често хората, които търсят тези думи, търсят просто финансови новини или пък финансови специалности в университетите. Вместо това може би е по-добре да се борите за „депозит“, „онлайн банкиране“ или други по-специфични думи. В интернет има достатъчно инструменти, чрез които можем да разберем колко търсена е дадена дума или израз в Google.

След като определим ключовите думи, започва и самата битка. Трябва да имаме предвид, че най-общо Google дърпа напред сайтовете по два признака: колко добре са направени те (като код, съдържание и др.) и колко линкове водят към тях, при това – от по-хубави други сайтове. Ако се замислим, тези принципи не са нови – от векове най-голямо внимание получават хората, които изглеждат най-добре, и тези, за които се говори най-много. Алгоритмите на Google просто прехвърлят тези принципи в онлайн света.

Onsite оптимизацията

обхваща всички задачи, които трябва да извършим по собствения си уебсайт, за да подобрим неговото класиране



в търсачките. Най-общо те са в две направления – работа по кода на сайта и работа по неговото съдържание. Това включва създаване на описание и добавяне в кода на ключовите думи и изрази, създаване на robots.txt файл, който улеснява ботовете на Google (и не само) да знаят какво да гледат и какво да не гледат на нашия сайт, създаване на xml sitemap – карта на сайта, както и оптимално използване на заглавията и имената на рубрики. От огромно значение е също той да разполага с качествени и уникални текстове, наситени по естествен начин с ключови думи, както и разнообразно друго съдържание. Google извежда по-напред сайтове, в които има не само повече текстове, а и снимки, видеоклипове, дори вградени географски карти и други типове съдържание. Таговете (етикетите) на изображенията също е добре да са оптимизирани. Напоследък Google увеличи и тежестта на фактора мобилност – търсачката класира по-напред сайтове, които са изцяло responsive, т.е. оптимизирани са за гледане през смартфон, таблет и други екрани,

В общи линии с най-голяма тежест си остава наличието на хубави собствени текстове и снимки – алгоритмите на Google са много добри в това да преценяват дали един сайт е полезен за посетителите. В крайна сметка това е и основната цел на онлайн търсачката – да извежда напред по-полезното съдържание в интернет.

Изграждане на външни линкове

Втората основна сфера на дейност е linkbuilding, който обхваща всички възможни варианти за изграждане на хубави линкове от външни интернет източници. Сред задължителните първи стъпки (макар и без особена тежест) тук е регистрацията на сайта в различни тематични каталози и директории, от които може да се вземе линк. Други често използвани методи са създаването на профили във Facebook, Google+ и други социални мрежи, както и в т.нар. social bookmark сайтове, изпращането на прессъобщения до медиите, някои от които включват в публикациите си и линк към уебсайта на изпращача, гост-публикации в тематични блогове, публикуване на линкове в партньорски уебсайтове, публикуване на прессъобщение с линк в сайтове за прессъобщения, публикуване на линк във форуми или в коментари под медийни публикации (ако е възможно).

Извеждането на един сайт на по-предни позиции в Google е постоянна битка. Не съществува бърз и лесен начин за постигане на успех, а много от сочените за такива всъщност не се харесват на онлайн търсачката и използването им може дори да доведе до наказание за даден сайт.

През последните години в стремежа си да изведат своите клиенти на първа страница SEO специалистите изпълниха онлайн пространството с огромен брой сателитни сайтове, които имитират някаква дейност, но всъщност съществуват само за да бъде изпратен линк от тях към техния клиент. Такива проекти не носят стойност на интернет потребителите и Google не гледа с добро око на тях. Затова и с последните ъпдейти на търсещия алгоритъм на компанията тежестта на много от тези практики беше премахната и много SEO методи, които дълги години имаха ефект, днес вече не работят. Предстоят и още промени в стремежа на търсачката да изчисти интернет от „боклука“, появил се като резултат от опитите да се „заобиколят“ нейните принципи за търсене. Браншът се променя динамично и е трудно да се каже как ще изглежда той през следващите няколко години. Това, което едва ли ще се промени обаче, е значението, което качественото собствено съдържание и линковете от авторитетни източници ще оказват върху позиционирането в търсачката.

УМНИ БИЗНЕС РЕШЕНИЯ



автор: Тони **Григорова**

Различни фактори влияят за създаването и развитието на даден бизнес. Точната среща с точните хора в точния момент винаги е от решаващо значение. Така за появата на Smart Business Soft съществена роля има харизматичното присъствие на Наталия Футекова, която е управляващ партньор на ERP.BG, а същевременно е и университетски преподавател по бизнес софтуер. Тя успяла да предаде своя ентусиазъм на Александър Цветанов, Ивайло Демирев и Георги Георгиев, които повярвали, че бизнес софтуерът има добро бъдеще и те може да имат присъствие в него като част от партньорската мрежа на ERP.BG.

Началото

Тримата софтуерни специалисти създали Smart Business Soft като консултантска фирма за внедряване на ERP системи. Това е първият пилотен проект от стартъп програмата, която ERP.BG създаде в подкрепа на стартиращи предприемачи в областта на бизнес софтуера. Приели визията на ERP.BG за развитието на системите за управление, начина им на предлагане и в частност на разработената от компанията ERP система. Това им дало увереност, че си струва да станат част от тази партньорска мрежа.

И тримата извършват всички дейности, свързани с внедряването и поддръжката на ERP системата, но има сфери, в които всеки има специализация: Александър е мениджър „Маркетинг и продажби“, Георги е проект мениджър, Ивайло е експерт по внедряване и бизнес анализ.

Фокус

Дейността на компанията е фокусирана върху продажба, внедряване и поддръжка на управленски софтуер от тип ERP. Част от работата е да анализират бизнес процесите и организацията в компаниите, където ще внедряват. ERP решението, което предлагат, е удобно за фирми с предмет на дейност търговия, производство, сервиз, наемоотдаване и управление на проекти. Софтуерът е подходящ както за големи холдинги с множество различни дейности, така и за малки и средни фирми. Според Александър Цветанов все повече компании разбират важността на това да имат средство за планиране, управление, контрол и анализ на процесите, протичащи в организацията.

Управление на **фирмата**

За всяка стартираща компания е трудно да се научи на добро управление. В началото и основателите на Smart

МАЛКАТА КОМПАНИЯ SMART BUSINESS SOFT Е ЧАСТ ОТ ПАРТНЬОРСКА МРЕЖА ЗА ВНЕДРЯВАНЕ НА ERP СИСТЕМИ



Фото **Стоян Йотов**

Георги Георгиев, Ивайло Демирев и Александър Цветанов (отляво надясно) засега са фокусирани върху българския пазар, но обмислят и излизане зад граница

Как да създадем и да развием компания

✓ ДА ИЗБЕРЕМ ТОЧНИЯ МОМЕНТ

Шансът винаги играе роля при стартирането на нов бизнес, но ние се опитахме да се застраховаме от него, като планирахме най-подходящото време. Когато говорим за внедряване на бизнес софтуер, има периоди от годината, когато работата е по-малко и когато има пикове. Съзнателно решихме да стартираме по време на пик и това допринесе за по-бързото развитие на фирмата. Стартирахме с подбрани предварително клиенти, което ни позволи да предвидим заетостта си в близкото бъдеще още преди да сме започнали работа. Естествено тогава ни помогнаха и нашите партньори от ERP.BG, като ни гласуваха доверие и ни повериха някои от своите проекти.

✓ ДА ИЗБЕГНЕМ НЯКОИ ГРЕШКИ

Грешки винаги ще има, по-важното е те да се търсят и винаги да се мисли за подобрение на работния процес. Няма фирма, която да има перфектен модел на работа завинаги. Той обикновено е временен, поради това нашият съвет за всички, които тепърва ще стартират бизнес, е да бъдат максимално гъвкави в това, което правят, и винаги да обмислят как да подобрят работния процес, както и постоянно да се опитват да предвидят промените в пазара още преди те да са се случили. Най-голямата грешка, която една фирма може да направи, е да приеме даден начин на работа за най-добър и да спре да мисли за неговата промяна.

Business Soft работили на принципа „проба-грешка“. Но всички от екипа вече имат години опит в сферата и познават пазара. Това им позволява по-добър поглед върху изграждането на вътрешноорганизационната структура на работа. И тримата основатели имат идеи за начина и стандарта на работа, който трябва да изградят и поддържат. „Това не е нещо, което се прави веднъж и просто се следва. Стараем се винаги да сме в крак с пазара и заедно с него да оптимизираме и своя начин на работа“, уверява Георги Георгиев.

Растеж

Smart Business Soft обмисля варианти за излизане зад граница, следи за опциите да стъпи в чужбина, но към момента фокусът е върху пазара в България. „Тук има много работа, все повече фирми осъзнават, че колкото и добре да познават пазара и клиентите в своята сфера, имат нужда от по-детайлен поглед върху всички бизнес процеси, които протичат при тях. Все още има много фирми, които не използват софтуер или използват неподходящ вариант, а други тепърва ще разбират колко им е необходим“, обяснява Ивайло Демирев. Без съмнение разрастването на фирмата е пряка цел на екипа и вече имат изградена стратегия за постигане на това. Опитват да предвидят нуждите на конкретен тип фирми и да изградят перфектното за тях решение, с което да се отличат от останалите на пазара. Стремежът е да намалят необходимото време за внедряване на една ERP система, без това да се отразява на качеството на услугата. Растежът ще става и чрез сформирането на по-голям екип, с който да увеличат броя на успешните проекти.

Прогноза

Все повече фирми се насочват към услуги тип „SaaS“. Главната причина за това е намаляването на първоначалната инвестиция. При този вид услуги не се купуват лицензи на софтуера, както и не е необходим допълнителен хардуер (сървъри). Не се налага клиентът да мисли за поддръжка или upgrade на софуера и хардуера. Така той извлича само плюсовете от подобен тип софтуер, без да губи фокус върху бизнеса си. Според Smart Business Soft бъдещето на бизнес софтуера е все по-достъпен и лесен интерфейс на програмата, мобилност чрез работа с таблети и смарт устройства, а също достъпни цени, разширяване на обхвата от функционалности и намаляване времето за внедряването му.

БЪЛГАРСКИ УЧЕН във ВИРТУАЛИЗАЦИЯТА на СВЕТА



Проф. д-р Денчо Батанов - 10 преподавателски години в университета "Фредерик" в Никозия.

автор:
Бранислава **Бобанац**,
Кипър

До 10-15 г. развитието на информационните и комуникационните технологии, на интернет, ще доведе до създаването на един универсален, общ световен компютър. Той ще работи на основата на единна операционна система, която ще даде възможност милиарди компютри по света да се свържат така, че да действат като един, с гигантска изчислителна и информационна мощ. Прогнозата не е поредна художествена интерпретация за силата на машините и съдбата на човечеството от роман или филм. Така вижда развитието на технологиите в съвсем близко бъдеще български учен, чиято професионална кариера минава под знака на компютърната революция. Проф. д-р Денчо Батанов подготвя нови хай-тек кадри, като вече

46 години е университетски преподавател

в България и в чужбина. С края на семестъра и изпитната сесия през този юни завършват 10-те академични години на проф. Батанов в най-големия и престижен частен университет в Кипър – университета „Фредерик" в Никозия. На средиземноморския остров той пристига след 15 години работа в един от центровете на световната техническа мисъл и водещ в Азия научноизследователски център в областта на новата виртуална реалност – Азиатския технологичен институт (AIT) в Банкок. Учебното заведение е специализирано за обучение само по магистърска и докторска степен и възпитаниците му са „цветът" на страни, излизащи на челни IT позиции в международната конкуренция – Китай, Япония, Индия, Тайланд и Малайзия.

Преди 25-те си години в чужбина проф. Батанов е натрупал 22-годишен преподавателски стаж в университета, в който е бил и студент – ВМЕИ (сега Технически университет) в София. Той е основател и дългогодишен ръководител на катедрата „Програмиране и използване на изчислителни системи" (сега „Програмиране и компютърни технологии"), която става не само новото „лице" на ВУЗ-а през 80-те години на миналия век, но и активно участва в модернизирането на българската икономика.

Заедно с всичко това проф. Батанов е бил координатор и ръководител на повече от 10 международни изследователски проекта, провеждани под егидата на ЮНЕСКО и Програмата за развитие на ООН, като е работил в мисии в различни страни в Европа и Азия. Над 160 научни публикации носят неговото име.

„Винаги съм се чувствал преподавател. Винаги съм приемал това като моя съдба и съм намирал призванието си в него, никога не съм и мислел дори за възможност да работя в компания и не съжалявам за това. Моята специалност е



С докторанти по информационни технологии в Куала Лумпур, Малайзия. В Азия е най-интересният професионален период на проф. Батанов

създаването на софтуер и едно е ти да напишеш програма, а съвсем друго – да научиш другите как да я направят. Това е голямо предизвикателство, защото нашата сфера се развива много бързо и трябва непрекъснато да следиш новостите, за да си готов винаги да ги предадеш на студентите си и да отговориш на интереса им“, обяснява професионалните си принципи проф. Батанов.

Самият той се смята късметлия, че работи в областта на високите технологии и че е имал шанса да участва непосредствено в

„революцията“ на **компютрите**

през последните 20 години. „През това време се направиха феноменални неща в информационните и комуникационните технологии и хората трябва да ги благославят, защото им откриха света. Дори аз, който съм свидетел на всичко това, продължавам да се учудвам на трансформацията на мисленето и възможностите, които те дадоха“.

Именно затова като най-интересен и решаващ за развитието му като специалист период той определя 15-те си години (от 1991 г. до 2006 г.) в Банкок. „Благодарен съм на съдбата, че имах възможност да отида и да преподавам толкова дълго в Азиатския технологичен институт. Работил съм неимоверно много, по 14-18 часа на денонощие, четях и научих много неща, защото точно това бе времето на технологичната революция. Аз трябваше да успея да предам тази скорост и новите знания на моите студенти, да ги накарам и те да мислят по този начин“, казва проф. Батанов.

Точно в началото на 90-те години се появява Web като приложение върху Интернет („проста, но гениална идея и реализация“), което според проф. Батанов поставя началото на кардиналната промяна, защото с него „светът тръгна в друга посока, хората получиха достъп до всичко в света, което може да се използва като информация“. Много важен скок в технологиите прави започналата през тези години тенденция за „Интернет на Нещата“ (Internet of Things), т.е. да свържеш всичко и навсякъде (дори битовите електроуреди) към интернет и те да се управляват чрез интернет, и това е бъдещето, убеден е професорът. Огромни според него са и новите възможности, които дава наситената със сервизни програми технология на „cloud computing“ (или „облак“), която до няколко години ще бъде достъпна за всички, абсолютно задължителен път става повсеместното използване на компютрите. Тенденцията за „виртуализация“ – на сервизите, хардуера, софтуера, пък позволява на всеки от неговия малък физически свят да се прехвърли във виртуалния свят, където да намери всичко, което поиска и може да му върши работа, изброява още той от нововъведенията.

Най-важното за него като университетски преподавател е „да свърже“ курсовете, които води, с реалния живот – технологиите, които се изучават, да не са само чисто научни разработки, а да имат приложение в индустрията и социалната практика. „Новите информационни и комуникационни технологии са ключът за повишаване на

вътрешния интелект на **икономиката**

като система. Ние очакваме от тях да вкарат в нея повече smart елементи и да осигурят повече интелект, което води до нейното развитие“, вижда смисъла на тази връзка проф. Батанов.

Как да се гарантира ръст на брутния вътрешен продукт на страните на базата на използването на новите информационни технологии и иновациите, свързани с тях, е най-голямото предизвикателство сега в световен мащаб, смята компютърният професор. И се аргументира – според данни на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие повече от 95% от бизнесите сега са въз основа на интернет, използват неговите ресурси и създават продукти,

ИНФОРМАЦИОННИТЕ И КОМУНИКАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ СА КЛЮЧЪТ КЪМ РАЗВИТИЕТО НА „ИКОНОМИКА С ПОВЕЧЕ ИНТЕЛЕКТ“, ТВЪРДИ ПРОФ. Д-Р ДЕНЧО БАТАНОВ .....

които се разпространяват чрез него. Е-търговията е в разцвет сега, защото имаме тази мрежа от компютри, продължава проф. Батанов. А след връзката между компютрите следва връзка между машините – през 2020 г. 50 млрд. машини в производството ще бъдат включени една към друга и ще обменят информация помежду си, цитира той международни изследвания. В развитите страни благодарение на новите технологии са спестени повече от 400 млрд. долара чрез е-здравеопазването (mobile health), в образованието пък са привлечени 1.8 млн. студенти, а в „smart“ градовете емисиите от въглероден двуокис са намалени с 27 млн. тона, пали се все повече проф. Батанов, докато разкрива перспективите за света ни, постижими с помощта на компютрите.

Икономическото развитие ще се ускори от нарастващия обем на информация, която се обменя между различните компютри, но той пък изисква голям информационен път. Ако неговата ширина се увеличи с 10%, това ще доведе до нарастване с 1.4% на брутния вътрешен продукт, посочва данни от проучвания проф. Батанов. Според него IT разработчиците са си свършили работата – от научна гледна точка „всичко е ясно и е направено“. Проблемът е на държавите, защото те трябва да изградят тези нови

информационни магистрали

но за „строителството“ им трябват сериозни финанси. Затова и в България това още не може да стане, коментира проф. Батанов.



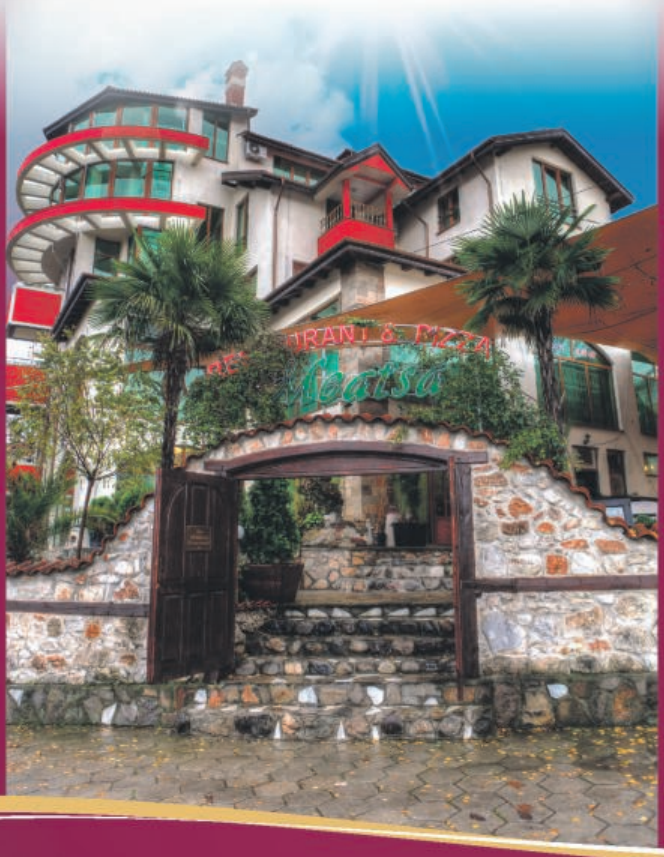
„Това е моят истински кабинет“, казва проф. Батанов - една от компютърните зали в университета „Фредерик“, където той работи със своите студенти

Страната ни обаче се включва в световната трансформация на работната сила в резултат на информационните и комуникационните технологии, преценява тенденцията у нас професорът. А тя се дължи на факта, че в света вече почти няма сравнително сложен софтуер, който да се разработва от един екип на едно място – в създаването му участват много програмисти, които са в различни страни и са в контакт чрез глобалната мрежа. Индия, Пакистан, Малайзия, Тайланд са типичните държави, които предоставят много програмисти като работна сила, работещи върху програми на САЩ и други водещи страни, и това засилва икономиките им, показват наблюденията на проф. Батанов. Според него България върви по този път и, след като вече няма заводи, които да произвеждат технологични елементи, залага на потенциала на българските софтуеристи.

Всъщност кадрите в новите технологии са най-голямото пристрастие на проф. Батанов. Не само защото е лично ангажиран и им е посветил цялата си професионална кариера, но и защото с тревога следи „производството“ им у нас. „За да се повиши интелектът на системата, са необходими нови кадри и за това е отговорна образователната система. Образованието е основата за една интелигентна нация и разковничето за изграждането на силна икономика. Т. нар. реформи в образователната система в България въобще не са реформи. Говорим за икономика, базирана на знанията, а за нея е необходимо да бъдат въведени нови курсове, ориентирани към новите технологии, нови начини на преподаване и учене, нов подход при подготовката на учителски кадри. Още през 1986 г. България бе една от малкото страни в света, възприели принципите на информационните технологии в образованието, имахме постижения, но този процес умря“, със съжаление констатира проф. Батанов, припомняйки си своя опит от Техническия университет и работата на съпругата му, преподавател по информационни технологии в средния курс и главен експерт по информационни технологии в образованието в МОН по онова време.

Никоя от четирите им дъщери не е продължила специалността на двамата си родители. Две от тях работят в САЩ, едната от които върви по стъпките му на университетски преподавател, другите две са в България. Тримата по-големи внуци – студенти, също са избрали различни специалности. Тримата по-малки внуци са по-заети с футбол, бейзбол и баскетбол вместо с компютърни игри. Компютрите не са за игри – или поне децата трябва да спрат игрите, когато са на 7-8-10-годишна възраст и да започнат да се занимават с тях с нещо сериозно, е съветът на проф. д-р Денчо Батанов.







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










КАК **GOOGLE** ПЛАНИРА ДА ПРЕВЗЕМЕ ГРАДОВЕТЕ



автор: Александър **Александров**

Днес 54% от населението на планетата живее в градове и този показател се увеличава непрекъснато. Очакванията са той да е достигнал 66% до 2050 г., когато нови 2.5 милиарда души ще се преместят в урбанизираните зони в търсене на по-добър живот. Най-засегнати от този процес ще бъдат развиващи се страни като Китай, Индия и Нигерия, но западният свят също няма да остане в страни от тенденциите.

Проблемът е, че мегаполисите както в новия свят, така и в развитите страни не са предвидени да приютят толкова много хора и в повечето от тях това предизвиква редица проблеми в сферата на транспортната инфраструктура, достъпа до комунални услуги, замърсяването на въздуха и др. Много от най-големите градове в света са възникнали преди векове като малки населени места около пристанища, кръстопътища или дворците на местните владетели. В друга епоха, когато никой не е можел да си представи нито съвременните средства за придвижване, нито енергийната инфраструктура, нито мащабите на урбанизацията в наши дни.

Както вече сме писали в сп. „Икономика“, днес десетки компании, университети и институции изследват различни методи за подобрения в градската среда. Досегашните усилия обаче до голяма степен са половинчати и липсва цялостен подход, който да обедини различните технологии и типове услуги.

Онлайн корпорацията Alphabet, по-известна с предишното си име Google, възнамерява да промени това, превръщайки градовете в една по-интелигентна и полезна за хората среда. Неотдавна компанията стартира ново подразделение, наречено Sidewalk Labs, което обединява редица съществуващи технологични направления като „Интернет на нещата“ (Internet of Things), услугите, базирани на местоположението (Location Based Services), решенията за умни сгради, умни автомобили и др. Целта на онлайн гиганта е по този начин да създаде цялостна платформа за подобряване на градската среда. Сред подразделенията на Google, чиито разработки биха могли да се използват за създаването на умни градове, са проектите Loon и Wing, звеното за създаване на автономни автомобили, проектът Insight и др.

Неотдавна Sidewalk Labs започна да разширява своя екип, привличайки някои от водещите експерти в smart city сегмента. Ръководител на проекта е Дан Доктороф, бивш заместник-кмет на Ню Йорк, отговарящ за икономическото развитие по времето на Майкъл Блуумбърг. Той е сочен като един от най-добрите специалисти по развитие на инфраструктурата в големи мегаполиси в света. В едно от първите си изявления на новата длъжност Доктороф побърза да дефинира проблема пред умните градове – според него хората, които се занимават с градско планиране, всъщност не разбират от технологии, а технологичните специалисти не разбират от развитието на градовете. Именно това всъщност се явява пречката пред внедряването на повече иновации за подобряване на градската среда. Екипът на Sidewalk Labs вече наброява 14 души, сред които има както бивши членове на кметските екипи в Ню Йорк, Чикаго и други градове, така и доскорошни ръководители на развойни звена в самата Google.

Сред първите начинания, в които ще се включи новото подразделение, ще бъде състезанието Smart City Challenge на Министерството на транспорта, което ще даде награда от 50 млн. щ. долара за най-перспективно използване на технологии като автономните коли и отворените данни с цел подобряване на градската среда. До момента лабораторията реално е

участвала в един-единствен публичен проект – LinkNYC, за замяна на стари улични телефони в Манхатън с модерни киоски, предлагащи безплатен Wi-Fi, както и чувствителни на докосване екрани за интернет достъп. Плановете са в рамките на проекта през следващите няколко години да бъдат създадени общо 7500 такива точки.

Представители на Sidewalk Labs вече провеждат активно срещи с ръководители на големи градове, както и на технологични корпорации, за да представят бъдещите си планове. А те се простират далеч отвъд предлагането на безплатен Wi-Fi. Една възможност, разглеждана от компанията, е да превърне уличните лампи в точки за събиране и изпращане на данни. Това, според нейни представители, ще създаде редица нови възможности в сферата на управлението на трафика, превенцията на задръстванията и по-бързото откриване на свободни паркоместа.

Уличните лампи ще могат да осветяват интелигентно само зоните, в които в момента се движат автомобили или пешеходци, а собствениците на електрически автомобили ще откриват по-лесно най-близките зарядни станции. Светофарите също ще се сдобият с интелигентност и ще сменят своите светлини на база на данните за трафика, постъпващи в реално време.

Умните контейнери за боклук пък ще информират компаниите за отпадъци кога са пълни и камионите няма да правят напразни курсове, спестявайки време и гориво. В плановете на Google влиза също мониторинг на времето, влажността, степента на замърсяване и много други показатели в градовете чрез хиляди сензори и камери, разположени по улиците. На практика промените ще засегнат всеки аспект от градския живот – от придвижването на линейки и пожарни автомобили през поддръжката на парковете и други публични зони до достъпа до обществените тоалетни.

Засега все още не е ясно кои ще са първите градове, в които Sidewalk Labs ще започне своите пилотни проекти. Не е сигурно също и дали всички ще посрещнат компанията с отворени обятия. Градската среда е една от териториите, които все още са относително свободни от корпоративно влияние, а Google вече е била обект на критики в сфери като събирането и използването на лични данни на потребителите. Истината е, че едва ли много хора биха се съгласили данните за техните ежедневни навици, маршрути и начин на придвижване да бъдат достъпни за която и да е корпорация. От Sidewalk Labs обаче контрират, че общинските институции не са особено гъвкави и бързи при въвеждането на иновации в градската среда и частните компании имат много по-голяма свобода в осъществяването на наистина значими промени в тази област. Какви ще са тези промени, тепърва предстои да разберем.

НОВО ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ НА ОНЛАЙН ГИГАНТА ВЪЗНАМЕРЯВА **ДА ДОБАВИ ИНТЕЛИГЕНТНОСТ КЪМ УЛИЦИТЕ И ИНФРАСТРУКТУРАТА НА СЪВРЕМЕННИТЕ МЕГАПОЛИСИ**

КАКВО СЕ СЛУЧВА С APPLE



автор: Александър **Александров**

Да претърпиш само за броени дни рекорден спад на акциите, достигайки десетгодишно дъно, по принцип не е нещо нечувано в корпоративния свят. Когато това се случи на компанията – безапелационен лидер в световните класации по пазарна капитализация през последните години и чиято марка заема водеща позиция сред най-разпознаваемите брандове обаче, събитието няма как да не привлече погледите на инвестиционната общност. Именно това се случи с технологичния гигант Apple, за който този май месец се оказа един от най-тежките в цялата фирмена история. При това – след рекорден ръст на цената на акциите й през отминалата година.



СЛЕД РЕКОРДЕН СРИВ НА АКЦИИТЕ НА „ЯБЪЛКОВАТА“ КОМПАНИЯ ОТ НЕЯ СЕ ОТДРЪПНА И ЕДИН ОТ НАЙ-ВЛИЯТЕЛНИТЕ ИНВЕСТИТОРИ В СВЕТА КАРЛ АЙКАН, **А ПОВОДИ ЗА ОПТИМИЗЪМ Е ВСЕ ПО-ТРУДНО ДА СЕ НАМЕРЯТ** .....

Ценните книжа на компанията започнаха да се сриват още през април 2016 г., следвайки новината за новия нискобюджетен смартфон, анонсиран от нея седмици по-рано, към който пазарът не прояви особено голям интерес. В самото начало на май пък дойде и новината за

първия спад на продажбите на iPhone

в цялата история от пускането на серията смартфони на пазара през 2007 г. до днес. Това допълнително усложни ситуацията, но лошите новини за Apple не спряха до тук.

Корпорацията продължава да използва популярната марка телефони като „дойна крава“ и не успява да диверсифицира своите приходи, въпреки че до известна степен успя да повтори техния успех с таблетите iPad. При новите категории продукти обаче тя все още не може да се похвали с особени постижения. „Умните“ часовници Apple Watch все още не могат да наберат популярност, а плановете за пускане на автономни автомобили засега тънат в мъгла и догадки. Може би основният проблем обаче си остава отслабващият интерес към iPhone. Тази серия смартфони действително

промени насоката на **развитие**

на целия пазар преди около десет години и дълго време впечатляваше потребителите с иновациите си. Днес обаче, в отсъствието на Стив Джобс и без ясна визия накъде трябва да се насочи сегментът през следващите години, компанията не успява да извади нови продукти с тази марка, които да вдъхновяват потребителите, подобно на първите няколко модела. В същото време конкуренти като Samsung, Huawei и Lenovo положиха много усилия да детронират Apple от върха в сектора. Не е ясно и доколко завоят на компанията към по-достъпни в ценово отношение модели с представянето на iPhone SE ще даде резултат.

И точно когато в Apple си мислеха, че бурята ги е отминала, дойде и следващият удар – милиардерът и активист – инвеститор Карл Айкан, който беше сред най-големите собственици на акции в ИТ корпорацията, продаде всичките си ценни книжа. Предизвиквайки нов спад с 2% на акциите. Причината, която самият Айкън сподели пред американски медии, е свързана с лошите позиции на „ябълковата компания“ в Китай и проблемите, които някои нейни услуги имат с регулаторните органи в азиатската страна. Китайският технологичен пазар се развива с бързи темпове, а местни играчи като Xiaomi и Huawei правят всичко възможно, за да получат лъвския пай от сектора на своя територия.

Неочаквана **подкрепа**

Точно когато един от най-популярните инвеститори се оттегли от компанията, известни надежди даде изявление на друг от водещите борсови играчи – „оракулът от Омаха“ Уорън Бъфет. В изявление пред медиите собственикът на Berkshire Hathaway заяви, че държи 9.81 милиона акции на технологичния гигант. Той така и не разкри каква е причината за интереса му към корпорацията и дали не разполага с информация за нови разработки, които биха могли в близко бъдеще да я извадят от кризата. Такива могат да са както пробив при автономните автомобили, така и съвсем нов клас продукти – предвид мащабната развойна дейност на Apple и множеството нови патенти на компанията всичко е възможно.

Друг повод за оптимизъм е предстоящото през септември представяне на iPhone 7, на което се възлагат много надежди. Ако компанията успее да представи интересни иновации в духа на първите смартфони с тази марка, е много възможно отново да си възвърне поизгубения интерес на потребителите, а с него и пазарните си позиции.

GOOGLE ПРОМЕНЯ ПРИЛОЖЕНИЯТА И ЧАТОВЕТЕ

ОНЛАЙН ГИГАНТЪТ ОБЯВИ НА ТАЗГОДИШНАТА КОНФЕРЕНЦИЯ ЗА РАЗРАБОТЧИЦИ НОВИТЕ АКЦЕНТИ В ДЕЙНОСТТА СИ. **СРЕД ТЯХ СА ОЩЕ ВИРТУАЛНАТА РЕАЛНОСТ И НОСИМИТЕ ТЕХНОЛОГИИ**

автор: Александър **Александров**





Двете нови чат програми на компанията ще носят имената Allo и Duo

Ако още не сте забелязали мащабите и всеобхватността, с които Google навлиза във всички сфери от живота ни, значи вероятно живеете в пещера. Онлайн корпорацията, която между другото вече се нарича Alphabet, днес има звена и дъщерни дружества в почти всички икономически сектори – от „умните“ автомобили и домашната автоматизация през разплащанията и картографията до хирургическите технологии и генетиката, а един нов проект на компанията, за който също можете да прочетете в настоящия брой на сп. Икономика, цели да промени и цялата градска среда, такава каквато я познаваме.

Google / Alphabet вече успя да се наложи като най-популярната платформа за приложения за смартфоните и таблетите и, изглежда, си е поставила за цел да направи същото с нашите часовници, автомобили и домове. Въпреки мащаба, с който компанията навлиза във

все повече **браншове**

обаче, през последните години се наблюдава също и противоположната тенденция – тя напуска някои сегменти, в които е инвестирала през годините. Такива са например нейният проект за вертикални ферми, както и разработката на военни кучета роботи в рамките на дъщерното дружество Boston Dynamics, което беше придобито от Google през декември 2013 г. за 500 млн. щ. д. и днес компанията на свой ред го продава.

Налага се въпросът: в кои сегменти технологичният гигант възнамерява да се фокусира в бъдеще. А неговият отговор до голяма степен може да бъде намерен на тазгодишната конференция за разработчици Google I/O. Събитието се проведе в средата на май в Маунтийн Вю, Калифорния, и събра стотици софтуерни специалисти и мениджъри на компании, работещи с технологиите на Google. А анонсите, направени от корпорацията, ясно показват апетита ѝ към някои от най-перспективните ИТ подсегменти. Ето и някои от акцентите от тазгодишното издание на I/O.

Виртуалната **реалност**

Google планира да обедини под марката Daydream повечето си VR продукти, включително очилата за виртуална реалност и други хардуерни устройства в този сегмент, както и приложенията. Идеята на компанията е под това име да бъде създадена платформата, която ще превземе виртуалната реалност, също както Android направи това с мобилните устройства. Новата платформа ще бъде на пазара през есента и ще бъде интегрирана с новата версия N на



Google ще обедини под марката Daydream повечето си продукти за виртуална реалност

операционната система Android, което ще улесни процеса по създаване на VR съдържание. Компанията загатна и за пускането на нов шлем, който се очаква да надгради успеха на нейните очила Cardboard.

Носимите **технологии**

Онлайн компанията представи версия 2.0 на своята операционна система за умни часовници и аксесоари Android Wear. Това реално е първият по-значим ъпдейт на платформата, която съществува от 2014 година. Това ще разшири възможностите за създаване на приложения, както и за свързване на wearable джаджите през клетъчните мрежи, Wi-Fi или Bluetooth. Интерфейсът на системата също е подобрен.

Чат **приложенията**

Според прогноза на Business Insider следващата голяма платформа за медийно съдържание обаче няма да бъдат виртуалната реалност или „умните“ часовници, а нещо, което вече е пред очите ни – чат програмите. Приложения като WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat и Viber днес имат по над 500 милиона потребители, а някои от тях доближават милиард. Те позволяват комуникация в реално време, четене на новини, споделяне на снимки, продажба на стикери и друго съдържание. Google обаче се оказа встрани от този сегмент, доминиран от Facebook. Затова не е чудно, че компанията представи на тазгодишната си конференция цели две нови чат програми – Allo и Duo, които ще бъдат на пазара през лятото. Първата представлява „умно“ приложение, базирано на телефонните номера на потребителите и има инкогнито режим, при който комуникацията е изцяло криптирана. Сред предимствата му е също внедрената технология за машинно обучение, наречена Google Assistant. Тя ще предлага на потребителите възможни съобщения, които биха искали да изпратят, и ще може да се учи от техния изказ. Duo, от своя страна, е приложение за видеоразговори, което поддържа HD видео и също работи с телефонните номера на потребителите.

Новият **Android**

Google потвърди по време на тазгодишния форум, че до края на годината ще бъде пусната новата версия N на операционната й система Android. Тя ще включва над 250 ъпдейта, включително за разделяне на екрана и за работа в режим „изображение в изображението“, а освен това ще е с много по-добра графика и бързина на работа. Междувременно от онлайн компанията представиха и интересен подход за улесняване използването на Android приложения. Той се нарича Instant Apps и ще позволява тяхната работа, без да са инсталирани локално на устройството. Това означава на практика, че ще могат да се активират чрез въвеждане на URL адрес, което ще промени изцяло представата ни за начина на работа с приложения.



„Междузвездни войни: Силата се пробужда" (Star Wars: The Force Awakens) бе най-чаканото заглавие на 2015 г.

ВЛАСТЕЛИНИТЕ

КАК МЕЖДУЗВЕЗДНИ ВОЙНИ, MARVEL, PIXAR И MUPPET SHOW СЕ ОЗОВАХА В ЕДНА КОМПАНИЯ

И КАКВО СЛЕДВА ОТ ТАЗИ БЕЗПРЕЦЕДЕНТНА КОНЦЕНТРАЦИЯ НА АКТИВИ В РАЗВЛЕКАТЕЛНИЯ СЕКТОР

автор: Александър **Александров**

Знаете ли какво е общото между нашумелите напоследък от големия екран супергерои като Човека паяк, Железния човек, Капитан Америка и Тор, не по-малко популярните Дарт Вейдър, Люк Скайуокър, Хан Соло и други имена от Междузвездни войни, както и анимационните герои Мики Маус, Доналд Дък, Немо и Wall-E? Всички те днес са собственост на една компания – The Walt Disney Company. Прибавете към тях популярното студио за продукции с кукли The Muppets, най-успешното студио



Централата на The Walt Disney Company

Супергероите на Marvel вече са част от империята на Disney

НА ЗАБАВЛЕНИЕТО



Фото **thewaltdisneycompany.com**

за компютърна анимация Pixar, както и медийните групи ABC (American Broadcasting Company) и ESPN и ще получите най-голямата концентрация на активи в историята на развлеченията.

С всички тези подразделения днес Disney притежава почти пълен монопол върху бизнеса със забавление и на практика обединява повечето легендарни образи, с които са израснали поколения зрители и читатели на комикси. А броят на големите франчайзи, концентрирани в компанията, вече е труден за изброяване. Активите на медийния конгломерат включват също знакови проекти като групата от YouTube канали Maker Studios, която произвежда някои от най-гледаните клипове в интернет пространството, The History Channel, франчайза Winnie-the-Pooh, посветен на популярния детски герой Мечо Пух, мрежата от развлекателни паркове Disneyland, включително и най-посещавания курортен комплекс в света – Walt Disney World във Флорида, хотелски комплекси към тях, студиото Hollywood Records, както и Touchstone Pictures. Създадена през далечната 1923 г. от братята Уолт и Рой Дисни като малко аниматорско студио, днес компанията е практически навсякъде. Ето

Фото **Wikipedia**



Поредицата "Междузвездни войни" се е превърнала в религия за феновете си

как се стигна до тази безпрецедентна концентрация.

Историята

на The Walt Disney започва през далечната 1923 г., когато аниматорът Уолт Дисни е изправен пред фалита на първата си компания Laugh-O-Gram Studios и отива в Холивуд, за да се присъедини към брат си Рой Дисни. Скоро след това двамата получават голяма поръчка за анимационни филми от дистрибуторската компания Winkler Productions и бизнесът потръгва. Пет години по-късно под молива на Уолт Дисни се ражда легендарният Мики Маус (наречен първоначално Мортимър). През 1932 г. компанията подписва ексклузивен договор с Technicolor за създаване на цветни анимационни филмчета, а приблизително по същото време се появява и другият знаменит герой на Дисни – Доналд Дък. В периода след Втората световна война студиото вече е голяма международна компания, чиито персонажи са познати на децата от целия свят.

Успехи на **големия екран**

Дълги години тя е именно това – производител на анимационни филми и комикси за деца. През осемдесетте години на миналия век обаче в нея влиза нов собственик – милиардерът Сид Бас придобива 18.7% и води със себе си Майкъл Айснър от Paramount Pictures, който става главен изпълнителен директор. Заедно с него в ръководството на Disney влиза екип от холивудски специалисти, чиято цел е да наложат компанията на големия екран. Следват касов успех след касов успех със заглавия като „Малката русалка“ (1989 г.), „Красавицата и Звяра“ (1991 г.), „Аладин“ (1992 г.) и „Цар Лъв“ (1994 г.), докато на малкия екран компанията успява да наложи анимационните сериали „Патешки истории“ и „Чип и Дейл“. През 1989 г. тя придобива студиото The Jim Henson Company от създателя на Muppet Show Джим Хенсън. Франчайз машината вече не може да бъде спряна и всяко ново анимационно заглавие води до появата на десетки свързани продукти – от играчки и дрехи до ученически пособия. Към 1991 г. продажбата на мърчандайзинг заедно с хотелския бизнес на Disney вече носят 28% от цялостната печалба на компанията.

Експанзията

При Майкъл Айснър компанията е един от най-влиятелните световни играчи в медиите и развлеченията. При неговия наследник Боб Айгър обаче тя наистина се развихря, превръщайки се в хегемона, който е днес. С промяната на технологиите в киното през първите години на новия век изгрява звездата на Pixar – студио за компютърна анимация, създадено от Стив Джобс след неговото изгонване от Apple. През януари 2006 г. Disney обявява придобиването на фирмата, заплащайки със собствени акции на стойност 7.4 млрд. щ. долара.

Три години по-късно компанията прави следващия си удар, закупувайки легендарния производител на комикси и филми за супергерои Marvel Entertainment за 4.24 млрд. щ. долара. С това Disney става „господар“ на



най-успешни цялостни

фантастични **вселени**

тези на Marvel и „Междузвездни войни“, от които произлизат общо четири от най-печелившите филми на всички времена: Star Wars: The Force Awakens, The Avengers, Avengers: Age of Ultron и Iron Man 3. Като се има предвид очакваните нови продукции от двете поредици и нарастващият интерес към тях, обаче, не е изключено присъствието в челната десетка скоро да се разшири.

Предвид изненадите, които Disney вече поднесе със своята експанзия, феновете са чувствителни към всякакви новини за нови придобивания от страна на компанията. Затова и слуховете, че тя може да придобие Time Warner, а с нея и дъщерното дружество DC Comics, неотдавна нажежиха страстите. DC е основният конкурент на Marvel на полето на комиксите за супергерои, известен с образи като Батман, Супермен и Жената чудо. Затова и вероятността двете най-големи комиксови вселени да бъдат обединени под една шапка беше приета на нож от някои фенове. Изглежда, обаче това няма да се случи и конкуренция в сектора все пак ще има.

едни от най-успешните комиксови франчайзи, сред които „Човека паяк“, „Отмъстителите“, „X-Men“, „Deadpool“, „Фантастичната четворка“ и множество други истории. Веднага след анонсирането на сделката от групата бързат да уверят феновете, че тя по никакъв начин няма да се отрази на развитието на любимите им истории, както и на героите в тях. Същата година почива от рак и последният активно участващ в управлението член на фамилията Дисни – Имеритъс Рой Дисни, с което семейството престава да е част от ръководството.

Малко новини могат да бъдат по-впечатляващи за феновете от придобиването на Marvel от Disney. И все пак през 2012 г. групата успява да поднесе още по-голяма изненада на аудиторията, закупувайки не какво да е, а филмовите компании на Джордж Лукас – Lucasfilm и Industrial Light and Magic, в които е създадена може би най-популярната филмова поредица - „Междузвездни войни“. Преминаването на франчайза под шапката на Disney коства на компанията около 4.06 млрд. щ. долара. С това тя на практика става собственик на двете

Междувременно развлекателният сектор се променя с бързи темпове и днес основното предизвикателство пред Disney, изглежда, е навлизането на бързорастящия пазар на видеоигри. Във време, когато хитовите гейм заглавия печелят повече от най-гледаните кино продукции, това изглежда следващият логичен ход за компанията. Разбира се, по много от нейните франчайзи вече са правени игри, но това не променя факта, че Disney не е сред най-големите издатели в бранша. Територията там е запазена за компании като Electronic Arts, Activision Blizzard и Valve. Ако съдим по скоростта, с която Disney навлиза в нови сегменти обаче, можем да очакваме това скоро да се промени.

БЪЛГАРИ ОТГЛЕЖДАТ НАЙ-ЛЮТИТЕ ЧУШКИ В СВЕТА



автор:
Марина **Красимирова**

Край София растат най-люти-те чушки в света. Отглеждат ги Александър Кюркиев и Боряна Божилова, които са превърнали хобито си в профе-сия – отглеждане на най-пикантните зеленчуци в света. Въпросните чушки не са характерни за нашите геогра-фски ширини, а са сортове, събирани от целия свят – дори от Мексико, Тай-ланд, Индия, Карибите.

Историята на лютата ферма започ-ва, когато Алекс и Боряна решават да заживеят на село и да отглеждат чуш-ки в огромната градина на къщата си. Алекс признава, че е фен на лютия вкус от дълги години и отглеждането на редки сортове чушки започнало като експеримент. С течение на вре-мето семейството открива правилна-та формула. Фермата се разраства и вече включва лаборатория, в която се създават подходящите условия и през зимата, за да не спира производ-ственият процес.

Няма точна формула за отглежда-нето на екзотичните чушки, защото самите растения „си казват от какво имат нужда“, разказва Алекс. Семей-ството се гордее и с отглеждането на чушката сорт „NAGA“, която дълги години заслужено носи славата на най-лютата чушка в света. Чушките се предлагат на клиентите само изсу-шени, но това далеч не е единствени-ят начин, по който може да се опита екзотичният вкус.

Най-голямата гордост на Алекс и Боряна са уникалните сосове по собствена рецепта, които създават от плодовете в градината си. Като фен на лютото Алекс мечтае за раз-нообразни пикантни сосчета, които да използва при готвене. Така се ражда идеята продукцията от чуш-ки да се превърне именно в сосове. За приготвянето им семейството не разчита на готова рецепта, а раз-работва собствени комбинации. По първите варианти за сос Алекс ра-боти три години. Важна особеност на всички готови сосове е креатив-ната комбинация между екзотични люти чушки и традиционни българ-ски подправки.

Първите три соса от линията се характеризират с различна степен на лютост и разнообразни подправки. Всички видове са без консерванти, изкуствени оцветители или сгъсти-тели. Един от първите сосове, които създават, е уникален, защото чрез него се разнася и славата на местен сорт люта чушка. „Bulgarian carrot“ е смес, в която основна съставка е ед-ноименният сорт чушка, който се от-глежда на родна територия и е познат в целия свят. Самата чушка е издъл-жена и оранжева, което ѝ е донесло името „български морков“. Тя е по-малко люта, но има добра плътност и нетрадиционен оранжев цвят, който има и самият сос.





Фото **Стоян Йотов**

АЛЕКС И БОРЯНА СА ОТКРИЛИ РЕЦЕПТАТА НА **УСПЕШНИЯ ХОБИ БИЗНЕС**

Изненадата за всички любители на пикантните храни е сместа „Love potion“, която пристига като подарък за Деня на влюбените тази година. Сосът съдържа пет основни съставки – всичките естествени афродизиаци – люти чушки, джинджифил, нар, цвекло и лук. Свойствата на съставките са описани във флаер, придружаващ шишенцето с лютата течност.

Само един сос от приготвените няма етикет и име, а само сериен номер. Той е безкрайно люта комбинация, която не се предлага на пазара заради нетрадиционно силната си лютивина. Продава се само лице в лице и се произвежда в изключително малки количества.

Преди да концентрират уменията си в направата на сосове, Алекс и Боряна създават три вида салца. Основните изискания са същите – качествени съставки и задължителна люта нотка. Правят я само през топлите месеци, когато имат пресни продукти. Асортиментът от съставки се допълва от множество сухи подправки, внесени от целия свят. С голяма част от тях готвят и световните топготвачи като Джейми Оливър и Гордън Рамзи.



Лютите чушки, салците, сосовете и подправките Алекс и Боряна не искат да предлагат на масовия пазар, затова са съсредоточили дистрибуцията само в няколко на брой биомагазина и чрез онлайн поръчки. Целта им е постепенното развитие в работата, а не масовото производство. Във фермата и в производствената си дейност двамата влагат всичко – любов, време, пари, идеи, амбиции. От свежите продукти, през дългите часове работа до опаковките и дизайна на етикетите – всичко минава през техните четири ръце.

Любимите им места за изява са фермерски базари, кулинарни форуми, барменски фестове и изложения в страната и чужбина.

Мечтата на Алекс и Боряна е да показват все по-често работата си извън пределите на страната и да запознаят чужденците с родните аромати и характерната нашенска чушка „български морков“. Другото им желание е да инвестират в парници, за да създадат подходящите условия за всички растения, които имат желание да отглеждат.





МАЛКАТА СПАСИТЕЛКА **НА ПЧЕЛИТЕ**

Тя е на 11 и вече сключи сделка за 11 милиона долара! Това е историята на малката Микаила Ълмър от Остин, Тексас, която произвежда лимонада. Нейната напитка с мед, наречена BeeSweet Lemonade, вече си спечели американската публика. И преди месец това донесе на малката предприемачка договор с веригата Whole Foods за продажба на лимонадата в 55 супермаркета в Тексас, Оклахома, Арканзас и Луизиана. Ако продажбите вървят добре, момичето ще получи договор за национална дистрибуция, уверяват от

11-ГОДИШНАТА МИКАИЛА ПРЕВЪРНА БЛАГОРОДНАТА СИ КАУЗА В **ПЕЧЕЛИВШ БИЗНЕС - ЛИМОНАДА С МЕД**

компанията.

Шестокласничката започва бизнеса си с малка стъпка – щанд за лимонада, наречен Me & The Bees lemonade. И успява да го превърне в устойчив и успешен бизнес.

Рецептата за лимонадата съдържа мента, ленено семе, лимони и мед и е на прабабата на Микаила – Хелън. А част от приходите си момичето дарява на фондация за спасяване на пчелите. BeeSweet lemonade (чийто бранд вече е променен на Me & The Bees lemonade) поддържа и още няколко организации – Sustainable Food Center (Центъра за устойчиви храни), Texas Beekeepers Association (Асоциацията на пчеларите на Тексас) и Heifer International.



Очевидно е, че Микаила не е типичният шестокласник. Когато е на 4 години, тя развива страх от пчели, след като два пъти е ужилена. За да й помогне да преодолее уплахата си, майка и Д`Андра я окуражава да научи повече за тях. Когато детето разбира, че работливите насекоми са застрашени от изчезване, съставя план за продажба на лимонадата по рецепта на своята прабаба, но... подсладена с мед. И решава да използва парите, за да подпомага опазването на пчелите.

Бизнесът с лимонада стартира през 2009 г. Още тогава Микаила решава, че за подсладител на напитката ще използва мед вместо захар. Така лимонадата е по-здравословна, спасяват се пчели и се подпомагат пчеларите, които ги отглеждат. През 2015 г. Микаила се появява с баща си в предаването Shark Tank по телевизия ABC, което подкрепя стартиращи бизнес идеи, и получава финансиране в размер на 60 000 долара.

Микаила е сервирала прочутата си лимонада дори на президента Барак Обама.



В интервю за телевизия NBC малката предприемачка споделя „Пчелите загиват. Само през последната година пчеларите са загубили 40% от кошерите си“. И цитира думите на Алберт Айнщайн – „Ако пчелите изцезнат от земята, човечеството има не повече от 4 години живот“.

Освен на бизнеса си тя посвещава времето си и на работилници, в които обяснява на свои връстници как да опазват пчелите. Става част и от кампанията на Google „Осмели се да бъдеш дигитален“ (Dare to be Digital). Също така е лице на кампания на Microsoft за подпомагане на млади предприемачи с безплатен софтуер.

По всичко личи, че макар и на 11, Микаила е намерила успешната формула на социалното предприемачество – бизнес, който подкрепя значима кауза и привлича широка обществена подкрепа.



Стоян **Мулетаров**, управител на „ЕМ Комплект сервиз":

БИЗНЕСЪТ НИ РАСТЕ С ИНВЕСТИЦИИ И МОДЕРНИЗАЦИЯ

Стоян Мулетаров е мениджър на верига автосервизи, специализирани в областта на сервизните услуги, продажбата на авточасти, гуми и аксесоари. Икономист по образование и предприемач по призвание, той разказва за развитието на бизнеса с автоуслуги, проблемите в бранша и нелоялната конкуренция.

автор: Илия **Лазаров**

Г-н Мулетаров, разкажете повече за компанията, която управявате. Откога съществува, какви услуги предлагате?

- Фирмата съществува от началото на 90-те години, като първоначално се занимава основно с продажбата на авточасти. В следващите години бизнесът ни се разрастна и вече разполагахме с 25 магазина и 2 логистични склада. С навлизането на западните автомобили в България и постепенното обновяване на автопарка на населението взехме решение да се специализираме и в производството и ремонт на ауспухови системи.

Подмяната на автопарка промени и мисленето на хората. Все по-рядко можем да видим хора да ремонтират колите си пред блока. Вместо това те разчитат на специализирани сервизи и експерти, които да гарантират качеството на съответните ремонти. Тази тенденция се отрази и на нашия бизнес. Фокусирахме се върху изграждането на автоцентрове и намалихме броя на магазините. Равносметката към момента е, че разполагаме с 4 модерни автокомплекса в София с общо 65 работни клетки и персонал над 140 човека, което ни прави водещи в бранша.

Производството на ауспухови системи отделихме в самостоятелна компания („Вито 03"), в която работят 35 човека. В този бизнес сме лидер по продажби на българския пазар и с над 50% дял на външните пазари на ауспухови системи.

За да сме в крак с развитието на дигиталните технологии и да отговорим на нуждите на клиените ни, стартирахме и онлайн платформа за продажба на авточасти (www.emk-33.com; www.emk-service.com).

- Какви са плановете ви за бъдещето на компанията?

- Нашата компания непрекъснато инвестира в нови производствени мощности от висок клас, както и в модернизация на съществуващите ни обекти. Това ни позволява да постигаме 12% ръст на бизнеса спрямо предходни години.

Можем да се похвалим и с друга доста мащабна инвестиция на зелено, в нов, много по-голям автокомплекс в София, който в рамките на 2017 година ще отвори врати. Проектът ще даде работа на нови 50-60 човека персонал, с което общият брой служители в нашите компании ще нарасне до 320 човека. Инвестицията в комплекса е за над 4 млн. лева.

- Кое е основното правило в бизнеса за вас?

- Това, към което се стремим в работата ни, е да предоставим качествена услуга, която да оправдае доверието на клиентите ни. За нас всеки един клиент е важен, независимо дали е корпоративен, или търси услугите ни за незначителен проблем.

В последните години определящи са не само цената, а бързината на извършената услуга, нейното качество, алтернативни варианти да бъде отстранен проблемът и най-важното – гаранцията, която даваме за свършената работа. Комбинация от гореизброените компоненти ни позволява да удовлетворим очакванията и да заслужим доверието на клиентите ни.

- С какво оборудване разполагате във вашите обекти?

- В автосервизите ни имаме различно специализирано оборудване, в зависимост от услугите и моделите автомобили, които предлагаме. При производството и ремонта на ауспухови системи използваме специални американски тръбоогъващи машини. Те са многофункционални и изключително качествени. Дълго време бяхме единствените в България, които разполагаха с такива.

Започнахме и производството на подобни машини само за наши нужди, не с търговска цел. Имаме собствен инженерен, конструкторски отдел, който ги проектира от първия до последния детайл. Непрекъснато инвестираме в модернизиция на настоящата техника и инструменти, така че да предложим най-доброто на клиентите ни.

- Как оценявате развитието на бранша?

- Нашият бранш се развива динамично, има огромно бъдеще и възможност за растеж. Причината за това е проста – съвременните автомобили се правят от все по-евтини материали и частите им имат все по-кратък живот.

- Срещате ли някакви трудности – административни или други?

- Администрацията и бюрокрацията доста проблеми са ни създали, но с времето сме се научили да работим в такива условия. Друг проблем е изключително трудното и бавно издаване на необходимите документи, особено при стартирането на нов обект.

Тревожна тенденция през последните години е трудностите, които срещаме при набирането на качествен персонал. Все по-трудно се намират подготвени кадри с желание за работа, а ние държим на качество, коректност и отношение към клиента.

- Потърпевши ли сте от нелоялна конкуренция във вашия бизнес? Как се справяте с нея?

- За всеки има място под слънцето. Истина е обаче, че малките квартални авторабо-тилнички и гаражчета работят почти изцяло в сивата икономика. Нямат присъщите за големите автосервизи разходи. В повечето случаи не плащат данъци, осигуровки на персонала, имат минимални разходи и не правят скъпи инвестиции в техника и оборудване. Това донякъде им дава предимство. Ние не се притесняваме от подобна конкуренция, защото малките сервизи не могат да отговорят на нуждите, проблемите на различни модели и марки автомобили, нито могат да го направят в сроковете, които ние можем, а гаранцията обикновено е устна договорка, която се случва и да не бъде спазена. В крайна сметка клиентът е този, който решава в какви ръце да довери ремонта на автомобила си.

На нас основен проблем с наистина нелоялна конкуренция ни създава автосервиз, който буквално на метри от един от обектите ни е регистрирал фирма с минимални разлики в името с цел да прави бизнес на наш гръб, заблуждавайки нашите клиенти. Това е наистина притеснителен факт, който няма законов път, по който да бъде решен. Подобна нелоялна конкуренция ни мотивира да работим все по-бързо и да предлагаме все по-високо качество. Можем единствено да предупредим клиентите ни да бъдат внимателни, за да не бъдат измамени.

КАЧЕСТВОТО, КРАТКОТО ВРЕМЕ И ГАРАНЦИЯТА СА **ОПРЕДЕЛЯЩИ ЗА КЛИЕНТА ПРИ ИЗБОРА МУ НА АВТОСЕРВИЗ**



Фото Стоян Йотов

МАЙСТОРИ НА УСМИВКИТЕ



Фото **Стоян Йотов**



Детската клиника е специално проектирана да създаде удобство на малките пациенти

автор: Яна **Колева**

ЗА 20 ГОДИНИ ПРАКТИКА КАТО ЗЪБОЛЕКАРИ Д-Р ВЕНЕТА И ВАЛЕНТИН ПАВЛОВИ **УСПЯХА ДА СЪЗДАДАТ НАЙ-ГОЛЯМАТА ВЕРИГА ДЕНТАЛНИ КЛИНИКИ В БЪЛГАРИЯ ЕО ДЕНТ**

За щастието на една нация се съди по усмивката, казват д-р Венета и Валентин Павлови, собственици на ЕО Дент. Двамата изградиха най-голямата верига в България от седем дентални клиники и дарят усмивки на три поколения. Как става това?

Пътят

Началото е поставено преди 20 години, когато през 1996 г. завършват „Стоматология" и в Перник, в един гараж под наем, отварят своя първи кабинет. Скоро разбират, че не може да се развиват без медицинска сестра. Канят Гергана Живкова, която и до днес е с тях като главна медицинска сестра. Първата клиника ЕО Дент откриват на 1 юни през 2002 г. в Перник с намерението да създадат стоматологичен център, който да предлага рентген, физиотерапия и денонощна стоматологична помощ. Тогава започват с малък екип от 10 души. Следва втора клиника в Перник. През 2005 г. стъпват на софийския пазар, през 2007 г. откриват VIP клиника на бул. „Арсеналски", през 2009 г. идва ред на клиниката в кв. „Дианабад", през 2014 г. създават специализираната детска клиника, а през 2015-а режат лентата на първата в България българо-немска имплантологично-хирургична клиника. През 2011 г. правят първия мобилен дентален кабинет у нас, с който се стига до труднодостъпните места.

Развитието

С премерена крачка д-р Павлови развиват своя бизнес и вече имат екип от над 250 души, от които около 80 са зъболекари. Дори когато вече са постигнали този връх, двамата не спират да работят – тя е специалист по дентална естетика, а той е хирург-имплантолог. Даже след като бе избран за депутат от Реформаторския блок, д-р Валентин Павлов не се дистанцира от пряката работа в Клиниката по имплантология. Според него, ако повечето депутати продължават да упражняват своята професия, те няма да губят връзката с реалността и ще са попълноценни при вземането на решения в качеството си на народни представители. Благодарение на обществената активност на д-р Павлов бяха извоювани нови придобивки за пациентите. От 2016 г. осигурените лица може да ползват трета стоматологична дейност в пакета на НЗОК. „Това е за първи път от 15 години насам, откакто съществуват националните рамкови договори, и е важен пробив в името на по-доброто дентално здраве", посочва д-р Павлов. Успех според него е удължаването на програмата за антикариес профилактика на зъбите на децата между 5 и 9 години чрез силанизация. Резултатите ще се видят след около 10 години, но засега печалната статистика сочи, че всеки тийнейджър на 18 години е средно с един изваден зъб.

Друг важен момент е постигнатото решение за специализацията на младите лекари. „Нашата цел е да намерим начин да задържим младите медици в Бълга-

рия. Сега колелото ще се завърти и ще избегнем създаващия се вакуум", уверява д-р Павлов. Добрата новина е, че ЕО Дент стана първата акредитирана университетска болница, в която зъболекарите ще може да специализират.

Мисия

От 2013 г. насам ЕО Дент осъществява проекта „Шанс за равностоен качествен живот и усмивки за всички", насочен и към най-малките, и към най-възрастните. Грижата за пациентите, които нямат финансова възможност, е важно перо за веригата дентални клиники. Част от нейната социалноотговорна мисия е помощта за хора, които са останали напълно без зъби. За жалост в България те са над 300 хил. души. Преди време д-р Венета Павлова, която е и председател на Асоциацията на денталните мениджъри в България, решава да направи филм за този проблем и се обажда в дом за възрастни. Нейната молба е да се срещне само с хора, които нямат нито един зъб. И шокиращият отговор на директорката на дома бил: „При нас всички са такива." В рамките на проекта ЕО Дент безплатно поставя зъбни импланти и успява да усмихне над 200 пациенти, които са били напълно без зъби. Ето защо д-р Павлова вярва, че има ли желание, има и начин. Според нея проблемите са много, но тя е убедена, че когато се работи сърцато и е намерен верният път, се стига и до добър краен резултат.

Имплантите са **добро решение**

Имплантите са съвременният подход в денталната медицина. Към момента това е най-добрият начин да се възстанови съзъбието там, където то липсва, без да се унищожават здрави зъби. Методът се усъвършенства от доста години и той вече не е никак нов. Много динамично се развива както съвременната 3D диагностика като прецизност на проектиране, така и квалификацията на специалистите. Този вариант за решение на проблемите дава висок комфорт на пациентите, в това число има възможност всичко да стане под упойка чрез т. нар. седация. Имплантите се поставят бързо и безболезнено, но все пак по оперативен начин. „Успехът с имплантите, както и в цялата медицина, не е 100%", уточнява д-р Павлов. Германската система SKY Implant System, с която ЕО Dent работи, регистрира успеваемост при 98-99% от пациентите. Разбира се, добрият краен резултат зависи най-вече от квалификацията на имплантолога, но и от самия пациент, в чиито ръце е добрата поддръжка. „Поставянето на имплантите е най-леснатата част, най-трудната е планирането на тяхното поставяне. На пациентите трябва да им е ясно, че по правило импланти се слагат само в специализиран, а не в обикновен стоматологичен кабинет, в който се правят и всякакви други манипулации", посочва още д-р Валентин Павлов.

Нещо **специално**

Модерната детска клиника ЕО Дент е направена така, че всяко дете да се чувства приятно. Проектирана е със съдействието и на психолози, за да може страхът на малките пациенти да бъде овладян. В тази клиника лекуват и деца със специфични потребности. Ноу-хауто е изцяло на ЕО Дент, като не е ползван чуждестранен опит.

Растежът на компанията е свързан със стремежа на д-р Павлови непрекъснато да развиват своя професионализъм, но и целият екип постоянно да усъвършенства уменията си. Двамата признават, че успехът им се дължи както на смелостта да инвестират дори в най-голямата криза, така и на екипа, който все по-високо вдига „летвата" на своя професионализъм. Разрастването на дейността винаги е било диктувано от необходимостта на пациентите. Д-р Павлови непрекъснато сверяват часовник с развитието на денталната медицина в чужбина. Засега не са мислили да създадат свой франчайз модел, макар вече да са налице условия за това.

Истински шанс за ЕО Дент беше възможността в края на 2011 г. да се погрижат за усмивката на Силвестър Сталоун след внезапно възникнал проблем при снимките на "Непобедимите 2" в нашата страна. На стената на клиниката още стои надписът от холивудската звезда: „За страхотната работа! Вие сте майстори!" За ЕО Дент обаче всеки пациент е скъп и най-голямо удовлетворение им носи радостта на хората, на които са помогнали.



Екипът на клиники ЕО Дент



ВИНЕНА ФИЕСТА

ГРЪЦКАТА ИЗБА СИГАЛАС ГРАБНА ГРАНД ТРОФЕЯ НА БАЛКАНСКИЯ МЕЖДУНАРОДЕН ВИНЕН КОНКУРС (BIWC)

Гръцката изба Сигалас от остров Санторини грабна Гранд Трофея на петото юбилейно издание на Балканския международен винен конкурс (BIWC) 2016 с десертното вино Винсанто 2006. Останалите награди в различните категории са следните:

✓ **Трофей за бяло вино** – Домейн Мараш, Ленеа Совиньон блан 2015, България
✓ **Трофей за червено вино** – Ктима Павлидис Емфасис, Темпранийо 2012, Гърция
✓ **Трофей за розе** – Винум Розе 2015, Сърбия
✓ **Трофей за пенливо вино** – Плантаже Монтенегрин Вал 2012, Черна гора
✓ **Трофей за десертно вино** – Винсанто Сигалас, Санторини 2006, Гърция

За втора година се присъждат Трофеи за вина от местни сортове:
✓ **Трофей за най-добро бяло вино от местни сортове –** Пошип Воларевич 2015, Хърватска
✓ **Трофей за най-добро червено вино от местни сортове** – Ксиномавро, Рамниста 2012, изба Кир Яни, Гърция
✓ **Трофей за най-добро десертно вино от местни сортове** – Граса ди Котнари 2000, изба Котнари, Румъния

Известният художник Стефан Божков, председател на комисията с членове Емануела Ковач и Емил Масларски, за трета поредна година даде своята оценка за най-добър дизайн на винен етикет. Наградите са посветени на вече покойния артист Кольо Карамфилов, който е автор на Гранд Трофея на BIWC. Стефан Божков връчи следните награди:
✓ **Трофей** – изба Кир Яни, фамилия етикети, Гърция
✓ **Златен медал** – Росиди, фамилия етикети, България
✓ **Сребърен медал** – Сага, изба Белица, Сърбия
✓ **Бронзов медал –** Деурич, фамилия етикети, Сърбия

Общият брой присъдени златни медали от BIWC 2016 са 41, от които 14 за България, 9 за Гърция, 1 за Израел, 2 за Македония, 1 за Черна гора, 4 за Румъния, 8 за Сърбия и 2 за Турция.

Балканският винен фестивал беше открит от организаторите на събитието Галина Нифору и Константинос Лазаракис. Изложителите и гостите на форума бяха приветствани от Радослав Радев, председател на НЛВК, и Красимир Коев, изпълнителен директор на ИАЛВ.







Шеф от Ориент Експрес гостува на ESTE

МАЙСТОРИТЕ В КУХНЯТА ПРОКОПИО ГАЕТАНО И ДИМИТЪР ДАМЯНОВ ВПЕЧАТЛИХА ГОСТИТЕ НА РЕСТОРАНТА С 12-СТЕПЕННО МЕНЮ



автор: Божидара **Иванова**

През май ресторант Есте предложи голямо разнообразие от събития – тематични вечери за Великден и Гергьовден, седмица на зелените аспержи, балове, рождени дни, предложение за брак и тематична вечер с гост готвач шеф Прокопио Гаетано.

Известният с работата си в ресторант La Pergola в Рим с три звезди Мишлен и в богатия с история влак Orient Express Прокопио Гаетано, заедно с шеф Димитър Дамянов, изненадаха гостите на Есте с 12-степенно меню на19 май.

Сред невероятните ястия, които приготвиха двамата майстори, се отличаваха пушен калабрийски червен лук, пълнен с козе сирене, хрупкав хляб и черен трюфел; гъши дроб с мус от карфиол, аспержи, гъби, магданоз и горски плодове; трилогия от сьомга със зелена ябълка и балсамико; патладжан с пяна от пармезан, домат и босилек; пъдпъдък, бял боб и черен трюфел; октопод Parmigiana; печено свинско коремче с бекон и лакрица; филе от ципура с мус от лилав картоф и сладко-кисел шалот.

За финал шеф готвачите предложиха 3 десерта на гостите – Пай от моркови с горгонзола и ядливи цветя; Чийзкейк с малини; Луна Парк и Шоколадова игра. Най-впечатляваща е Шоколадовата игра, която бе поднесена със специален ритуал. Предварително сервитьорите покриха масата с хартиена покривка, на която готвачите разнесоха с лъжица три вида сос – домашен сок от нектар, белгийски бял шоколад и карамел. Получава се надраскано петно, върху което сервитьорът пуска отвисоко шоколадовата торта и тя се разчупва на парчета. Гостите консумират с пръсти десерта, за да се насладят напълно на съчетанието на вкусове.

Вечерята бе презентирана от прекрасната Радост Тодорова, която очарова света в конкурса Мис Вселена, а на 19 май успя да очарова и отбраната публика в Есте.



Месец юни ресторант Есте ще посвети на виното.

Заведението разработва и собствена линия Pastry Este, където всеки може да си поръча торта или десерт по повод и без повод. Родителите могат да избират за своите малки палавници от богат набор десерти с герои от любими детски филми и шоупрограми, анимационни герои и богати теми забавления за най-малките.

София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 3А
Тел.: 02/ 868 72 96
0886 700 269
E-mail: restaurant@este.bg



ЧИНИЯ С ПОЛЪХ на МОРЕ

автор: Божидара **Иванова**



Историята за Капитан Джеймс Кук и неговите околосветски експедиции, при които е открил множество непознати в Стария свят острови и територии, впечатлява всяко поколение и продължава да вълнува и до днес. Английски търговец, пътешественик и изследовател, Кук е един от най-видните мореплаватели в световната история.

Неслучайно името му е първи избор на редица предприемачи по цял свят, които искат да развият бизнеса си с морски привкус.

Един от най-добрите рибни ресторанти в София, намиращ се в столичния хотел „Маринела“, също носи името на този велик мореплавател.

В „Капитан Кук“ всеки ден се доставят морски дарове и риба, като много от предложенията са уникални и могат да се опитат само тук – това са големите диви риби, стридите Gillardieu, гордостта на иберийците - свинското месо Пата Негра, слипър лобстър и други. Концепцията на ресторанта е акцентът да е върху продуктите – те са първокласни, скъпи и винаги пресни, приготвени по изискан, семпъл начин, най-често на барбекю, така че да се запази естественият им вкус и аромат.

Вероятно този подход прави „Капитан Кук“ любимо място не само на чужденците в България и на любителите на вкусната храна, но и на бизнеса. Около 40% от клиентите, които се хранят тук на обяд, са чужденци, а останалите редовни посетители са някои от най-големите български предприемачи и безнесмени. Неслучайно и легендата на българския футбол Христо Стоичков избра именно този ресторант, където посрещна на пищен обяд своите 150 гости и приятели в деня на бенефиса си

Прекрачвайки прага на „Капитан Кук“, се озоваваме в корабен салон. Артистичната ретро атмосфера с ониксови елементи, барът с форма на кораб, старите корабни карти, декорацията с истински мачти и звездната карта на високия таван не могат да не ни впечатлят. Някои от предметите са напълно



автентични и са свързани с пътешествията на реално съществуващия английски мореплавател Джеймс Кук.

Веднъж попаднали на „острова на съкровищата“ на Капитана, избираме за начало едно от най-ценните му „завоевания“ – „Гамба Роха“, кралицата на скаридите. Тя се смята за най-дълбоководната позната скарида, което прави улова й изключително труден, но вкусът й доказва, че усилията си заслужават. Скаридата има отличителен червен цвят и силен аромат. Месото й е крехко и изключително ароматно. Сервира се със зехтин и малдонова сол.

Следващата ни „спирка“ са миди „Самбурия“, отново уникално предложение, което можем да опитаме само в „Капитан Кук“. Освен с вкуса си, те ни поразяват и с външния си вид – изглеждат изключително в красивата мидена черупка. Миди „Самбурия“ са испанският отговор на френските „Сен Жак“, които, за разлика от тях, са един от най- масово ловените и продавани миди в света.

Третото блюдо в нашето морско кулинарно пътешествие се оказа любимото ястие и на Паоло Малдини – паста със „Слипър Лобстър“. Лобстерът също е сред рядко срещаните специалитети и определено заслужава вниманието на публиката. Месото се сервира нарязано на фини парчета в компанията на италианската паста от камут, древен сорт пшеница, който съществува от 3000 години и е бил познат на египтяните, откъдето идва и името му (Камут е египетското наименование на пшеница).

На финала, за десерта и дижестива се пренасяме в градината, където сме заобиколени от екзотична рстителност и езеро, пълно с риби, разбира се. Под съпровода на лек джаз се потапяме в спокойната и приказна атмосфера на ресторанта, който въпреки че е в центъра на градския живот, ни откъсва от типичния шум и забързаното ежедневие и за момент се чувстваме като на кораб, предприели едно наистина вълнуващо кулинарно пътешествие с дух на море.



РЕСТОРАНТ „КАПИТАН КУК“ В ХОТЕЛ „МАРИНЕЛА“ Е ПРЕДПОЧИТАНО МЯСТО ЗА БИЗНЕС СРЕЩИ **И ИЗКУШАВА ЛЮБИТЕЛИТЕ НА МОРСКИТЕ ХРАНИ С ПЪРВОКЛАСНО НОВО МЕНЮ**

НА ПИЕДЕСТАЛА НА ПОБЕДИТЕЛИТЕ



Автор: Яна **Колева**

Артистът винаги трябва да е готов, защото късметът или добрият импресарио може да го изненада с нова роля или с някое непредвидено участие, казва Габриела Георгиева, солистка на Софийската опера и балет. Само преди месеци тя получи покана за ролята на Норма в постановката на световноизвестния режисьор Уго де Ана. Дотогава Габриела Георгиева дори не е мечтала за това.

Най-висока **летва**

Популярно мнение за „Норма“ на Винченцо Белини е, че главната роля е прекалено трудна за пеене и операта е оцеляла след премиерата през 1831 г. само като средство за изява на няколко особено надарени примадони. Ето защо за всяко сопрано Норма е емблема и най-високо вдигнатата летва, тъй като е нужно изключително певческо майсторство. Тази партия или трябва да я изпееш на висота, или изобщо да не се захващаш с нея. Тя изисква автентичен белкантов сопранов глас, такъв, който може да наподобява птичка, а същевременно да е драматичен.

Точно навреме и **точно по мярка**

„Норма“ е първата среща на Габриела Георгиева с италианското белканто – певческия стил, който се отличава със своята мелодичност и изящество и в превод означава красиво пеене. За радост оказва се, че тази роля е точно по мярка на нейния глас. Това не остана незабелязано от музикалната критика, която писа, че нейната Норма я поставя на пиедестала на победителите. Преди тази роля тя има респектираща творческа биография: на оперната сцена е повече от 15 години, в които е пяла на авторитетни европейски сцени: Цюрихската опера - Абигаил от „Набуко“, последвана от Амелия от „Бал с маски“, чест гост е на хърватска сцена, а във Виенската опера пее с Роберто Аланя. Има натрупан опит в тежкия сопранов репертоар на Верди, Пучини, Джордано, Понкиели. И сега уж изненадващо, но някак закономерно, стигна и до тази емблематична роля.

Нещо **красиво**

Уго де Ана прави свой прочит на „Норма“. Той е не само режисьор, а също е автор на костюмите и сценограф, който владее играта със светлината и е прославен със своите величествени декори. Разбира се, неговият асистент в тази постановка Филипо Тонон има огромен принос за добрия краен резултат на софийската сцена, както и диригентът Григор Паликаров. Изпълнителите са особено признателни и на Ричард Баркър, прочут специалист в белкантовия репертоар, който им помага за бързата вокална подготовка на ролите. Декорите изглеждат семпли, но те са много тежки, сцената се строи дълго, тъй като се използват сложни



механизми. Уго де Ана работи с всеки артист и всеки извайва свой характер на един и същи образ. Той не приема щампи и затова публиката може да види три различни превъплъщения на друидската жрица – на Габриела Георгиева, Радостина Николаева и Цветана Бандаловска.

Учител и **ученик**

Габриела Георгиева е ученичка на Гена Димитрова. Великата оперна прима й казвала, че ако една партия в кратък период от време не я изпееш поне десет пъти, не си я овладял. Затова колкото повече оперният изпълнител играе една роля, с толкова по-голяма лекота влиза в нея. Норма е нова партия за Габриела Георгиева и тя тепърва ще изгражда ролята и заедно с нея ще расте.

Не пропускайте

„Норма“ е шедьовър, който се поставя много рядко дори на големите европейски сцени поради изключителната си трудност за изпълнение. След бляскавата премиера в края на март има поне три причини в началото на юни българската публика да види „Норма“ в Софийската опера и балет, а ако пропусне, да съжалява: това е събитие, което не се е случвало на софийска сцена от 33 години насам, постановката е копродукция с „Арена ди Верона“ и оттам пристигнаха седем тира с декори. Постановката е на Уго де Ана - име, което е чест за всеки оперен театър. Без съмнение този спектакъл е достоен за най-големите световни сцени.

Габриела Георгиева може да гледате и в „Турандот“ в „Опера в парка“. Другото голямо събитие с нейно участие е „Набуко“ през юли пред храм-паметник „Александър Невски“. Това ще е нова постановка на акад. Пламен Карталов. „Изкуството пречиства. Елате, за да се убедите, че операта е за вас“, кани Габриела Георгиева.

С БЛЕСТЯЩОТО СИ ИЗПЪЛНЕНИЕ НА НОРМА В ЕДНОИМЕННАТА ОПЕРА НА БЕЛИНИ **ГАБРИЕЛА ГЕОРГИЕВА СПЕЧЕЛИ ОВАЦИИТЕ НА ЗРИТЕЛИТЕ, НО И ВИСОКОТО ПРИЗНАНИЕ НА КРИТИКАТА**



МОСТОВЕТЕ НА АРХ. АНЕТА БУЛАНТ



Арх. Анета Булант-Каменова и съпругът ѝ Клаус Вайлцер

АРХИТЕКТУРНОТО БЮРО НА БЪЛГАРКАТА И СЪПРУГА Й **Е НАЙ-ДОБРОТО В АВСТРИЯ**

автор: Светлана **Желева**

Мостовете на архитект Анета Булант-Каменова могат да се разглеждат и в пряк, и в преносен смисъл. В преносен като връзка между два свята – България и Австрия, още от 1970 г. досега, когато тя идва за първи път в алпийската република. В пряк смисъл архитектурното бюро Булант-Вайцлер са автори на уникални стъклени мостове, с които преобразяват околната среда. С лекота, красиво и функционално. И в още един трети аспект – мостовете имат съдбовна роля в нейния живот – като духовен път между нея и нейния съдружник и спътник в живота Клаус Вайлцер, с когото са свързани любовта, животът и работата ѝ. „С Клаус сме заедно отдавна. Имахме общи проекти, първата ни съвместна работа предизвика фурор и за нас бе ясно, че трябва да продължим да работим заедно. И Клаус обича да експериментира и това е нещо, което също ни свързва“, казва арх. Булант.

Тежката **артилерия**

Малко известен факт е, че арх. Булант-Каменова като млад специалист още в България, заедно с арх. Асен Горанов, работят с най-добрите строителни инженери Лало Райков и неговия екип в строителството на знакови за нашата страна обекти. На тях поверяват построяването на Подбалканския път – през Розино, и там се появяват като „въздушни коне“ мостовете , които свързват насечените долини.

С колектива на инж. Райков участват и в конкурса за проект на Аспаруховия мост за връзка между Варна и Галата. Предложението да се направи висящ мост бива премирано от журито, но построяването било отложено за по-късно, а след това мостът е построен по друг проект в днешния



Мостът на водните лилии в Тулн, Австрия



Мост на арх. - Булант в Линц

си вид. Арх. Булант е имала възможност да посети Америка още през 1978 г. Прави голямо пътуване из страната, посещава много архитектурни обекти, но и много мостове, които опасват САЩ, и черпи вдъхновение.

По-късно е впечатлена и от мостовете на Истанбул, особено от първия мост над Босфора. „Усетих го като небесен обект, после го сънувах. Имам специално отношение съм мостовете. Смятам, че една от най-интересните архитектури е на мостовете, защото в тях има конструктивна логика. Това са обекти, които са във въздуха, затова трябва да създават усещането за лекота“, казва тя.

В Австрия почеркът на архитектурно студио Булант-Вайцлер може да се види в стъкления мост „Skywalk“ („Разходка в небето“), който свързва два квартала на Виена. Преди това построили на един от главните булеварди на австрийската столица – „Гюртела“, друг висящ стъклен мост към мола на Лугнер. За него получават много отличия, сред които награда от световното архитектурно триенале в София, от кмета на София и от Съюза на българските архитекти. А през 2007 г. този мост е сред 40-те обекта в света, наградени от Чикагския архитектурен музей с международната наградата за нова световна архитектура.

Запазена марка - **стъклените конструкции**

Други знакови обекти са мостът на водните лилии в Долна Австрия, серия от 8 стъклени моста в градски парк в Германия, проект за мост над Дунав в Линц, за железопътен мост над ръкава на Дунав във Виена и още много.

Анета Булант и Клаус Вайлцер са получили награди в международния конкурс за опера в Бусан, Южна Корея, в люта конкуренция с проекти на Норман Фостър, Заха Хадид и други, в европейския конкурс за завод за преработка на боклука във Виена, в конкурс за Фолксоперата във Виена. А летящият старт на архитектурно бюро Булант-Вайлцер започва през 1996 г. с остъклената зимна градина в Залцбург, за която печелят дузина награди.

У нас малко се знае за обектите, с които е свързана арх. Булант. Един от тях е паметникът в Шумен, посветен на 1300 години България. В по-ново време у нас тя е осъществила и други 2 два проекта, които е направила за приятели: кафене и ресторант в сградата на Сатиричния театър в София и една частна вила в областта Мечката, недалеч от Самоков. Друг неин проект за голяма жилищна и търговска сграда в Благоевград чака своята реализация.

Анета Булант-Каменова е сред най-успелите български архитекти. Колекцията й от награди - 17 досега, са сред най-престижните и със сигурност мечта за всеки архитект. Последната е от списание „Corporate Vision“ в Англия, което присъжда от 2–3 години насам наградата European CorporateExcellence Award. През миналата година призът отиде при архитектурното бюро, което бе отличено като най– доброто в Австрия, отново за стъклена архитектура.



Мостът Skywalk във Виена



Мостът Lugner

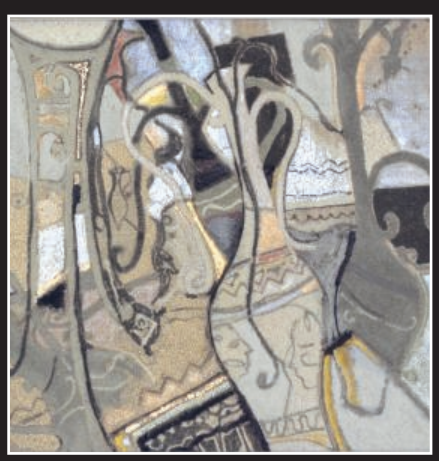


Мириам

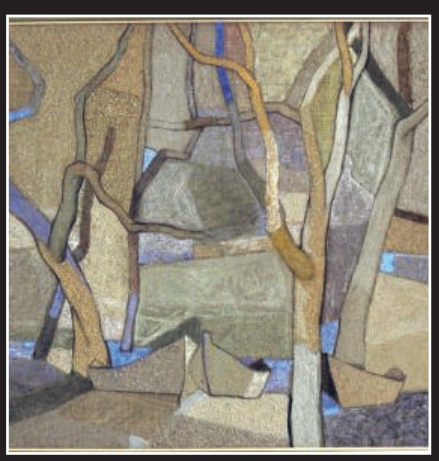
ПЯСЪЧНАТА РЕАЛНОСТ



Сенки



Археология



Край брега



Натюрморт



Стефан Чурчулиев



Йоан Кръстител



Утро



Натюрморт

КОГАТО ИЗКУСТВОТО И БИЗНЕСЪТ СИ ПОДАДАТ РЪКА, ПЕЧЕЛЯТ И ДВЕТЕ СТРАНИ, УБЕДЕН Е ХУДОЖНИКЪТ СТЕФАН ЧУРЧУЛИЕВ

автор: Татяна **Явашева**

Стефан Чурчулиев няма рецепта и стереотип, по който да създава творбите си, и всеки път те тръгват в своя посока. Така се раждат неговите концептуални изложби, сред които запомнящите се „Пророци“, „Спомени от лятото“, „Носталгични обекти“. Характерно за него е, че използва необичайна художествена техника с наслагване на различни по вид и цвят пясъци от цял свят. С пясък рисува още от ученик и с годините усъвършенствал това умение. Върху платното с такъв материал той изгражда ирационалното пространство на своето художествено виждане.

Пътеписи

Новия проект „Пътеписи“ Стефан Чурчулиев осъществява заедно със съпругата си Аглика Гайтаникова. В столичната галерия „Българи“ до средата на юни двамата показват акварели, рисувани по време на престоя им в ателиетата Сите дез Ар в Париж и при едномесечното им пребиваване в Индия. В необичайна-







Цикъл "Индия" - акварели



Христос с Богородица

та среда в чужбина акварелите се оказват най-достъпното изразно средство. Те преоткриват тази техника, отърсват се от всичко познато и започват да рисуват с нов замах. Това доказва, че пътеписите са емоционален жанр, свързан с многото срещи и преживявания по време на пътуванията.

Концептуални **изложби**

Изложбата „Пророците“ е отзвук от срещата на Стефан Чурчулиев с книгата за пророк Йона, написана от богослова доц. д-р Ивайло Найденов. Историята е следната: Бог се явява на Йона и го изпраща да проповядва покаяние в Ниневия – град, който живее в грях. Уплашен, Йона не изпълнява Божията воля, а тръгва да бяга. Качва се на кораб, но го застига буря. Моряците разбират, че той е причина за проблемите и го изхвърлят зад борда. Тогава е погълнат от грамаден кит. Спасява се едва когато решава да изпълни заръката. Според теолозите Йона е единственият пророк, който не се подчинява веднага на волята на Бог, а антитезата на Стефан Чурчулиев е, че всеки човек идва със своя мисия, но той се противопоставя и не иска да я изпълни. Затова според него хората страдат, докато не осъзнаят за какво са дошли на този свят. Това е общата идея на неговите платна, обединени от темата „Пророци“, където включва и обикновени хора.

С цикъла „Носталгични обекти“ Стефан Чурчулиев внушава, че вещите носят история и лична драма. Предметите се свързват с хората и тези натюрморти показват присъствието и отсъствието едновременно. Убеден е, че картината не е само игра на форми и цветове – ако е заредена с много емоции, после тя ги излъчва.

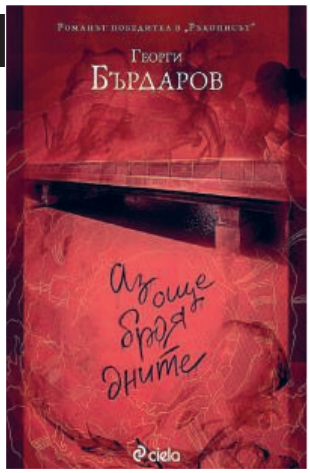
Симбиоза с **бизнеса**

Изкуството е бизнес, но България е встрани от тази мощна индустрия. Единици са българските художници, които присъстват на този голям пазар. Вътрешните продажби са ограничени, тъй като ценителите са малко. Ето защо Стефан Чурчулиев и Светлин Стоев стигат до идеята, че взаимодействието с бизнеса ще даде нови възможности за реализация на съвременното изкуство и тази симбиоза ще го направи по-забележимо. С такава цел двамата създават платформата advertisingartists.eu - онлайн пространство за представяне на визуални артисти с ярък талант. Първата им изложба в столичната галерия „Академия“ привлече „Ауди“ като ключов партньор, което дава увереност, че са на прав път. Целта на платформата е да се построи нов мост между рекламодателя и потребителя и чрез модерна творческа визия да се излезе извън ограниченията на добре познатото. Намеренията са това художествено присъствие да разширява влияние – първоначално в други балкански страни.

НОВИ КНИГИ ОТ **СИЕЛА**

Аз още броя дните

Автор
Георги Бърдаров



Цена -
14 лева

Топла майска нощ през 1993 г. Обсадата на Сараево е започнала преди година и краят не се вижда, също както на братоубийствената война между довчерашните съюзни югославски народи. Двойка млади сърби стоят в кухнята си, потънали в мълчание. Давор, християнин, и Айда, мюсюлманка, са съхранили любовта си сред разрухата и безумието, които царят в обсадения град. Двадесет години по-късно българин пътува към Сараево, за да се срещне със сръбския преводач на книгата си. Скоро се озовават в кръчма и неусетно заговарят за войната. С напредването на часовете празните бутилки на масата се увеличават, а отдавна погребани тайни излизат на повърхността.

Две нощи. Четири съдби. Всички водещи до най-важните въпроси. Кой запали тази война? И кой спечели от нея?

Метро 2035

Автор
Дмитрий Глуховски



Цена -
18,90 лева

Шеметното продължение на „Метро 2033" и „Метро 2034" вдига залозите!

Третата световна война прогонва човечество¬то от лицето на земята. Планетата опустява. Мегаполисите са в прах и пепел. Сателитите самотно се носят по орбитите си. Радиото мълчи на всички честоти. Единствено сирените за тревога огласят входовете на метростанциите. Там, на десетки метри под повърхност¬та, в тунелите, последните жители на планетата оцеляват ден за ден. Създали са свои нови общества. Воюват или търгуват помежду си. И не се отказват от надеждата да си върнат господството над повърхността. Метро 2035 продължава и завършва историята на Артьом от първата книга на култовата трилогия, но може да се чете и като самостоятелен роман.

Белият терор

Автори
Христо Христов,
Христо Петров



Цена -
25 лева

Изследването проследява конструкцията на първия поръчков политически процес при Тодор Живков, след като през 1954 г. той е определен за първи секретар на ЦК на БКП. Процесът има за цел да се даде възмездие на офицери от бившата 3-а секретна секция на Министерството на войната, действала през 20-те години на XX век. Разкрити са методите, които Държавна сигурност използва при провеждането на поръчковото следствие, където едни фигури отговарят за сметка на други с оглед на интересите на политическото „правосъдие" и конюнктурата.

Лидерът

Автор
Алекс Фъргюсън



Цена -
19,90/23,90 лв.

Сър Алекс Фъргюсън е от малкото хора, които разбират какво е да си лидер, какво е да водиш. През своята 38-годишна кариера като мениджър е спечелил смайващите 49 трофея, изграждайки Манчестър Юнайтед като един от най-големите световни бизнес брандове.

В тази смела и пряма книга сър Алекс разкрива тайните, които стоят зад тези изумителни успехи.

ГОЗО

67 кв. км със 7000 години история





ИЗСЛЕДОВАТЕЛИТЕ ГО СМЯТАТ ЗА МИТИЧНИЯ ОСТРОВ НА НИМФАТА КАЛИПСО

автор: Преслава **Георгиева**

Разположен на едва 6 км от Малта, остров Гозо е вторият по големина остров на малтийския архипелаг в Средиземно море. За разлика от Малта Гозо е по-зелен, по-малък, по-провинциален и по-спокоен. Лежерният ритъм на живот, разкошните плажове с оранжево-червени пясъци и идеалните за гмуркане води, заедно с богатството на исторически паметници, носещи спомени на по 7 хиляди години, правят Гозо идеална дестинация за бягство от напрегнатото ежедневие.

С площ от едва 67 кв. км и население от 31 000 души, Гозо предлага на туристите огромно разнообразие от забавления и активности. Независимо дали сте любители на историята, археологията, архитектурата, изкуството, религията, или просто търсите активна почивка, съчетаваща разходки, плуване, гмуркане, културни събития и плаж, Гозо предлага по нещо за всеки. Тук има около 300 слънчеви дни в годината и дори през януари средната дневна температура е 15 ° C.

Някои от изследователите на Омировата „Одисея“ смятат, че Гозо всъщност е митичният остров на нимфата Калипсо – Огигия. Според легендата Калипсо спасява Одисей след корабокрушение и го приютява на своя остров с надеждата, че той ще стане неин съпруг. Макар да му обещава безсмъртие, в случай че остане с нея, Одисей не успява да забрави родината и 7 години по-късно Калипсо е принудена да го освободи.

Богатата история на Гозо е тясно свързана с тази на съседния му остров Малта и съчетава колоритното наследство на многото различни народи, които са нахлували, заселвали са се или са търгували на островите през последните седем хиляди години.

Сведенията за първите обитатели на тези места, които пристигат от Сицилия (88 км на север), датират от около 5000 г. пр. Хр. Още през 3600 г. пр. Хр. местното население изгражда тук сложни каменни постройки, включително храмовете Гантиджа – най-старите свободно стоящи каменни сгради в света. Техните останки, днес със статут на световно наследство на ЮНЕСКО, все още могат да се видят в селцето Ксагра.

Морската търговия започва да се развива с пристигането на финикийците, които биват наследени от картагенците. След кратък период на гръцко влияние и трите Пунически войни Гозо и Малта стават част от Римската империя. Св. Павел въвежда християнството през 60 г. сл.н.е., а неговата роля се засилва под влиянието на византийците от Източната Римска империя. В края на IX в. арабите поемат контрола над Малтийските острови. Те въвеждат водениците и поставят началото на отглеждането на памук – двата стълба, на които се гради местната икономика векове напред.

Норманите възстановяват християнството в Малта и Гозо през 1090 г. В следващите десетилетия Малтийските острови биват завладявани от германци, французи, испанци, арагонци и кастилци, докато през 1530 г. тук пристигат хоспиталиерите – рицарите от военния орден на Свети Йоан. Днес по-известни като рицарите на Малта, те губят своята база на о. Родос от османците и нахлуват в Малта. Тяхното управление продължава близо два века и половина до идването на Наполеон през 1798 г. В началото новите



ЦЪРКВАТА „СВ. ЙОАН КРЪСТИТЕЛ“



Фото **Wikipedia**

ЛАЗУРНИЯТ ПРОЗОРЕЦ

управници, които все още копнеят да си възвърнат Родос, неглижират защитата на островите и ги оставят открити за все по-свирепите атаки на турските корсари.

През 1551 г. турските военноморски сили опитват да нахлуят в Малта, но получават силен отбой. За да не останат с празни ръце, те се насочват към по-слабо охранявания Гозо и го превземат. Цялото местно население, което тогава наброява 5000 души, бива поробено. Победата на хоспиталиерите по време на Голямата обсада на Малта през 1565 г. слага край на турските набези по тези земи, а следващите 230 години под управлението на Ордена са период на относителен просперитет. Много от селата се превръщат в градове, а населението нараства; голяма част от крайбрежните области се заселват, а други се облагородяват. Бароковата архитектура е в апогея си и в този период се създават някои от най-емблематичните сгради в Малта – от разкошни църкви до масивни укрепления.

През 1798 г. Малтийските острови биват превзети от Наполеон и стават част от Франция. По време на краткия си престой в Малта Наполеон премахва благородството, преработва гражданските закони и въвежда съдебна система от съдебни заседатели – нещо немислимо в кралските съдилища, които по онова време все още управляват голяма част от Европа.

Нуждаейки се от злато, с което да плащат на армията, французите започват да плячкосват дворци и други ценни сгради в Гозо. След като посягат на църквите обаче, силно религиозното местно население въстава под ръководството на архиепископ Аверио Касар и блокира французите в цитаделата. Когато през октомври 1798 г. на острова пристигат британски военни части, французите се предават и съгласно Договора от Париж (1814 г.) Малта става британско владение.

По време на британския период, и по-точно през 1864 г., Гозо се отделя от епархията на Малта, след почти век, в който гозитяни се опитват да получат независима епархия, изпращайки петиции и организирайки лични аудиенции с папата.

След края на Втората световна война Малта и нейните острови започват да копнеят за независимост и след тежки преговори с Великобритания я получават на 21 септември 1964 г. 10 години по-късно Малта става република, а след референдум през 2004 г. се присъединява към Европейския съюз.

Богатата ранна история на Гозо прави острова особено привлекателен за археологически туризъм. Близо 4 хил. години пр.н.е. тук се създават уникални по рода си каменни храмове, статуи и подземни погребални комплекси.

Основният археологически комплекс на острова са храмовете Гантиджа. Двата храма са сред най-старите свободно стоящи каменни сгради в света и имат статут на световно наследство на ЮНЕСКО. Построени между 3600 и 3200 г. пр. Хр, още преди Стоунхендж, те биват открити от археолозите едва през XIX век.

Името на храмовете идва от малтийската дума за „гигант“ и според местния фолклор те са били построени от раса на гиганти, което не е толкова чудно, предвид размера на варовиковите блокове, от които са изградени. Някои от тези мегалити са дълги над 5 м и тежат повече от 50 тона.

Външните стени са изградени от високоустойчив варовик – една от причините сградите да оцелеят толкова дълго време, докато интериорът – врати, олтари и декоративни плочи, е направен от по-мек вид варовик. По-интересни са свидетелствата, че вътрешните стени са били шпакловани и боядисани, като два фрагмента от мазилката, покрита с червена охра, се пазят в Археологическия музей в Гозо.

Каменният кръг в Ксагра всъщност е праисторическо подземно гробище в село Ксагра, на 400 м от храмовия комплекс, в което около 4000 г. пр.н.е. се правят най-ранните погребения. Откритите в гробовете ценни предмети, сред които впечатляващи каменни и глинени скулптури, са разкрили ценна информация за малтийската и средиземноморската праистория. Повечето от находките – включително някои възхитителни човешки фигури – сега могат да бъдат видени в Арехеологическия музей.

Казват, че в Малта има достатъчно църкви, за да посещавате по една всеки ден от годината. Това може спокойно да се твърди и за Гозо, в който има 15 енории и над 30 църкви, чието великолепие се поддържа с дарения от религиозното местно население.

Най-впечатляваща сред храмовете в Гозо е базиликата Та'Пину в близост до село Гарб. Зад олтара се намира



КАТЕДРАЛАТА В ЦИТАДЕЛАТА



СОЛНИЦИТЕ

огромна колекция от дарове към Дева Мария, чийто глас, според местните вярвания, бил чут в стария параклис, разположен тук до XIX век, и на който се приписват серия от чудеса в района. Със своята висока неороманска кула, построена от позлатен варовик, днес Та'Пину е най-значимото място за поклонничество в Малта и през 1990 г. посреща папа Йоан Павел II.

В Гарб ще откриете още една църква – Параклиса на гръцкия светец св. Димитър, която датира от XVI в. Според легендата светецът излетял на своя кон от картината, окачена над олтара, за да спаси сина на местна жена, отвлечен от турски корсари, и го върнал на майка му. Днес малката църква все още се използва за литургии и празненства в деня на светеца през април всяка година.

Друга забележителна църква се намира в Ксевкия, където огромната Ротонда на енорийската църква „Свети Йоан Кръстител“ доминира пейзажа на района, извисявайки се 75 м над градския площад. Това е най-голямата църква в Малта, а куполът ѝ е третият по големина в света. Днес посетителите могат да се качат с лифт до ръба на купола и да се насладят на прекрасната панорама, която се разкрива оттам.

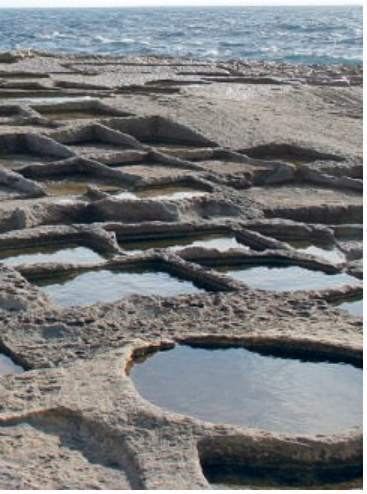
Катедралата на Гозо, разположена в столицата Рабат (Виктория), е построена между 1697 и 1711 г. на мястото на римски храм, посветен на богинята Юнона. Бароковата сграда е проектирана от малтийския архитект Лоренцо Гафа под формата на латински кръст. Тя е изградена изцяло от местен варовик, а високата камбанария с пет камбани на гърба на катедралата замества обичайните две камбанарии в предната част. Поради липса на средства катедралата остава без купол, но за сметка на това през 1739 г. художникът Антонио Мануеле изрисува плоския покрив с фрески, създаващи съвършена оптическа илюзия за купол.

Друга енорийска църква в Рабат, която си струва да посетите, е базиликата „Св. Георги“, в която ще откриете статуя на светеца, който пронизва змея, и ще се насладите на внушителния интериор, включващ позлатена гипсова мазилка и подове от инкрустиран мрамор.

Средновековният параклис „Св. Сесилия“ е построен около 1540 г. и е най-старият оцелял параклис в Гозо. Посветен на покровителката на църковната музика, той е напълно реставриран преди 1630 г. и функционира с пре-



МЕГАЛИТИТЕ ГАНТИДЖА





ПРИСТАНИЩЕТО МГАР

късвания като църква до 1644 г. Тази малка каменна църква е най-добрият пример за множеството параклиси, с които някога бил осеян Гозо.

Цитаделата на Гозо, която се извисява над столицата Рабат, е била център на административния, религиозния и военния живот на острова, най-вероятно още от неолита, като бива укрепена през бронзовата епоха – около 1500 г. пр.н.е. По-късно бива достроена от финикийците, а по римско време служила за акропол. Най-северната страна на Цитаделата датира от арагонския период, докато южното крило, с изглед към Виктория, бива реконструирано от рицарите на свети Йоан между 1599 г. и 1603 г. Разходката по крепостните укрепления ще ви предложи спираща дъха 360-градусова панорама към хълмовете, долините, селата и църквите на Гозо.



БАЗИЛИКАТА ТА ПИНУ

Лазурният прозорец – плоска скална арка над морето в Двежра – е друга емблематична забележителност на Гозо, която може да се види от брега или от лодка. Намира се в близост до други две известни природни забележителности – лагуната и залива на Двержа. Зашеметяващият релеф на района се създава преди хиляди години при срива на две варовикови пещери. Те са и сред най-предпочитаните дестинации за гмуркачите.

Пещерата на Калипсо е разположена над известните червени пясъци на най-хубавия плаж на Гозо – Рамла. Легендата разказва, че това е пещерата, в която красивата нимфа Калипсо държи Одисей в „плен на любовта“ цели 7 години. Панорамата към залива Рамла е поразителна, а на брега под пещерата на Калипсо се намират руините на крепостните стени, построени от рицарите на Малта в средата на XVIII век.

Солниците на Гозо на северния бряг на острова са шахматно разположени скално-изсечени солници в морето. Тези 350-годишни солници, простиращи се 3 км по протежение на брега, са главния герой в многовековната традиция на гозитяни в производство на морска сол.

За толкова малък остров Гозо има изключително разнообразие от музеи, съдържащи някои забележителни експонати и разнородна тематика – от археология, занаяти и религия до наука, играчки и затворнически килии, всички от които предлагат поглед към миналото и настоящето на Гозо.

Гозо има някои от най-добрите плажове в цяла Малта. Слънцето тук грее около 300 дни годишно и безупречен плажен сезон е гарантиран между юни и септември, като обикновено продължава от май до ноември.

Водата е кристално чиста, лазурна и топла през по-голямата част от годината и предлага идеални условия за плуване, гмуркане и всякакви водни спортове и забавления. Гозо има два очарователни червени пясъчни плажа – Рамла и Сан Блас – с място за игри и пясъчни замъци, както и няколко по-малки пясъчни ивици, подходящи за плажуване. Островът предлага и чудесни скалисти райони за плуване.

Гозо се радва на много активен културен живот, като целогодишно тук се провеждат множество събития, сред които ежегодният карнавал, оперният фестивал и разнообразие от изложби, летни празници, международни прояви и колоритни чествания на по-големите религиозни празници.

На Гозо ще откриете някои от най-добрите ресторанти в Малта, предлагащи средиземноморски ястия и малтийски специалитети, представляващи еклектична смесица от вкусовете и ароматите на многото народи, обитавали тези земи.

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

TOPSHAPE
КРАСОТА
И ЗДРАВЕ
В БУТИЛКА

www.topshape.bg
facebook.com/topshapevitaminwater



HUVEPHARMA®

We add performance to your business



- Medicated Feed Premixes
- Anticoccidials
- Feed Enzymes
- Veterinary Pharmaceuticals
- Active pharmaceutical ingredients

www.huvepharma.com

Huvepharma EOOD
3a Nikolay Haytov Str
1113 Sofia, Bulgaria
P +359 2 862 5331
F +359 2 862 5334

Huvepharma N.V.
Uitbreidingstraat 80
2600 Antwerp, Belgium
P +32 3 288 1849
F +32 3 289 7845



Обмяна на валути

ДНЕС СВЕТЪТ Е ПО-МАЛЪК

Обменяй различни валути от цял свят
в клоновете на Пощенска банка

25 години

Postbank

Решения за твоето утре