www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 65

септември 2016 г. / цена 5 лв.

ПЕЧЕЛИВШИ МАРКЕТИНГОВИ **СТРАТЕГИИ**

ПРЕПЯТСТВИЯ В ГЛАДКОТО БЯГАНЕ **НА БИЗНЕСА**

ЗЛАТНО ХОБИ **ЗА КЪСМЕТЛИИ**

Екатерина Захариева:

ВЪВЕЖДАМЕ ЕЛЕКТРОННОТО ПРАВОСЪДИЕ

ISSN 1314-376X

ОБЩИНСКА БАНКА

20 години

ЮБИЛЕЙНИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

www.municipalbank.bg

www.economymagazine.com

СЕПТЕМВРИ 2016

БРОЙ 65

08 ПЕЧЕЛИВШИ МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ

20 ЕКАТЕРИНА ЗАХАРИЕВА: ВЪВЕЖДАМЕ ЕЛЕКТРОННОТО ПРАВОСЪДИЕ

28 КОИ СА ПРЕПЯТСТВИЯТА В ГЛАДКОТО БЯГАНЕ НА БИЗНЕСА

34 СВЕТЛОЗАР ПЕТРОВ: ГЛАДЪТ ЗА СПЕЦИАЛИСТИ СЕ „ЗАСИЩА" ЧРЕЗ ХОРА

36 ВЕСЕЛА КАЛЪЧЕВА: ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРАВЯТ БИЗНЕСА КОНКУРЕНТОСПОСОБЕН

40 УПРАВЛЕНИЕ НА ВЗЕМАНИЯТА

46 НЕДЕЛЧО ЕДРЕВ: ПРИ ФИНАНСОВОТО УПРАВЛЕНИЕ СЪЩО ИМА ТВОРЧЕСТВО И ИНОВАТИВНОСТ

48 ГЕОРГИ ДЕТЕЛИНОВ: ВСЕКИ МОЖЕ ДА ПОСТИГНЕ ФИНАНСОВА НЕЗАВИСИМОСТ

54 КАЛЕ ПАЛИНГ: МАЛКИТЕ И ИНОВАТИВНИ ДЪРЖАВИ УСПЯВАТ В ДИГИТАЛНАТА СРЕДА

56 ДАРИН МАДЖАРОВ: ОБРАЗОВАНИЕТО В БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА Е НА СВЕТОВНО НИВО

58 АВИНОАМ КАТРИЕЛИ: ПРАВИМ НОВ ГРАД НА 20 КМ ОТ СОФИЯ

60 ХОРА И ГРАДОВЕ

68 ФАХРИ ИДРИЗ: ТУРИЗМЪТ ПРОДАВА УДОВОЛСТВИЕ

72 КЛИНТЪН VS. ТРЪМП - ГЛОБАЛНАТА БИТКА

76 ПРЕНАРЕЖДАНЕ В БЛИЗКИЯ ИЗТОК

80 ВЯТЪРЪТ НА ПРОМЯНАТА ВЕЕ НАД САУДИТСКА АРАБИЯ

87 РАЗВИЙТЕ СВОИТЕ БИЗНЕС УМЕНИЯ

90 TRANSFORMIFY - СВОБОДАТА ДА РАБОТИШ ОТДАЛЕЧЕНО

92 РИСКЪТ НА МЛАДИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ

94 ЗЛАТНО ХОБИ ЗА КЪСМЕТЛИИ

97 АМБРОЗИЯ ОТ ОСТРОВА НА АФРОДИТА

106 ИЗГРЯВАЩОТО СЛЪНЦЕ НА ТЕХНОЛОГИЧНИЯ ПАЗАР

108 INTERNET OF THINGS НАВЛИЗА В ЗРЯЛАТА СИ ВЪЗРАСТ

110 БИТКАТА ЗА НОВИЯ МУЗИКАЛЕН ПАЗАР

118 ВЕЛОСТРАСТ

122 ДИАМАНТИТЕ СА ВЕЧНИ, ПРИНЦЕСИТЕ - НЕ

128 ЗРЕЛИЩНОТО БЕДСТВИЕ РИО 2016

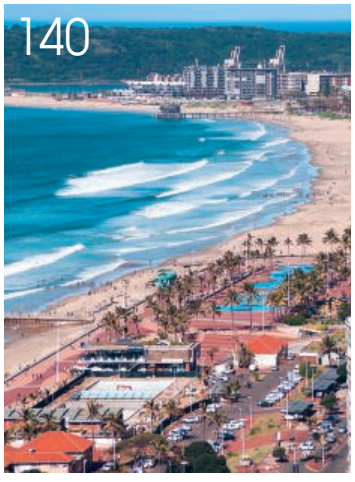
130 ХАРЧЕНЕ ПО ОЛИМПИЙСКИ

132 АТЛЕТЪТ НА АТЛЕТИТЕ

134 НЕДОСТИЖИМИЯТ БОЛТ

136 МОИТЕ СТЕНИ

140 ДЪРБАН - ЮЖНОАФРИКАНСКИЯТ ГРАД ЧУДО



РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА **МИРЧЕВА**,
главен редактор

НАДЕЖДНО ПРАВОСЪДИЕ

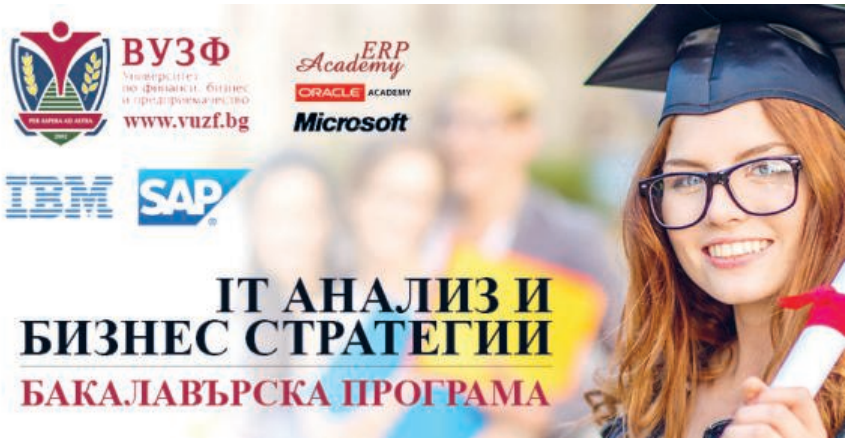
Съдебната ни система често е сочена за бавна, неефективна, създала усещането за дефицит на справедливост и правосъдие. Ето защо се превърна в нарицателно за „гнила ябълка“. За належащите реформи разговаряме с министъра на правосъдието Екатерина Захариева, лице от корицата на „Икономика“ този месец. Преди лятната ваканция на депутатите станаха факт ключови промени в Закона за съдебната власт, които регулират системата и са само малка стъпка в правилната посока. „Реформата е процес, тя не приключва с приемането на един закон. Не приключва дори с приемането на всички необходими закони. Тя включва редица стъпки“, убедена е Захариева. Малка част от тях са в правомощията на министъра – да зададе политиките и законодателната рамка, и то съвместно с магистратите, които трябва да я прилагат. Следват въвеждането на електронно правосъдие, равномерно разпределение на работата на съдилищата, самоконтрол и отговорност на професионалистите в системата, за да се стигне до изчистване на „гнилите ябълки“, налагане на справедливо и ефективно правораздаване и доверие в системата. Това е основата на една сигурна и стабилна среда за развитие на всеки бизнес и всеки отделен човек в страната. 25 години слушахме само да се говори за съдебна реформа, време е да я видим в действие!

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**, Преслава **Георгиева**, Светлана **Желева**
Дизайн: Едуард **Лилов**; Фото: Стоян **Йотов**; Фото корица: Александър **Нишков**
Печат: **Алианс принт**; Разпространение: **„Медия Икономика България“**

България с първата в Европа бакалавърска програма по бизнес софтуер

Тази есен стартира първата в България и Европа бакалавърска програма по бизнес софтуер „ИТ анализ и бизнес стратегии“. Специалността е създадена от Висше училище по застраховане и финанси (ВУЗФ) в партньорство с водещи компании от сегмента на системите за управление на бизнеса и ще подготвя консултанти по внедряване, продажба, развитие и поддръжка на системи за управление на бизнеса.



Програмата е с икономически профил и е подходяща за всеки, който търси реализация в сферата на информационните технологии, без да е програмист. Най-голямото предимство на новата бакалавърска програма е тясното партньорство със софтуерния бранш. Лектори в нея ще са представители на някои от водещите български компании за разработка и внедряване на бизнес софтуер като ERP Academy, Балкан Сървисис, Тим ВИЖЪН България, ERP.BG, както и лектори от SAP, Oracle Academy, Microsoft и други. Програмата предвижда и възможности за стаж и работа в бранша.

Стартира Rinker's Challenge 3 за предприемачи

Център „Ринкър“ към Фондация BCause (доскоро „Помощ за благотворителността в България“) кани предприемчиви хора да кандидатстват за участие в Rinker's Challenge 3 и да се състезават за безвъзмездно финансиране на бизнес проект. Конкурсът е отворен до 26 септември 2016 г., а кандидатстването става с бизнес идея – за традиционно или социално предприятие. Трите най-добри бизнес проекта ще получат стартово финансиране в размер до 20 000 лева всеки, както и едногодишна безвъзмездна помощ от специалисти в сферата на маркетинга и финансите.

Кандидатстването за програмата става само онлайн, на български език. Повече информация за програмата ще намерите на http://www.rinkercenter.org/bg/main-info.html.

Конкурс търси иновативни идеи за готвене

Electrolux Ideas Lab търси идеи, които вдъхновяват готвенето у дома в нов глобален конкурс и дава на победителя 10 000 евро награда. Компанията приветства иновативни идеи за приложения за смартфони, програми за споделяне на храна, иновативни начини за събиране на рецепти, пособия за кухнята и други. Electrolux Ideas Lab е отворен за всеки, който е над 18 години, като идеите е необходимо да се подават от 15 август до 3 октомври 2016 г.

Участията могат да бъдат индивидуални или от екип от двама души. Крайният победител ще бъде обявен на 28 ноември и ще прекара една седмица в Стокхолм, световната стартъп столица, което ще помогне допълнително да доразвие, реализира и пусне в ход идеята си.

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

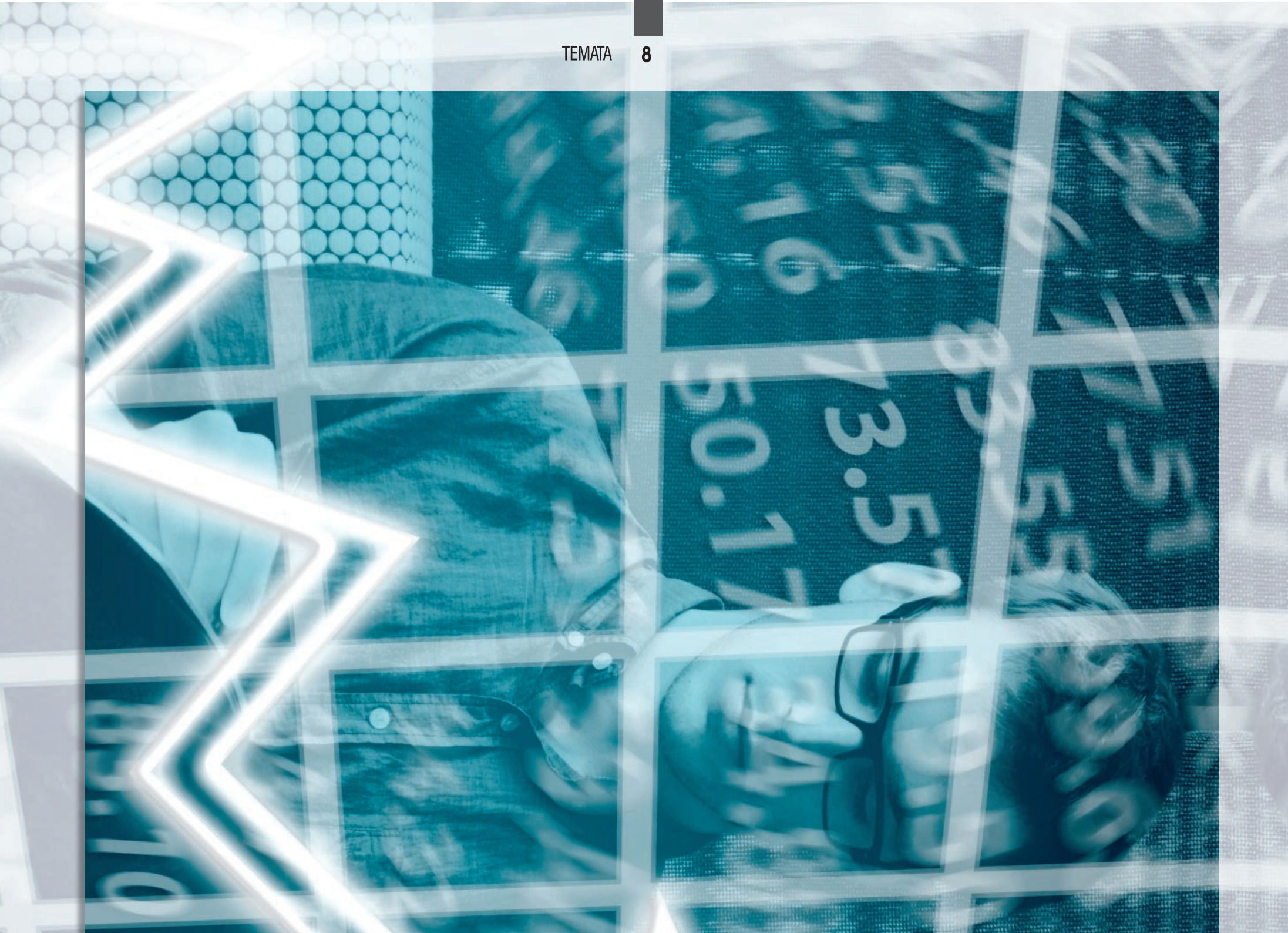
Напълно синтетично моторно масло, специално разработено за най-новите бензинови и дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили.

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.



ПЕЧЕЛИВШИ МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ

Фото: **Pixabay**

автор: **Татяна Явашева**

Именитият Сет Годин, признат като гуру в маркетинга, получил имейл, който гласял: „В момента започвам бизнес от самото начало. Оказва се, че не мога да вляза през която и да е врата, ако не познавам някого. Моля, кажете какво мислите по въпроса.“ Ето част от неговия отговор: „Фактите опровергават извинението, че има значение кого познаваш. Повечето успехи не идват оттам, откъдето установената мъдрост ни казва, че ще дойдат. Никой не заложи на Boing, Google или Дан Браун. Да, изглежда, че големите клечки, като McKinsey Consulting и General Foods, винаги успяват да победят, но онова, което в действителност се случва, е, че големите клечки бавничко изчезват, а истинският растеж идва оттам, откъдето никой не го е очаквал.“

По течението или срещу него

Да, има правила, но някои успяват, не защото ги следват, а защото създават свои правила или просто защото намират начин. Със сигурност обаче успехът не идва случайно, или ако идва, то само така изглежда. Всъщност, кое е това, което отличава успешните от неуспешните фирми? Азбучна истина е, че успехът се крепи на доброто управление, на добрите продукти и на добрия маркетинг. Всички искат да продават и да продават нови и нови стоки и услуги на големи пазари, на които постоянно се отварят нови възможности, да достигат до нови и нови клиенти. Но само някои умеят да го постигат и добрият маркетинг е част от решението.

На бързи обороти

Днес пазарите се променят бързо. Появяват се нови конкуренти, нови канали за дистрибуция и за комуникация. Интернет, мобилната търговия, глобализацията са фактори с все по-силно влияние. Променят се не само пазарите, а и технологиите, които ги поддържат, и е наложително фирмите да са в крак с тези нови технологии. Маркетингът става основен двигател на стратегическото планиране и маркетинговите специалисти трябва да са в състояние умело да оценяват новите възможности за създаване на стойност.

Лесно или трудно

Има много митове за маркетинга – например, че е лукс, който е по възможностите само на големите компании с огромни рекламни бюджети и пазари по цял свят. Всъщност, колкото по-малка е фирмата, толкова повече нужда от маркетинг има тя, твърдят специалистите. Всяка стартираща компания трябва да мисли как да стане известна и разпознаваема, как да печели доверие и как да продава повече и повече. Някои бързо намират решение, други по-бавно, а повечето така и не успяват да го намерят и пропадат. Пазарът става все по-капризен, конкурентите имат все по-осезаемо присъствие и затова, за да произвеждаш каквото и да е, меркетингът трябва да работи здраво, да е креативен и иновативен, както впрочем трябва да са и всички други в компанията. Някои са убедени, че маркетингът е лесна работа, важен е продуктът. Да, продуктът наистина е важен, но много добри продукти са пропадали заради лош маркетинг. Следователно маркетингът е лесна работа, стига да има кой да го превърне в лесна работа.

Фото: **Pixabay**

И все пак кой е ключът към печелившите маркетингови стратегии, които са в състояние да изстрелят всеки бизнес на върха?

Списание „Икономика“ се обърна към трима професионалисти, които дават своята гледна точка към темата и своите добри съвети. Разбира се, всеки конкретен бизнес трябва да намери своето печелившо маркетингово решение и да продължи непрестанно да намира нови решения, адекватни на постоянно променящия се пазар в епохата на икономически турбуленции.

ИМА МНОГО „ПРАВИЛА“ КАК ДА РАЗВИЕМ БИЗНЕСА СИ ТАКА, ЧЕ ДА СТИГНЕМ ДО ПОВЕЧЕ КЛИЕНТИ НА ВСЕ ПОВЕЧЕ ПАЗАРИ. **ВСЯКА КОМПАНИЯ ОБАЧЕ САМА НАМИРА РЕШЕНИЯТА, КОИТО ДА Я ИЗСТРЕЛЯТ НА ВЪРХА, А ПОСЛЕ ДА Я ЗАДЪРЖАТ НА НЕГО**

Д-р Станимир **Андонов**:

Силният бранд е предимство

Д-р Станимир Андонов е лектор и консултант по маркетинг и брандинг с голям опит. Той е доктор по маркетинг и преподавател във Висшето училище по застраховане и финанси в София. Член е на Американската маркетингова асоциация и е мениджър на Sofia Marketing School - център за професионално практическо обучение по маркетинг и брандинг.
Автор е на книгата „Маркетингово позициониране - теория, практика и изследвания".

Г-н Андонов, има ли лесен начин за навлизане на нови пазари и за привличане на нови клиенти?

- Днес конкуренцията на всички пазари е много голяма. Повечето български фирми добре разбират конкурентната структура на пазарите, на които работят. Те отдавна са се уверили, че няма лесен начин за навлизане на нови пазари. Можем да разглеждаме навлизането на нов пазар като създаването на един нов бизнес. На всеки нов пазар на компанията ще й се наложи да се справя с вече установените там фирми, с бариерите за навлизане на нови играчи, които те са изградили, и най-вече с големите изисквания на потребителите на този пазар. Накратко, лесен начин няма, но пък има много на брой трудни начини за навлизане на нови пазари, които може да доведат компанията до успех.

- Как маркетингът като инструмент може да бъде полезен на всяка една компания в стремежа да разширява пазарното си присъствие и влияние?

- За да бъде полезен, маркетингът трябва да бъде философия за управление на бизнеса на компанията. Мениджърите трябва да вярват в маркетинга и в неговите възможности. Съвременният маркетинг предлага голям набор от концепции и приложни инструменти за стремящите се към развитие фирми. При търсене на по-значимо пазарно присъствие е силно препоръчително мениджърите да прилагат класическия и утвърден STP модел (Segmentation, Targeting and Positioning). Това е най-популярният, изпитан и ефективен практически модел в съвременния маркетинг. Твърдо вярвам, че мениджърите трябва да сегментират пазарите си, внимателно да избират сегменти (групи) от потенциални потребители и смело, но умно, да диференцират и позиционират брандовете си в съзнанието на потребителите от избраните сегменти.

- Какво е добре да имат предвид българските компании, които тепърва ще излизат на външни пазари?

- Докато много международни компании са успешни и бизнесът им расте, има и безброй примери за такива, които са направили грешки в своите международни маркетингови усилия, тъй като са били неподготвени за предизвикателствата на новите пазари. Излизането дори и на един чуждестранен пазар из-

Фото: **Pixabay**

иска значително ниво на познаване на културата, политиката и обществото на държавата, на чийто пазар навлизаме. За да бъде успешна на международните пазари, една фирма трябва да се научи цялостно да организира работата си на по-високо ниво. Да се справя с по-сложни предизвикателства за по-кратко време и да се учи от грешките си, още преди да ги е направила. Преди да излезе в чужбина, компанията трябва да прецени няколко риска и да си отговори на няколко въпроса, свързани със способността й да оперира на международните пазари: Ще може ли компанията да се научи да разбира предпочитанията и поведението при покупка на потребителите от новите пазари? Ще може ли да предложи конкурентно атрактивни продукти? Ще може ли да се адаптира към бизнес културата на други страни и да работи успешно с чужденци? Мениджърите на компанията имат ли нужния международен опит?

- Какъв е съветът ви към онези, които вече имат опит зад граница, но търсят излаз на нови пазари в нови за тях дестинации?

- Това, заради което международните компании успяват, е дълбокото разбиране на културата и начина на живот на техните клиенти във всяка отделна държава. След като постигне това, следващата стъпка на компанията е да създаде значими за потребителите устойчиви диференциращи конкурентни предимства. Конкурентно предимство е всяко нещо, което е важно за потребителите и заради което те биха избрали нас пред нашите местни конкуренти. Тук експертите препоръчват модела за изграждане на конкурентни предимства чрез анализ на точките на еднаквост (points of parity) и точките на различие (points of difference) между нас и всички наши конкуренти на даден пазар.

- Как да се разработи печеливша маркетингова стратегия за навлизане на нови пазари и привличане на нови клиенти?

- Компаниите излизат на международните пазари по две основни причини. Първо, защото вероятно пазарът в тяхната страна вече е устойчиво разпределен и не им позволява растеж. И второ, новите пазари ще позволят на компанията по-високи нива на производство, на

ЛЕСЕН НАЧИН ЗА НАВЛИЗАНЕ НА НОВИ ПАЗАРИ НЯМА, **НО ПЪК ИМА МНОГО НА БРОЙ ТРУДНИ НАЧИНИ**

ефективност и ще я направят по-висококонкурентна на новите и на нейния собствен пазар. Първото стратегическо решение на маркетолозите е да решат колко стандартизиран или локализиран (адаптиран) трябва да бъде техният маркетинг микс на всеки нов чуждестранен пазар. Както стандартизацията на маркетинговия микс спестява разходи, така тя може да ни доведе и до пазарен провал. Когато една компания решава дали да адаптира продукта си на всеки нов пазар, мениджърите трябва да решат доколко социално-културните, технологичните, икономическите и политическите сили се различават от пазарите, на които тя работи в момента. Има няколко основни маркетингови стратегии, които успешните международни фирми използват. Те са: пряк и непряк износ, създаване на съвместни предприятия с местни фирми, създаване на собствена фирма/предприятие в нова за компанията държава, създаване на стратегически съюзи с различни цели, сключване на лицензионни договори (представяне за ползване на патенти, авторски права, търговски марки, програмни продукти и др.), международен франчайзинг, договори за управление и други. Всяка от тези стратегии може да доведе компанията до международни успехи, но изпълнението им изисква инвестирането на значителни ресурси и висока подготвеност и отдаденост на мениджърите и служителите на компанията.

- Каква е ролята на бранда в международния маркетинг?

- Брандът е най-великото изобретение на маркетинга. Изграждането на силен бранд е в основата на успеха в международния бизнес. Ще цитирам Стивън Кинг от WPP Group - London, който казва: „Продуктът е това, което се произвежда в завода, брандът е това, което се купува от потребителя. Продуктът може да бъде копиран от конкурентите; брандът е уникален. Продуктът може бързо да остарее; успешният бранд е вечен.“ След избора на целеви пазар и създаването на конкурентни предимства, създаването, позиционирането и утвърждаването на бранд е ключово за успеха на компанията на нов пазар. Един бранд е толкова по-ефективен за бизнеса, колкото по-голяма е ценността му (brand equity) в съзнанието на потенциалните и реалните му потребители. Изпълването на бранда със смисъл (ценност) е това, което ще каже на новите му потребители, че ние им продаваме не просто продукт, който задоволява техните нужди и потребности, а нещо, което искаме да бъде част от тяхната култура и начин на живот.

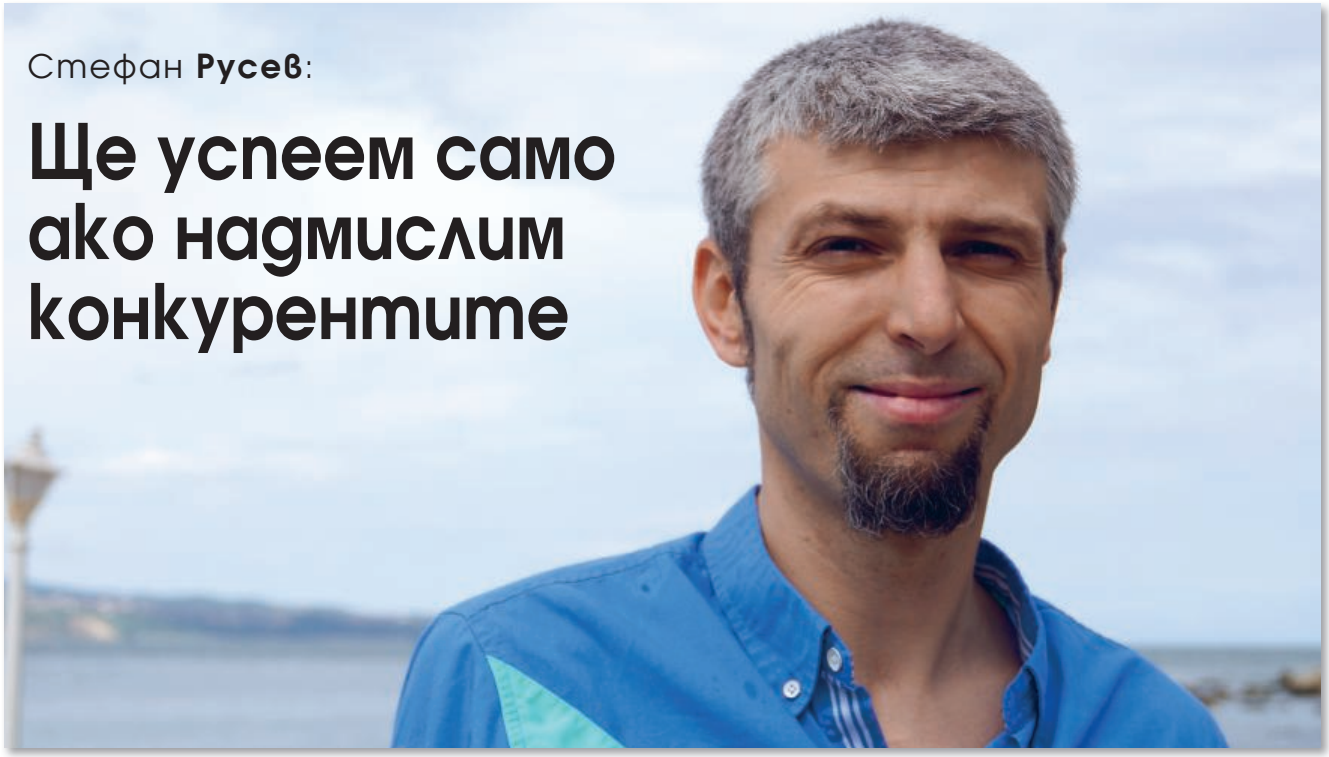
- Как новите технологии и глобализацията да се използват като попътен вятър в усилията за разширяване на пазарното присъствие?

- Модерните комуникационни канали от типа B2B (бизнес с бизнес) и C2C (потребител с потребител) изцяло наложиха нов начин на управление на взаимоотношенията между компаниите и техните клиенти. Блоговете, социалните медии и постоянната свързаност между потребителите са тенденции, които международните компании трябва да използват, ако искат брандовете им да бъдат част от начина на живот на клиентите им. Брандовете принадлежат на техните потребители. Те се изграждат в съзнанието на потребителите и комуникационните технологии днес са основният начин компанията да бъде свързана с нейните потребители. Да предава комуникационни послания, да получава обратна връзка от клиентите си и да създава среда и пространства, в които потребителите да се свързват и да споделят преживяванията си с нейните брандове.

ОПИТЪТ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ КОМПАНИИ УЧИ КОЛКО Е ВАЖНО ДЪЛБОКОТО РАЗБИРАНЕ НА КУЛТУРАТА И НАЧИНА НА ЖИВОТ НА КЛИЕНТИТЕ ВЪВ ВСЯКА ОТДЕЛНА ДЪРЖАВА

Стефан **Русев**:

Ще успеем само ако надмислим конкурентите



Маркетологът Стефан Русев е част от екипа на варненското студио за интериорен дизайн, архитектура и продуктов дизайн INDESIGN. Работи и като маркетинг консултант на свободна практика. Поддържа свой блог за маркетинг www.stefanrusev.net.

ЕДНА ОТ ВАЖНИТЕ ФУНКЦИИ НА МАРКЕТИНГА Е ПОСТОЯННО ДА СЕ **„ОГЛЕЖДА“** ЗА НОВИ ВЪЗМОЖНИ ПАЗАРИ, НА КОИТО ДА СЕ НАВЛЕЗЕ

Фото: **Pixabay**

Г-н Русев, навлизането на нови пазари е важна крачка за всяка компания. Как да се разработи успешна стратегия за такава експанзия?

- Обикновено за експанзия се мисли, когато нещата вече не вървят. Правилният начин е да се помисли за нови пазари, преди да сме притиснати. Трябва да се тръгне от анализ на пазара, на който искаме да навлезем. И да оценим конкурентните предимства на нашия продукт или услуга спрямо съществуващите. Успешната стратегия зависи от правилната преценка на нашите сили да победим съществуващите играчи. Ако открием значим проблем, който съществуващите продукти не решават или не го правят по добър начин, а ние можем да предложим по-добро решение, тогава имаме добри изгледи за успех. В този случай стратегията за експанзия трябва да се насочи ясно и точно към нашето по-добро решение. Ако си мислим, че като правим същото като другите, клиентите ще изберат нас, си е чиста загуба на време и ресурси. Ако не можем да предложим нещо различно и полезно, няма да се задържим дълго на новия пазар.

- Според вашия опит на маркетолог, кой е печелившият начин за навлизане на нови пазари и за привличане на нови клиенти?

- Като се стремим да надмислим конкурентите, а не да ги надхарчим. Това, което правят другите, няма да ни донесе успех, защото те вече го правят и в него са по-добри от нас. За да успеем да навлезем на нов пазар, трябва да тръгнем от нашия продукт и да открием нови негови приложения. Трябва по-широко да погледнем на пол-

КАКЪВТО И ПЛАН ДА ИМАМЕ, ТРЯБВА ДА СМЕ ГОТОВИ **ДА ГО ПРОМЕНИМ СПОРЕД СИГНАЛИТЕ НА ПАЗАРА И КЛИЕНТИТЕ**

Фото: **Pixabay**

зата от нашия продукт и да си зададем много въпроси: На кои други типове клиенти продуктът ни може да е полезен? Дали по-добре можем да решим съществуващи нужди? Какви нови приложения можем да измислим на нашия продукт? Как да го подобрим? Какви други нужди може да реши продуктът ни? Може ли той да е заместител на други продукти? Отговорът на тези въпроси може да ни разкрие печелившия начин за навлизане на нови пазари.

- Как маркетингът като инструмент може да е полезен на всяка компания в стремежа да разширява пазарното си присъствие и влияние?

- Маркетингът е пряко отговорен за разширяване на пазарното присъствие. Той познава най-добре продукта и неговите клиенти. Той е този, който може да открие нови приложения на продукта и нови нужди, които да задоволи. Той трябва да създаде стратегията за навлизане на новия пазар и да я реализира. Маркетолозите трябва да подберат средствата, чрез които да достигнат до новите клиенти. Те правят цялата комуникация и те са връзката с новите клиенти. Самото мислене, планиране и реализиране на нов пазар се извършва от отдела по маркетинг.

- Какъв е вашият съвет към бизнеса – как да се предпази от варианта „проба-грешка“ в успешната поява на нови пазари?

- Като се подготвим предварително с анализ и проучвания. Но колкото и внимателни да сме, никой не може да ни гарантира успех. Всеки пазар е динамичен и му влияят много фактори. Никога не можем да сме сигурни как конкурентите ще реагират на нашата стратегия. Според мен трябва да сме с „отворени очи” и „наострени уши“, за да усетим реакцията на пазара. И да сме готови да се променим. Трябва да сме бързи и да се учим в движение. Бизнесът е безкраен маратон и умните се учат от своите и от чуждите грешки.

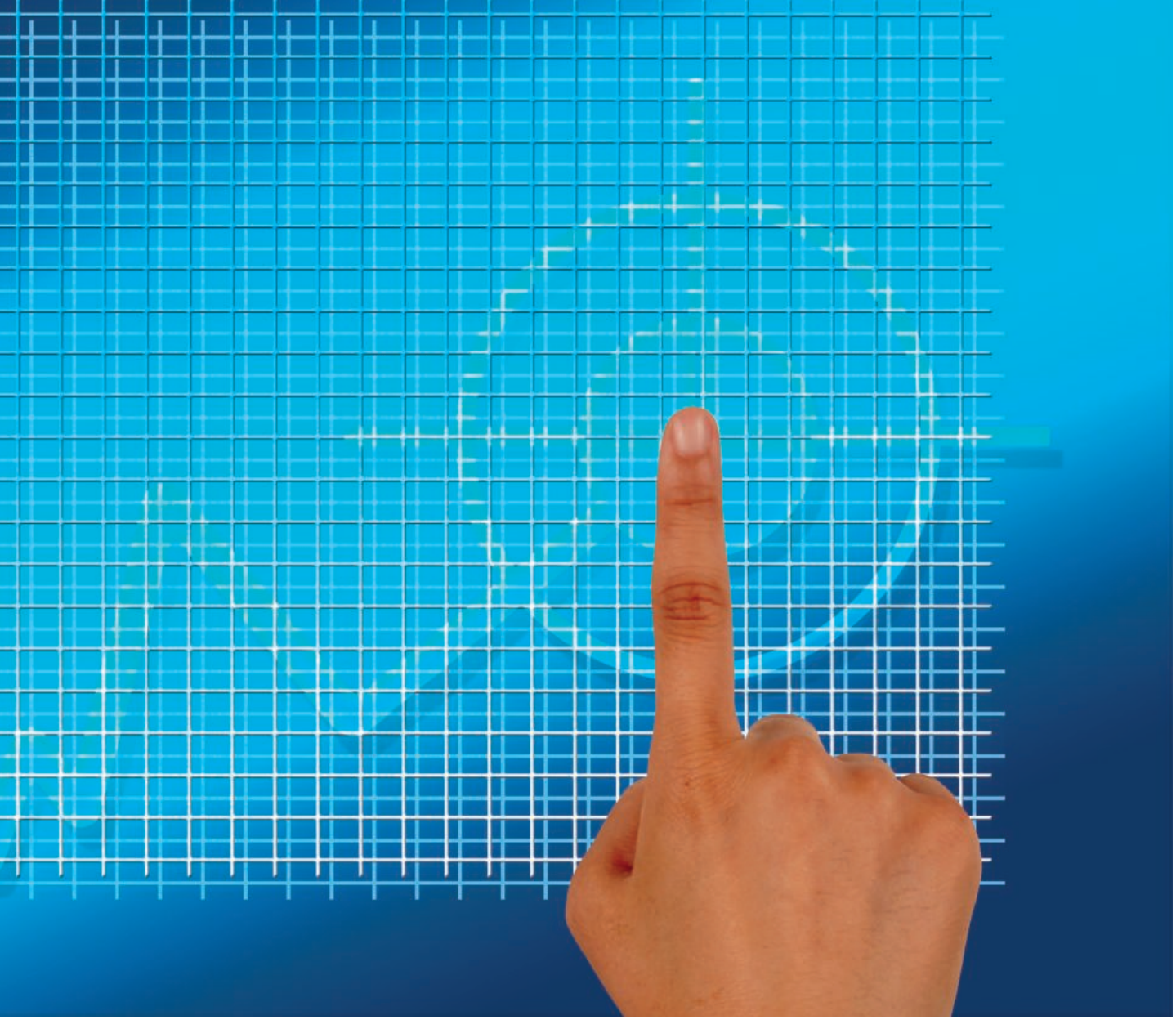
- Може да кажем, че светът е отворен и пазари дебнат отвсякъде. Но как да прокараме път към неразработени дестинации?

- Акио Морита, единият от основателите на „Сони“, е трябвало да скрие произведения от тях транзистор в багажа си на път за Америка, когато започва да го предлага. Днес това не е необходимо. Европа е пазар, отворен за нас. Благодарение на интернет можем много по-бързо, лесно и евтино да проучим различни пазари. Можем да осъществим също толкова бързо и лесно контакт с партньори и крайни клиенти. Също лесно можем и да отидем и да проучим на място всеки пазар. Движението на стоки е свободно и можем да търсим своя пазар навсякъде, където смятаме, че можем да пробием. Участието в изложения и различни търговски панаири е много по-лесно и много по-достъпно. Трябва само да проучим и подберем правилните за нас. Те са идеална възможност за контакт, създаване на партньорства и тестване на стратегията ни за навлизане на нови пазари.

- Как новите технологии и глобализацията да се използват в усилията за разширяване на пазарното присъствие?

- Чрез сериозно присъствие в интернет и социалните мрежи. Мобилното търсене от телефони и таблети расте всекидневно и трябва да се възползваме от тази тенденция. Тя вече не е новост, а задължение в бизнеса. Присъствието ни в нета трябва да е съобразено с мобилните технологии. Създаването на онлайн магазин е много добра стратегия за разширяване на пазарното присъствие. Но успешният е-магазин изисква сериозна работа, не по-малка от тази на физическия магазин. Разходите да се присъства физически на много места не са оправдани и затова инвестирането на усилия в онлайн продажби е далновидна стратегия за нови пазари у нас и в чужбина.

- Винаги има лесен и труден на-



чин да направим едно или друго. Кой обаче е правилният подход за навлизането на нови пазари?

- Теорията учи, че успехът зависи от правилно планиране и от правилно реализиране на плана. Но смятам, че гъвкавостта и възможността бързо да се променяме е от най-голямо значение. Какъвто и план да имаме, трябва да сме готови да го променим според сигналите на пазара и клиентите. Когато навлизаме на нов пазар, винаги се озоваваме в непозната за нас област и не трябва прекалено много да се отдалечаваме от зоната на опита, който досега имаме. Трябва да разчитаме поне на част от сегашните си знания и да ги приложим в новия пазар. Ако всичко е прекалено ново и непознато за нас, нещата може да станат много трудни и непосилни. Затова експанзията трябва да е постепенна и близка до сегашните ни пазари.

- Моля, формулирайте няколко правила, валидни при стремежа за излаз на нови пазари?

✔ Не трябва да чакаме недостиг на сегашния ни пазар, за да започнем да търсим нови. Една от важните функции на маркетинга е постоянно да се „оглежда“ за нови възможни пазари, на които да се навлезе.

✔ Трябва да гледаме на нашия продукт като на нещо, което винаги може да се подобри и промени. Понякога трябва да разрушаваме на части и отново да сглобяваме нашия продукт, защото така ще можем да открием нови негови приложения, функции и как да го подобрим. А те ще ни подскажат пътя към нови пазари.

✔ Присъствието в интернет и социалните мрежи е задължително. И колкото е по-силно, толкова по-добре. Онлайн магазинът е важна база за атакуване на нови пазари.

✔ Необходимо е при вземане на решение за излизане на нов пазар да се формира специален екип, който да се занимава с проучвания, планирания и със самата експанзия. Успехът на нов пазар не е нещо, което копираме от сегашните действия и пействаме на „нова страница“. Това не се прави между другите задачи. Трябва да се разделят задачите и екипите - кои отговарят за стария пазар и кои за новия.

✔ Контролирането на разходите при навлизането на нов пазар е важно, за да не се „повлечем“ по нанадолнището и да си създадем финансови проблеми.

✔ Може би най-важният съвет е да мислим различно, защото само ако надмислим конкурентите, ще успеем.

Иво **Желев**:

Пазарният успех зависи и от умението за флирт с потребителя

Иво Желев е управляващ партньор на Агенция ЕСТАТ. Вече петнадесета година я развива като консултантска компания с афинитет към изследванията, а не като социологическа агенция. Завършил е социология в СУ „Св. Климент Охридски". Бил е заместник-директор на НЦИОМ при Народното събрание, а преди това е работил в други изследователски организации и в някои медии.

Г-н Желев, на тема маркетинг за какво най-често бизнесът се обръща към вашата агенция?

- Най-големите потребители на данни от пазарни изследвания по принцип са финансовите институции, производителите на бързооборотни стоки и напитки, телекомуникациите, фармацевтичните компании, козметичните фирми, медиите. Българският пазар се съвзема бавно, след като в периода 2008-2010 г. разходите за маркетингови проучвания бяха първите, които бизнесът оряза заради кризата. Разбира се, това доведе до работа „на сляпо" и до загуба на конкурентоспособност на българските компании спрямо чуждестранните им конкуренти. Сега е налице процес на „поумняване", изразен по-силно и по-бързо при малките фирми. В масовия случай те разполагат с оскъден ресурс, но са прозрели, че за да оцелеят и просперират, трябва да планират стратегически и все повече поръчват изследвания, независимо от скромните си бюджети. Затова пък огромни компании и институции нехаят, разчитайки на инерция, господстващо положение или непазарни механизми. Ще дам пример с банка от Топ 5, която от години не е похарчила и един лев за пазарно проучване, докато бюджетът й за реклама е от милионен порядък. На развитите пазари разходите за рисърч са около една десета от тези за реклама. В България обаче те не надхвърлят 2 на сто.

- Задължително ли е да се направи пазарно проучване, преди дадена компания да се заеме с разработването на маркетингова стратегия за навлизането на нови пазари или за откриването на нови пазарни ниши?

- Абсолютно задължително е, при това на всеки етап от нейното разработване – от създаването на продукта, през сегментирането и таргетирането, определянето на цената и каналите за реализация, разработването на бранда, рекламната кампания, комуникационните дейности, потребителската удовлетвореност. За всеки от тези етапи си има подходящи изследвания, които не трябва да се спестяват, защото рискът от грешки е огромен. Има обаче свръхинтуитивни предприемачи, които смятат, че „тези неща си ги знаят", но в резултат търпят огромни загуби. Ето защо е чудесно, че едно от изискванията към проектите, финансирани по Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност" е наличието на пазарна стратегия, респективно – на пазарни проучвания. По този начин бизнесът свиква да работи по правилата, уверява се в ползите и се повишава шансът да се придържа към този подход и в бъдеще, когато работи изцяло със собствен ресурс.

- Хубаво е компанията да има успешна маркетингова стратегия, но как се разработва такава стратегия?

- Това е сложно и отговорно занимание. Големите компании си имат маркетингови отдели, чиято основна функция е разработването и изпълнението на стратегията. По-малките фирми възлагат тази дейност на външни консултанти, но понеже те са малко, често със стратегията биват ангажирани изследователи, пиари, рекламисти и други, чиято работа е свързана с някои важни, но все пак отделни дейности в рамките на стратегията. Най-добре е ако

Фото: **Pixabay**

тези специалисти работят в екип, ръководени от експерт по маркетинг. Добре е също така да се отчита, че разработването на маркетингова стратегия не е нито евтина, нито бърза услуга, затова ниската цена и кратките срокове трябва по-скоро да пораждат съмнение, отколкото ентусиазъм.

- Една стратегия е успешна само когато носи желаните финансови резултати или ги надхвърли. Следователно изпълнението на стратегията е от решаващо значение. Кой е правилният начин?

- Трябва да е правилна, в смисъл на подходяща, консистентна, да не спестява нито един от елементите, да е обвързана с адекватен маркетингов план, да бъде изпълнявана последователно, да се опира на достатъчно на брой и достатъчно надеждни източници на информация, да предвижда подходящи и честни мониторингови и оценителни инструменти, периодично да се актуализира, да бъде разработена и изпълнявана от професионалисти.

- Кое е по-лесно – да излезеш на нов пазар или да се задържиш на него?

- И двете са еднакво трудни. От една страна, едното предшества другото. От друга – няма смисъл да правиш едното, ако нямаш идея как да се задържиш и утвърдиш. Като цяло е много относително и зависи от продукта, пазара, конкурентната ситуация, потенциала, уменията на мениджмънта, а да не забравяме и късмета… Също така ми се струва много важно да имаш съюзник на този пазар – партньор, който да познава отлично локалните специфики, които може да те провалят дори при най-добросъвестно разработване и следване на стратегия. От значение е и продуктът ти да не изглежда прекалено екзотичен или пък обвързан с националност и култура, които са твърде различни, непрестижни и провокират подозрение и отхвърляне.

- Пазарите постоянно се променят. Как даден бизнес да е все „на гребена на вълната“?

- Като никога не смята лидерската си позиция за даденост и не притъпява импулса си за развитие и иновативност. А и като не спира да се забавлява в работата.

- От какво зависи мисията за покоряване на нови пазари да е успешна?

- Въпреки че е изпълнен с трудности и неблагополучия, бизнесът не е война и в този смисъл пазарите не се „завоюват“ и „подчиняват“. Независимо от остротата на конкуренцията, пазарният успех е флирт за съзнанието и сърцето на потребителя. Затова успяват тези, които виждат в потребителите хора, а не мултиплицируем източник на стотинки. Замислете се, че алчните и комплексираните предприемачи, тези, които са обсебени от идеята за забогатяване, както и готовите на всичко, за да успеят, почти никога не стават богати. И това не е защото пазарната им стратегия е била лоша, а защото имунната система на пазара и на обществото ги отхвърля.

ВСЕ ПОВЕЧЕ КОМПАНИИ ОСЪЗНАВАТ, ЧЕ ЗА ДА ПРОСПЕРИРАТ, **ТРЯБВА ДА ИМАТ СТРАТЕГИЧЕСКО ПЛАНИРАНЕ, ОСНОВАНО НА НАДЕЖДНИ ПРОУЧВАНИЯ НА ПАЗАРА**

Фото **Силвия Гурмева**, МП

Екатерина **Захариева**:

Въвеждаме електронното **ПРАВОСЪДИЕ**

Екатерина Захариева е министър на правосъдието от 18 декември 2015 г. Родена е на 8 август 1975 г. Завършила е езиковата гимназия „Бертолт Брехт" в Пазарджик и е магистър по право от Пловдивския университет „Паисий Хилендарски". От 2001 до 2003 г. е адвокат. През 2003 г. започва работа в МОСВ, а 4 г. по-късно оглавява правната дирекция там. През август 2009 г. е назначена за зам.-министър в МРРБ. През януари 2012 г. става главен секретар на президента Росен Плевнелиев. През 2013 г. е вицепремиер в първото служебно правителство, назначено от президента. През 2014 г. е вицепремиер и във второто служебно правителство.

РЕФОРМАТА Е ПРОЦЕС, А НЕ ЕДНОАКТНА ПИЕСА. ТЯ НЕ ПРИКЛЮЧВА С ПРИЕМАНЕТО НА ЕДИН ЗАКОН, НЕ ПРИКЛЮЧВА ДОРИ С ПРИЕМАНЕТО НА ВСИЧКИ НЕОБХОДИМИ ЗАКОНИ

автор: **Татяна Явашева**

Министър Захариева, вече чувствате ли се удобно в креслото на министър на правосъдието?

- Не съм поела поста, за да ми бъде удобно. Но за да си върши работата, човек трябва да се чувства на място. Поех поста в наистина труден момент и в началото не беше никак комфортно, но успях бързо да сформирам добър екип и съм благодарна на тези хора, защото без екип никой нищо не може да направи.

- Вече имате ли рецепта как се прави съдебна реформа, тъй като бяхте избрана на този пост със задачата да направите тази трудна и отговорна промяна?

- Рецептата е много работа, убеденост и последователност. Нужна е убеденост, че това, което правиш, ще доведе до тъй чаканата промяна. Но реформата е процес, тя не приключва с приемането на един закон. Не приключва дори с приемането на всички необходими закони. Тя включва редица стъпки. Министърът на правосъдието може да предложи определени промени и да ги защити пред парламента, но после Висшият съдебен съвет (ВСС) и магистратите трябва да ги прилагат. Затова всички заедно трябва да гледаме в една посока. Да, това е една от най-трудните реформи, защото 25 години се говори за промени в съдебната власт. Законът за съдебната власт е променян десетки пъти, в НПК многократно са правени изменения, променяни са и редица други устройствени закони. Но наказателният процес остава твърде бавен, гражданският процес, свързан с несъстоятелността, също е прекалено муден, ощетяващ кредиторите и длъжниците, а това пряко засяга бизнеса.

- Какво е по силите на министъра на правосъдието промяната да стане осезаема за бизнеса, за гражданите, а и за цялата съдебна система?

- Министърът трябва да предложи политиките и законодателните промени, които са необходими. Да направи това заедно с бизнеса, както стана с Търговския закон, и със съдебната власт – както се получи със Закона за съдебната власт. Министърът трябва да убеди гражданите и парламентарно представените партии, че това, което се предлага, е правилно. Законът за съдебната власт вече е приет. Но това, което най-пряко ще се отрази и на бизнеса, и на гражданите, е електронното правосъдие и въвеждането на съдебната карта, в която водещ е ВСС.

- Какво ще представлява електронното правосъдие, за да е ясно как бизнесът и гражданите максимално да се възползват от него?

- Електронното правосъдие е част от електронното управление. Най-важният ефект от него е отчетността и отговорността, същевременно ще се пестят много време и средства на бизнеса и на хората. С две думи въвеждат се електронни досиета. Всичко ще може да се прави по електронен път – проверка на подадена искова молба и доказателствата към нея, проверка на определени решения и разпореждания на съда. В съдебната система нещата ще се придвижват електронно. Въвежда се електронно призоваване, тъй като една от причините за забавяне на процеса е ненавременното призоваване. Защитата на личните данни ще бъде гарантирана и всички трябва да са спокойни. Добрата новина е, че по оперативна програма „Добро управление“ има предвидени средства за това. Поставили сме си тригодишен срок за пълното функциониране на е-правосъдието. Той е реалистичен, а не кратък, но ако се работи с приоритет и последователност. Електронното правосъдие е бъдещето. Не съм сама в тази промяна, ВСС също ме подкрепя. Цялата нормативна база вече е налице. Остава да свършим работата.

- Има ли воля обаче от вашите партньори от съдебната система, с които трябва да превърнете добрите намерения в реалност?

- Да, поне това обявяват. Екипите на Министерството на правосъдието са в добро взаимодействие с тях.

- За да излекуваме пациента, трябва правилно да му поставим диагноза. Вие каква диагноза поставихте на съдебната система и от какво я лекувате?

- Пациентът не беше здрав. Факт е, че репутацията на съдебната система и усещането за справедливост според повечето хора са на изключително ниско ниво. В едно дело има страна, която губи, и друга, която печели. Но когато дори загубилият делото има усещането, че процесът се води правилно, че са събрани всички необходими доказателства и решението е взето по вътрешно убеждение, след като са анализирани всички доказателства, то съдебната система ще се ползва с друга репутация. От тази гледна точка „диагнозата“ е, че има какво да се лекува, но в никакъв случай пациентът не е неизлечимо болен. Реформата е процес, а не едноактна пиеса. Дори развитите западни страни като Белгия и Холандия са в процедура на непрестанни съдебни реформи. Животът динамично се развива, навлизат нови технологии и съвсем нови обществени отношения, затова законодателството не може да е статично. Не е проблем, че законодателството се променя, проблем е, когато се правят необмислени изменения без оценка на въздействието. Обществените отношения се развиват и е лошо, ако законодателството изостава от новите реалности. Често получавам жалби срещу несправедливи актове на съда. Докато бях част от администрацията на президента, две трети от жалбите до държавния глава бяха свързани със съдебната система, а общият им брой е около 7-8

КЪМ МИНИСТЪРА НА ПРАВОСЪДИЕТО ОЧАКВАНИЯТА СА СВРЪХГОЛЕМИ, А ТОЙ НЕ ПРАВОРАЗДАВА, СЪДЕБНАТА СИСТЕМА Е НЕЗАВИСИМА

Фото **Александър Нишков**

Фото **Силвия Гурмева**, МП

ЗА ДА МОЖЕ СЪДЕБНАТА СИСТЕМА ДА СЕ ИЗЧИСТИ ОТ „ГНИЛИТЕ ЯБЪЛКИ“, **ПОДАВАЙТЕ СИГНАЛИ СРЕЩУ КОРУМПИРАНИТЕ МАГИСТРАТИ**

хил. годишно. Хората си мислят, че министърът на правосъдието, президентът или премиерът могат да повлияят на съдебната система, която обаче е независима. Затова и понякога очакванията към министъра на правосъдието са свръхголеми, а той не правораздава. Той може да предложи най-добрите нормативни актове и да успее да убеди, че това е най-правилното, което е в интерес на обществото.

- Промените, които бяха направени в Закона за съдебната власт, дават ли основания да очакваме наистина справедлив процес за гражданите и за бизнеса?

- Това е законът, който на пръв поглед най-малко засяга гражданите и бизнеса, тъй като е устройственият закон за съдебната власт, но всъщност не е така. Законът за съдебната власт урежда начина на управление на съдебната система, това как се администрира, кои хора влизат в нея, как растат в кариерата, как са оценявани и как носят отговорност за действията си. Много се говори, че съдебната система трябва да е независима. Да, такава трябва да е! Но обратната страна на привилегиите, които магистратите имат, е тяхната отговорност. Това са двете страни на една и съща монета – независимост и отговорност. Магистратите не са публични личности, но тяхната работа влияе пряко върху човешките съдби. Те може да унищожат един бизнес и да разсипят човешки живот. В закона е предвидено да се правят четири нови проверки на магистратите – за независимост, почтеност, имуществено състояние, действия, които уронват престижа и може да доведат до накърняване независимостта на съдебната власт или на отделния магистрат. Ето как всъщност със ЗСВ е свързано много пряко качеството на правосъдието и справедливостта. Имайте предвид обаче, че най-перфектният закон може да бъде заобиколен, ако не се прилага правилно.

- Стигнахме до качеството на хората, от които зависи качеството на системата. Този закон ще изчисти ли „гнилите ябълки“ в съдебната система?

- Една гнила ябълка е като лъжицата катран в кацата с меда. Съдиите ще носят отговорност за всяко конкретно дело, което водят, но чрез съдийското самоуправление те ще се чувстват отговорни и за начина, по който се развива съдът, в който работят. В момента близо 95% от магистратите получават отличен атестат за тяхната работа. Как така щом всички работят отлично, хората са толкова недоволни от тяхната работа? Това показва, че оценката се дава съвсем формално и не отговаря на реалността. Ето защо трябва да се дава оценка на качеството на работата, но и да се носи отговорност. Някои магистрати са свръхнатоварени. Ето защо едно от най-съществените неща в реформата е въвеждането на съдебна карта. От 2009 г. насам Висшият съдебен съвет прави анализи на натовареността на съдиите, но все още от това не е последвала каквато и да било промяна. Ножът вече е опрял до кокала. Ако до 1-2 години не се въведе съдебната карта, няма как осезаемо да подобрим бързината и качеството на процеса.

- Съдебната карта ще промени статуквото. Но какви са притесненията?

- Има притеснения, но те не са основателни. Съдии и прокурори няма да загубят работата си. Нито пък достъпът до правосъдие ще стане по-труден. С преразпределяне на натовареността ще се подобри качеството на работа и бързината на процеса. Така например има съдии в Софийския районен съд със 117 дела месечно, а има районни съдилища, в които съдиите гледат по 14-20 дела на месец. Съдиите от Военния апелативен съд имат по 1,3 дела. От административните съдилища зависи правенето на бизнес, стартът на новите фирми, разрешителните режими. В Административния съд на София-град един съдия гледа над 45 дела на месец, а в другите административни съдилища съдиите имат по 7-8 дела. Върховният административен съд също е изключително натоварен. Мисля, че тези конкретни числа описват ясно проблема. Ето защо съдебната карта е толкова важна. Но хората не бива да имат притеснения, че ще се закриват съдилища, което ще доведе до увеличаване на техните разходи. Ще се направи анализ на достъпността на съда за гражданите, ще се очертае актуална демографска и бизнес перспектива и тогава ще се преценява как да изглежда съдебната карта. Нека не забравяме, че предстои въвеждането на електронното правосъдие, а отделно от това в съответното населено място ще има деловодител, който ще приема документи и ще прави справки. Така натовареността ще се преразпредели и ефектът ще е само положителен. Има сериозно закъснение във въвеждането на съдебната карта и то трябва бързо да се навакса.

- Корупцията е гореща тема. Как ще водите борбата с нея, след като вече анонимните сигнали срещу магистрати няма да се разглеждат?

- Моето мнение е, че не е важно дали сигналът е подписан, или не, а какво пише в него. Никой не подкрепи предложението на Министерството на правосъдието анонимните сигнали да останат. Счита се, че по този начин може да се клевети и да се поставят кариерни прегради. Смятам, че когато има сигнал, той трябва да бъде проверен. В моята практика съм виждала откровени доноси от лица, които не са анонимни. Призовавам да не се страхувате да подавате сигнали, защото това е отговорност за всички нас. Често чуваме твърдения за голяма корупция, но всъщност сигналите са малко. Все пак някой трябва да подаде сигнал, че магистрат му иска пари. Няма да се преборим с корупцията, ако я търпим. Затова, когато сме обект на натиск, трябва да подадем сигнал.

- Хората имат страх, че системата е по-силна от тях, и може да последват унищожителни атаки срещу тях…

- Не зная дали доверието в съдебната система се е по-

вишило, или просто чашата на търпението е преляла, но има подадени сигнали. Трябва да има нетърпимост, за да може системата да се изчисти от корумпирани или некомпетентни магистрати.

- Вие самата имате ли доверие в съдебната система?

- Доверието ми е умерено. В системата има много почтени магистрати и много честни хора, но има и такива, заради които страда цялото общество и затова доверието в съдебната система е на безпрецедентно ниски нива. Въпреки това статистиката показва, че хората все по-често прибягват до съдебната система. Ако погледнем бързината на административния и гражданския процес на първа инстанция, България е на трето място в Европейския съюз. Не сме толкова бавни, като изключим делата за несъстоятелност. Усещането за мудност идва от публичните случаи, в които има голямо протакане във времето. Системата ще се промени, когато всички проявяваме нетърпимост към нейните слабости. Инспекторатите също имат своята отговорност. Те може да направят разследване, когато доходите видимо не съответстват на стандарта на живот, който даден магистрат демонстрира. Съдиите и прокурорите говорят чрез актовете си и те също са основания за проверки.

- Тоест има механизми, чрез които съдебната система да се грижи за собственото си здраве…

- Да, тя има отговорност и за това. Сама системата обаче няма как да се прочисти.

- Кражбата на фирми ще стане ли невъзможна?

- Кражбата на фирми ще стане много трудна и имаме две законодателни инициативи, които се гледат в парламента. Едната е свързана с превенцията – чрез Търговския закон. Ще се прави нотариална заверка на повечето документи, чрез връзката на Агенцията по вписванията с информационната система на нотариусите се дава възможност за бърза проверка. Другата превенция е по-високата наказателна отговорност от 1 до 6 или до 10 години, в зависимост от нанесените щети. Защото в момента кражбата на фирма се квалифицира като документно престъпление. Важна промяна в Търговския закон е предпазният конкордат, предшестващ процедурата по несъстоятелност. Целта е търговецът да бъде оздравен, а не да стигне до фалит.

- Кое друго пази фирмите да бъдат присвоени?

- Търговският регистър предлага безплатно SMS известяване и нека бизнесът да се възползва от тази услуга. Така веднага може да се спрат действия, които целят фирмата да мине под чужд контрол. Защото ако вписването вече е факт, тогава съдебната процедура е дълга и тя отнема поне две-три години, а това е достатъчно време фирмата да бъде източена. Много често става дума за неуредени отношения между съдружниците - най-често финансови. И в този случай SMS известяването ще помогне.

- Законът за личния фалит ще влезе ли скоро в дневния ви ред?

- Това е тема, която трябва добре да се обмисли и да се постигне баланс на интересите, тъй като може да последват множество злоупотреби. Това ще оскъпи кредитите и може негативно да повлияе на цялата икономика. Понякога възникват сериозни проблеми за поръчителите на банкови заеми и затова трябва много да се внимава, когато се поема такава отговорност.

- Вашата лична препоръка – как се вадят горещи кестени от огъня?

- Като не се боиш да влезеш в огъня и да се изгориш. Правя това, което смятам за правилно, и не се страхувам да се опаря. И сигурно вече имам врагове в лицето на хората, които не искат да се променят.

- Остава ли ви време да поддържате хоби?

- Всеки трябва да намира време за почивка, иначе става непълноценен в работата си. Най-много се разтоварвам с ходенето по планини и колкото по-високо, толкова по-добре. Обичам българските планини, с приятели откриваме маршрути, по които други рядко ходят.

- Кой е най-дългият преход, който сте правили?

- В Хималаите имахме дълъг маршрут, в България правим по-бързи преходи. Наскоро изкачихме връх Голям Купен в Рила. Обичам стръмните маршрути, защото тогава наистина се разтоварвам.

- Има ли връх, който чака да го покорите?

- В преносния смисъл не искам да покорявам върхове. Ще почувствам истинско удовлетворение, когато хората увеличат доверието си в съдебната система. За мен реформите в образованието и съдебната система са най-важните. Нищо няма да се развива добре, ако тези две сфери не заработят по нов начин.

ИМА СЕРИОЗНО ЗАКЪСНЕНИЕ ВЪВ ВЪВЕЖДАНЕТО НА СЪДЕБНАТА КАРТА И **ТО ТРЯБВА БЪРЗО ДА СЕ НАВАКСА**

Фото **Силвия Гурмева**, МП

КОИ СА ПРЕПЯТСТВИЯТА В ГЛАДКОТО БЯГАНЕ **на БИЗНЕСА**

ПО-ДОБРЕ ДА СЕ ОГЛЕЖДАМЕ ЗА ВЪЗМОЖНОСТИ, ВМЕСТО ПОСТОЯННО ДА СЕ ВЗИРАМЕ ЗА ТРУДНОСТИ И ОПАСНОСТИ, КОИТО МОЖЕ ДА НИ СПЪНАТ.
НО ВСЕ ПАК НЕКА ДА РАЗЧИСТИМ ПЪТЯ

автор: **Георги Георгиев**

Защо да е лесно, като може да е трудно – този принцип здраво е пуснал корени. И колкото и от години да говорим, че пречките за правене на бизнес в България като бумеранг рефлектират върху всички нас, то резултатите са това, което са: Ние пак продължаваме да говорим за пречките. Някои проблеми се решават, но на тяхно място се създават нови пречки, сякаш защото винаги трябва да има някакви проблеми за решаване. И някой да се моли, а и да плаща за отстраняването им. Без камъче в обувката не може – кога по-малко, кога по-голямо.

„Бизнесът ми вече е на село и когато отида в регионалния фонд „Земеделие“ и в НАП, губя един ден. Тежки и сложни документи за попълване са причина и аз, и служителите в съответната администрация да прахосваме време. Имам голям опит като счетоводител, работил съм и в данъчната администрация, затова ще кажа, че със сигурност има начини администрирането да се улесни, документите да са по-прости и лесни за попълване. Формулярите съдържат много излишни подробности, а целта в крайна сметка е просто коректно да платим данъците и осигуровките“, коментира земеделски производител. Да, начин вероятно може да се намери, но защо да е просто, като може да е сложно.

Има много неща, които опъват нервите на правещите бизнес в България. Повечето отдавна са идентифицирани, но се решават твърде бавно, ако изобщо се решават. За сметка на това внезапно се поставят нови препятствия. А после с години никой не е в състояние да затвори тази „кутия на Пандора“. Така без да разберем, завърналите се от отпуска депутати ударно може да гласуват промените в Закона за адвокатурата и да вклинят адвоката като задължителен посредник на бизнеса и на гражданите в комуникацията с администрацията. А после да започне неравна битка за промяната му. Но да не сме чак толкова черногледи, макар да сме се уверили, че законотворците в парламента често минават отвъд здравия разум.

Нека да сменим „визьора“ и вместо постоянно да се оглеждаме за „дупки по пътя“, да започнем да търсим и да реализираме възможностите. Колкото повече възможности открием, толкова по-големи хоризонти ще се отворят пред икономиката. А когато икономиката се развива добре, това се усеща от всеки по един или друг начин. Все пак обаче, за да може бизнесът да бяга гладко, нека не му слагаме излишни препятствия и капани.

Списание „Икономика“ потърси мнение от двама представители на бизнеса, които добре познават икономическата среда у нас, а имат и добър поглед навън.

Васил **Велев**, председател на Асоциацията на индустриалния капитал в България:

Време е да внасяме кадри, а не да изнасяме

Допреди година-две в анкетите като най-голяма пречка за българския бизнес и инвестициите излизаха корупцията и недоброто регулиране, сред които регулаторните режими, мълчаливият отказ, вместо прокламирания от нас принцип на мълчаливото съгласие. Пречка са някои такси, които често се превръщат в данъци, и такса „Битови отпадъци“ е такъв пример. Липсата на достатъчно електронни услуги за бизнеса води също до корупционен натиск, наред с недобрите практики в сферата на обществените поръчки. Това остава като проблем, макар да се полагат усилия за разрешаването.

Все по-голяма острота придобива недостигът на човешки ресурси и това е пречка за инвестиции и за разширяване на икономическата активност. Разминаването между нуждите на бизнеса от специалисти и подготовката, която образователната система дава, като че ли вече добре се осъзнава. Но не е удовлетворително темпото, с което проблемът се решава. Реформата в образованието трябва да се ускори. Икономисти има повече, отколкото на икономиката са нужни, а трябват технически кадри и инженери.

Настояваме за промяна в миграционната политика, тъй като тук все още се усеща инерцията от времето, когато у нас имаше голяма безработица и се чудехме как да пласираме човешки ресурси в чужбина. Вместо за българската икономика, Агенцията по заетостта продължава да осигурява персонал на компании в чужбина. Същевременно трябва да насърчаваме вноса на висококвалифицирани специалисти, като опростяваме и процедурите за това. Администрацията не само че действа мудно, но и има списък на допустими специалности за облекчен внос със „сини карти“. Предложихме в списъка да влязат машинни и електроинженери, също енергетици, но министърът на труда неясно защо ги задраска в списъка. Предлагаме да се подпишат двустранни спогодби с различни страни, за да може нашата държава да подпомага вноса на работна ръка. Най-лесно ще се интегрират хора с български произход и самосъзнание, които знаят езика.

В приоритетите на четирите работодателски организации през тази година е промяна на начина, по който се определя минималната работна заплата в страната. Това трябва да става с договаряне между социалните партньори – работодатели и синдикати. И да е различна за различните икономически дейности. В последните години тя се определя административно, произволно, без да се основава на икономическа логика. Ръс-

НЕ БИВА МИНИМАЛНАТА РАБОТНА ЗАПЛАТА ДА СЕ ОПРЕДЕЛЯ ПРОИЗВОЛНО, **ТЪЙ КАТО С РЕШЕНИЕ „ОТГОРЕ“ НЯМА ДА СТАНЕМ БОГАТИ**

тът в БВП е около 2% средно за последните години, а минималната работна заплата расте с над 10% всяка година. Стана така, че в редица икономически дейности минималната заплата доближава средната. Дори в десетина икономически дейности минималната заплата вече е по-голяма от средния осигурителен доход, което е нонсенс. Не може с решение „отгоре“ да станем богати, като определяме произволно минималната работна заплата. По-богати ставаме с повече работа. Даваме си сметка, че ниските доходи провокират миграцията към Западна Европа. Но и там в стремежа към по-високи доходи хората бягат в Америка. В България обаче отникъде не внасяме кадри, за да компенсираме създаващия се недостиг. Факт е, че доходите в България растат най-бързо от всички държави в ЕС.

На нашия пазар на труда има груба административна намеса. Ние сме единствената страна в ЕС, която има минимални осигурителни доходи, клас и проценти за прослужено време. Административната намеса пречи на пазара. Като цяло се наблюдава изсветляване на икономиката – акцизи и ДДС се събират много по-добре. И само на пазара на труда има влошаване на картината и увеличаване на сивата зона, въпреки че неплащането на осигуровки бе криминализирано.

Нека не забравяме, че добра бизнес среда има не само там, където има ниски данъци, а където институциите работят и са на място.

Светослав **Делчев**,
финансист и икономист:

Гледаме камъчетата по пътя, а не виждаме хоризонта

Добре е винаги да гледаме през призмата на възможностите, а не на липсата на възможности. Разходите за труд в България все още са ниски и са сравними с тези в Китай. Преди години масово американските и западноевропейските компании си изнесоха производствата там, макар политическият риск да не е по-малък. Има редица предимства да избереш България като място за инвестиции и е неразбираемо защо инвестиционната активност към нашата страна продължава да е изключително ниска. Имаме 10% плосък данък, а той не доведе до ръст на инвестициите. Нека не твърдим, че корупцията отблъсква, тъй като тя не е в такива размери. Лесният отговор е, че не маркетираме достатъчно добре възможностите и предимствата като място за инвестиции. Но дали това е причината? Западният бизнес силно се влияе от политическите сигнали дали да се инвестира на чужди пазари и на кои. Западът разбра, че когато инвестира зад граница, в един момент може да започне да губи своите позиции. Там си извлякоха уроци от кризата и от експанзията на външни пазари и сега предпочитат добрите компании да създават заетост в своите страни.

В България липсата на кадри стана препънникамък за биз-

неса. Има един въпрос, който за мен все още няма отговор – защо очакванията на българите, които отиват да работят в чужбина, са коренно различни от поведението им в България. Когато отиват в друга страна, те знаят, че трябва да се борят и това може да им отнеме много време, докато тук те смятат, че всичко това им се полага. Отивайки на Запад, започват да играят по правилата, наложени там. В България те вървят офроуд, а очакват всичко да е лесно.

Когато завърших образованието си в Германия, си зададох въпроса „А сега накъде“. Германия се вижда отдалече и там, за да намериш работа, трябва да се конкурираш с желаещите от цял свят да бъдат наети. Немското образование в Германия не е предимство. Това, че знаеш български, там също не е предимство, тъй като няма български инвестиции. Знанията и уменията, натрупани зад граница, обаче дават шанс за хубава кариера в България, а доходите за високите позиции са съпоставими с тези на Запад. Това е добра причина българите, които завършат в чужбина, да се завърнат и тук да градят своето бъдеще, тук да развиват бизнес.

Върви силна емигрантска вълна от хора, повярвали, че тук нещата не вървят и няма да се оправят. Непрестанно ни се насажда негативизъм сякаш за да не осъзнаем огромния потенциал, с който разполагаме. Интернет дава достъп до всеки пазар по света. Може да използваме глобалната мрежа като маргетингов инструмент. Днес т. нар. афилиейт маркетинг дава възможност да продаваме всякакви чужди продукти срещу комисиона. „Новите богати“ създават автоматизирани технологични платформи, които им гарантират висок пасивен доход. Мрежовият маркетинг е друга възможност, която дава старт без първоначална инвестиция. Инвестира се време, но съвременният човек свикна всичко да е инстантно. Моделът на бързото хранене промени мисленето ни. Но ако искаш да изградиш нещо устойчиво, трябва да бъдеш търпелив.

Потенциал има, но трябва по-малко да се оплакваме. Негативното мислене затваря нашите очи за възможностите. Ако не можем да измислим нищо ново, можем да копираме това, което успелите правят. Можем да се поучим и от опита на Китай, но за целта се иска стратегическо мислене и глобална визия. Трябва да открием своето място на големите пазари и да се преборим за присъствието си там. Време е да се разделим с наивността си и да видим, че има асиметрия на пазарите.

Ако вдигнем глава и гледаме напред към хоризонта, няма да виждаме малките камъчета по пътя, които може да ни спънат.

ЛИПСВА НИ СТРАТЕГИЧЕСКО МИСЛЕНЕ И ГЛОБАЛНА ВИЗИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ИКОНОМИКАТА И ЗА ИЗЛАЗ НА ГОЛЕМИТЕ ПАЗАРИ

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

NAVIGATION MARITIME BULGARE

1892

www.navbul.com

НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР

BŬLGARIYA

BULGARIA

В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!

Фото **Александър Нишков**

Светлозар **Петров**:

ГЛАДЪТ ЗА СПЕЦИАЛИСТИ СЕ „ЗАСИЩА“ ЧРЕЗ ХОРА

Светлозар Петров е управител на компанията за комплексни HR услуги JobTiger и един от създателите на www.jobtiger.bg - първият професионален и напълно интегриран сайт за търсене и предлагане на работа в България. Той е член на настоятелствата на Американския университет в България, на Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“ и на Фондация на бизнеса за образованието, също така е един от създателите на Клуба на корпоративния дарител и член на борда на директорите на Българския дарителски форум. Член е на почетния съвет на Международната награда на херцога на Единбург за България. Носител е на наградата „За най-добър старт в кариерата“ в конкурса „Мистър Икономика 2015“.

НАШАТА ДНЕШНА ГРИЖА ЗА РАЗВИТИЕТО НА БЪЛГАРИЯ ИЗИСКВА ДА МИСЛИМ ПОВЕЧЕ ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО, **ЗАЩОТО ТО Е ЗАЛОГЪТ ЗА БЪДЕЩЕТО**

ФИРМЕН ПРОФИЛ:
JobTiger е най-голямата компания за комплексни HR услуги в България. Създадена е през ноември 2000 г. от Българо-американския инвестиционен фонд. Днес тя предлага пълен набор от услуги в областта на човешките ресурси - подбор на персонал, обучения, кариерно сътрудничество.

автор: **Татяна Явашева**

Моят измерител за успешна кариера… е дали човек е щастлив от постигнатото. Не само да е постигнал целите си, но и да е доволен от начина, по който това се е случило.

Вдъхновяващият лидер е … човек, който води хората си напред, грижи се за развитието им и за личните им успехи, тъй като те са част от успеха на групата.

На върха в бизнес управлението се задържат хора, които… притежават вътрешната сила да издържат на натоварването, но имат и визията за развитие.

Най-важните фактори за успеха… Постоянство. Концентрация. Фокус.

Тенденцията при човешките ресурси е… Хората са най-ценният капитал.

Казват, че хората са най-ценният капитал, но… няма но. Точка.

Когато подбирате хора за работа… много важно е отношението към работата и мотивацията за работа. Както и желанието за учене и развитие.

Когато в JobTiger правим подбор на кандидати за работа … държим на силата на характера, както и на изброените по-горе неща. За мен е важно и да са добри хора. Моралът е важен в бизнеса.

Стажантските програми… вече са ежедневие, за разлика отпреди 16 години, когато стартирахме JobTiger. И слава Богу. Нужни са и на младите хора, и на бизнеса.

Пазарът на труда се нуждае от… хора. Специалисти. Квалификация. Както и да бъде оставен да работи. А той работи добре, според мен.

Гладът за специалисти се „засища“ чрез… хора. Но и чрез планиране, промяна на процеси, така че да не се губи излишно времето на наличните. Все още производителността на труда в България е ниска.

Нашата днешна грижа за бъдещето на България изисква… да мислим повече за образованието. Това е залогът за бъдещето. Какво ни липсва и какво ще ни липсва, за да останем или да станем конкурентни.

Едно от най-добрите ми попадения е… бизнес решението в кризата през 2008 г. да запазим работните места на всички хора във фирмата и да търсим начин за разширяване на работата. Успяхме и по този начин JobTiger стана това, което е сега. А в личен план – то си е лично.

Човека, на когото се възхищавам… Живях във време на промени. Като че останах без идоли.

Моята любима максима… е „Почивката ражда шампиона“. Става дума отново за идеята, че постоянството и упорството дългосрочно дават по-добри резултати.

Ценният урок… е всяка грешка. Човек се учи от грешките, не от победите си.

Мечтата, която все още не съм реализирал… Повече свободно време за неслужебни пътувания. Светът е хубаво място и си заслужава да се опознае.

Препоръчвам… Всичко, което правим в работата и в личния си живот, трябва да води до чувство на щастие и удовлетворение от постигнатото. Според мен най-важното нещо е щастието. Това и пожелавам винаги и на всички. Това се опитва да даде и JobTiger на клиентите си.

ВСЯКА ГРЕШКА НИ ДАВА ЦЕНЕН УРОК. ЧОВЕК СЕ УЧИ ОТ ГРЕШКИТЕ, НЕ ОТ ПОБЕДИТЕ СИ

Фото: **Стоян Йотов**

Весела Кальчева е изпълнителен директор на Българската асоциация по информационни технологии (БАИТ). Завършила е Факултета по комуникационна техника и технологии на Техническия университет в София. Магистър е по съобщителна и осигурителна техника и системи. Магистър е също по управление на масовите комуникации от Нов български университет. Била е директор на Информационния отдел на НБУ, директор комуникации на БАИТ. Национален координатор е на три поредни кампании на ЕК e-Skills for jobs през 2012, 2014, 2015-2016 г., като за кампанията през 2012 г. е отличена с наградата за особен принос на европейската ИТ асоциация DIGITAL EUROPE за постигнати най-високи резултати сред общо 23 национални ИТ асоциации, участвали в проекта. Национален координатор е и на европейските проекти Watify за насърчаване на дигиталното предприемачество, както и на Националния офис за технологичен трансфер към БАИТ.

Весела **Калъчева**:

ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРАВЯТ БИЗНЕСА **КОНКУРЕНТОСПОСОБЕН**

ТОВА, КОЕТО ДНЕС НИ СЕ СТРУВА ФУТУРИСТИЧНО, **ДО 20 ГОДИНИ ЩЕ БЪДЕ РЕАЛНОСТ**

автор: **Яна Колева**

Г-жо Калъчева, каква е ролята на БАИТ в развитието на информационните технологии в България?

- БАИТ е първата българска браншова организация в сферата на ИКТ и една от първите в Европа и света. Създадена през 1995 г., тя има за задача активно да работи за изграждането на информационното общество у нас, за развитието на българската ИКТ индустрия и ИКТ пазара като цяло, да защитава общите интереси на своите членове. В нея пряко членуват 100 компании, за които работят 11 600 ИКТ специалисти и генерират 3,4 млрд. лв. годишен оборот. Компаниите покриват целия ИКТ спектър – софтуер, хардуер, телекомуникации, системната интеграция, интернет доставчици. БАИТ е член на европейската ИТ асоциация Digital Europe, като в управляващия борд има свой представител. Digital Europe представлява дигиталната индустрия в Европа, като обединява 56 от най-големите глобални ИТ корпорации, телекоми и компании за потребителска електроника, както и 35 национални асоциации. Това дава възможност БАИТ активно да участва във формирането на политиките за ИКТ индустрията на национално и европейско ниво по всички важни за браншa теми като е-управлението, недостига на кадри, съвременните учебни програми, подготовката на преподаватели, привличането на висококвалифицирани специалисти от трети страни със сини карти, програмите за подпомагане на МСП, насърчаването на дигиталното предприемачество и др.

- Твърдеше се, че България има потенциал да стане своеобразна Силициева долина на Балканите. На какъв етап сме в реализацията на тази идея? Кое помага и кое ни пречи?

- България има традиции в обучението в средните и висшите училища по математика, информатика, математическа лингвистика, физика. Като възпитаник на математическа гимназия, твърдя, че имаме силна школа по тези дисциплини. Безбройните медали от международни олимпиади, с които се завръщат нашите ученици, са закономерност. Българските ИКТ специалисти са на световно ниво, а индустрията е сред най-бързоразвиващите се сектори на икономиката с висока добавена стойност. Като прибавим много добре развиващата се стартъп среда у нас, включваща екселератори, SEED и рискови фондове, наличието на София Тех Парк, от който се очаква да стане мястото, където да се раждат и разработват иновации, заявката на София да се превърне в дигиталната столица на новите пазари, а България - в регионален хъб за високи технологии и иновации, всичко това говори за сериозен потенциал да станем Силициевата долина на Югоизточна Европа. Разбира се, необходима е целенасочена работа на ниво местни и държавни институции, за да може това да се осъществи.

- Има ли таван в развитието на информационните технологии и кое може да сложи лимит?

- Информационните технологии се развиват толкова бързо, че новостите са вече на всеки три месеца. Това, което днес ни се струва футуристично, до 20 години ще бъде реалност. Живеем в бързодигитализиращ се свят. Специалностите, по които се обучават студенти днес, след 15 или 20 години вероятно няма да ги има. Ще има нови специалности, които в момента не можем да предвидим какви ще са, но това, което може да се направи, е да се подготвят критичномислещи млади хора, с високо ниво на дигитални умения, които да могат да учат и да се адаптират към промените по време на професионалната си кариера. Отново стигаме до наличието на кадри, до учебните програми и подготовката на преподавателите. Доброто образование е в основата на всяка конкурентоспособна икономика.

- Как преценявате развитието на стартиращия ИТ бизнес към момента?

- В момента има много добра среда за стартиращ бизнес, която включва различни менторски програми на екселератори и рискови фондове. Като добавим бързото развитие на информационните технологии у нас, което някак естествено насочва стартиращите компании да създават

проекти, чрез които да се използват високи технологии и иновации в други сектори на икономиката. В началото тези компании се нуждаят от подкрепа. Благодарение на проекта ни „Наградите на БАИТ“, чието 6-о издание предстои, и една от категориите е за стартиращи компании, започнахме целенасочено да работим с тази таргет група. Към момента имаме мрежа от около 100 стартиращи компании, които включваме активно в други наши инициативи, като европейските проекти e-Skills for Jobs, Watify (за насърчаване на дигиталното предприемачество) и Националния офис за технологичен трансфер към БАИТ.

- Кои от новите компании оцеляват? Кои са някои от ключовите фактори за оставане на пазара?

- Тези, които имат добра идея и са намерили точната пазарна ниша. След което е много важно тази идея да бъде реализирана. За целта е нужен подробен бизнес план с прецизна маркетингова стратегия за навлизане на продукта или услугата на пазара. Важен е екипът, който ще реализира бизнес плана – неговата подготовка, както и мениджмънтът на целия процес. Затова стартиращите компании се нуждаят от ментори в началото, за да бъдат успешно преведени през този процес и да стигнат до етапа на финансирането, т.е. до потенциалните инвеститори – рискови фондове и частни компании, проявяващи интерес. Получили финансиране, следва да реализират бизнес плана, като първите резултати се очакват след втората година.

- Върху какво най-често се фокусират ИТ стартъпите, които кандидатстват за наградите на БАИТ?

- Всъщност тази категория не е отворена само за ИТ стартъпи, а за всички, които използват информационни технологии, без значение в кой сектор на икономиката работят. През последните 5 години сме отличили много интересни проекти, използващи ИТ в образованието, селското стопанство, транспорта, интернет на нещата и индустрията за свободното време. Всички сектори на икономиката бързо се дигитализират и именно използването на ИТ и иновации прави компаниите конкурентоспособни на нашия и на световните пазари.

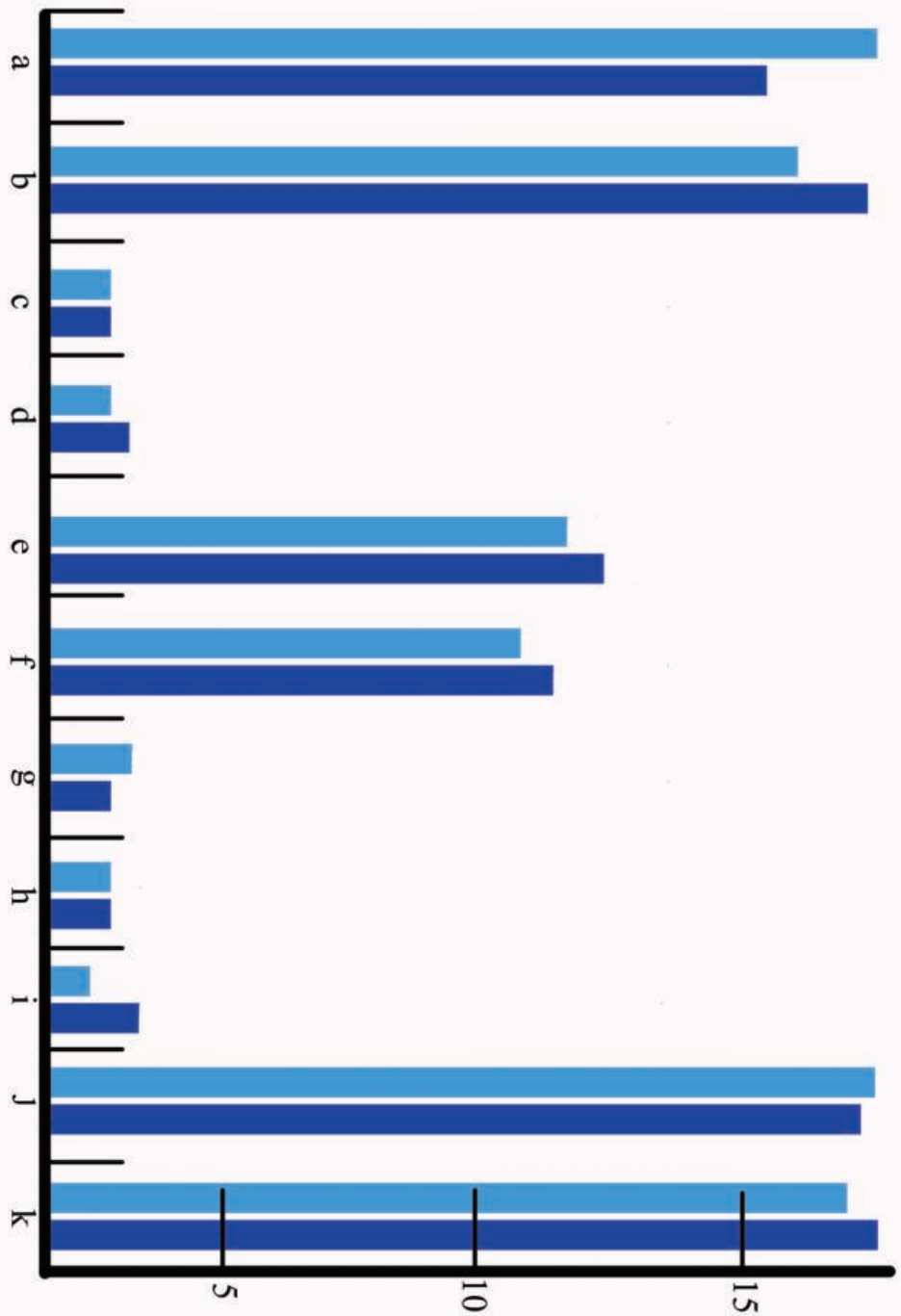
- Какво е добре да знаят младите предприемачи, за кои подводни камъни да внимават?

- Следва да са много упорити и готови да се учат непрекъснато, да развият лидерски умения, за да могат да управляват успешно бизнес процесите и екипите.

- Как да отгледаме добри специалисти и как да ги задържим в България?

- Всъщност нашите ИКТ специалисти са сред водещите в света. Те са високоплатени и имат добър стандарт на живот. За да останат в страната, заплащането се явява необходимо, но не и достатъчно условие. Това са преобладаващо млади хора, които искат добро качество на живот – достатъчно детски градини, добре работещо здравеопазване, добра инфраструктура, отзивчива местна и държавна администрация, развит социален и културен живот в съответното населено място. Те са добри данъкоплатци и съответно очакват и търсят добри условия за живот.

ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ СЕ РАЗВИВАТ ТОЛКОВА БЪРЗО, **ЧЕ НОВОСТИТЕ СЕ ПОЯВЯВАТ НА ВСЕКИ ТРИ МЕСЕЦА**



Economic.bg
ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ НА БЪЛГАРИЯ

УПРАВЛЕНИЕ на ВЗЕМАНИЯТА

ФАКТОРИНГЪТ СТАВА ВСЕ ПО-ИЗПОЛЗВАН ФИНАНСОВ ИНСТРУМЕНТ, **ЧРЕЗ КОЙТО СЕ ЕЛИМИНИРА РИСКЪТ ОТ НЕПЛАЩАНЕ**

автор: **Тони Григорова**

Факторингът се наложи като удобен и лесен начин за финансиране на съвременния бизнес. Днес не само големи, но и все повече малки и средни предприятия започват да използват тази услуга при управлението на вземанията си. Затова през последните няколко години се забелязва

Фото: **Pixabay**

устойчива тенденция на нарастване на факторинг пазара в България. Така факторингът се превръща в „гориво“ за растеж на икономиката, тъй като е изключително важен за износа.

Предимства

Факторингът помага на компаниите да събират свои вземания, за които се смята, че ще бъдат проблемни, но същевременно съдейства за развитието на бизнеса като цяло. Ето защо той е финансов инструмент за устойчив растеж, чрез който се елиминира рискът от неплащане. По същество това е търговска операция, при която дадена фирма „продава“ своите вземания (по фактури) от клиенти на трето лице в замяна на незабавно плащане, което в общия случай е по-малко от номиналната фактурирана стойност на вземанията. Икономическият смисъл на

операцията е да бъде освободен оборотният капитал на фирмата, „замразен“ във вземания по неплатени фактури с отложено плащане, и да бъде реинвестиран в текущата дейност.

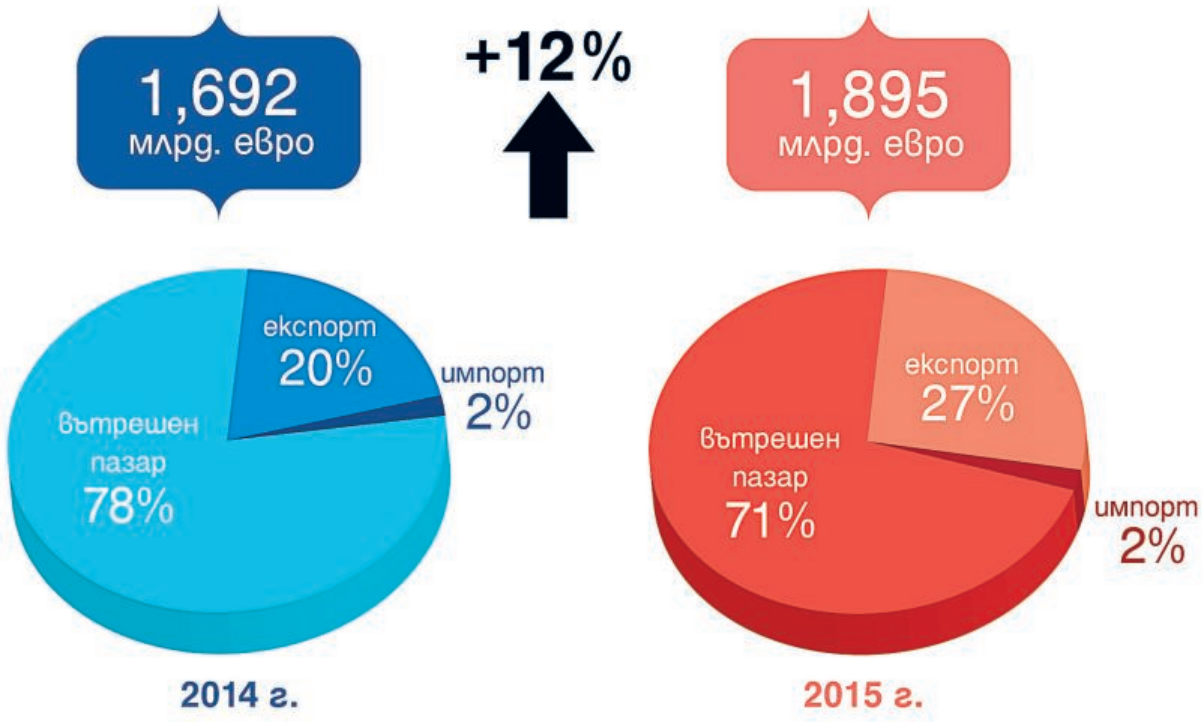
Къде сме ние

В България има седем компании, които предоставят услугата. Има място и за нови играчи, защото според прогнозите факторинг пазарът у нас тепърва ще се развива и доказателство за това е устойчивият ръст от 12% през миналата година. Данните за пазара за 2015 г. показват, че близо 71% от факторинга идва от вътрешния пазар, 27% от експорт и 2% от импорт. Общият оборот на целия български пазар е над 1,895 млрд. евро. Има обаче голямо поле за развитие, докато стигнем нивата на световните пазари. Най-бързо разрастващите се в това отношение са Великобритания, Испания, Италия, Германия и Франция, сочат данните на доклада „Факторинг оборота по страни през 2015 г.“, изготвен от Factors Chain International (FCI).

Растеж

Пазарът в България расте по няколко причини. Първо, той все още има да наваксва като дял от БВП спрямо развитите страни. Второ, нашата страна има отворена икономика и това е предпоставка тя да работи все повече с отложени плащания, а оттам следва да има нужда и от факторинг услуги. Друга причина е сериозната междуфирмена задлъжнялост в страната, която според статистическите данни продължава да расте. Всеки се стреми да купува на отложено плащане – да вземе стоката и да я продаде поне частично, преди да я плати към своя доставчик. Чрез факторинга, който определено е инструмент за намаляване на междуфирмената задлъжнялост, фирмите производители и продавачи получават необходимите им оборотни средства в краткосрочен аспект, и то основавайки се само на конкретна търговска сделка. Причина

Фото: **Pixabay**



Данни за пазара на факторинг услуги в България през 2014 и 2015 г.

за ръста в сектора през последните 10 години е и това, че факторингът става все по-познат като продукт. Освен това основни играчи на пазара са банките и дъщерните им дружества, което прави услугата сигурна и нискорискова. Това засилва доверието на предприемачите и им дава стимул да развиват бизнеса си и на международните пазари. Все пак факторингът е възникнал именно като продукт, ориентиран към износителите.

Удобства

Факторингът е комбинация от финансиране и услуги и затова по-добре да не се правят сравнения с банковото финансиране или с покритието на риска от застрахователните компании. Пакетът не включва само финансиране, което е на много конкурентни цени, но също така и кредитна защита с до 100% покритие на кредитния риск, произтичащ от евентуална несъстоятелност или фалит на купувачите. Достъпът до източник на финансиране, който е обвързан с растежа на всеки бизнес, може да помогне да се постигнат много по-големи нива на приходи. Намаляването на разходите за администриране и събиране на търговските вземания би могло да бъде значително, също както и изгодите от намалени лихвени разходи - резултат от скъсените кредитни периоди. От друга страна, по-високият процент на покритие в сравнение с традиционното експортно застраховане дава допълнителна сигурност, необходима за разгръщане на всеки износ, обясняват експертите на Пощенска банка. За купувача предимствата на факторинга пред тегленето на кредит от банка са, че получава стоков кредит, без да е необходимо да разполага със собствени оборотни средства в момента на доставката. Това обаче води до недостатъци за доставчика – отложеното плащане ангажира финансов ресурс, възможни са и проблеми при събирането на вземанията. И затова факторинг компанията оптимизира нуждите на оборотния ви капитал чрез професионално управление и финансиране на вземания, дава възможност за защита срещу неплащане. Факторингът е приложим както за вземанията от клиенти в страната, така и за вземания от чужбина. Получава се по-бързо от банков кредит и при него няма нужда от обезпечение, различно от търговските вземания по фактурите.

Без риск

Услугата спомага и за управление на риска най-вече при износ и това е от ключово значение, особено когато става въпрос за нови пазари и нови партньори. Продажбите се осъществяват с отложено плащане, което носи определени рискове за продавача, които факторингът в голяма степен управлява. България е отворена експортно ориентирана икономика и факторингът допринася все повече за реализирането на продукцията на наши компании зад граница. Затова факторингът е подходящ за компании, които са в процес на растеж и се стремят да развиват бизнеса си – той представлява оборотно финансиране, което е тясно обвързано с търговския цикъл на всеки бизнес. За да се развиват успешно, компаниите в България имат нужда от подкрепата на стабилен партньор с опит във финансирането и международните взаимоотношения, който да е наясно с тенденциите в икономиката. Затова внимателно трябва да се подбира организацията, която предоставя факторинг услуги.

РАБОТИМ АКТИВНО И С МЕСТНИЯ МАЛЪК БИЗНЕС, И С ГОЛЕМИТЕ КОМПАНИИ И ГИ КОНСУЛТИРАМЕ, **ЗА ДА МОЖЕ УСПЕШНО ДА РАЗШИРЯВАТ СВОИТЕ ПАЗАРИ**

Николай **Стояновв**, началник отдел „Корпоративно транзакционно банкиране" в Пощенска банка:

Изградихме здрав портфейл

Ролята на факторинг услугите непрекъснато нараства и това е една от важните тенденции, която наблюдаваме през последните години след световната икономическа криза. Пазарът в България, който нарасна с 12% през 2015 г., се развива предимно от търговските банки и това дава допълнителна сигурност на потребителите. Радостен съм, че за третата поредна година Пощенска банка запази лидерската си позиция на пазара по изкупени вземания с 35% пазарен дял от цялостния обем на факторинг услугите и с над 68% дял от експортния факторинг. Общият оборот на факторинг услугите на нашата банка към края на 2015 г. възлиза на 664 млн. евро, при над 1,895 млрд. евро на целия български пазар. Успяхме да привлечем както нови корпоративни клиенти, така и нови контрагенти на настоящите си клиенти, като изградихме здрав и печеливш портфейл. Лично аз очаквам да отчетем ръст от поне 8% през 2016 г.

Факторингът е подходящ за всички компании. Добър вариант е за малко или средно предприятие, което няма възможност за качествено и актуално счетоводство и професионално управление на документооборота или развива бизнес с изявен риск от

трудно събиране на вземания

по извършени доставки. Ако има елемент на отложено плащане на продажбата, т.е. ако купувачът успее да постигне такива условия към продавача на съответната стока или услуга, тогава е възможно ние като банка, която предоставя факторинг услуги, да финансираме продавача за отложеното плащане.

Най-често наши клиенти са по-големите компании, но напоследък забелязваме, че и все повече малки и средни предприятия се обръщат към нас за такъв тип финансиране. В Пощенска банка сме си поставили за цел да работим още по-активно с местния малък бизнес, който основно изнася навън продукцията си. Стремим се да консултираме и да подпомагаме клиентите си с нашия опит, за да могат по-лесно да разширяват своите пазари и успешно да развиват бизнеса си. Обслужваме експортно ориентирани компании от България, като експортният факторинг за страната е около 27% и е главно към контрагенти от Германия, Италия, Франция, Гърция, Румъния, Белгия, Англия и др. Като цяло имаме много добър опит на пазари като Турция, Китай, Русия, Индия, страните от Европейския съюз. През последните години забелязваме, че производствените компании

използват повече факторинг услуги спрямо чисто търговските дружества. Като сектори

най-активни клиенти на услугата

са компании от металопреработването, машиностроенето, фармацията, хранително-вкусовата промишленост и леката промишленост. Нашата кредитна политика ни позволява да насърчаваме развитието на бизнеса чрез финансиране на почти всички сектори на икономиката.

В Пощенска банка предлагаме факторинг със и без регрес както на корпоративни клиенти, така и на собствениците на малки и средни предприятия, като се стремим да предоставяме най-добрите условия и услуги според индивидуалните потребности на нашите клиенти. Според подхода към риска факторинг услуги се предлагат с регрес – т. е. клиентът поема кредитния риск на купувачите. При факторинга без регрес ние покриваме кредитния риск на купувачите. Според произхода на транзакцията факторингът бива вътрешен – при търговия на вътрешния пазар, и международен – при трансгранична търговия, т.е. експортен или импортен факторинг.

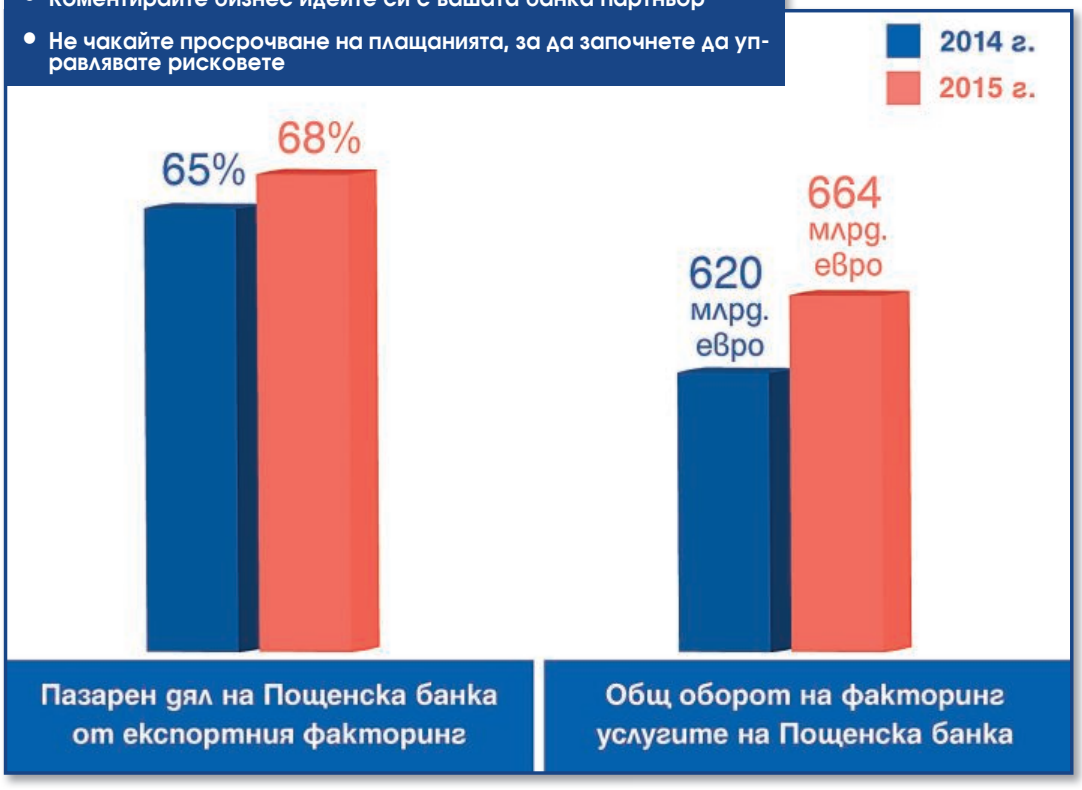
Вътрешният факторинг с регрес е предназначен за фирми, които реализират повтарящи се продажби на отложено плащане на територията на България. Експортният факторинг без регрес е предназначен за български износители, търгуващи с държави от Европа, Северна и Южна Америка, Югоизточна Азия – общо над 60 държави в цял свят, като това е възможно, защото нашата банка е член в глобалната факторинг асоциация Factors Chain International. Предоставяме и факторинг услуги на доставчици. Нашият клиент се явява купувачът по вътрешен или импортен факторинг и плаща задълженията си към доставчиците на датата на падеж им. Предлагаме и още един тип факторинг, т. нар. Back-to-Back факторинг - комбинация от обратен факторинг и вътрешен/ експортен факторинг. Като нашите клиенти получават авансови плащания по търговските си вземания от продажбите и плащат със значителна отсрочка търговските си задължения на един и същ кореспондент - Пощенска банка.

Качеството на портфейла ни е много високо, нямаме лоши сделки, което показва, че и компаниите се развиват добре и в правилната посока. Не предлагаме факторинг услуги на компании с висока концентрация на вземания, на вземания от свързани лица и правим факторинг само на нововъзникнали вземания. Риск винаги има, но разполагаме с много добри експерти и анализатори, които се грижат за спокойствието на клиентите ни.

Смятам, че пазарът ще продължи да расте и да се развива, което ще доведе до по-големи приходи за местния бизнес и до развитие на българската икономика. Очаквам не само големите корпорации, но и още повече малки и средни предприятия да се възползват от факторинг услугите, обръщайки се към нас като консултанти и експерти в сферата.

СЪВЕТИ

- Винаги диверсифицирайте продажбите си
- Вземанията от вашите клиенти са ваш ценен актив
- Продажбите на отложено плащане са ваше конкурентно предимство
- Коментирайте бизнес идеите си с вашата банка партньор
- Не чакайте просрочване на плащанията, за да започнете да управлявате рисковете



Неделчо **Едрев**:

ПРИ ФИНАНСОВОТО УПРАВЛЕНИЕ СЪЩО ИМА ТВОРЧЕСТВО **И ИНОВАТИВНОСТ**

Ролята на финансовия директор е свързана с бюджетирането като основа за управлението на финансите и с анализа на финансовото състояние на съответното дружество като ключов елемент при определянето на неговата стратегия за развитие. Свързана е също с целия комплекс от решения в областта на инвестирането – изчисляването на риска, на възвръщаемостта, сравняване, оценка и избор на алтернативи в самия процес на инвестиране.

Добър финансов мениджмънт може да се прави само когато на базата на общофирмената стратегия се разработва финансова стратегия въз основа на прогнози за изменения в инфлацията, лихвените равнища, данъците, обема на производството и продажбите, анализ на силните и слабите страни на дружеството, очаквани значими за неговата дейност събития. На тази основа се разработват дългосрочни планове за инвестиции и за тяхното ресурсно осигуряване. От съществено значение също е качеството и мотивираността на целия финансов екип, както и ангажираността на всеки един служител в дружеството.

От финансовия мениджър зависят стратегическите решения в областта на финансовия мениджмънт, като решения за инвестиране, финансиране и други. Също така тактическите и оперативните финансови решения, свързани с разчетите на предприятието с различни контрагенти, персонал, банки, държавни и данъчни органи, с набавянето на финансови ресурси.

Фактори, които може да „вържат“ ръцете на финансовия директор, са: освен икономическите кризи, които засягат всички стопански субекти, финансовият мениджмънт може да бъде затруднен и заради срив на пазара, проблеми с качеството на продукта, волатилност на цените на използваните за производството ресурси, нежелание за кооперативност от страна на финансовите институции, инфлация, девалвация, форсмажорни обстоятелства. Съществено затруднение може да се окаже неспособността на финансовия директор да увлече и убеди колегите си да работят за постигане на набелязаните стратегически и оперативни цели, както и недостатъчното синхронизиране и координиране на всички екипи.

Успешното финансово управление на производствено предприятие, което е част от мултинационална група, изисква спазване на възприетата глобална политика за управление на бизнеса.

Опитът ми на финансов мениджър ме научи, че финансовото управление на едно дружество изисква обосноваване и приемане на своевременни стратегически, тактически и оперативни решения, чието изпълнение е немислимо без участието и гъвкавата и адекватна реакция на всеки един колега спрямо динамично променящата се среда.

Основното правило, което като финансист спазвам, е да проявявам изключителна бдителност по отношение на всичко, което е свързано със загуба на парични средства: изходящи парични потоци вследствие на предстоящи сделки, неспазване на условията по споразумения, разминаване на изпълнението с изискванията на нормативната уредба. От изключителна важност също е толерантността в общуването и поощряване на творчеството и иновативността, които всеки носи в себе си.

Уроците, които кризата ми даде, са, че в подобна неблагоприятна бизнес среда могат да оцелеят само предприятия, които непрестанно търсят начини за оптимално управление на разходите си и потенциални възможности за икономии, използвайки различни похвати, включително иновативни решения.

Ролята на финансовия мениджър, когато се стъпва на нови пазари, е да направи оценка на разходите и анализ на прогнозната цена на предлагания продукт в сравнение с текущата пазарна цена на сходен продукт. Също така да установи въздействието върху общото финансово състояние на дружеството в дългосрочен план.

Инвестиции се правят, когато сте загрижени за устойчивото развитие на дружеството във връзка с подобряване на съществуващите активи или изграждане на съвсем нови в случай на стартиране на нов бизнес. Актуално за нашето съвремие е справянето с климатичните промени, пред които е изправено човечеството. Много важна и съществена част от инвестициите са тези, свързани с намаляване на

БИЗНЕСЪТ РАСТЕ, АКО ИМА БЪРЗА ВЪЗВРЪЩАЕМОСТ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ, **ПОДКРЕПЕНА С УСТОЙЧИВИ ПЕЧАЛБИ И ГЕНЕРИРАНИ ПАРИЧНИ ПОТОЦИ**

екологичния отпечатък и опазване на околната среда, на здравето и безопасността на хората.

Бизнесът ще расте, ако има бърза възвръщаемост на инвестициите, подкрепена с устойчиви печалби и генерирани парични потоци.

Промяната, която технологиите налагат в нашата работа: технологиите са двигател и фактор за развитие, предизвикват те да се адаптираш и да реагираш бързо на промените. Трябва да се съобразяваш с тях и, следвайки ритъма и хода на промените, да предприемаш действия в посока на модернизиране, реорганизиране и привеждане в съответствие на цялостната дейност на дружеството с цел запазване на неговата конкурентоспособност.

Финансовите резултати зависят най-вече от това дали има сигурни пазари за вашия бизнес и доколко може да се разширява техният периметър, дали сте конкурентоспособни на тези пазари, до каква степен оптимално управлявате разходите си, от навременните и целесъобразни инвестиции, както и от професионализма и мотивираността на целия персонал.

Измерител за доброто финансово управление в Група „Солвей“ са възприетите показатели REBITDA (печалба преди лихви, данъци и амортизации), Cash Flow (парични средства), CFROI (възвръщаемост на инвестициите) и EVA (икономическа принадена стойност на бизнеса).

Насочих се към работа във финансовия сектор, тъй като смятам, че ролята на финансиста е също толкова интересна и забавна като тази на режисьора, който съумява да обедини и да координира различни хора и характери с цел постигане на набелязаното крайно представяне, преодолявайки съвместно и отговорно различни препятствия. Тази професия дава възможност да анализираш и развиваш макрорамката на бизнеса, като прилагаш творчество и иновативност.

Сега е подходящо време за отдих и последващ рестарт.

Моят професионален съвет е: забавлявайте се, докато работите.

Неделчо Едрев е финансов директор на „Солвей Соди“ АД и неговите дъщерни предприятия „Девен“, „Провадсол“, „Девня Финанс“ и „Девня Варовик“, а също на „Солвей България“ ЕАД от 2013 г. насам. Работи за Група „Солвей“ от 1998 г. и е бил на различни позиции като главен счетоводител, супервайзър на счетоводството, финансов контрольор. Има предишен опит като главен счетоводител и на други търговски дружества. Магистър е по счетоводство и контрол от Икономическия университет във Варна. Отлично владее френски, английски и руски език.

Георги **Детелинов**:

ВСЕКИ МОЖЕ ДА ПОСТИГНЕ **ФИНАНСОВА НЕЗАВИСИМОСТ**

автор: **Илия Лазаров**

Г-н Детелинов, как се роди идеята да се занимавате с финанси и консултантски услуги?

- Още от съвсем малък ми направи впечатление, че повечето хора живеят нещастно. Една от основните причини за това е, че нямат достатъчно пари и не могат да реализират живота, за който наистина мечтаят. Докато бях ученик, се интересувах от финанси, така попаднах в Together Academy и започнах да се обучавам в тази посока. Основната цел на Together Academy е хората, които се обучават в нея, да станат финансово независими. Хората често работят неща, които не харесват, просто защото нямат пари. Едно време хората са давали живота си, за да не бъдат роби. Днес ние го продаваме за една месечна заплата.

Together Academy предоставя точна методология, с която човек да постигне финансова независимост. Така както има програми за отслабване, по същия начин се лекува и бедността, но е необходима дисциплина.

- Предвид младежката ви възраст, достатъчно подготвен ли се чувствате да съветвате клиентите как да инвестират парите си?

- В момента съм се концентрирал в няколко насоки – едната е застраховането, другата – пенсионното осигуряване. Не твърдя, че имам най-обширните знания, но съм се специализирал в тези сфери и съм уверен да давам съвети, свързани с тях.

- Достатъчно финансово грамотни ли са българите?

- Честно казано, не. Дори хората с икономическо образование често ми споделят, че финансите им са в хаос. Това доказва, че има крещяща нужда от подобно образование, което да е насочено към управление на личните финанси. Много ми се иска да има такова образование още в училище, тъй като колкото повече време минава, толкова по-трудно е един човек да се промени.

- Какви са правилните финансови навици?

- Всеки човек трябва да заделя поне 10% от дохода си, това е един от правилните финансови навици. Друг полезен навик е да си водим бюджет. Постоянно трябва да четем за парите и да се образоваме. Не е нужно да ставаме тесни специалисти, но всеки трябва да има представа от инвестиране, в какво е добре да влага средствата си. Това много ще му помогне в ежедневното боравене с парите.

- Кои са най-честите грешки, които правят българите в управлението на личните си финанси?

- Една от най-честите грешки е, че са на принципа „ще спестя, когато имам“. Спестяването се прави в началото, когато един човек получи дохода си. Ако днес получа 100 лв., аз веднага трябва да заделя 10 лв. и да разполагам с останалите 90 лв. Повечето хора казват, че имат много разходи и ще спестят, когато имат повече пари. Което никога не се случва.

- В какво най-често българите инвестират?

ИМА СЕРИОЗНА НУЖДА ОТ ОБРАЗОВАНИЕ,
НАСОЧЕНО КЪМ УПРАВЛЕНИЕТО НА ЛИЧНИТЕ ФИНАНСИ

Фото Стоян Йотов

Георги Детелинов е на 18 години, млад и амбициозен финансов консултант в Together Bulgaria. От малък се интересува от парите и практичното им управление. Той дава съвети за развиване на правилни навици за управление на средствата и постигане на финансова независимост, изработени по ясна методология.

.

- По традиция българите много често инвестират парите си в банка или в недвижим имот. Има много по-подходящи финансови инструменти.

- Предвид ниските лихви, в какви активи е най-подходящо да се инвестира в момента?

- Депозитите в банките са подходящи за съхранение на оборотни пари, които ни трябват за момента. За дългосрочни спестявания е много по-подходящо да използваме инвестиционни фондове. Това е един от най-често срещаните финансови инструменти в развитите държави. За съжаление все още липсват български инвестиционни фондове, но има достатъчно чуждестранни. Човек трябва да потърси услугите на специалист, който може да му предложи най-подходящите и да се обоснове защо. Трябва да се вземат предвид фактори като срок, цел и необходимост от въпросните средства.

- Кои са най-сигурните финансови инструменти, които да включим в инвестиционната ни кошница?

- Всеки човек, който заработва парите си, трябва да има застраховка. Тя му гарантира, че ако по някаква причина не може да работи, застрахователят ще му плаща и той няма да навлиза в дългове или да харчи от спестяванията си. Застраховка живот и здравна застраховка са първите инструменти, с които всеки трябва да разполага. Човек трябва да мисли и за пенсионирането си – ако започне рано, ще му излезе евтино да се пенсионира. Оттам нататък може да мисли за по-рискови инвестиции като акции, облигации и други.

- Какви са рисковете за един човек, тепърва прохождащ в света на финансовите пазари?

- Много хора се запалват по търговията с валути, смятайки, че инвестирайки 1 лев, могат да изкарат 5. Това е типичното човешко стремление към бърза печалба. Истината е, че бърза печалба няма. Акциите са най-подходящият актив за дългосрочна инвестиция. Най-богатите хора в света държат 93% от активите си в дялови инвестиции – акции, дялове от компании. Това им позволява да се движат с темпото на света и дори да го изпреварват.

- Книгата, която представяте, се казва „Лесният долар“? Лесен ли е доларът всъщност?

- Заглавието на книгата е насочено към най-лесните пари, с които можем да разполагаме – вече спечелените. Тези, които вече имаме и харчим. Много е приятно да си говорим за различни финансови инструменти, но повечето хора казват „имам много разходи и нямам пари за това“. Всичко това им се струва много разумно и полезно, но в момента не разполагат с необходимите средства. Книгата ни показва защо нямаме пари, къде точно се изплъзват между пръстите ни и как да имаме. Прочетете „Лесният долар“ и ще си отговорите на тези въпроси!

20 ГОДИНИ ОБЩИНСКА БАНКА ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА СЛУЖИТЕЛИТЕ Й

Може ли работата да бъде кауза, амбиция, награда, удовлетворение, рожба? Оказва се, че може. Точно това е Общинска банка за много от служителите й, започнали работа при създаването й преди 20 години.

Общинска банка е създадена през 1996 г., по-скоро като банка на град София, а днес има клонова мрежа от 87 локации в страната и поддържа кореспондентски отношения с над 250 банки от цял свят. Тя е една от най-динамично развиващите се банки, която постоянно разширява своя пазарен дял във всички сегменти и има изключително устойчиви позиции на българския пазар. А днес близо 34% от населението на страната се обслужва административно от Общинска банка.

Тайната за това как работата се е превърнала в удоволствие и призвание разказват няколко от най-дългогодишните служители на банката. Един от тях дори е изкачил цялата стълбица на успеха и от редови служител днес е изпълнителен директор на банката и член на управителния й съвет – Николай Колев. В банката работят 7 души, които са постъпили в годината на нейното създаване и са в нея повече от 19 години. А цели 234 служители, работещи и в момента, имат над 10 години стаж в Общинска банка.

Николай **Колев**, изпълнителен директор и член на УС на банката и служител от самото й създаване през 1996 г.

- Как се разви професионалният Ви път в Общинска банка?

- Започнах работа в Общинска банка през октомври 1996 година като валутен дилър. Впоследствие станах главен дилър, директор на дирекция и в момента съм изпълнителен директор. През цялото време беше предизвикателство и много вълнуващо за мен и днес продължава да е така.

- Според Вас какво се промени в тази банка?

- Всичко. Като се започне от това, че през 1996 година банката беше създадена от Столична община като една по-скоро локална банка. Оттогава досега банката се развива непрекъснато, стана универсална търговска банка с много добро присъствие в обслужването на публичния сектор на страната. И това много ме е мотивирало през годините – да развиваме банката, да постигаме все повече успехи и резултати. И днес, с усмивка и удовлетворение мога да кажа, че за да достигнем до 20-годишен юбилей, значи ние сме страхотен екип, който е успял да изгради наистина добра и перспективна банка. Усилията ни са си заслужавали.

- Ако трябва да опишете банката с три думи, кои ще бъдат те?

- Добрите решения на екипа. Нека продължим да вървим така успешно и занапред и съм сигурен, че ще празнуваме заедно и след още 20 години.

Захарин **Хаджийски**, търговски пълномощник на Общинска банка, ФЦ Благоевград

- Кое Ви мотивира да останете толкова време в Общинска банка?

- Общинска банка, в частност Финансов център „Благоевград“, за мен е като рожба, създадена с много желание, труд и амбиция. През тези 18 години, заедно с колегите съумяхме да изградим успешен център, в който работят отлични специалисти в една наистина благоприятна атмосфера, основана на взаимопомощ и екипност. Желанието ни да постигаме все повече ни помага заедно да преодоляваме предизвикателствата и да продължаваме напред.

- Какво бихте пожелали на колегите си?

- Колегите по места добре познават спецификата и детайлите на проблемите, както и начина, по който те да бъдат разрешени. Пожелавам им да останат все такива добри специалисти, да отстояват своите цели и намерения и да продължават да работят все така ефективно и успешно.

- Какво пожелавате на банката за нейния юбилей и как си я представяте след 20 години?

- Гордея се, че Общинска банка е една от малкото изцяло български банки. Това е едно от нашите предимства и вярвам, че и след 20 години ще продължава да бъде в наша полза и все така успешно ще защитаваме интересите на нашите клиенти.

Емил **Цонев**, главен експерт в Централно управление в Дирекция ФСД, отдел „Методология и контрол на счетоводната отчетност“

- С какви предизвикателства се сблъскахте през годините?

- Когато започнах работа през 1997 година като счетоводител в новооткрития тогава Финансов център „Денкоглу“, знаех, че пред мен и колегите ми стои трудна за решение задача. Трябваше за кратко време да създадем работещ финансов център, да привлечем колкото се може повече клиенти, превъзмогвайки силната конкуренция на намиращите се около нас клонове на други банки. С много работа и професионализъм успяхме за кратко време да влезем в работния ритъм на банката и да превърнем финансовия център в един от водещите в системата на Общинска банка.

- Със сигурност има много интересни истории за доволни клиенти през годините, разкажете ни за тях.

- Финансов център „Денкоглу“ беше натоварен със задачата да изплати дивидентите на клиентите на фонд „Света София“. Ставаше въпрос за хиляди души, които трябваше да бъдат обслужени. Още първия ден, преди офисът да бъде отворен, се бяха събрали около 50 души и чакаха. Веднага започнахме работа и опашката беше стопена. На ден обслужвахме над 200 души, клиенти на фонда. Още от първите дни всички се впечатлиха от вниманието, с което се отнасяхме към тях, и начина ни на организация и работа. След известно време, когато повечето хора бяха получили дивидентите си, в офиса ни донесоха издание на столичен вестник, в който беше публикувана статия от клиенти на фонда. В нея те разказваха за професионалния начин на работа, вежливия тон и усмихнатите служители на Финансов център „Денкоглу“. Каква по-голяма награда за положения труд и старание!

*През всичките години работа в Общинска банка дейността ми е била свързана с банковите карти. Свидетел съм на издаването на първата банкова карта на банката, на инсталирането на първия банкомат и ПОС терминал“, спомня си Минчо **Минчев**, дългогодишен служител на банката. „Считам, че постигнатите до настоящия момент резултати от картовата дейност са съизмерими с общия темп на развитие на банката. Картовата дейност е всеобхватна и това налага работа с клиенти на различни нива. Често пъти се налага да бъдат вземани бързи решения и да се прилага гъвкав подход в зависимост от създадената ситуация. Общинска банка винаги е била и ще бъде фактор в банковата дейност в страната. Основният ресурс на банката са служителите и опитът, който те притежават. Пожелавам на банката стабилност и увеличаване на пазарния й дял в предлаганите услуги. Бих желал след 20 години банката да бъде все още една от българските банки в страната, успешно да предлага иновативни и високотехнологични услуги на банковия пазар и най-вече да запази доброто си име“, пожелава си Минчев.*

*Валентин **Драганов** е част от екипа на Общинска банка от ноември 1997 г. Заемал е различни длъжности, а от 2012 г. е търговски пълномощник на ФЦ „Врабча“. Професионалното развитие винаги е било водещо за мен“, разказва г-н Драганов. „Когато достигнеш таван на дадена позиция, непременно трябва да промениш нещо, да не тъпчеш на едно място, защото ставаш безполезен и за себе си, и за организацията. В този смисъл съм благодарен на Общинска банка, че винаги в точния момент съм получавал ново предизвикателство, което ме е вдъхновявало за работа и нови успехи. Така с институцията Общинска банка сме заедно повече от 19 години, през които всеки работен ден е бил различен и уникален, а не просто „ходене на работа“, допълва той.*

*Служителите на Общинска банка гледат на нея не само като на институция, но и като „спасителен пояс“ – точно така описва това място Цанка **Митова**, която е част от екипа от далечната 1997 година. Госпожа Митова без притеснение споделя, че в лицето на други служители на банката тя открива приятели, които са до нея в тежки моменти. Госпожа Митова разказва за един от най-трудните си периоди, когато научава тежка диагноза, и как първите лица, които вижда в болницата, са тези на любимите колеги. Въпреки че от три години тя не е част от колектива, колективът винаги е с нея и вече е част от семейството. Заедно споделят и празници, и трудни моменти.*

КМЕТА.BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

ЧЕТЕТЕ ВЕЧЕ И ОНЛАЙН

www.kmeta.bg/e-вестник/

КМЕТ НА ГОДИНАТА 2016

ОЧАКВАЙТЕ ПРЕЗ НОЕМВРИ

Кале **Палинг**:

МАЛКИТЕ И ИНОВАТИВНИ ДЪРЖАВИ УСПЯВАТ **В ДИГИТАЛНАТА СРЕДА**

СПОДЕЛЯНЕТО И ЕФЕКТИВНОТО ИЗПОЛЗВАНЕ НА РЕСУРСИТЕ СА ЧАСТ ОТ ИНТЕЛИГЕНТНАТА НОВА ИКОНОМИКА НА XXI ВЕК, **СМЯТА ЕСТОНСКИЯТ ДЕПУТАТ**

- Г-н Палинг, Естония е лидер във внедряването на дигитални технологии и иновации. На какво отдавате този успех?

- Когато Естония възвърна независимостта си преди 25 години, ние трябваше да започнем изграждането на страната ни почти от нулата. Вместо да инвестират в инфраструктура, която скоро ще бъде остаряла, естонските лидери направиха съзнателно решение да се премине направо към една модерна компютърна система. В ретроспекция това може да изглежда логично, но за онова време е една много смела стъпка. Тя бе последвана от проекта „Тигров скок“ (Tiigrihüpe, от естонски) през 1996 г., който оборудва всички естонски училища с модерни информационни и комуникационни технологии. Това гарантира, че да си технически грамотен гражданин се превръща в норма, а не в изключение в Естония.

В допълнение на това, задължителното използване на цифрова идентификация, при която всеки естонски гражданин притежава лична карта с електронен чип, позволи въвеждането на широка гама от електронни решения - от електронни данъчни декларации и подписи, до електронно гласуване. Може да се каже, че тези стъпки и много други подобни инициативи проправиха пътя за трансформация на Естония в е-общество, каквато я познаваме днес. Въпреки това не става дума само за предоставяне на тези електронни услуги, но и за това гражданите да имат доверие в тези решения и желание да ги използват ежедневно. В това отношение Естония се справя много добре. Гражданите осъзнават, че една цифрова система без хартия помага да се спестят време и пари и да се опази околната среда.

Примерът на публичния сектор бе много бързо и ефективно последван от частния сектор в Естония. Разбира се, най-забележителна е историята на успеха на Skype, която е вдъхновила едно поколение предприемачи. Днес сме свидетели на бързото разрастване на стартъп компаниите в Естония. Фактът, че вътрешният ни пазар е много малък, има своя положителен аспект, а именно, че дружествата тук трябва да мислят глобално от самото начало. Както споменах по-рано, високото ниво на дигитални умения е много важно за успеха на Естония. Днес например, обучението по кодиране в началните училища се е превърнало в новата норма в Естония. Това, да се надяваме, също ще помогне да се гарантира, че предприемаческият и иновативен дух ще бъде предаден на следващото поколение.

И накрая, но не на последно място, в дигиталния свят размерът не е от значение. Това е точно видът среда, в която една по-малка, но иновативна страна като Естония, може да се стреми към успех. Както веднъж каза нашият бивш президент Ленарт Мери: „В един променящ се свят победител е този, който се движи заедно със света, но с малко по-бързо темпо.“

- През април вие внесохте в естонския парламент предложение за регулиране на споделените пътувания, което ще превърне Естония в първата европейска страна, приела такова законодателство. Какви възможности виждате в тези нови модели на споделената икономика?

- На първо място, аз виждам споделената икономика като една огромна възможност за околната среда. Вярвам, че ако променим начина си на мислене от притежаване към взимане под наем, това ще окаже значително въздействие върху намаляването на консуматорството. В същото време, има огромен потенциал за повишаване на европейския икономически растеж, който е в застой. Гъвкавите възможности за работа и ефективното използване на ресурсите са част от интелигентната нова икономика на XXI век. Иновациите и новите технологии винаги са път към подобряването на жизнения стандарт.

- В България, както и в много други страни по света, има силна опозиция срещу споделените пътувания от страна на таксиметровата индустрия. Изпитахте ли подобни затруднения в Естония и как успяхте да ги преодолеете?

- Споделените пътувания са вече много популярни в Естония. Пътниците знаят, че тези нови платформи подобряват безопасността и са просто удобни. Споделеното пътуване е вече тук, хората го използват и няма смисъл да се опитваме да изключим интернет. В интерес на всички заинтересовани страни е да се актуализират законите възможно най-скоро. Ето защо, докато въвеждаме споделеното пътуване, ние едновременно облекчаваме и разпоредбите за таксита.

- Какво е вашето очакване за развитието на феномена „споде-

Кале Палинг е председател на комисията по европейски въпроси в Рийгикогу (естонския парламент) и депутат от Естонската реформистка партия. Той е член на Управителния съвет на Естонската национална енергийна корпорация Eesti Energia и на летище Талин.

лена икономика“ на европейско ниво и в световен мащаб? Смятате ли, че новите бизнес модели ще заменят традиционните, или има място за всички на пазара?

- Аз съм 100% сигурен, че твърдението, че новите бизнес модели ще заменят традиционните, е неправилно. Ябълките не могат да заменят портокалите - те се допълват взаимно. Повечето туристи винаги ще предпочитат да отседнат в хотел, вместо да използват Airbnb. Но съществуването на хотели не означава, че нашите градове трябва да бъдат пълни с апартаменти, които стоят празни. Или градове пълни с паркинги, защото всеки има кола. Технологията ни позволява да използваме ресурсите по-ефективно и дава нови алтернативи.

- Участвахте в публична дискусия за споделената икономика в българския парламент в края на юни. Какви са впечатленията ви от събитието и мислите ли, че България може да върви по стъпките на Естония по отношение на възприемането на новите технологии и възможностите, които предоставят те?

- Аз лично обичам България и винаги съм щастлив да дойда на посещение, тъй като имам много приятели там. Събитието беше много професионално организирано и имаше много интересни говорители. Сигурен съм, че България е страна, която непрекъснато търси възможности за икономически растеж.

- Какви според вас трябва да са приоритетите за България и Естония в предстоящите им председателства на Съвета на ЕС по отношение на иновациите и по-специално, на единния цифров пазар?

- Напредъкът по завършването на единния цифров пазар трябва да бъде приоритет в програмата на естонското председателство на Съвета на ЕС, като се надяваме, че ще бъде продължен и от следващите председателства на ЕС. Изчисленията показват, че завършването на Европейския единен цифров пазар ще увеличи БВП на ЕС с 4% до 2020 г. Ето защо това е област, която има потенциал да стимулира европейската икономика както в краткосрочен, така и в дългосрочен план. Свободното движение на данни ще засили конкурентоспособността на ЕС в света, ще бъде от полза за малките предприятия, но в същото време ще мотивира глобални фирми да инвестират в ЕС. За потребителите, от друга страна, това ще донесе по-голям избор и по-ниски цени.

ОБУЧЕНИЕТО ПО КОДИРАНЕ В НАЧАЛНИТЕ УЧИЛИЩА СЕ Е ПРЕВЪРНАЛО В **НОВАТА НОРМА В ЕСТОНИЯ**

Дарин **Маджаров**:

ОБРАЗОВАНИЕТО В БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА Е **НА СВЕТОВНО НИВО**

ИЗПОЛЗВАМЕ НОВИТЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВЕЧЕ ПРАВИМ ПЪРВИТЕ ЕКСПЕРИМЕНТИ С ВИРТУАЛНА РЕАЛНОСТ, **СВЪРЗАНИ С УСВОЯВАНЕТО НА ЗНАНИЯ**

Образованието отразява състоянието на обществото. Има добър процент семейства със силни професии, отлични доходи, хубав живот. Същевременно доста семейства нямат никакви умения, липсва им желание за развитие, безработни са и живеят трудно. Има и семейства с нисък морал и твърде изкривена ценностна система. Семействата „произвеждат“ сегашните ученици, а те малко или много следват пътя на своите родители. До голяма степен се получава ефектът на огледалото - учениците от силните семейства са на високо ниво, а тези, чиито родители са без умения и квалификация, обикновено нямат мотивация за учене и дават много ниски резултати.

Време за промяна

Средната възраст на учителите е около 57 години. Скоро голяма част от тях ще се пенсионират, а за съжаление няма достатъчно нови кадри, които по естествен начин да ги заместят. Това са двете най-големи предизвикателства, но всичко е напълно поправимо и с добре премислена стратегия и амбицирана работа необходимата промяна може бързо да се постигне.

Родителите имат много по-голямо влияние върху образованието на децата си, отколкото осъзнават. Колкото и невероятно училище да съществува, каквито и изключителни учители да преподават в него, ако у дома детето не е насърчавано да учи и да се развива, задачата става почти невъзможна. Изисква се всъщност много малко. Не е необходимо родителите заедно с децата да пишат домашните, а просто да ги вдъхновяват да преследват по-високи цели. Един разговор за бъдещето може да промени всичко за цял живот, но за съжаление много родители не обръщат грам внимание на децата си на тема образование. Лесно е да се успокоим вътрешно, че училището и учителите са затова, че те са виновни за всичко. Но училището, учителите, родителите и обществото - всички сме в един отбор и с един цвят на екипа.

Накъде ще поемем

Бих се зарадвал да има визионер, който да излезе и да сподели пред всички нас какви са плановете за развитие на образованието в България през следващите 10-15 години. Да знаем какви са целите и да имаме ясни измерители – числа, които ни показват дали вървим към целите, или не. Например ние, в „Уча.се“, имаме конкретни задачи и целта ни е да помогнем на няколко хиляди ученици да подобрят успеха си. Следим числата ежедневно и така вземаме решенията си. Числата не лъжат, а чувствата и усетът понякога подвеждат. Ето защо следваме измеримите цели, слушаме числата и по този начин редуцираме до минимум възможностите за грешки. Точно това ми липсва на институционално ниво.

Достъпът до квалифицирани хора

Моите наблюдения сочат, че най-голямата спънка пред развитието на бизнеса в България е липсата на достатъчно „печени“ кадри. Нарочно казвам печени, защото много компании вече търсят дори хора без нужната квалификация, но с правилната настройка да се развиват. Обучават ги и така се справят. Всички мои приятели със собствен бизнес постоянно търсят нови хора на всякакви позиции. Предлагат отлични заплати, но търсят отговорни и способни хора, а там вече нещата стават по-сложни. Бизнесът в следващите години ще инвестира много повече в образованието в България, защото предприемачите обичат сами да се справят с трудностите. Щом проблемът стана ясен, много компании започнаха да инвестират в собствени школи, обучителни центрове и какво ли още не, за да имат достъп до по-силни кадри.

Мисията на „Уча.се“

Поставили сме си ясни цели и за нас мисията на „Уча.се“ е да помогнем на учениците да имат след време успешно бъдеще и щастлив живот. Щастливи са хората, които осъществяват мечтите си. А за да имаме успехи, са нужни

Дарин Маджаров е създател на платформата с видеоуроци за ученици „Уча.се". Завършил е Априловската гимназия през 2006 г. с медал за отличен успех. След това учи 5 години в Jacobs University в Бремен, Германия, където завършва бакалавърска степен и магистратура по електроника и компютърни науки. После започва докторантура в сферата на енергийните пазари и електрическите коли в KU Leuven в Белгия. Но я прекъсва, за да се прибере в България и да сформира екип, с който да развие „Уча.се". Дарин е отличен в класацията на „Форбс" „30 под 30" бъдещи лидери на България, както и в „40 до 40" млади лидери, организирана от Дарик радио.

добро образование и ценни умения. И така „Уча.се" е проект, изцяло фокусиран върху подобряването на знанията и уменията на учениците. Сега изпълняваме тази задача чрез видеоуроци и упражнения на разбираем език. Наскоро стартираме образователни игри. Вече правим първите експерименти с виртуална реалност, свързани с усвояването на знания. Използваме новите технологии, за да може бързо, ефективно и осезаемо да подобряваме образованието в България.

С поглед в бъдещето

Ролята на образованието ще става все по-важна, защото занапред ще има „полза" само от човек със специални умения. Всички други дейности, които могат да се вършат от един нискоквалифициран човек, ще ги правят компютри и роботи. И то 100 пъти по-ефективно и качествено. Ето защо, ако сега е нужно отлично образование, за да имаш по-хубава работа, след време ще трябва отлично образование, за да имаш изобщо някаква работа.

Важен въпрос е как българското образование да придобие международен авторитет и да има притегателна сила и за чужденците. Смятам, че резултатите са винаги най-убедителният довод. Когато масово българските ученици постигат забележителни резултати, всички ще говорят за нас, а не постоянно за финландците. Аз вярвам, че с няколко правилни стъпки можем да станем позитивният пример за всички. „Уча.се" е само една частичка от българското образование, но доказахме, че ние, българите, можем да създаваме образователни продукти на световно ниво. „Уча.се" дава толкова добри резултати при учениците, че предусещам как скоро нашата платформа ще служи за пример на много места по света и ще печели последователи. Само с високи резултати може да се докажем и във всичко друго, което ние, българите, създаваме. Убеден съм, че имаме потенциал да го направим.

„УЧА.СЕ" ДОКАЗВА, ЧЕ НИЕ, БЪЛГАРИТЕ, МОЖЕМ ДА СЪЗДАВАМЕ **КОНКУРЕНТНИ ОБРАЗОВАТЕЛНИ ПРОДУКТИ**

Авиноам **Катриели**:

ПРАВИМ НОВ ГРАД НА **20 КМ ОТ СОФИЯ**

Фото **Стоян Йотов**

Авиноам Катриели е израелски бизнесмен и президент на Двунационалната търговска камара България-Израел. Той инвестира в проекти по цял свят и вече 19 години развива бизнес в България. Катриели е президент и управител на компанията А.З.К. Пропъртис, която разработва проекта "Плана Хайтс" и инициатор на едноименния имотен зелен проект, който до няколко години ще се издигне на 20 км от София.

автор: **Александра Сотирова**

Г-н Катриели, разкажете за проекта „Плана Хайтс“.

- „Плана Хайтс“ е нов проект-мечта в България. Той ще бъде един модерен проект, с развита инфраструктура, модерни сгради – зелено място с много добра локация, близо до София. В него всеки ще може да си купи къща на добра цена.

- Защо избрахте България за тази инвестиция?

- Що за въпрос, защо съм избрал най-хубавата държава с най-красивите хора?! България е невероятна държава за инвеститори, данъците са ниски, всички възможности са открити, цената на работната ръка е относително ниска. От гледна точка на природата, бих казал, че тя е сред най-красивите в света. И вероятно българите, които живеят тук, не го виждат, но като чужденец аз мога да ви кажа, че това е сред най-хубавите държави. Аз дойдох на случйна визита тук преди 19 години и още с първото ми пристигане направих и първата си сделка. 10 години по-късно се преместих да живея в България и останах тук. Държава с огромен потенциал! Да бъдеш част от проектирането на бъдещето й - мисля, че това е една достатъчно добра причина човек да заживее тук завинаги.

- Кога започва строежът на „Плана Хайтс“ и кога се очаква да приключи?

- Изграждането на проекта става поетапно и ще отнеме между 5 и 7 години. Искахме да започнем изграждането му още тази година, но за съжаление някои процедури ни забавиха, без реално оправдание. Но аз работя по този проект вече 10 години, така че дори да се забави с още месец или два, ще започне при всяко положение. Надяваме се това да се случи

В „ПЛАНА ХАЙТС“ ВСЕКИ МОЖЕ САМ ДА ПРОЕКТИРА КЪЩАТА НА МЕЧТИТЕ СИ

преди края на тази година, но в най-лошия сценарий ще бъде напролет.

- Как ще се отрази „Плана Хайтс“ на имотния пазар в района?

- Все още не влияе, защото дори не сме започнали маркетинга по проекта. От друга страна, мога да кажа, че и без да правим особено маркетингово усилие, вече има много хора, които идват в офиса, за да получат оферти за проекта. „Плана Хайтс“ ще промени пазара на недвижими имоти в България и ще дам няколко причини. Ние ще продаваме продукт, който никой не предлага в момента. Ако искате да купите частна къща 150 кв. м. на половин декар парцел близо до София, в чисто нов квартал с изградена инфраструктура, няма къде да намерите. Без значение колко пари имате и сте готови да дадете, просто такива предложения не съществуват. Да, може да си купите нова къща в кв. Бояна, който се смята за добро място. Аз също живея в Бояна, но съседът ми има кокошки, а за да изляза от къщата си в дъждовен ден, ми трябват ботуши, така че реално около мен има и село. Там няма и паркоместа, липсва инфраструктура, така че ние наистина даваме на България един продукт с чисто нова организация, планиране и нова мисъл за това как се прави селище.

Цената на продукта също е много добра и по-евтина от всичко, което се намира на пазара. Може да закупите частна къща, а не апартамент, на стартова цена от 80-85 000 евро – това е стойността на имот 75 кв. м в Люлин. Третата причина това да повлияе на пазара е, че ние всъщност създаваме нов начин, по който човек може да купи имот. Той може да започне, купувайки само парцел при нас и може да построи къщата си самостоятелно, което би могло да му спести още пари. От наша страна всеки ще получи общи изисквания за това как искаме да изглежда къщата отвън, ще има някои ограничения и параметри във външния изглед, но отвътре ще може да прави всичко, което поиска. Може да се започне и с малка къща, която в последствие да се надстроява, така че такъв метод и свобода дават истинска възможност за една нова визия за младите хора, които реално могат да си изградят дом в нов, луксозен квартал. Разстоянието между Плана и София е 22 км, проектът ще предлага и безплатни бусове, които на всеки 30 минути ще превозват хората между столицата и Плана.

- Каква ще е цената на парцел в „Плана Хайтс“?

- Цената по време на изграждането на първи етап, който включва 200 единици, е 35 евро на кв.м като зависи от големината на парцела. Най-малката възможност е около 500 кв.м, но клиентът може да закупи и 1-2 декара. Цената за половин декар е около 15 000 евро, което е за първите 200 единици, от които 75 вече са резервирани. След това цената за инфраструктурата общо е около 15 000 евро. Купувайки парцел, всеки може да изгради каквато къща пожелае по вид, размер и обзавеждане.

- За цената от около 100 000 евро на готовите къщи какво ще получат купувачите?

- Предлагаме различни типове имоти, създадени, за да дадат възможност на клиента да избере точно какво иска. Имаме 23 подготвени модела за къщи, на които цените започват от 80 000 евро и някои стигат над 1 милион. Един купувач може да дойде и да каже - искам вие и архитектът ви да ми направите комбинация, включваща елементи от 3 различни къщи и това е всъщност една от истинските красоти на този проект. Аз казвам - елате и планирайте сами къщата си, постройте сами своя дом. Главната идея е да дойдеш, да видиш мястото и усещайки го, да прецениш какво желаеш. Не е като в известната песен „още една тухла в стената“, в която системата предопределя какво ще ти се случи. Човек може да си избере имот, в който решава дори каква ще е големината и формата на прозорците и ние му даваме пълна свобода. Това ще даде възможност на хората да живеят в място, което наистина обичат.

- Наричате „Плана Хайтс“ един малък град, колко души се очаква да живеят там?

- Планираме да бъдат изградени между 3000 къщи и аз бих бил много щастлив, ако всяко семейство, което живее там, има по 3-4 деца, защото ако има повече българи в света, самият свят ще е по-добър. Но ако се ориентираме по средното българско семейство, можем да кажем, че максимумът живущи би бил от порядъка на 7500 човека. Това е малък град, който ще се намира в община Самоков и съм сигурен, че ще се получи по възможно най-добрия начин.

- Как ще бъдат обслужени административните и социалните нужди на живущите в „Плана Хайтс“?

- От самото начало менджмънтът на проекта ще изгражда всякакви услуги, поддръжка и сигурност. Ние няма да продадем и да си тръгнем, ние оставаме там, в сътрудничество с община Самоков. Когато говорим за административна инфрастуктура, имаме предвид училище, детски градини, медицински център, търговски център с магазини, спортен център и всичко, което се очаква да има в селище от такъв размер. Не всичко ще се прави от ден първи, но според развитието на проекта в различните му фази и етапи, всяка една такава необходима инфраструктура ще бъде изграждана.

- Какви компании ще строят „Плана Хайтс“?

- За всеки проект за строеж ще се прави търг и всеки, който иска, може да вземе участие, след като бъде проверен. Няма да се ангажираме с една фирма и единствената причина това да е така, е желанието ни да избегнем по технически причини проектът да бъде спрян. Той е огромен и има достатъчно място за много компании да работят в него.

- С какъв вид енергия ще се захранват жилищата?

- Локацията на „Плана Хайтс“ е на място, в което има минимум 225 слънчеви дни годишно, така че със сигурност мога да кажа, че част от енергията, която ще доставяме, ще е соларна. Обмисляме всеки вариант на зелена енергия и това е едно от основните изисквания за нас – проектът да бъде колкото се може по-зелен. Ще направим всичко необходимо за идеята да живееш в „Плана Хайтс“ заради въздуха и природата. Ако искахме да правим само пари, щяхме да направим проекта по-близо до София, но нашата идея е за едно екологично място.

- Колко ще достигне инвестицията в „Плана Хайтс“?

- Големи компании често оценяват стойността си чрез проектите, които правят. Така че ако строят 1000 кв. и ги продават за 1000 евро на квадрат, стойността на проекта е 1 милион. Аз не работя по този начин. Инвестицията в проекта в известна степен зависи от желанието на самите клиенти и техните изисквания. Реалната стойност на проекта, ако говорим за около 3000 къщи средно по 250 кв.м, това прави около 750 000 застроени кв.м без да включваме инфраструктурата и обществените учрежденията в него, т.е. говорим за минимум 500 милиона евро.

- Какви други проекти ви предстоят?

- Много проекти са вече направени, някои от тях бяха жилищни сгради, други молове, хотели. Сега започвам строежа на един хотел на язовир „Искър“, в Панчарево имаме проект за обществен център, имаме друг проект в Бояна. Всичко, което може да се прави, се проверява от нас. Ние сме тук и сме сред малкото инвеститори, които решиха и твърдо останаха в България, виждайки себе си като истинска част от страната.

ХОРА И ГРАДОВЕ

автор: **Татяна Явашева**

Всеки път преди да излетим от Летище София, минаваме покрай все по-нарастващото разнообразие от кърпежи по панелните блокове в кв. „Дружба“. И ако се приземим в Хелзинки, няма как да не ни направи впечатление, че в този северен град никой не си позволява самоволно да лепи топлоизолации и да прави архитектурни преустройства. Всичко това тук и там е стандарт и начин на мислене.

Свободата в последния четвърт век да виждаме как е по света не пренесе в България най-добри архитектурни традиции. Гледайки сътвореното, рядко има образци, с които да се похвалим. Печалбата за някои, извадена през скобите на всеки нов градеж, доведе до градска среда, която сякаш правим за наказание, не за радост на окото и удобство при ползването. Така се появиха цели нови квартали - градски спални, в които дори няма къде да паркираш колата си, няма къде да учат децата ти, няма къде да пазаруваш. Сградите излязоха на тротоара и тесните улици все по-осезаемо забавят ритъма на градския живот. Тези, от които зависи развитието на съвременната среда, очевидно страдат от късогледство. Тяхното „професионално“ поведение показва, че са отсъствали на най-важните лекции в университета.

Да, градът е това, в което всички ние го превърнем или позволим другите да го направят. И съвсем не е онова, което най-добрите архитекти биха могли да проектират. Все пак те изпълняват поръчки, но и това не бива да е оправдание.

Ние, обитателите на градската среда, може да коментираме нейните удобства и неудобства и развитието на града през нашия „обектив“. Но за архитектурата и за всичко, свързано с нея, което е зад кадър, най-добре да дадем думата на архитектите. Обърнахме се към двама ярки представители на тази гилдия, за да видим професията през погледа на професионалистите.

ПЕЧАЛБАТА, ИЗВАДЕНА ПРЕЗ СКОБИТЕ НА ВСЕКИ НОВ ГРАДЕЖ, ДОВЕДЕ ДО ГРАДСКА СРЕДА, КОЯТО СЯКАШ ПРАВИМ ЗА НАКАЗАНИЕ, НЕ ЗА РАДОСТ И УДОБСТВО

Арх. Георги **Бакалов**:

Високото качество е сила

Архитект Георги Бакалов е председател на УС на Съюза на архитектите в България от 2010 г. насам. Завършил е ВИАС през 1981 г. Работил е 14 години в КНИПИ "Софпроект", дирекция Генплан. На свободна практика е от 1990 г. Съуправител е на проектантска фирма «ВИГ-инженеринг» ООД. Упражнявал е постоянна екипна работа на всички нива на проектиране - ОУП, ОГП, подробни планове, инвестиционни проекти, включително интериор, и е взел пряко участие в архитектурно-строителното проектиране на над 2 млн. кв. м РЗП. Автор е на изобретение в областта на строителните методи за изграждане на метрополитен, което е реализирано в Дюселдорф.

Архитект Бакалов, какво е за вас успехът?

- Успехът е нещо относително и зависи от ценностната система на човека. От гледна точка на професионалното си развитие, смятам, че съм успял да работя в целия спектър на архитектурната професия. Но що се отнася до Съюза на архитектите в България (САБ), със сродните браншови организации и творческите съюзи постоянно правим усилия, насочени предимно да подпомагаме държавните и общинските власти за подобряване качеството на нашата градска среда. Ако нещо куца, то това е експертизата и оценката на качеството на архитектурните и инженерните проекти. Оценката на отделните проекти се дава от общините и се прави само по законосъобразност. САБ участва регламентирано със закон в експертните им съвети по устройство на територията и постоянно търси формиране на професионалното начало.

- Какво пречеше през годините да се създава по-модерна градска среда и архитектура, вписваща се в съществуващото пространство?

- С пазарните промени натискът на частните инвестиции доведе до това всеки да се бори сам за своя интерес и всичко да се решава на парче. Липсва механизъм, който да хармонизира обществения интерес.

- Кой отстъпи от тази важна роля – архитектите, обществото или властимащите?

- Причината е многостранна. Натискът на нашата професионална организация не беше достатъчен. Общините, носители на местното самоуправление, заедно с държавната децентрализация ползваха своите правомощия, но невинаги в името на по-добрата градска среда.

- Тоест не е намерен балансът на интересите…

- Не е намерен напълно, защото не е търсен достатъчно, или е намерен частично. Задачата на нашите браншови организации е да подпомогнем управлението за професионална защита на държавните, регионалните и местните интереси.

- Като председател на Съюза на архитектите в България как виждате бъдещето?

- САБ има подкрепа от държавата и парламента, а и в значителен брой общини. За съжаление не са ясно разписани отговорностите на всички нива. Например, когато има територии от национален интерес, те трябва да се управляват на национално ниво. Когато има инвестиционни намерения от частни структури, има проекти, които се решават на регионално, а други на местно ниво. Плажната ивица и тангиращата територия трябва да е под директно наблюдение и контрол на централните органи. Сега се говори за

ЛИПСВА МЕХАНИЗЪМ ЗА ЗАЩИТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СТОЙНОСТ НА АРХИТЕКТУРНИЯ ПРОДУКТ

устройство на териториите, но не се говори за градоустройство, смесва се планиране с проектиране. Всичко трябва да си отиде по местата, в това число и по отношение на терминологията. Образно казано, ябълките не бива да се смесват с орехите. Всичко трябва нормативно да се регламентира и отговорностите ясно да се дефинират.

- Професията на архитекта ползва ли се с нужния престиж?

- Нашата професия е стигнала дъното на своя престиж. Причината не се корени само в инвестиционните намерения, а до голяма степен се дължи на липсата на защита на интелектуалния продукт. В европейските норми и стандарти между 4 и 6% от инвестиционното намерение е за архитектурно-строителното проектиране, а с надзорната и консултантска дейност до 12%. В България проектирането е сведено до максимум 1,5-2% от стойността на обекта. Разликата отива в консултантските фирми и в самия изпълнител. Интелектуалният продукт, който се създава от архитектите и инженерите, е подчинен на принципа „Скъпи на трите, евтини на брашното“. А всъщност качеството дава сила за реализация на проектите. Не бива да се издава разрешение за строеж, докато собствеността на проектната документация не премине в ръцете на вносителя. Документацията става собственост след урегулиране на взаимоотношенията между възложител и изпълнител. От САБ имаме предложение за такава законова промяна, но само заради един глас тя не мина в парламента. Сега отново ще направим опит с по-добро разясняване, така че добавката в Закона за устройство на територията да се гласува наред и с други промени, в това число тези в Закона за културното наследство.

- Как тази документация преминава във вносителя, без финансовите отношения да са уредени?

- Възложителят дава примерно 20% авансова вноска, обещава останалото да се изплати, след като се извади разрешение за строеж, и после той забравя за договореното. Същевременно се търси начин да се сменят проектантите и това е често срещана практика. Няма механизъм за защита на интелектуалната стойност на продукта. Това е причина за честите провали на инвестициите и на основните средства, а те са от 90 до 95% от проекта.

- Вие сте фокусиран върху дейността на съюза. Но имате ли сили и време да ръководите успешно и своята фирма?

- Участието в работата на САБ за мен е предимно кауза. Ако не работя в професията, няма да имам приходи. Желанието ми е знанията и професионалната ми компетентност да имат доминираща роля, освен организационната дейност.

- Кой е проектът, който е венецът на вашия архитектурен талант?

- Към 2000 г. заедно с проектантската организация на Бургас спечелихме конкурса за строителния и регулационен план на КК „Слънчев бряг-Изток“. Като главен проектант не бих искал името ми и това на моята компания да се идентифицира със съсипания комплекс. Там започна работа на парче и всичко се изкриви, без да се съблюдава авторското право. Проектът беше планиран за три- и четиризвезден комплекс, идеята беше добре осмислена, но във времето инстанциите не се съобразиха със заложената визия.

- Кой е проектът, който ви е донесъл най-голямо удовлетворение като краен продукт?

- Българският инвеститор винаги търси икономии и намира начини да хитрува. Но има няколко обекта, които си струва да се отбележат. Това са комплексът „Сънрайз“ в Равда и хотелите „Космос“, „Глобус“, „Алба“, „Чайка“ в КК „Слънчев бряг-Изток“. Убеден съм, че може да се намери начин курортният комплекс да се преобрази по по-добър начин, въпреки сегашните неуредици.

- За какво мечтаете като архитект?

- Розовите сънища не са присъщи на прагматичните хора. Затова работя по конкретни проекти заедно с колегите инженери - на браншово и професионално ниво. Важно е заедно да поддържаме организационни качества, с които да можем да управляваме проектите и процесите.

Арх. Асен Дикански е управител на „Дикански и партньори" ЕООД. Той е дългогодишен хоноруван преподавател в УАСГ. Член е на УС на Българската предприемаческа камара в строителството, на Консултативния съвет на Съюза на архитектите в България и на Отрасловия съвет за тристранно сътрудничество към МРРБ. В дейността си през последните 25 години „Дикански и партньори" е автор на множество проекти и реализации на административни, търговски, религиозни, индустриални и жилищни обекти, в това число на тяхното интериорно и декоративно оформление.

Арх. Асен **Дикански**:

Изграждам собствени стандарти в работата си

Архитект Дикански, вие сте с богат опит в професията. Вече имате ли отговор как се създават сгради с дух и облик, които дълго във времето остават знакови?

- С триединство - качествен архитект, интелигентен поръчващ, подходящи икономически условия. Качественият архитект е комплексен резултат на множество фактори. Творческият потенциал и технологичните познания при всеки архитект са различни, но и да ги притежаваш в изобилие, е нужен и богат житейски опит. Накрая става дума и за характер - да се проявява мъжество. Интелигентният поръчващ е необходим във формулата „триединство", колкото и качественият архитект. Доволен съм, че в практиката си имам възможност да работя с интелигентни личности с лидерски качества. С тях взаимно се обогатяваме и усъвършенстваме. Разбира се, попадал съм и на хора, с които не изповядваме едни и същи разбирания. При ситуация на несигурност пазарът не мисли за красота.

- Във всяко време се говори за модерна архитектура. Кое е характерно за модерната архитектура днес?

- Във всеки период модата е различна. Не правя модерна архитектура. Ако следваш мода в архитектурата, се стига до подражателство. И панелите са били модерни, както и стъклените призми. Изграждам собствени стандарти при работата си. Няма да анализирам днешната мода в архитектурата, ще кажа само, че се преиграва с богатите технологични възможности и съвременните материали до гранична степен. Все едно сме на състезание по културизъм. Това неизбежно води до деформации, за сметка на простички неща, важни за професията ни в отношението ѝ към човека.

- Как ще опишете професията на архитекта?

- Архитектът е наемник, който практикува професията. Твърдя, че архитектурата е бизнес. Ние получаваме образование за елитна професия. Днес образованието в България не е елитно, но архитектът трябва да има елитно поведение. Думите „наемник" и „бизнес" не са в противоречие с творчеството. Според мен артистизма или го имаш, или го нямаш. Творчеството е за архитекта и е негово лично преживяване. С клиента правим бизнес. Той идва при мен с комерсиално намерение и е естествено аз също да имам такова. Архитектурата си е за архитекта, с клиента говоря за други неща.

- С какво в последните 5-10 години се промени работата на българския архитект?

- Последните 10 години мога да определя по следния начин:

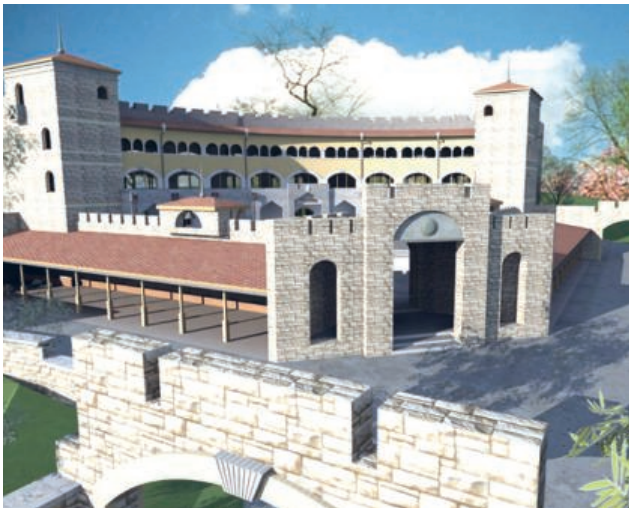
2006 - 2007	**архитектурни предизвикателства**
2008 - 2009	**пренастройка**
2010 - 2013	**обществени поръчки**
2014 - 2016	**нормализиране**

- В професионален план как на вас ви се отрази този период?

- За мен периодът не беше скучен. Който е търсил реше-

ТВОРЧЕСТВОТО Е ЛИЧНО ПРЕЖИВЯВАНЕ ЗА АРХИТЕКТА. **С КЛИЕНТА ПРАВИМ БИЗНЕС**

ния и не се е съмнявал в себе си, днес е изкачил още едно стъпало. В кризата и отдръпването на инвеститорите от строителството, банките бяха тези, които продължиха да поръчват проекти. През последните две години се активираха и строителните предприемачи. Отчитам интереса на инвеститори от различни региони на страната да строят в София. Има активност и в туристическия бизнес. Днес поръчките са много по-обмислени.



- Преди време наричахте архитекта баща на къщата? На какви къщи днес ви поръчват да сте „баща“?

- Количествените параметри и функцията на поръчките пак са разнообразни. Вероятно е резултат на фирмената ни политика, че няма малък и голям обект, няма лоша поръчка. Осигурихме работа на 11 студенти по архитектура от УАСГ и НБУ по Европейска програма „Студентски практики“. Гордеем се с разработките си за ЦНСТ в Ямбол, както и с православни храмове в Северозападна България. От банките клиенти продължиха да ни бъдат „Алианц България“, „УниКредит Булбанк“, „Райфайзенбанк“. Този път с по-малки квадратури до 300 кв. м. Изпълнихме поръчки за реставрация на сгради недвижимо културно наследство в София, Варна, Русе. Знакова сред тях е сградата на барон Гендович до Народния театър „Иван Вазов“. Реалните предприемачи в строителството днес реализират обекти до 4500 кв. м. В момента проектираме голям туристически комплекс, в който се съчетава старо и ново строителство. За нас обектът е изключително интересен и поради факта, че сме работили по него и преди 15 години.

- Във всяко време всяка професия има своите плюсове и минуси. Днес кои са плюсовете, на които се радвате, и минусите, които трябва да преодолявате?

- Радвам се на резултата от постоянството и оптимизма си. Заедно със съпругата ми, редом до мен са двете ни дъщери: едната е дипломиран архитект, а другата – студентка по архитектура. С ентусиазма и вдъхновението си те допринасят към опита и рутината на екипа. Неща за преодоляване - с професионална етика и морални рефлекси ежедневно работя за необходими промени. Може би днес по-хладнокръвно. Голям минус за професията считам ограничението в устава на Камарата на архитектите в България, което гласи, че за да проектира, архитектът се задължава да не търгува с недвижими имоти, да не строи, да не произвежда. Било в противоречие с творческото начало. Считам това за пълен абсурд, но може би някой има интерес да държи архитекта встрани от този процес, спекулирайки с артистичността му.

- Ако сега трябваше да избирате професия, бихте ли направили същия избор и защо?

- Отговорът ми е „Да“. Кандидатствал съм четири години, докато стана студент по архитектура. Тогава бях щастлив и днес съм щастлив. Употребих думата „наемник“. Наемник, както и архитект, е свободна професия. Като такъв имам избор – да приема или да откажа поръчка. Чувствам се добре като свободен човек, който може да избира.

- Архитектурно студио „Дикански и партньори“ има 25-годишна история. Посочете три обекта, които са най-доброто от най-доброто, което сте проектирали?

- За това време обектите са над 300. Харесвам ги всичките. Но за трите най-добри: това са последният изпълнен, този, върху който сега работя, и следващият, който ще договоря.

Фото: **Pixabay**

НАМАЛЯВАНЕТО НА ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА ЛЕКАРСТВА В БОЛНИЦИТЕ Е В **ПЪЛЕН ПРОТИВОВЕС С ПОСТОЯННО УВЕЛИЧАВАЩИЯ СЕ БРОЙ ХОСПИТАЛИЗАЦИИ**

ФАРМАЦЕВТИЧНИЯТ ПАЗАР В БЪЛГАРИЯ

автор: **Боян Игнатов**, магистър по здравен мениджмънт

От българския пазар постоянно изчезват медикаменти, като напоследък това става с все по-бързи темпове, според данни на Изпълнителната агенция по лекарствата (ИАЛ). От 2014 г. досега у нас е спряна продажбата на общо 300 медикамента, като голяма част от тях нямат генерик. По данни на ИАЛ през 2014 г. са изтеглени 97 лекарства, през 2015 г. броят им нараства до 127, а през първата половина на тази година са изтеглени още 73 лекарства. Най-вероятната причина за спирането на тези препарати е, че те стават икономически неизгодни за предлагане от производителя поради различни регулации. И тъй като фармацевтичните фирми са длъжни да уведомяват ИАЛ за всяко изтеглено лекарство от пазара, на сайта на агенцията пациенти и лекари могат свободно да следят тази информация.

Как стоят нещата от финансова гледна точка. В таблицата са показани данни за обемите на фармацевтичния пазар в България[1] до краен потребител[2] за периода 2009-2012 г. Вижда се, че както като брой опаковки, така и като стойност той остава относително постоянен за разглеждания период. Очевидна е обаче тенденцията към промяна на относителното потребление на лекарства в болниците и извън тях – като брой опаковки потреблението на медикаменти от болниците спада почти наполовина (от 18,53% относителен дял от общото потребление през 2009 г. до 9,75% през 2012 г.), а потреблението извън болниците нараства до над 90% по отношение на броя опаковки през 2012 г. В същото време сме свидетели на постоянно увеличаващ се брой болници, както и отчитани от Националната здравноосигурителна каса ежегодно нарастващ брой хоспитализации. Това очевидно противоречие би могло да се дължи на поне две основни причини, които дават достатъчно поводи за притеснения. Първата причина би могла да бъде, че пациентите не получават адекватна медикаментозна терапия в болниците и/или се налага сами да закупуват все по-голяма част от необходимите им лекарства. Втора възможна причина би могъл да бъде фактът, че болниците отчитат недействителни пациенти, за „лечението“ на които те реално не потребяват никакви медикаменти. По този начин статистиката отчита повишен брой хоспитализации, но това не води до увеличаване консумацията на лекарства. Едно подобно разминаване е сериозен повод за размисъл относно това дали упражняваният контрол върху болниците е адекватен и дали не е крайно време за ново остойностяване на клиничните пътеки или замяната им с друг механизъм за заплащане на дейността в болниците. Очаква се започналото вече въвеждане на системата за пръстова идентификация в болниците, а по-късно и в аптеките, да доведе до намаляване или напълно премахване на злоупотребите, свързани с фалшивите хоспитализации, както и да ни даде много по-точна и истинска информация за пазара на медицински услуги в България. Това със сигурност ще помогне за по-правилното и оптимално изразходване на и без това ограничените ресурси в системата на здравеопазването. От друга страна, постоянното задържане на разходи за медикаменти със сигурност влошава качеството на лечението на пациентите и очевидно прави българския пазар все по-непривлекателен за чуждите производители на лекарства. Нещо, което никоя държава на света не може да си позволи.

[1] По данни от годишните сведения за продажби, предоставяни от търговците на едро в ИАЛ

[2] Включват продажбите към болници, аптеки и дрогерии, без продажбите от търговец на едро към друг търговец на едро

Обем на продажбите на лекарствени продукти, реализирани от търговците на едро

	2009		2010		2011		2012	
	Опаковки	Стойност	Опаковки	Стойност	Опаковки	Стойност	Опаковки	Стойност
Обем на фармацевтичния пазар до краен потребител	**255 069 756**	1 552 873 508,00 лв.	**243 118 133**	1 670 079 284,00 лв.	**253 835 576**	1 868 119 248,00 лв.	**165 828 644**	1 269 820 528,00 лв.
Дял на потреблението в болниците	47 276 800	285 765 805,00 лв.	**42 744 417**	275 418 134,00 лв.	**39 961 272**	273 118 307,00 лв.	**16 162 354**	180 482 737,29 лв.
Дял на потреблението извън болниците	207 792 956	1 267 107 703,00 лв.	**200 373 716**	1 394 661 150,00 лв.	**213 774 304**	1 595 000 941,00 лв.	**149 666 290**	1 089 337 790,71 лв.
Дял на продадените лекарства без лекарско предписание	76 021 993	258 282 111,00 лв.	**76 280 336**	266 428 639,00 лв.	**83 039 471**	299 709 445,00 лв.	**53 089 212**	195 483 034,05 лв.

Фахри **Идриз**:

ТУРИЗМЪТ ПРОДАВА **УДОВОЛСТВИЕ**

автор: **Ния Илиева**

Г-н Идриз, председател сте на „Асоциация по туризъм Перперикон“. В кои насоки работи тя за подобряване на условията за туризъм в региона?

- Туризмът е развлечение, влечение и лечение.Той е моята мечта и хоби. Туризмът е единствената индустрия, която продава удоволствие, чист въздух и добри впечатления, и печели растеж за икономиките на цели региони и държави. Съвременната цивилизация не може без туристическа индустрия и все повече ще се увеличават ползвателите на тази невероятна услуга. Работим в тясна връзка с професионалната гимназия по туризъм „Проф. д-р Асен Златаров“, която подготвя кадри за сектора. Тази година съвместно с „Асоциация по туризъм Перперикон“ организирахме състезание за най-добър екскурзовод, готвач, сладкар, барман, сервитьор и др. Съответно асоциацията осигури награди за всички първи места и за всички участници. Предстои отново да наблегнем на подобни мероприятия, които са много мотивиращи.

Няколко са проектите, с които се занимава „Асоциация по туризъм Перперикон“. Един от тях е „Фестивал за мултикултури“, който е под мотото „Кърджали е раят на света, Вие посетихте ли го?“. Целта на проекта е да допринесе за културния диалог и културното многообразие между различните страни и региони. Различни култури и традиции от много страни ще се качат на една сцена и това неминуемо ще допринесе за по-нататъшното туристическо развитие на региона. По този начин Кърджали ще се превърне в европейска столица на мултикултури. Една от генералните задачи на „Асоциация по туризъм Перперикон“ е, обединявайки усилия с общинската администрация, да се реконструират вскички пътища, водещи до кутлтурно-историческите места. Областта ни трябва да направи инвентаризация на туристическите ресурси и безспирно да ги рекламираме на всички възможни местни, национални и световни туристически изложения.

- С какво е привлекателен кърджалийския регион за туристите, кои забележителности са най-посещавани и кои имат потенциал да привлекат повече туристи?

- Кърджали е един от градовете с много богата история. С многобройните си, носещи духа на Родопите ресторанти и хотели, и най-важното с трудолюбиво и лъчезарно население, градът е гарант за удовлетвореност на всеки турист. Туристическият потенциал в област Кърджали не се ползва на 100%, но тенденциите сочат, че именно това е отрасълът, който ще допринесе за значителен ръст в икономиката на региона. Туристическата индустрия следва да се превърне в един от приоритетите за икономически растеж в нашия прекрасен град.

В региона е пещера „Утробата“, която е символ на култа към богинята-майка. Тук нашите прадеди – траките, са възвеличавали зачеването и провеждали своите ритуали. Тук се намират и „Перперикон“, Музея, църквата „Йоан Предтеча“.

- С какви мерки може да бъдат привлечени повече български, а и чуждестранни туристи за културно-исторически туризъм в страната, за да се преодолее съществената разлика между морския и зимния туризъм и всички останали форми на туризъм?

На първо място, страната ни трябва да направи инвентаризация на културно-историческите си местности и безспирно да ги рекламира на всички възможни местни, национални и световни туристически изложения, борси.

Второ - всички организации, занимаващи се с туризъм - асоциации, туроператори и хотелиери трябва да се обединят в една национална туристическа организация, за да могат да бъдат като едно цяло, преборвайки егото си. По този начин ще поставим националните и своите собствени интереси в една успешна посока.

Трето – пътищата , водещи до културно-историческите местности, трябва да са под различен статут и да могат да намерят по-бързо финансиране. Възвръщаемостта на инвестициите по тази инфраструктура е много по-бърза и с много по-голяма добавена стойност.

Четвърто - рекламирането и промотирането на културно-историческите местности на места, които са много посещаеми, като Бургас, Варна и по цялото Черноморие и по зимните ни курорти, ще увеличи посещаемостта на културните забележителности. Трябва да има много добра колаборация между отделните туроператори и туристически асоциации, например създаване на клъстер между асоциации от Бургас, Варна и Кърджали и от цялата страна, и между отделните общински администрации.

И не на последно място, необходимо условие е всички тези туристи да останат с добри впечатления, да останат доволни и да се превърнат в рекламопредаватели. Всички общини в България трябва да имат туристически отдели, които да отчитат и анализират годишните приходи от туризъм.

- Има ли достатъчно подготвени кадри у нас за работа в туристическия сектор и трябва ли да се насърчава подготовката на повече кадри за тази сфера? Ако да, как?

- За да можем да трансмутираме желанията си в друг еквивалент, първо трябва да се сдобием със специализирани знания за туристическата услуга, която искаме да продадем. В Кърджали има професионална гимназия по туризъм и ние от „Асоциация по туризъм Перперикон“ сме в много тясна връзка с тях. Точно от такива кадри, които излизат подготвени, страната ни има нужда в момента. Летните стажове на учениците и студентите също са от много голяма полза за бранша и за обслужващия и обслужвания. Удоволствие е да бъдеш професионално обслужен. Туризмът е креативност и иновация, той се отдава на креативните. И разбира се, че трябва да се насърчава подготовката на повече кадри за тази сфера. Туристическата професия е екипна игра. Ако имаш добър екип от професионалисти, ще се превърнеш в лидер в предлагането на туристически услуги. Усмивката, сърдечния поздрав, доброто отношение и впечатление са част от този финес, който не може да бъде предложен от нищо друго, освен от човек. Работата е най-големият приятел на човека.

ЗА ПЪТИЩАТА, ВОДЕЩИ ДО КУЛТУРНИ ОБЕКТИ,
ТРЯБВА ДА СЕ ОСИГУРИ ПРИОРИТЕТНО ФИНАНСИРАНЕ

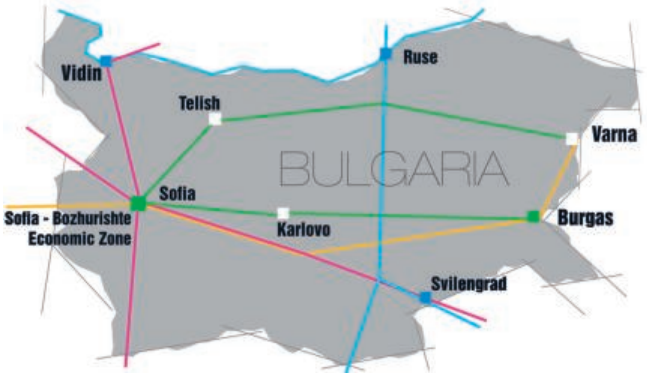
Фото **Александър Нишков**

Д-р инж. Фахри Идриз е роден на 24.03.1970 г. в гр.Кърджали. Завършва висшето си образование в МГУ „Св.Иван Рилски" - гр. София. Притежава магистърска степен по специалност „Индустриален мениджмънт" и „Международни политически отношения и сигурност" от СУ „Св.Климент Охридски". Доктор е по Икономика и Управление от Варненски свободен университет „Черноризец Храбър", с дългогодишен опит в подготовката, изработването и управлението на проекти по програми на ЕС. Собственик и управител е на „Меаца" ЕООД и на още няколко дружества от строителния сектор и фармацевтичния и туристическия бранш. Член е на Управителния съвет на КРИБ-Кърджали втори мандат и член на Консултативния съвет на КРИБ. Председател е на „Асоциация по туризъм Перперикон".

МАГНИТ ЗА ИНВЕСТИЦИИ

„НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ ИНДУСТРИАЛНИ ЗОНИ" РАЗВИВА УСПЕШНО 8 ПРОЕКТА

"Национална компания индустриални зони" ЕАД е дружество от холдингов тип със 100% държавно участие в капитала, специализирано в създаване, изграждане и управление на индустриални зони. Компанията успешно развива 8 проекта.



ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА СОФИЯ - БОЖУРИЩЕ

Локация: На 15 км от центъра на София, на 23 км от летището, на 5 км от магистралата за Гърция, на 2 км от магистралата за Сърбия, в непосредствена близост до международния път, свързващ Европа и Турция.

Площ: над 2 665 000 м².

Предимства: Квалифицирана работна ръка, стратегическа локация, изградена инфраструктура, наличие на всички комунални услуги. Това са част от предимствата, които правят зоната топлокация за развитие на индустрия и/или логистика, особено когато се обслужва Гърция и Югоизточна Европа.

Сред най-новите компании, сертифицирани за клас инвестиция, са „Мултивак България Продакшън", която предвижда изграждане на високотехнологично предприятие за производство на компоненти за опаковъчни машини, „Дриймс транс" и „Вак инвест", които ще изградят логистични центрове. 13 компании развиват успешно своите инвестиционни проекти в зоната и голяма част от тях обмислят разширение на своята дейност и удвояване на инвестицията веднага след първата си година на производство.

„ИНДУСТРИАЛЕН И ЛОГИСТИЧЕН ПАРК - БУРГАС" АД

Локация: Във втория по големина черноморски град, на 2 км от магистралата за Турция.

Площ: 244 150 м².

Предимства: Първокласна локация, преки транспортни връзки и добре развита инфраструктура; достъп до международни канали за дистрибуция в близост до пристанище Бургас.

Този успешен проект се развива съвместно между НКИЗ и община Бургас. На територията на парка дейност развиват 11 компании в сферата на международните превози, автоуслугите, производството на метални конструкции, мебели и хранителни продукти. В последното тримесечие се наблюдава засилена инвестиционна активност и три нови компании са заявили интерес за позициониране на своите производства на територията на зоната.

СВОБОДНА ЗОНА РУСЕ

Локация: 800 м източно от Дунав мост.
Площ: 370 235 м².
Предимства: Достъп до квалифицирана работна ръка, стратегическа локация, изградена инфраструктура, наличие на складове под митнически контрол, пресечна точка на паневропейски транспортни коридори.

Зоната се развива изключително успешно, нейният капацитет е запълнен почти на 100 %.

СВОБОДНА ЗОНА ВИДИН

Локация: На брега на р. Дунав, в непосредствена близост до Дунав мост - 2.
Площ: 308 627 м².
Предимства: Пресечна точка на паневропейски транспортни коридори; изградена инфраструктура; близост до пристанище със собствен товарен кораб, бензиностанция и депо за светли нефтопродукти; възможност за присъединяване на нови площи, които да удовлетворят всички потребности на голям стратегически инвеститор.

СВОБОДНА ЗОНА СВИЛЕНГРАД

Локация: На 2 км от границата с Гърция, на 50 м от железопътните връзки с Турция и Гърция.
Площ: 70 000 м².
Предимства: Изградена инфраструктура; връзка с паневропейски транспортен коридор, свързващ Европа и Турция.

Зоната е подходяща за отдаване под наем на открити и закрити индустриални площи, складиране и съхранение, товарене и разтоварване на стоки.

Индустриални зони в начален етап на развитие:

ИНДУСТРИАЛНА ЗОНА КАРЛОВО

Локация: На 45 км от магистралата за Турция, на 60 км от летище Пловдив.
Площ: 580 000 м².

ИНДУСТРИАЛНА ЗОНА ВАРНА - ЗАПАД

Локация: Разположена е в землището на гр. Суворово, на 35 км от град Варна
Площ: Площ: 399 000 м².
В близост до тези две зони има изградена инфраструктура.

ИНДУСТРИАЛНА ЗОНА ТЕЛИШ (ПЛЕВЕН)

Локация: Намира се на главен път София – Русе. В непосредствена близост до главен път София-Варна.
Площ: 2 036 638 м².
Предимства: Наличие на инфраструктура, добра локация. Подходяща е за развитие на селскостопанска и преработвателна индустрия.

КАКВО ПРЕДЛАГА НКИЗ НА ИНВЕСТИТОРИТЕ?

- ✓ **Стратегическа локация, в близост до учебни заведения и квалифицирана работна ръка**
- ✓ **Модерна инфраструктура**
- ✓ **Стабилност и предвидимост**
- ✓ **Бързи срокове за реализация на инвестицията**
- ✓ **Ускорени административни процедури**

Фото **Shutterstock**

КЛИНТЪН VS ТРЪМП

ГЛОБАЛНАТА битка

автор: **Владимир Митев**

Ако някой се опитва да си обясни американската кандидатпрезидентска надпревара като традиционен сблъсък на републиканци и демократи, може да се объркa.

Доналд Тръмп винаги е имал либерално отношение към абортите, бил е семеен приятел на намиращото се в другата част на политическия ринг семейство Клинтън, подкрепя всеобщо достъпно здравеопазване. Начинът, по който той се пребори да бъде кандидатурата на Републиканската партия – напук на силната вътрешнопартийна опозиция към своята кандидатура, бе описан от медиите като „враждебното придобиване“. Терминът по принцип се използва в света на бизнеса, където компания чрез различни способи придобива контрол върху друга фирма, чието ръководство не желае да се състои поглъщането.

Но подобно превземане на абордаж вече се случва и с демократическата кандидатура за президент. Клинтън бе подкрепена от някои от най-видните идеолози на американския неоконсерватизъм, които традиционно достигат до властта чрез републиканците. Те доминираха пейзажа при управлението на Джордж Буш-младши, когато осъществяваха своя проект за „Нов американски век“ на световна хегемония. Символ на тяхната външнополитическа стратегия бе войната в Ирак през 2003 г., противопоставянето на която пък донесе на Барак Обама по време на кандидатпрезидентската надпревара през 2008 г. ореола на миротворец.

Пред очите на САЩ и света американските елити се пренареждат. А отношението им към външния свят може би е полето, в което най-ясно си личи разделението им.

Обама и Клинтън

Хилари Клинтън стои много по-близо до републиканския сенатор Джон Маккейн, известен с неистовото си желание САЩ да пускат бомби навсякъде, където срещнат проблеми в Близкия изток, отколкото до действащия президент Барак Обама. Поне така смята Марк Ландлер – репортер на в. „Ню Йорк Таймс“, отразяващ работата на Белия дом от 2011 г. насам. В своята книга „Алтер егота: Хилари Клинтън, Барак Обама и здравът на битката за американската сила“ Ландлер подчертава именно

различията между двамата лидери на демократите от последните години.

Въпреки че Обама продължи политиката на Буш-младши за военна намеса в страни, известни със своята нестабилност, и бомбардира 7 държави, в своята същност той осъзнава границите на американската мощ и на постижимото при интервенция. Според Ландлер сегашният американски държавен глава прави разлика между „същинските интереси“ и „периферните интереси“ на Щатите. Сред вторите според Обама е Украйна.

През годините нежеланието на Обама да води войни (Сирия) бе комбинирано с предоставяне управлението на военното лоби в страната (Афганистан). Той обаче посочва намесата в Либия като най-голямата своя грешка, защото не е планирал какво ще се прави в деня, след като Кадафи бъде свален от власт.

Войнствеността

Известно е, че Клинтън като държавен секретар убеждава Белия дом да бомбардира либийския лидер Муамар Кадафи. Впоследствие, вече в „свободна“ Либия, на 11 септември 2012 г. американският посланик Джей Кристофър Стивънс и още 3-ма негови сънародници бяха убити при нападение на ислямистки бойци над дипломатическата мисия в Бенгази. Сега, по време на предизборната кампания, Тръмп периодично атакува Клинтън заради грешките ѝ в Либия. Но тя не изглежда да изпитва съжаление за каквото и да е.

В интервю за The Atlantic Ландлер припомня, че Клинтън поддържа изпращането на нови оръжия за украинската армия. Демократката е била застъпник и на въоръжаването на сирийската опозиция, така че тя да може да неутрализира мощта във въздуха на Русия и Дамаск.

Поглед към външнополитическите гурута в кампанията на Клинтън показва, че те са неоконсерватори или са в близки отношения с този лагер на американската политика.

Сред хората, които влизат във външнополитическия екип на Клинтън, е Джейк Съливън – бивш съветник по националната сигурност на вицепрезидента Джо Байдън. Съливън е женен за Маги Гудлендър – бивша съветничка на републиканския сенатор Джон Маккейн и авторка на речи за републиканския сенатор Джо Либерман. И двамата са видни неоконсерватори.

Такава е и Виктория Нюланд, която според сп. Spiegel е сред кандидатите за държавен секретар при победа на Клинтън. Като помощник държавен секретар по европейските и евразийските дела Нюланд бе острие в американската външна политика в Украйна и Източна Европа, а стана известна и с фразата си „Fuck the EU!”, изречена по адрес на ЕС. И нейният съпруг Робърт Кейгън подкрепя Клинтън. Той също е неоконсерватор, но нарича себе си с по-благозвучния етикет „либерален интервенционист“, т.е. привърженик на силовата намеса в делата на другите държави в името на либерални каузи като човешките права.

Други звездни външнополитически експерти от обкръжението на Хилари са нейният съпруг Бил, Строуб Талбот – съветолог и кадър от времето на Студената война и администрацията на Бил Клинтън, и високо-

Фото **Shutterstock**

От изхода на президентската битка в САЩ зависи и дали ще се засили американското военно присъствие в Близкия изток

поставеният приятел на Израел Мартин Индик.

При такъв аналитичен състав едва ли учудва, че щабът на Клинтън вече атакува Тръмп заради неговата близост с руския президент Владимир Путин и желанието на републиканския кандидат да постигне разбирателство със стопанина на Кремъл, пък било то и „от позицията на силата“. Клинтън дава заявка за ожесточаване на конфронтацията с Русия, докато според Ландлер гласът на Тръмп има „ехо от Обама“.

„Това е иронията. Осем години, след като Клинтън бе кандидат за президент, за първи път съвсем друга политическа фигура ще й окачи на врата вината за Войната в Ирак, също както Обама го направи през 2008 г. Но този път обвинителят ще е републиканец. В крайна сметка Тръмп може да види в съвместните действия на Обама и Клинтън всичко, което се е объркало във външната политика през последните осем години. Обвинения може да има и за това, че не е реализирано достатъчно или че се е действало безразсъдно, направена е лоша преценка и по тази причина нещата са се провалили“, обяснява Ландлер.

Русофилството на Тръмп

Прогнозата на експерта вече се сбъдва. Тръмп обяви Обама за „създателят на Ислямска държава“ и добави, че Клинтън „е съотговорна за създаването“ на терористичната организация.

Въпреки обвиненията срещу него, че е „неосъзнат агент“ на Русия (изречени от бившия директор на ЦРУ Майкъл Моръл) Тръмп всъщност обединява под знамената си отново американски патриоти и приятели на Израел, които обаче смятат, че Вашингтон трябва да гледа по-благосклонно към Москва.

Сред тях е съветникът на Тръмп генерал Майкъл Т. Флин, който е бил директор на Отбранителната разузнавателна агенция (между 2010 г. и 2014 г.) – една от 16-те разузнавателни служби на Щатите, занимаваща се с военно разузнаване вън от страната. Флин е принуден да напусне високия пост заради несъгласие с водените политики

Фото Wikipedia

В АМЕРИКАНСКАТА ПОЛИТИКА СЕ ИЗВЪРШВА ПРЕНАРЕЖДАНЕ НА ЛОБИТАТА ПРЕДИ ПРЕЗИДЕНТСКИТЕ ИЗБОРИ

и външен натиск. Той често гостува на руския англоезичен телевизионен канал RT, като обикновено развива тези, че Русия и САЩ трябва да си сътрудничат по-активно в борбата срещу Ислямска държава и в приключването на гражданската война в Сирия. Статия в сайта на RT го описва като привърженик на партньорство с Русия – от Украйна до Близкия изток. Напълно е възможно при победа на Тръмп именно Флин да оглави Пентагона.

Обикновено с името на Тръмп се свързва понятието „изолационизъм“ – т.е. оттегляне на САЩ от световните дела. Самият той заявява: „Напускаме бизнеса по изграждане на други държави. Вместо това се фокусираме върху създаването на стабилност в света. Нашите моменти на най-голяма сила бяха, когато политиката свършваше до границите ни.“

Китай, Европа и Близкият изток

В духа на този изолационизъм Тръмп се противопоставя на договорите за свободна търговия, които САЩ обсъждат или вече са сключили. Позиция против Транстихоокеанското партньорство (договор за свободна търговия с държави в Източна Азия и Латинска Америка) изрази и Хилари Клинтън. Очаква се обаче тя да продължи линията на Барак Обама по сдържане на Китай в Източна Азия.

Клинтън не е заявила позиция относно TTIP – договора за свободна търговия между САЩ и Европа. Тя бе противник на британското напускане на ЕС и сигурно би се опитала да попречи на европейска еманципация от САЩ – например в сферата на сигурността. Любопитно е, че според Тръмп НАТО е „изживяло времето си“ и той не би подкрепил автоматично нападнати членове на съюза, ако те не допринасят сами достатъчно за своята сигурност. Т.е. в това отношение републиканският кандидат може да е по-изгоден на онези европейски лобита, които искат да се еманципират от американската опека – например като придвижат напред идеите за европейска армия.

В Близкия изток и двамата акцентират на приятелските си отношения с Израел и с премиера Бенямин Нетаняху. Тръмп заяви, че ядреното споразумение с Иран е „лошо“ и той никога няма да допусне Ислямската република да се сдобие с атомно оръжие. Вероятно така той цели да привлече част от еврейската общност на своя страна.

Клинтън смята да запази в сила договорката с Техеран. Но очакванията от нея са да заложи на традиционните американски съюзници в региона – Израел и Саудитска Арабия, които дават признаци за сближаване и координация в последно време. Подобно завръщане към традиционната американска политика може да стане само в ущърб на Иран и Сирия. Затова и нарастват очакванията за ескалация на конфликтите в Близкия изток при победа на Клинтън.

Що се отнася до вътрешноамериканските баланси, е интересно дали „враждебното придобиване“ на двете основни партии от групи, стоящи по принцип встрани от тях, не води до появата на една-единствена фракция – тази на „умерените републиканци“. Забележително е как различните опити за промяна на политическата система в крайна сметка стигат именно до това статукво. Левият кандидат Бърни Сандърс подкрепи Хилари Клинтън, след като 10 месеца води кампания срещу нея и връзките й с едрия бизнес, за да има единство срещу Тръмп. Но Сандърс едва ли би одобрил някога присъединяването на неоконсерваторите към нейния екип. И в момента сигурно е дълбоко разочарован, включително от себе си, защото е подвел своите избиратели.

Осемте години начело на започналия управлението си като пацифист и носител на Нобелова награда за мир Барак Обама доведоха до разширяване на глобалната война с тероризма и по-голяма несигурност. Оттук възниква и нова необходимост лобитата на сигурността да движат ходовете във външната политика на Щатите. А именно на техните действия от 2001 г. насам дължим сегашното състояние на световните дела.

ПРЕНАРЕЖДАНЕ В **БЛИЗКИЯ ИЗТОК**

автор: **Владимир Митев**

Повече от месец след опита за преврат в Турция държавите в региона пренареждат отношенията си, очаквайки новия стопанин на Белия дом. Турция и Русия очевидно имат договорка и част от нея е свързана с омекване на турската позиция в Сирия, включително спрямо Асад. Руските бомбардировачи започнаха да атакуват позиции на Ислямска държава, като излитат от Хамадан, Иран. Междувременно Израел и Саудитска Арабия все по-явно си сътрудничат с антииранска насоченост и очертават своя регионална ос.

Тези пренареждания провокираха САЩ да повишат нивото на своята делегация по време на визита в края на август. Вместо държавния секретар Джон Кери в турската столица пристигна вицепрезидентът Джо Байдън – знак за голямата важност на Турция за американската регионална външна политика.

Русия, Турция, Иран и Сирия

На 15 август - месец след опита за преврат в Турция, турският премиер Бинали Йълдъръм обяви план от три стъпки за слагане край на петгодишната война в Сирия, прокудила над 4 млн. души вън от границите на страната. „Това е решение, което определено ще запази териториалната цялост на Сирия“ , заяви Йълдъръм пред всекидневника „Карар“.

Според премиера политическата организация на сирийските кюрди (PYD) и военното й крило ще бъдат изключени от предлаганото решение. Освен това новата ера в Сирия ще предвижда държавна структура, в която никоя религиозна, етническа или регионална формация няма да доминира над останалите. „Тъй като няма да има конфесионална структура, това ще означава и че Башар ал-Асад в дългосрочен план няма да бъде във властта“, подчерта Йълдъръм. „Щом решението бъде намерено, сирийците, които трябваше да избягат и да потърсят убежище в регионалните държави, включително в Турция, ще се завърнат в родината си в рамките на обявения от мене план“, добави още премиерът.

Четири дни по-рано – на 11 август, турският външен министър Мевлут Чавушоглу даде знак, че Турция и Русия имат разбирателство относно случващото се в Сирия: „Ние мислим същото като Русия за сирийското бъдеще. Следващата администрация в Сирия трябва да включва всички страни… и трябва да бъде светска.“

Тези оценки до момента са най-близката позиция на турската политика в Сирия до приемането на Асад като лидер на страната. Турция очевидно се сближава и с друг международен поддръжник на сирийския президент освен Русия – Ислямска република Иран.

Базираният в Лондон панарабски вестник Al-Hayat писа, след като Йълдъръм обяви своя план за Сирия, че посещението на турския президент Реджеп Ердоган в Иран от края на август ознаменува създаването на ос Москва-Анкара-Техеран.

Съществен елемент от междудържавните отношения в Близкия изток (и Кавказ) бе и тристранната среща на президентите на Русия, Азербайджан

В РЕГИОНА СЕ ЧЕРТАЯТ СЪЮЗИ В ОЧАКВАНЕ НА РАЗВРЪЗКАТА В АМЕРИКАНСКИТЕ ПРЕЗИДЕНТСКИ ИЗБОРИ

Путин и Ердоган очевидно показват сближаване

и Иран, която се проведе на 8 август в Баку. Трите лидери се договориха за сътрудничество в Каспийско море, в енергетиката, в изграждането на транспортния коридор „Север-Юг“, достигащ от Русия до Индийския океан, и в борбата с тероризма. Конструктивният дух на взаимодействието между държавниците може да се тълкува и като поява на нов формат на взаимодействие.

Израел и Саудитска Арабия

Пренареждането на силите в региона не би могло да не провокира отговор у онези, които се чувстват изолирани. Няколко събития от изминалите седмици показват нарастващи контакти, макар и неофициални, между Израел и Саудитска Арабия – две страни, губещи от възхода на Иран в Близкия изток.

Официално между Израел и голяма част от арабските държави не съществуват дипломатически отношения, тъй като Тел Авив е възприеман като окупатор на Палестина и отказва да се изтегли до границите си от 1967 г., както и да се разбере с палестинците. Посещението от 22 юли т.г. на пенсионирания саудитски генерал Ануар Ешки в Израел бе изтълкувано като знак, че Тел Авив може първо да развие отношенията си с арабите, а в неопределен бъдещ момент да приеме Арабската мирна инициатива, свързана с прекратяването на окупацията. Досега се смяташе, че редът в тези действия е обратният – първо мира и после дипломатическите контакти.

Саудитското външно министерство побърза да заяви, че генералът не представлява Риад. Независимо от тази декларация едва ли е възможно Саудитска Арабия да не е одобрила визитата. Тя може да изиграе важна роля във връзките между двете държави, които официално не общуват дипломатически. По принцип саудитското вътрешно министерство забранява всички посещения на поданиците на крал Салман в Израел.

Ешки, който е близък до принц Турки бин Файсал – бивш шеф на саудитското разузнаване (1979-2001 г.) и някогашен посланик в САЩ, се е срещнал с екс-генерали от израелската армия, с действащия главен директор на израелското външно министерство Дори Голд и с генерал Йоси Мордекай, който е „координатор на правителствените действия в териториите“ (т.е. в Палестина). Саудитска Арабия е сред най-влиятелните държави в Арабската лига и взаимодействието с нея може да е полезно за Тел Авив както по отношение на Иран, така и във връзка с палестинския въпрос.

След визитата на саудитската делегация в Израел бившият израелски министър на въпросите на диаспората Майкъл Мелкиор заяви, че израелски граждани ще могат да посетят Саудитска Арабия „по-скоро, отколкото бихте могли да мислите“. Изказването бе направено в контекста на негова реч за нуждата от религиозен мир. Знак за сближаване на Тел Авив с държавите от Персийския залив е и съвместното военновъздушно учение на Израел с Обединените арабски емирства и Пакистан, което започна на 15 август в пустинята Невада в САЩ. И двете мюсюлмански държави нямат дипломатически отношения с Израел, а за взаимодействието помежду им вероятно е съдействал Риад.

В очакване

Сегашното пренареждане на си-

Макар и да изглежда, че Турция се отдалечава от Запада след неуспелия преврат срещу Ердоган, в страната опровергават подобна позиция. И си отварят поле за действие във всички посоки, защото „Турция е ос сама по себе си".

лите е моментно и неговото бъдеще ще зависи и от това кой ще спечели президентските избори в САЩ през ноември. Динамиката на промените в Близкия изток може да сервира и нови изненади.

В края на юли в интервю за сайта Politico.eu саудитският външен министър Адел ал-Джубеир заяви, че Риад може да предложи на Русия достъп до пазара на Съвета за сътрудничество в Залива (обединяващ Саудитска Арабия, Кувейт, Катар, Бахрейн, Обединените арабски емирства и Оман) и до регионални инвестиционни фондове, ако тя се откаже от подкрепата си за режима на Башар Асад. „Готови сме да предоставим на Русия присъствие в Близкия изток, което да я направи по-могъща дори от времената на Съветския съюз", добави още ал-Джубеир. Русия досега многократно е показвала, че поддържа своя съюзник в Дамаск, независимо от натиска или изкушаващите предложения. Тя не дава признаци да е приела предложението.

Ако Хилари Клинтън застане в Белия дом, отсега може да се предположи, че Израел и Саудитска Арабия могат отново да станат предпочитаният американски партньор в региона, докато Сирия или Иран ще трябва да се подготвят за ескалация на конфликтите, в които участват. За развитието на Близкия изток в следващите месеци вероятно ще е от голямо значение външнополитическата ориентация на Турция.

Откакто тя е водена от Реджеп Ердоган, визията на страната за международните отношения се люшка между статута на подизпълнител на американската политика в региона и съпътстващата го конфронтация със съседите от една страна, и от друга – опитите да се помири с тях с цената на отдалечаване от Щатите.

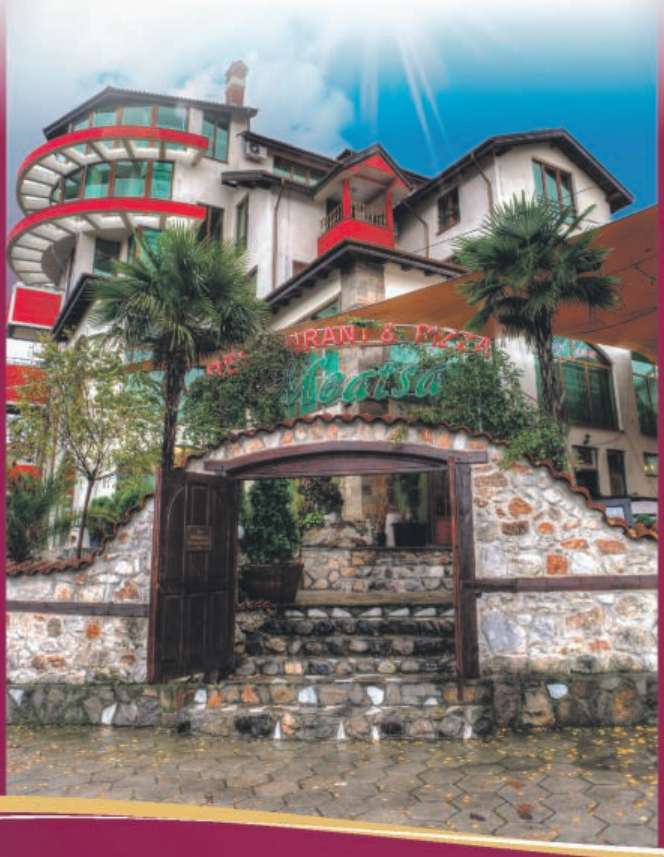
„Ердоган е в някаква степен изолиран на Запад, където е виждан като непостоянен и търсещ авторитарна власт в родината си. Но неговите усилия да възстанови пострадалите отношения с Русия и Изтока не са нещо ново, нито шамар за Запада, а само завръщане към първоначалната външна политика отпреди десетилетие. Наистина, сега той отново се опитва да поправи щетите в почти всички външнополитически отношения, които пострадаха силно от сирийското приключение на Анкара. Това не е изненадващо. От гледна точка на Ердоган сегашната промяна е изключително разумна. Той се опитва да разшири своята база на чуждестранна поддръжка до максимално ниво на всички фронтове. Затова не е никак вероятно да изостави НАТО. То е неговата институционализирана връзка със Запада", пише на блога си бившият служител на ЦРУ и автор на книги за мюсюлманския свят Греъм Фулър.

Турция е считана в международната дипломация за люшкаща се държава между различните полюси – например между Запада и Изтока. Нейните ръководители изглежда знаят какво правят.

„Фактът, че Турция подобрява отношенията си с един или друг регион или държава не означава, че ги отслабва с други региони или държави", заявява турският вицепремиер Нуман Куртулмуш в отговор на обвиненията, че Анкара се отдалечава от Запада. И съвсем по близкоизточно отваря поле за маневри във всички посоки: „Турция е ос сама по себе си".

Нови коалиции се формират по горещия проблем с възстановяването и развитието на разрушената от гражданска война Сирия

Фото **Wikipedia**



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

ВЯТЪРЪТ НА ПРОМЯНАТА ВЕЕ НАД САУДИТСКА АРАБИЯ

ПЕТРОЛНАТА МОНАРХИЯ ОБЯВИ НАМЕРЕНИЯ ЗА РЕФОРМИ, КОИТО МОГАТ ДА Я ИЗВЕДАТ ДО НОВИ ВЪРХОВЕ, НО МОЖЕ И ДА Я НАПРАВЯТ ПО-УЯЗВИМА

автор: **Владимир Митев**

Вятърът на промяната достигна и Саудитска Арабия. Незасегната от арабската пролет, собственик на валутни резерви в размер на стотици млрд. долари, пазител на свещените мюсюлмански градове Мека и Медина, петролната монархия досега учудващо дълго устояваше на повелята на времето за икономически реформи и либерализация на социалния живот. Статуквото обаче вече е неудържимо.

През 2015 г. Риад имаше бюджетен дефицит от 98 млрд. долара заради ниските цени на петрола. През 2016 г. се очаква недостигът в държавните финанси да достигне 87 млрд. долара. Междувременно през юли американският Конгрес, с подкрепата на двете партии в него, разсекрети 28 страници от доклада на Комисия за атентата от 11 септември 2001 г., които разкриха връзки между неговите саудитски извършители и дългогодишния бивш посланик на Риад в Щатите Бандар бин Султан. В съчетание с неприязънта между американския президент Барак Обама и саудитското ръководство, провокирана от различните им позиции спрямо Арабската пролет и санкциите срещу Иран, ръководителите на петролната монархия изглежда си дават сметка, че промените са неизбежни. Риад не би могъл да разчита на традиционната си силна връзка с Щатите до безкрай, а евтиното черно злато показва, че петродоларите също не са даденост.

При това положение приказките за диверсификация на силно зависимата от нефта икономика от последните десетилетия трябва да бъдат подплатени с дела. И именно това се случва. През април и юни т.г. саудитското правителство обяви смели програмни документи за реформи, които целят да се намали ролята на петрола в националната икономика – „Визия 2030“ и „Национален план за трансформация“.

План за трансформация

Двете стратегии целят да увеличат тежестта на частния сектор в страната, да придадат по-голяма жизненост на икономиката и да изведат държавата до нови върхове. Саудитска Арабия традиционно се конкурира с Русия по показателя най-значителен добив на нефт в света. В момента на нейна територия е най-голямото летище на Земята. Планира се до 2018 г. там да бъде издигната най-високата сграда в света, която ще се издига на повече от 1000 м над земята.

Нищо чудно, че саудитските лидери имат големи мечти. Според Националния план за трансформация приходите, идващи от секторите, несвързани с петрола, ще нараснат през 2020 г. от сегашното си ниво на 163,5 млрд. риала (39,05 млрд. евро) до 530 млрд. риала (126 млрд. евро). Очаква се инициативите по плана да доведат до 450 000 нови работни места за същия период. Износът, несвързан с нефта, трябва да нарасне от 185 млрд. риала (44,19 млрд. евро) до 330 млрд. риала (78,83 млрд. евро) през 2020 г. чуждестранните инвестиции също трябва да отбележат ръст за този период – от 30 млрд. риала (7,17 млрд. евро) до 70 млрд. риала (16,72 млрд. евро).

Предвижда се още създаването на център, който да подпомогне

приватизацията на държавните компании. Сред приватизираните дружества ще е Корпорацията за обезсоляване на водата. 5% от нефтената компания ARAMCO ще бъдат листвани на борсата, което се очаква да създаде най-голямото по капитализация дружество в света. Междувременно до 2020 г. трябва да се запази ежедневният добив на 12,5 млн. барела суров петрол.

Реформите може да отчуждят населението

Планът действително е амбициозен. Но той би могъл да изиграе и дестабилизиращ ефект върху саудитското общество. Предвижда се въвеждането на данъци върху „продукти, които причиняват вреда“. Планът заделя пари и за разходите, свързани с „подготовка и прилагане“ на данък общ доход над чуждестранните работници. Населението на Саудитска Арабия е близо 31 млн. души, от които 33% са граждани от чужбина. Въвеждането на данък общ доход за тях е възможно да породи недоволство. Но може и да цели именно ограничаване на ролята им в страната.

Всъщност в Саудитска Арабия вече започна по-мащабно освобождаване на чуждестранни работници. Такъв например е случаят с предстоящия фалит на саудитската строителна компания Oger, разполагаща с 20 000 служители. Според икономиста Фадл ал-Боайнаин „намаляващата корпоративна печалба прави уволненията на чуждестранните работници възможно решение за мениджърите, които искат да намалят фиксираните финансови задължения“. През януари саудитски бизнесмен заяви, че до края на 2016 г. един милион чужденци може да напуснат страната заради икономическите проблеми, свързани с ниските цени на нефта.

Отчуждени от реформата могат да се окажат и обикновените граждани. Тя предвижда като решение на финансовите проблеми намаляване на субсидиите. Саудитска Арабия и други арабски монархии от Персийския залив се спасиха от вълната на Арабската пролет, тъй като управляващите развързаха кесиите и създадоха на народите си по-охолен живот. Предвиденото в програмите орязване на субсидиите за поданиците на крал Салман

Фото: Pixabay

Фото Wikipedia

Реформените намерения в страната са свързвани с фигурата на Мохамед бин Салман ас-Сауд - младия министър на отбраната и син на краля. На снимката той се ръкува с руския президент Владимир Путин на среща през 2015 г.

може да провокира негативни настроения сред тях.

Възможно е част от управляващия елит на страната също да се почувства отчужден от реформите. До момента част от представителите на племенните и на семейните центрове на влияние бяха назначавани в администрацията и така те се превръщаха в поддръжници на системата. Но ако технократи започнат да вземат решенията, както в момента изглежда вероятно, традиционните елити може да се почувстват обезправени.

Младият лидер

Подобно явление може би вече се наблюдава като отношение към фигурата на 31-годишния втори вицепремиер и министър на отбраната Мохамад бин Салман ас-Сауд – син на крал Салман. По-възрастните поколения саудитски управници не се чувстват комфортно, когато трябва да се подчиняват на младежа, който междувременно концентрира все по-голяма мощ. Именно с неговото присъствие във властта се свързват и анонсираните проекти за реформа. Бащата Салман е вече 80-годишен и често е описван като лидер, който не е в кондиция да управлява страната в сегашните времена на преход. Той дойде на власт през януари 2015 г.

За сметка на това синът Мохамад действа с размах. Откакто той е военен министър и втори престолонаследник, страната започна да води по-самостоятелна външна политика. Част от елементите й са саудитската военна намеса в Йемен, започнала през март 2015 г., отдалечаването от следваната от администрацията на Барак Обама политика в Близкия изток, по-честото общуване с Русия, късането на дипломатическите отношения с Иран и противопоставянето на интеграцията му в международните отношения.

Отношенията със САЩ

Независимо от трудните времена в американо-саудитските отношения, военното сътрудничество между двете държави продължава. От 2010 г. досега администрацията на Барак Обама е одобрила военни продажби за Риад на стойност 47,8 млрд. долара.

Саудитска Арабия очевидно е заинтересована в Белия дом да има добре разположен към себе си американски президент. Петролната монархия е считана за един от големите спонсори на кампанията на Хилари Клинтън и през годините е давала милиони долари на фондацията „Клинтън“.

Риад обаче желае да придобие по-голяма стратегическа самостоятелност. Според „Визия 2030“ до края на 2017 г. трябва да бъде създадена местна холдингова компания в областта на отбраната. Целта е в бъдеще страната да произвежда 50% от необходимото оръжие на своя територия.

„Визия 2030“ предвижда и увеличаване на средствата в държавния суверенен фонд до 2 трлн. долара, увеличаване на женското участие в икономиката от сегашните 22% до 30%, намаляване на безработицата от 11,5% до 7% и още резултати, които да направят страната по-силна и независима. Проблемът е, че докато се извършват реформите, пренареждането на вътрешните обществени и икономически баланси ще държи държавата по-слаба и уязвима. И затова е важно стопанинът на Белия дом да бъде благосклонно настроен. Поне едно нещо не се е изменило и вероятно няма да се промени – от десетилетия насам Саудитска Арабия има нужда от време. И си го купува.

Фото Wikipedia

Ниските цени на петрола налагат неизбежни реформи в Саудитска Арабия

СЪС ciela НА УЧИЛИЩЕ

УЧЕНИЦИ GO

**ВКЛЮЧИ СЕ В НАШАТА ИГРА ОТ 20.08 ДО 30.09
И СПЕЧЕЛИ ГОЛЕМИ НАГРАДИ.**

УСЛОВИЯТА НА ИГРАТА ЩЕ НАМЕРИШ НА CIELA.COM

КАК ДА СПЕЧЕЛИМ ВРЕМЕ И ДА ПОВИШИМ СВОЯТА ПРОДУКТИВНОСТ

автор: **Александър Александров**

Времето е мерната единица на живота и безценен актив, който няма как да си купим с пари. Затова е странно колко малко се цени то от повечето хора и в какви количества се пропилява около нас. В България преобладава разбирането, че е по-добре да прекараш часове в несвойствена работа като ремонтиране на къщата или автомобила си, само и само да спестиш някой лев за майстори. Този начин на мислене, разбира се, не важи за повечето мениджъри и скъпоплатени специалисти, които ценят своето време и търсят всяка възможност да го оптимизират. Именно за тях сме събрали 10 метода за оптимизиране на времето и повишаване ефективността на работното място.

Тези принципи не са само за работохолици и фенове на стриктната работна организация. Те могат да бъдат изключително полезни също и за хора, които се стремят да работят по-малко и да имат повече свободно време. Основната цел на описаните методи е именно да ни помогнат да спечелим повече такова, а дали впоследствие ще го използваме, за да работим повече, да се усъвършенстваме или просто да пием бира с приятели в парка – изборът си е наш.

Ставайте по-рано

Сутрин нашият мозък работи по-пълноценно и сме много по-продуктивни. Затова, ако можем да си спе-

челим дори 15 минути повече сутринта, това е много по-ценно, отколкото да удължаваме работното си време вечер. Освен това, ако успеем да свършим своята работа по-рано, ще прекараме остатъка от деня много по-спокойни, вместо през пет минути да се подсещаме, че имаме работа за вършене.

Избягвайте срещите на всяка цена

Срещите са се превърнали в неотменима част от фирмената култура. Срещаме се с нашите клиенти, партньори, служители и мениджъри. Има хора, които в такава степен са се пристрастили към срещите, че това винаги е първото, което инициират в началото на нов проект или по всякакви други поводи.

Същевременно срещите са едни от най-големите „убийци“ на време в съвременното общество. Те често ни отнемат часове, за да бъде взето решение, което може да се вземе за 10 минути. А нерядко – и без никакъв продуктивен резултат, като понякога дори се насрочва втора или трета среща по същата тема. При това почти задължително срещите са придружени от всички онези губещи време елементи като „желаете ли кафе“, „как пътувахте“, „времето е чудесно днес“ и др., преди да се достигне до естеството на нещата. Според едно проучване, средностатистическият офисен служител в САЩ прекарва цели 31 часа в непродуктивни срещи седмично.

Затова следващия път, когато решите да организирате среща, първо се запитайте дали не може същите цели да бъдат постигнати и с кратка имейл кореспонденция, телефонно обаждане или разговор през Skype или друг онлайн инструмент. Технологиите вече позволяват цялата комуникация да се осъществи от разстояние, така че всичко, което остава, е да променим навиците си. Ако пък наистина е неотложно да проведете среща, пробвайте да я реализирате, стоейки прави. Това може да я направи много по-кратка и продуктивна.

Създайте си перфектната работна среда

Може и да ви звучи маловажно, но това какво виждате на работното си място, как сте седнали и удобно ли се чувствате в голяма степен определя колко ефективно ще работите. Всичко около нас се съревновава за вниманието ни и може лесно да отдалечи мислите ни от задачите. Затова не подценявайте този фактор,

ДЕСЕТ НАЧИНА ДА ПРИБАВИТЕ ОЩЕ СВОБОДНИ МИНУТИ КЪМ ЕЖЕДНЕВИЕТО СИ

Фото: **Pixabay**

създайте си идеалната работна среда и премахнете всеки повод за разконцентриране и отдалечаване на мислите от работата. От значение е също дали носите удобни дрехи и обувки, какво има на десктопа на компютъра ви, какво чувате през прозореца и какви предмети има на бюрото ви.

Открийте своите „убийци" на време

Може и да си мислите, че контролирате начина, по който преминава ежедневието ви, но според едно скорошно проучване едва 17 % от хората наистина успяват да преценяват как минава времето. Един начин да получите по-добра представа, е в продължение на една седмица да описвате внимателно цялото си ежедневие, включително и най-кратките неща, за които отделяте време. След това прегледайте списъка и отделете внимание на всички дейности, които са ви отнели повече време от очакваното, без да е имало нужда. Постарайте се в бъдеще да ги избягвате.

Един от най-големите „убийци" на време в работна среда са неочакваните обаждания от колеги. Те обикновено прекъсват други дейности, с които сме се захванали, разконцентрират ни и губят нашето време за ефективна работа. В съвременното динамично ежедневие обаче е невъзможно да елиминираме този фактор, затова най-доброто, което можем да направим, е да се възползваме от него, минимизирайки вредния ефект. Просто следващия път, когато някой ви прекъсне работата с обаждане по телефона, се постарайте да го разпитате по всички въпроси, които така или иначе ви предстои да дискутирате в бъдеще с него. Възможно е по този начин да си спестите още няколко обаждания от същия човек.

Използвайте клавишни комбинации

Ако сте на ръководна позиция или извършвате каквато и да е интелектуална работа, е много вероятно да прекарвате много време пред компютъра. В такъв случай е много добра идея да научите най-често използваните клавишни комбинации за работа с операционната система, интернет браузъра, електронната поща и някои други приложения. Те често позволяват едно действие да бъде извършено в пъти по-бързо, в сравнение с използването на мишка и подобряват цялостната работоспособност. Можете да увеличите този ефект, като настроите предпочитаните клавишни комбинации на различните приложения на компютъра и използвате подходящи разширения към вашия браузър, които позволяват например да създадете ново писмо с натискането на два клавиша. В добавка, ако се научите да пишете по десетопръстната система, ще си спестите цели часове седмично. Времето на секретарките машинописки вече е в миналото и модерните мениджъри знаят как да използват компютрите, за да оптимизират работата си.

Отмятайте кратките задачи веднага

Ако една задача изисква малко време, по-добре не я записвайте във вашата „To Do" листа и се постарайте да я отметнете и забравите веднага. Ако си уговаряте среща с някого, постарайте се още при същия разговор да уточните деня, часа и мястото, вместо да прибягвате към любимото на толкова много хора наоколо „ще се чуем пак, за да се доуточним". Ако сте получили мейл, който изисква кратък отговор, по-добре отговорете още щом го прочетете, вместо да си го записвате в плановете за по-късно.

Не чакайте края на поставения срок

Често работата може да бъде свършена много по-рано, но ние по чисто психологически причини я оставяме за края на определения за това срок. Проблемът е, че по този начин се разконцентрираме с мисли, разговори и подсещания за съответната задача през цялото време. Затова вместо да се успокояваме, че има още време и да изчакваме до последните дни или часове, можем да отхвърлим повечето работа в началото на срока. Това ще ни спести много време, което иначе бихме изгубили в микромениджмънт и ще ни позволи след това да се концентрираме върху качеството на проекта, да го подобряваме или да го предадем по-рано на клиента.

Опростявайте всичко, което можете

Често ние правим нещата по определен начин, само защото „така се прави", дори ако този подход е по-сложен или времеемък. Създайте си навика винаги да търсите начин да опростите текущите процеси и дейности. Използвайте всяка възможност да извършите две действия с едно ходене до друго място, автоматизирайте колкото може повече процеси и системи, подреждайте документацията така, че във всеки момент да имате достъп до важните документи, вместо да ги търсите с часове. Опростявайте всичко, което можете, и не само ще спечелите ценно време, а и ще си спестите много нерви и стрес.

Фото: **Стоян Йотов**

РАЗВИЙТЕ СВОИТЕ **БИЗНЕС УМЕНИЯ**

автор: **Яна Колева**

В близкото бъдеще за около 90% от работните места ще се изискват дигитални компетенции. За да подготви бизнеса за новите реалности, през тази пролет „Гугъл“ даде начало на безплатната онлайн платформа за обучение „Дигитален гараж“. Потребителите могат да получат безплатни уроци за всичко – от това как се изгражда присъствие онлайн, до маркетинг в социалните медии или използване на възможностите на мобилните телефони за привличане на повече клиенти. Те може да избират темите, за които искат да научат още, и щом завършат целия онлайн курс, да получат сертификат от „Гугъл“ и IAB Europe.

Да бъдеш първи

Онлайн магазинът на Rosey’s mark привлича вниманието на европейския екип на „Гугъл“ и в началото на 2015 г. екипът получава покана да стане част от програмата за развитие на дигиталните бизнеси в Европа. Правят кратко представяне на Rosey’s mark и разказват как инструментите на „Гугъл“ им помагат да растат в дигиталната среда. „Твърдението на „Гугъл“, че е двигател за развитие на европейския бизнес, не е просто реклама, а реалност с всички инициативи, политики,

ДИГИТАЛЕН ГАРАЖ Е ПЛАТФОРМА НА „ГУГЪЛ“,
КОЯТО ПОМАГА ДА СТЕ АДЕКВАТНИ НА
СЪВРЕМЕННИТЕ ПАЗАРНИ РЕАЛНОСТИ

лични консултации и обучения, които световният гигант предоставя. Високо ценя този инструмент и го намирам за много полезен“, споделя Росица Паунова, собственик на Rosey’s mark.

Адаптация

Именно постоянното учене и адаптиране към динамичната дигитална среда е ключово за всеки бизнес с амбиции за добро онлайн присъствие. Дигиталният гараж дава актуална, пълна и лесна за възприемане информация. Форматът на представяне е като игра и за всеки успешно завършен раздел се дава значка. Фактът, че успешно преминалите цялата програма на обучение получават директно от „Гугъл“ сертификат за овладените дигитални умения, и то напълно безплатно, е силно мотивиращ.

Освен това е възможност както за развитие на личния бизнес, така и за кариерно израстване на хора, които биха искали да намерят професионална реализация в областта. Това е качествена алтернатива на платените обучения, които масово се предлагат на пазара, уверява Росица Паунова.

Управление на промяната

Как обаче ноу-хауто, придобито благодарение на тази платформа, е променило бизнеса на Rosey’s mark? Във вртележката на ежедневната работа често се изпуска общата картина на възможностите. Минавайки през обучението на Дигиталния гараж, Росица коригира начина, по който управлява онлайн присъствието на Rosey’s mark.

Във всеки урок тя си задава въпроса „Пълноценно ли прилагам това в моя бизнес и как да се възползвам по-добре от това знание“. Понякога си казва: „Това не го прилагам, а може да ми е полезно“. Тя планира следващите стъпки в онлайн развитието на Rosey’s mark от нова перспектива, като в момента е концентрирана върху работа с търсачките и разширяването на познанията за ефективно планиране на рекламни кампании в мрежата за търсене. Работят по нова версия на онлайн

От първо лице

Росица **Паунова**, собственик на Rosey’s mark:

Онлайн присъствието е от ключово значение

Rosey’s mark е първата и единствена марка, посветена на храна на базата на българската маслодайна роза. Работим по развитието на разнообразно продуктово портфолио, като задължително розата присъства – тя е нашият главен герой. Засега имаме три категории продукти – сладка, шоколад и чай. Стремим се да влагаме по нещо ново в продуктите си, дори в тези, които носят в себе си традицията. За нас розите в храната са нещо вълнуващо, чието място е във високата гурме кулинария. Ето защо обичаме да казваме, че се занимаваме с флорална гастрономия и развиваме идеята за розите в храната отвъд предлагането на продукти по рафтовете в магазина. Работим с кулинарни блогъри, организираме дегустации и специални тематични събития, разработваме рецепти, които са свободнодостъпни в нашия блог. За изработването на различните продукти ползваме различни партньори, доказани професионалисти, като шеф шоколатиер Ради Стамболов, с чийто екип произвеждаме серията ръчно правен шоколад с рози. Тези партньорства са много важни за нас. Несъмнено бизнесът с храни от рози е нишов, а и екипът ни е малък.

Rosey’s mark е създаден и се управлява от мен и сестра ми Ина. Моя грижа е маркетингът и развитието на марката, а нейна – бизнес развитието и продажбите. Имайки предвид всички особености на малкия екип с ограничен бюджет, за нас от самото начало онлайн присъствието беше ключово. Използваме микс от дигитални инструменти – социални медии, блог, онлайн магазин. Този подход ни помага значително да станем видими за нужните хора и клиенти, да им даваме достъп до нашите продукти, въпреки че нямаме масово развита дистрибуторска мрежа. Физически работим със селектирани деликатесни магазини, магазини за натурални и биохрани, магазини за подаръци. И макар че онлайн продажбите към момента са малък дял от общите продажби, възможността за онлайн достъп до нас и до Rosey’s mark работи в наша полза и затова ще продължим да развиваме дигиталното си присъствие.

магазина, по-пълноценно адаптирана към дигиталната реалност от последните една-две години и нарастващото значение на мобилните устройства. С пускането и налагането на новия сайт на Rosey's mark през есента тя още по-активно ще прилага наученото.

Работещото улеснение

Дигиталният гараж според Росица Паунова е подходящ за всички, които искат да подобрят или да задълбочат дигиталните си умения. Уроците са безплатни и може да се провеждат в удобно за всеки време.

Интерактивно е и има видео, текстове, линкове към допълнителни източници, достъпно е на роден език: „Не бих пропуснала такава възможност, затова и самата аз преминавам през обучението. Препоръчвам го на всички, които имат или искат да имат професионално вземане-даване с дигиталната среда".

Остава всеки, който има интерес, да опита…

СТЪПКИ В ИЗГРАЖДАНЕТО НА ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ

Съвети от Росица Паунова

1. Не спирайте да се интересувате от новостите. Дигиталният свят е прекалено динамичен, за да лежим на вече придобитите знания.

2. После идва практиката - планирайте, пробвайте комбинация от инструменти, които ще работят конкретно във вашия случай, следете резултатите и нанасяйте нужните корекции с цел оптимизиране на постигнатото.

3. Не се придържайте към някаква универсална формула за успех онлайн. Такава няма. Ако смятате, че даден масово разпространен инструмент няма да работи за вас, просто не го използвайте.

4. Създайте своя уникален дигитален микс. Бъдете търпеливи и последователни, защото изграждането на имидж онлайн отнема време.

TRANSFORMIFY СВОБОДАТА ДА РАБОТИШ ОТДАЛЕЧЕНО

автор: **Татяна Явашева**

Млад мъж на 27 години пострадал при катастрофа и вече 6 години е в инвалидна количка. Той е прикован в дома си, тъй като в жилищната кооперация няма асансьор и не може да излиза навън. Завършил е университет и е много добър маргетингов специалист, но… е безработен. Понякога обаче стават чудеса и се намира решение. Екипът на Transformify - платформата за дистанционни работни места, го свързва с американска компания, която има специален бюджет за корпоративна социална отговорност, и тя веднага го наема. Така за този млад човек животът изведнъж придобива нов смисъл.

Как и защо

Transformify онлайн свързва хора, които търсят работа, с работодатели, които се нуждаят от определени специалисти. Платформата е активна от началото на тази година и вече има присъствие в над 90 държави в цял свят. Според проучване на London Business School, до 2020 г. 50% от хората ще работят отдалечено. Transformify вече е фактор в този процес.

Но как се ражда идеята? Преди време мултинационалната компания, за която Лилия Стоянов работи, трансформира бизнеса си и доста позиции стават ненужни в структурата. Разговаряйки с колегите си, стига до извода, че те или трябва да отидат при работата, или работата трябва да дойде при тях. Същевременно Лилия Стоянов забелязва, че все по-голямо става разминаването между мястото, където е работната сила, и нуждите на бизнеса, който търси кадри. Нейната квалификация е финанси и технологии и тя започва да търси решение на проблема. Така стига до идеята за платформа, която да свързва професионалисти от цял свят с работодатели по цялото земно кълбо. Лилия Стоянов и Десислав Каменов са били колеги в Skrill и отличната IT експертиза на Десислав е перфектното допълнение. Така той се присъединява към екипа на Transformify като съдружник и CTO.

Пазар

Платформата е готова за около 6 месеца, което е рекордно кратко време за толкова комплексен продукт. Лилия и Десислав работят заедно от години, но останалите членове на екипа никога не са се виждали на живо. Всички обаче вярват в социално отговорната мисия на компанията да осигурява работа на хора в нужда – живеещи в следвоенни зони и територии с висока безработица, на инвалиди и хора с различни заболявания. В Кения например, младите са добре образовани, но работа за тях няма. В старите страни членки на ЕС и в САЩ има фирми, които търсят работна ръка и не могат да намерят подходящите хора, тъй като локалният пазар е изчерпан откъм подходящи кадри, както е с IT специалистите в България. В Сингапур, Хонконг и отчасти в Япония се наблюдава същата тенденция. Така платформата среща хора, които търсят работа, с работодатели, които освен че намират кадри, може и да оптимизират разходите си. Голямата цел обаче е не платформата просто да е звено в трансфера на умения, а и да помага на хора в неравностойно положение да получат трудова интеграция. Transformify ще съдейства на страдащите от аутизъм – в световен мащаб това са над 70 млн. души, като 90% от тях са безработни. Стремежът на създателите на тази международна мрежа е трудова реализация да намерят хора с най-различни здравословни и социални проблеми. Техните контакти в Саудитска Арабия напри-

Фото: **Стоян Йотов**

ПЛАТФОРМАТА, СЪЗДАДЕНА ОТ ЛИЛИЯ СТОЯНОВ И ДЕСИСЛАВ КАМЕНОВ, **СВЪРЗВА ПРОФЕСИОНАЛИСТИ И РАБОТОДАТЕЛИ ОТ ЦЯЛ СВЯТ**

КОЙ КОЙ Е

Десислав Каменов е CTO на Transformify и Kindlink. Той е IT експерт с дългогодишен опит в електронните разплащания. Работил е като Solutions Architect, Head of Business Analysis и Software Development Manager в Skrill. Има бакалавърска степен по роботика от Техническия университет в София.

Лилия Стоянов е CEO на Transformify и партньор в Service Optimizer. Работила е като одитор в Ernst & Young, била е GM и CFO на Skrill/Paysafe, както и директор Procure to Pay и Local Ethics Officer в „Кока-Кола". Ментор е към световната мрежа Everwise. Член е на ACCA - Асоциацията на сертифицираните счетоводители във Великобритания. Има диплома по финансова стратегия от Оксфорд, магистърска степен по счетоводство и бакалавърска по мениджмънт от Стопанската академия "Д. А. Ценов".

мер са добра предпоставка за навлизане и на този пазар и за създаване на възможност жените да се интегрират в трудовия процес, работейки от вкъщи, като част от Horizon 2030.

Как е решен проблемът

Платформата работи с алгоритъм, който предлага на работодателя списък с потенциални изпълнители на базата на техните компетенции. Всеки изпълнител сам определя цената на своя труд. На работодателите не е позволено да преговарят с изпълнителя с искането да намали своята ставка. Има четири вида ставки – часова, дневна, седмична и месечна. Хората, които работят чрез платформата, не заплащат нищо. Те подписват тристранен договор – с платформата и със своя работодател, а също и договор за конфиденциалност, за да са защитени интересите на всички страни. Моделът е B2B – изпълнителите предоставят услугите си на платформата, работодателите получават фактура от платформата, а не от физически лица, базирани някъде по света.

Разплащанията

Използването на платформата е безплатно за хората, търсещи работа. Разплащанията стават изцяло през платформата – има интеграция с Payoneer, компания за онлайн международни разплащания. Работодателите плащат такса за управление, която се изчислява по определен алгоритъм на базата на ставката, която изпълнителите са определили, като зависи от региона, в който се намират, както и от това дали са хора в нужда – инвалиди, живеещи в зони с висока безработица. Публикуването на проекти е безплатно и няма ограничение за техния брой. Таксата за управление е включена в крайната цена на услугата и не се налага бизнесът да прави допълнителни калкулации. Работодателят получава фактура, издадена от Transformify, и превежда само едно плащане към платформата. Плащанията към изпълнителите по цял свят се администрират от платформата и това спестява банкови такси и административни разходи на работодателите.

Интересът нараства

Обикновено работодателите научават за платформата чрез директен контакт на най-високо ниво. Доверието се изгражда най-вече по този начин, а не през социалните мрежи и други познати подходи. Предимство за работодателите е, че наемайки хора чрез тази мрежа, те избягват политическия риск в страни като Украйна, Кения, Нигерия, Латинска Америка и в други горещи точки по света. Популяризирането на Transformify става чрез партньори, спечелили доверието на локалния пазар. Платформата има присъствие на четири континента, и въпреки че стартира в чужбина, вече има доста българи, регистрирани в нея.

Автоматизацията на процесите е на изключително високо ниво. Бизнесът расте експоненциално, а процесите са така проектирани, че да не зависят от човешкия фактор. Ноу-хауто за платформата е изцяло на Лилия Стоянов и нейния съдружник Десислав Каменов.

РИСКЪТ НА МЛАДИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ

автор: **Яна Колева**

Ученикът Димитър Керанов влезе в полезрението на медиите като най-младия предприемач. За себе си казва, че е човек, който обича да поема рискове – в земеделието и не само в него. Това лято той стана на 17, а наесен ще бъде в XII клас в паралелката по предприемачество и бизнес в 23 СОУ „Фредерик Жолио Кюри“. Избрал тази специалност заради възможността да научи как да стартира собствен бизнес, но и заради обучението по английски и немски език.

Началото

Идеята да се захване със земеделие има своите корени. Неговите баба и дядо вече са изградили база в село Войниково. То е на около 50 км от Добрич и в него живеят само трима души. Димитър се насочил към създаването на лешниковата градина след дълги проучвания. Първоначално имал намерение да започне с бадемови насаждения, но установил, че местният климат не е подходящ. Избрал лешниците след доста проучвания, но и защото в градината им има две големи дървета, които виреят добре. Чел доста публикации по темата и научил, че лешниците са самофертилни и трябва да има минимум 2 сорта, за да се опрашват взаимно. След сравняване на качествата, се спрял на 4 сорта. Събрал всички свои спестявания и взел малък заем от свой братовчед, студент по медицина. Купил два декара земя, където с помощ от семейството засадил 150 лешникови фиданки. Разбира се, перипетиите с разсадниците не му били спестени, но в крайна сметка всичко приключило успешно. В района засега няма такъв поминък и Димитър е първият, готов да рискува с лешници. Той обаче ще развива смарт земеделие, в което се използват много иновации. От около 4 години активно изучава различните електронни компоненти, тяхното действие и потенциалното им приложение в земеделското стопанство. Също така се занимава с програмиране, ремонт на компютри и компютърна периферия. Друго негово хоби са колите и моторите. Ето защо не е учудващо, че вече има идеи за следене на влажността и състава на почвата. Когато разработи тази технология, тя ще е подходяща не само за лешниците, но и за други растения, които живеят на открито. Целта е дистанционно да може да се следи развитието на растенията, като целият процес максимално се автоматизира.

Агроперспективи

Младият предприемач си дава сметка, че с два декара насаждения сериозен бизнес не може да се прави, затова, когато стане на 18, ще кандидатства за финансиране по Програмата за развитие на селските райони. Според него земеделието е пренебрегвано, но то има сериозен потенциал за развитие, въпреки големия монопол в момента. Димитър Керанов започва от нулата, без финансов гръб, но вярва, че ще успее. На този етап не разполага с никаква агротехника и затова плаща за пробиването на дупките при засаждането на фиданките, както и за обработването на земята. Много неща за земеделието и за растителната защита все още не са му ясни, но има план как да натрупа необходимото познание. Вече е избрал и висшето училище, в което да продължи образованието си догодина. Ще следва не в чужбина, а в Лесотехническия университет в София. Убеден е, че и у нас има прекрасни преподаватели и възможности за добро образование. Повечето от съучениците му обаче още отсега стягат куфарите да учат зад граница.

На везните

В селското стопанство рисковете са големи, а българското земеделие страда от факта, че все още разчита на старите технологии. Липсата на модернизация се отразява на ниската производителност, което забавя целия производствен процес. Добивите са по-слаби и продукцията като цяло е ресурсоемка. Несигурността на изкупуването и сравнително ниските цени, на които производителят реализира продукцията, отгледана по биологичен начин, са причина Дими-

тър да избере конвенционалното производство на лешници. Според него ще са необходими много усилия, за да може тепърва да се създаде истински пазар за биопроизводството.

От първо лице

„Идеите възникват спонтанно. Предприемачът трябва да има въображение и да е готов да поема рискове. Самата дума го подсказва – за да си предприемач, трябва да предприемеш нещо. Но за да не поема излишен риск, предприемачът трябва предварително добре да проучи това, с което ще се захване“, казва Димитър. Той например се насочва към лешниците след много проучвания по темата в интернет и консултации с агрономи. Лешниците започват да плодоотдават след 3-4 години, а дотогава той ще се развива и образова. Съветът му към другите млади предприемачи, които тепърва ще се заемат с бизнес, е да не се боят от рискове и да не се плашат, ако фалират. Това се случва, но се преживява, уверява Димитър. Оптимизирането на разходите и добре премерената стъпка в развитието за него е предпазна мярка срещу фалит.

Посоката

Как се създава предприемач? „Първо, трябва да отгледаш човек, който да осъзнава, че не бива да очаква всичко наготово. Успехът идва, когато има амбиции и упорство в постигането на целите. Трябва да опиташ, ако това не стане, да пробваш с нещо друго, но да не се отказваш. На-

шата българска действителност изисква да сме по-инициативни“, казва майката на Димитър Керанов.

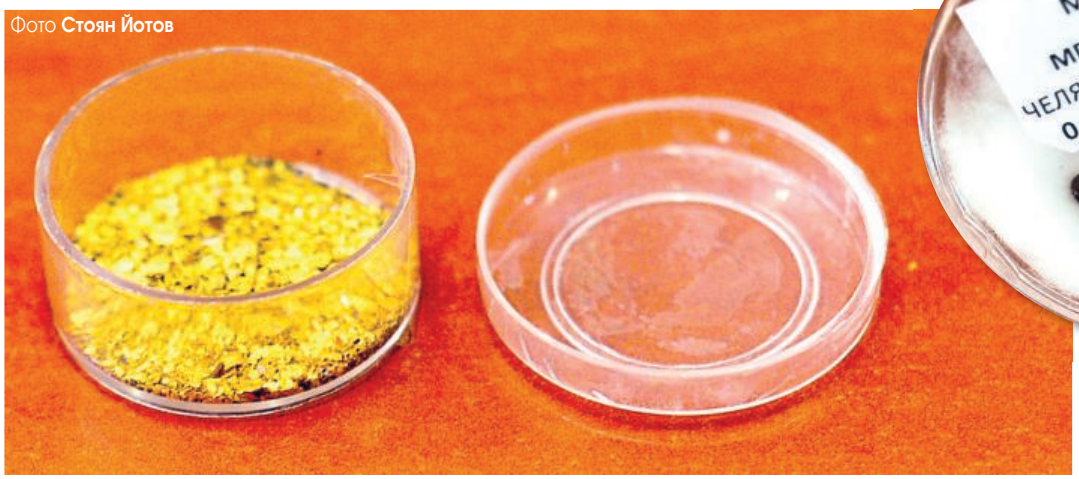
В паралелката по предприемачество и бизнес Димитър учи за пазарите, за развитието на бизнес идеите, за поемането на рискове, за справянето с проблемите, за намирането на средства, с които да започнеш и да изградиш бизнес. Знае, че е добре да има резервен план. Засега обаче той няма резервен план, а се фокусира върху развитието на лешниковите насаждения и върху технологиите, които ще улеснят отглеждането на дръвчетата.

ЕДВА 16-ГОДИШЕН, ДИМИТЪР КЕРАНОВ ПОЛОЖИ ОСНОВИТЕ НА СВОЙ БИЗНЕС С ЛЕШНИКОВА ГРАДИНА

ЗЛАТНО ХОБИ

ЗА КЪСМЕТЛИИ

Фото **Стоян Йотов**



Да намериш самородно злато е въпрос на много работа и на познания, но и на късмет

автор: **Яна Колева**

Интересът към златото отново се завръща. Ако видите хора, нагазили в реките да промиват нещо – това вероятно са златотърсачи. Дори в чуждестранни медии се появиха материали за тази нова страст в България. Интересът в последните години наистина се засилва и принос за това има Българската асоциация на търсачите на самородно злато и метеорити (БАТСЗМ), създадена през 2012-а. Но за всичко, което изглежда лесно и примамливо, има едно голямо „Но“…

Настройка

Вместо във фитнеса, може да отидете в планината като златотърсач. Има тръпка и е вълнуващо. Но това си е много работа, независимо че има технологии, които улесняват. „Търсенето на злато е печелившо хоби, което съчетава чистата природа с приятните усещания. Ако късметът ви проработи, може да попаднете на интересна находка. Настройте се това да е само хоби, защото ако тръгнете с цел забогатяване, нищо няма да се получи“, предупреждава Кирил Стаменов, председател на БАТСЗМ.

Не и поминък

Примамливо е да намираш злато, но зад това стоят много усилия, а и познания. „Човек трябва да се образова, дори когато търси злато в коритата на реките“, предупреждават от асоциацията. Оттам са категорични, че търсенето на самородно злато и метеорити не може да е поминък. Много хора припознават в това начин за бързо забогатяване. Те тръгват с „голямата кошница“, правят огромни разходи, но не намират почти нищо и крайно разочаровани са принудени да продадат съоръженията си. Треска за злато като тази в района на река Клондайк в Аляска през 1896 г. в България не е възможна. Търсенето на скъпоценния метал във водите на нашите реки е по-скоро развлечение. „За два дни усърдна работа събрах само 0,2 грама златинки, но пък беше начин да заредя с нови емоции“, признава член на асоциацията.

Организацията

В асоциацията членуват близо 3 хиляди души, като броят на жените е към 300. Жените са привлечени най-вече от идеята за самородното злато. Има и бизнес дами, превърнали търсенето на златинки в хоби на цялото семейство. Мнозина се палят, но бързо се разочароват и се отказват, а на тяхно място в организацията постъпват нови ентусиасти, готови да опитат късмета си. По света има редица аналогични формации, в това число има и Световна асоциация на златотърсачи-

ТЪРСЕНЕТО НА САМОРОДНО ЗЛАТО МОЖЕ ДА Е САМО ХОБИ, **НО НЕ И НАЧИН ЗА БЪРЗО ЗАБОГАТЯВАНЕ**

Човек трябва да се образова, дори за да търси злато в коритата на реките, казва Кирил Стаменов

ПРЕЗ ОКТОМВРИ СЕ ОРГАНИЗИРА ПЪРВАТА У НАС **ЕКСПЕДИЦИЯ ЗА ТЪРСЕНЕ НА МЕТЕОРИТИ**

те (World Goldpanning Association), която всяка година прави сбирки, форуми, състезания на най-различни места. Българската асоциация засега е единствена по рода си на Балканите и тъй като развива редица активности, в нея членуват и представители от съседните страни.

Кой кой е

Председателят на БАТСЗМ Кирил Стаменов е запален от малък по самородното злато. Работил е в „Кремиковци“ до закриването на комбината, а сега се е установил в Кърджали, за да е по-близо до хобито си, което вече изцяло ангажира неговото внимание. Занимава се с развитието на асоциацията и на нейния сайт, превърнат в надежден източник на информация за всички, които се интересуват от темата. Представител е на няколко западни компании, които внасят у нас метал детектори, както и всичко необходимо за търсенето на самородно злато и метеорити. Кирил Стаменов е направил карта на златото, която продължава да попълва с нови данни. Тя е на сайта на асоциацията. Има амбицията да помогне за създаването на новата геоложка карта на България. Старата не е променяна от 70-те години на миналия век, а оттогава има много изменения в коритата на реките заради свлачища, наводнения, земетресения.

Експедиция

Темата за търсенето на метеорити е нова и засега никой в асоциацията не е показал метеорит, намерен на територията на България, съпроводен с анализ, който потвърждава това. От 6 до 8 октомври Кирил Стаменов организира първата експедиция в Централна Средна гора за търсене на метеорити. Ще се работи с данни с GPS координати на засечени чрез сателити тела, паднали на наша територия, предоставени от американски професор. Ще се ползват метал детектори, в експедицията ще се включи и археолог. Част от намереното ще отиде в наши музеи, парченца ще се пратят за анализ в САЩ.

Добре е да знаете

Преди да тръгнете на лов за златинки по реката, е добре да знаете, че за един ден, следвайки добрата практика, може да минете от 500 м до 1 км, колкото и опитен да сте. Щом промиете внимателно и в легенчето останат златинки, те се гледат с лупа. Ако краищата са гладки, значи са влачени 5-10 км по реката. Ако са ръбести, златната жила е близо. По-обиграните промиват на ден количество, което се равнява на около 100 големи кофи за латекс, като се ползват специални съоръжения. И ако се изкара 1 грам злато, усилието си е струвало.

Най-голямата находка на Кирил Стаменов е 13 грама самородно злато. През миналата година е намерен 55-грамов къс кварц със злато. Той е с колекционерска стойност. По-малките парчета кварц със злато се полират и се вграждат в бижута. Самородните прашинки злато обикновено са между 19 и 23 карата, в зависимост от това в кой район на България са намерени. Повечето хора не продават събраните златинки, тъй като за тях те имат много по-висока стойност от цената, която ще получат. Все още у нас няма големи колекционери на самородно злато, но това е тема, която тепърва ще фокусира интереса.

Седемметровата фигура на Вракас, представляваща кипърски винопроизводител в традиционна местна носия, е емблемата на най-известния и най-голям Фестивал на виното на острова – в неговата „винена столица“ Лимасол

АМБРОЗИЯ ОТ ОСТРОВА НА АФРОДИТА

автор: **Бранислава Бобанац**, Кипър

Мистериите в чест на бог Дионис, сватбата на Ричард Лъвското сърце и походът на рицарите-кръстоносци, горещото и ясно средиземноморско слънце, магията на романтичната прегръдка между земята и небето... Всичко това „влиза“ в опияняващия вкус на амброзията от Кипър, както от хилядолетия наричат произвежданото на средиземноморския остров вино.

„Пийте вино, то дава живот!“, уточнява с убедителната си покана, която отправя по традиция всяка година в края на август най-големият фестивал в Кипър – Фестивалът на виното в крайбрежния Лимасол, неговата „винена столица“. В тазгодишното си, 55-о издание, което се проведе от 25 август до 4 септември, невероятният празник посрещна повече от 15 000 гости, ценители на кипърския „нектар на боговете“.

Фестивалът в Лимасол е кулминацията на цяла поредица от чествания на островния еликсир и неговия „първоизточник“ - гроздето. С тях Кипър и днес почита традиционните си от векове икономически сектори на лозарството и винарството, стимулира както тяхното развитие, така и районите, в които се произвеждат тези традиционни кипърски продукти. Празниците, съвременен вариант на тържествата от античността, посветени на бога на виното и забавленията Дионис и на богинята на любовта и красотата Афродита, родена от морската пяна край Кипър, започват през юли и текат до края на годината.

Част от винената продукция на острова

ВИНОТО Е СВОЕОБРАЗНА „ВИЗИТНА КАРТИЧКА" НА КИПЪР, ОБЕДИНЯВАЩА МНОГОВЕКОВНА ИСТОРИЯ, БИЗНЕС, КУЛТУРА И ЗАБАВЛЕНИЕ

Най-старото в света вино, което се произвежда и до днес – командария

Първите наздравици вдига през юли Фестивалът на командария, най-старото вино в света, който продължава цяла седмица. През август няколко лозаро-винарски фестивала се преливат по западното крайбрежие на острова, в района на Пафос. Най-дългият фестивал на гроздето и виното, домакини на който в продължение на четири недели са последователно четири от най-живописните села, техни производители, в планината Тродос, тази година е от 11 септември до 2 октомври. Винарни, села, местни общности представят пред гостите си историята и съвременните постижения на винопроизводството на острова, като съчетават бизнес, демонстрации на традиционни методи за получаване на алкохолното питие, посещения на изби и музеи на виното, традиционна кипърска и гръцка музика и танци, спектакли, игри, забавления и... много леещо се вино.

Кипър е с хилядолетен опит и традиции в отглеждането на лозя и производството на еликсира от тях. Археологически разкопки доказват, че островът е

първият винопроизводител в целия Средиземноморски басейн

и то преди повече от 6500 години. Тази датировка дава анализът на следите от грозде и сладко вино върху керамични съдове, предшественици на амфорите, намерени при проучвания край село Ерими, близо до Лимасол. В селото, което заради историческото откритие спечели славата на „родното място на европейското вино", през 2004 г. бе открит Музей на виното. Той се помещава във възстановен 150-годишен хан, където производителите и търговците на питието от селата в района спирали да нощуват, преди да стигнат главния пазар в Лимасол, където да продадат стоката си.

Безспорната историческа, а и съвременна винена гордост на Кипър е командария – най-старото вино в света, което се произвежда и до днес без прекъсване под едно и също име. Прочутото кипърско десертно вино с кехлибарен цвят и аромат, който напомня на стафиди, карамел и сушени плодове, се споменава в летописи през 800 г. пр. Хр., а сегашното си име носи от XII век, благодарение на рицарите от Ордена на св. Йоан от Йерусалим, пристигнали в Кипър по времето на Третия кръстоносен поход. Те установяват главния си команден център - Le Grand Commandarie, в замъка „Колоси" край Лимасол, където започват да произвеждат и изнасят омайващото кипърско вино за венецианците и генуезците. Така сладкото вино става известно под името „Командария". Според легендата именно с него английският крал Ричард Лъвското сърце, крал и на Кипър, черпил на сватбата си с Беренгария Наварска в Лимасол през 1191 г. И толкова го харесал, че го обявил за

„вино на кралете и крал на вината"

Друга легенда прибавя към славата на командария и спечеленото от нея първо място в първото състезание-дегустация на вина от цяла Европа, организирано от краля на Франция Филип II Август в началото на XIII век. Кипърският „нектар на боговете", доставен по специална поръчка от Кипър, се е „лял като река" по време на т. нар. „Празник на петимата крале" - кралете на Англия, Шотландия, Франция, Дания и Кипър, в Лондонското сити през XIV век. Картина на Чарлз Тейлър за това паметно събитие и днес виси в Лондонската борса.

Командария е първото и единствено засега кипърско вино със защитено наименование за произход, регистрирано в Европейския съюз. То може да се прави само на острова и само в строго определен негов географски район - в 14 села в южното подножие на планината Тродос. Сладкото десертно вино се произвежда и сега по оригиналната специфична технология, като се използват само два сорта местно грозде – ксинистери (бяло) и мавро (черно).

Командария е и най-известното вино от износната листа на Кипър, за който винарският бранш е един от най-важните експортни сектори. Над 70% от годишната продукция на кипърските вина се изнася по целия свят, като основната дестинация са европейските страни. Кипърските вина са признати на вътрешния и на международния пазар с широкия си спектър и високо качество, доказателство за което са и многото им международни отличия.

Богът на виното и веселието Дионис празнува с чаша в ръка, е документирала антична мозайка, открита при разкопки в Пафос

Водещи в производството на вино в страната като обем са четири големи винарни, като първа сред тях е компанията КЕО в Лимасол с капацитет от 45 млн. литра. Големият интерес на ценителите обаче е към продукцията на съществуващите над 50 по-малки регионални винарски изби, т. нар. бутикови винарни, които са фамилни предприятия. Те са модерни, оборудвани с най-нови технологии, и са специализирани в производството на висококачествени характерни местни вина, от които предлагат от 50 000 до 1 млн. бутилки годишно.

Четири лозарски района в Кипър дават вина с контролирано наименование за произход. Местните, традиционни сортове грозде са едни от най-старите в света и са преобладащата част от лозовите масиви. Класацията се оглавява от черното мавро и бялото ксинистери, които според последните данни на Министерството на земеделието заемат съответно 46% и 24% от общата площ на лозята на острова. На тях се падат и съответно 63% и 32% от производството на вино. Чуждестранните сортове грозде се въвеждат успешно през последните 20 г. и се използват за смесване с местните при производство на малки количества сортови вина. Кипър преживява

ренесанс в своята винарска промишленост

и качеството на кипърското вино се подобрява през последните години, бе отчетено по време на проведения през месец май 9-и Общокипърски конкурс на виното. В голяма степен това се дължи на направените значителни инвестиции - от държавата и частни, в сектора, заяви министърът на индустрията и търговията Георгиос Лакотрипис. Кипърското винарство е особено важно за развитието на селското стопанство и икономиката на страната, и, отчитайки засилената конкуренция в Европа и на международните пазари, то трябва да стане по-конкурентоспособно в двете насоки – в качеството на продукта и в цената, посочи Лакотрипис. Според него за постигането на тази цел са необходими още по-значителни усилия за развитие на иновативни технологии в отглеждането на лозята, във винопроизводството и в маркетинга.

Преструктуриране на лозята и инвестиции във винопроизводството са двата основни приоритета, които Кипър ще финансира с европейски средства в периода 2014 - 2020 г., след успешното изпълнение на програмата до 2013 г. Целта е да се въведат модерни селскостопански практики и сортове, които да предоставят по-големи производствени възможности, да се модернизира производственият процес и да се подобри технологичната инфраструктура на винарните, да се подпомогне разширяването на дела на кипърските вина на съществуващите пазари и налагането им на нови пазари в трети страни, като Китай. В плана за инвестиции във винената индустрия търговското министерство на Кипър е предвидило целеви субсидии по национални и съфинансирани схеми, които ще подкрепят лозарите и винарите.

Националната програма за подпомагане на лозаро-винарската индустрия през периода 2014 – 2018 г. се фокусира върху разработването на инвестиционни стимули за модернизация на сектора, подчерта министърът на земеделието, развитието на селските райони и околната среда Никос Куялис. В нейните рамки вече бяха изплатени 4.1 млн. евро (през 2014 г.) и 4.6 млн. евро (през 2015 г.) за насърчаване развитието на отрасъла чрез създаването на нови модерни лозя, обновление на винарните и по-активна промоция на пазарите.

Южните склонове на планината Тродос са основният лозаро-винарски район на Кипър

АВСТРИЯ
ВСЕ ПО-АТРАКТИВНА ЗА РАБОТА

автор: **Светлана Желева**

Австрийският пазар на труда е засегнат от емиграцията от Източна Европа, твърди икономическото издание Profil.at. България, със своите повече от 7 млн. жители, има средна работна заплата чувствително под 7000 евро. Докато Австрия има над 8.5 млн. жители и средностатистически работещият тук човек получава 35 000 евро бруто годишно. Заради тези и други разлики в заплащането на труда, мнозина австрийци от години имат притеснения, че страната им е сред атрактивните за чужденци, които идват да печелят почти 5 пъти повече, отколкото у дома. Комбинацията от географска близост и чувствителна разлика в благосъстоянието е стимул за работа в алпийската република за много източноевропейци. През есента на 2013 г. (преди отварянето на трудовия пазар през 2014 г.) редица икономически институти за анализи и прогнози дори успокояваха местните с прогнозите си, че не повече от 5500 румънци и българи биха се заселвали всяка година в Австрия и безработицата би скочила едва с 0,03 на сто. Но не познаха. Две години по-късно нещата изглеждат различно, тъй като дойдоха много повече емигранти след отварянето на австрийския пазар на труда.

В ЦИФРИ

✓ **От януари до ноември 2015 г. 79 938 души от 10-те страни, които през 2004 г. се присъединиха към ЕС (Чехия, Полша, Словакия,Унгария, Словения, Естония, Кипър, Литва, Латвия, Малта), са дошли да работят в Австрия.**

✓ **5497 са дошли от Румъния и България, присъединени през 2007 г., 2789 – от Хърватска, член на еврообщността от 2013 г. От Стара Европа (15-те държави) 39 438 души са избрали алпийската република за трудовата си реализация.**

Близо 50 хиляди румънци и българи са заети в Австрия, а допълнително по 7500 души се появяват в статистиката на безработните. Преселването и от други европейски страни остава високо. Повече от 230 000 души от новите страни членки на ЕС са заети в алпийската република и това е два пъти повече, сравнено с преди пет години. Около 130 хиляди души са назначени от фирми отвъд граница, които имат клонове в Австрия.

За май 2016 г. безработицата в Австрия е 9.4%, след

В СФЕРИ КАТО ГАСТРОНОМИЯ, СТРОИТЕЛСТВО И СЕЛСКО СТОПАНСТВО СТРАНАТА РАЗЧИТА НА КАДРИ ОТ ИЗТОЧНА ЕВРОПА. НО ЧУЖДЕНЦИТЕ ЧЕСТО СА ТЕЗИ, ЗАРАДИ КОИТО СЕ УВЕЛИЧАВАТ БЕЗРАБОТИЦАТА И СОЦИАЛНИТЕ ПЛАЩАНИЯ

като през януари удари рекорд от 10.9%. Някои експерти смятат, че до голяма степен тя е внесена отвън. Почти 1/4 от безработните са чужденци, което прави приблизително 105-110 хиляди души.

Според прогнозите на Бюрото по труда на Австрия (AMS) до 2019 г. в алпийската република ще има нови 212 хиляди души на пазара на труда, като 80% от тях ще дойдат от чужбина. За същия период ще има обаче само 132 000 работни места. Големият брой бежанци не е калкулиран в тази прогноза.

От 4,2 млн. заети в страната, 615 000 са чужденци, което е дял от 15% на сто и съответно - своеобразен рекорд в Европа.

Най-голям дял сред работещите чужденци в Австрия се пада на германците, следвани от унгарци, а 6-о място се пада на румънците. Средно за 2015 г. броят на унгарците, които работят в алпийската република, е нараснал почти с 10%, а този на румънците – с над 17 на сто.

Взаимозависим свят

Въпреки тревожния тренд на нарастваща трудова миграция, експертите признават едно - че някои браншове в Австрия от години биха били замрели, ако не бяха чужденците.

За 24-часовата грижа в денонощието при болногледачите (т.нар. личен асистент) Австрия разчита напълно на кадри от Източна Европа. Това важи и за гастрономията, строителството и селското стопанство. Почти нищо не би работило както трябва, ако предприемачите се уповаваха само на местните, признават експерти.

Йоханес Копф, шеф на Австрийското бюро по труда, казва, че като цяло алпийската република е извлякла полза от миграцията на работна ръка. Но отчитайки тенденциите на пазара на труда, може да се очаква, че ще дойде ден, в който безработицата сред австрийците няма да се покачва, но ще расте сред чужденците. Макроикономически погледнато, това е все едно, защото всеки безработен струва пари на бюджета.

Милена **Панева**:

Българските студенти искат да правят бизнес в Австрия

МИЛЕНА ПАНЕВА е завършила право в СУ „Св. Кл. Охридски". Работила е в адвокатска и нотариална кантора в България, както и в международния отдел на Министерството на културата. В Австрия е от 2 г., а от няколко месеца работи по проекта на Австрийските профсъюзи и австрийското Министерство на труда, социалните въпроси и защита на потребителите за предоставяне на безплатни трудово-осигурителни консултации за българите в Австрия.

Г-жо Панева, какви са най-честите въпроси, които задават българите, които търсят съдействие за работа в Австрия?

- Това са всички въпроси, свързани с установяване и прекратяване на трудово правоотношение, право на пенсия, социално осигуряване, проблеми на работното място, признаване на образованието. Те са свързани със социалните привилегии, които могат да се дадат от австрийската държава, различни видове помощи – за семейство, детски, подпомагане за наем. В Австрия има различни видове социални помощи и има различни критерии те да се получават. Някои запитвания се отнасят до трудовото законодателство и правото на пенсия. Често го има този международен елемент – все повече хора са работили и в България, и в Австрия – как се определя пенсията, размерът й и др. Голям проблем се оказва, че не малко българи работят без трудов договор, или само на „устна" договорка, като дори и тя не се спазва. В Австрия не е забранено трудовият договор да е само в устна форма. Проблемът идва от това, че договорката се осъществява на немски език, не е ясно докрай за какво са се споразумели страните и от това възникват въпроси.

- Какви са най-честите трудности, с които се сблъскват нашите сънародници, опитвайки се да се реализират тук?

- На първо място, това е незнанието на немски език. Досега около половината от българите, които идват за консултация, не знаят езика, и от това се пораждат трудности. Сред моите клиенти има много хора, които не знаят немски език, но са намерили своя работен път – например като архитекти, във финансовата сфера, тъй като там работен език е английският. Друга сфера за реализация без немски език е ИТ секторът.

Българите трябва да знаят, че имат същите права на работния пазар, както австрийските граждани, и те могат да бъдат защитени по същия ред. Работата на всяка цена и без договор поражда много повече проблеми - не се събира трудов стаж, работи се без осигуровки и не се получава трудовото възнаграждение. За съжаление, обаче, хората се съгласяват да работят при минимални условия на труд.

- В каква позиция на трудовия пазар са българските студенти?

- Имам приятно впечатление от мои клиенти, които са български студенти в Австрия. Те са мотивирани да намерят стажове или добра работа. При по-възрастните българи, които са дошли тук само за да търсят работа, критериите често са по-ниски. Студентите са по-добре информирани за видовете договори, които съществуват в Австрия, за институциите. Има такива, които искат да започнат бизнес тук и имат различни проекти.

- По-лесно или по-трудно българите, спрямо другите мигранти, се вписват в трудовия пазар на Австрия?

- Считам за проблем, че българите в Австрия се затварят в кръг от приятели българи и не разширяват комуникацията си. Обществото тук е мултикултурно и това е не само интересно, но и полезно за българите. Мисля, че ако общуваме само помежду си и четем само информацията, която е на български език тук, си затваряме много врати и възможности на трудовия пазар.

- Какво бихте препоръчали на тези, които планират да потърсят трудова реализация на австрийския пазар?

- Няма смисъл хората да вярват, че в Австрия се изкарват лесни и бързи пари. Без да се знае езикът и без квалификация, положението няма да е по-добро, отколкото в България. По-добре е човек в такъв случай да се опита да намери своята трудова реализация на българския пазар.

КАТО ГРАЖДАНИ НА ЕС БЪЛГАРИТЕ ИМАТ СЪЩИТЕ ПРАВА КАТО АВСТРИЙСКИТЕ РАБОТЕЩИ

Билети в мрежите на eventim

SOFIA FASHION WEEK

AUTUMN/WINTER 2016

12 - 16 SEPTEMBER 2016

EFE

Hotel Marinela

SOFIA

С генералната подкрепа на:

tel

SAMSUNG Galaxy Note7

SPETEMA caffe

Фото **Wikipedia**

НОВАТА СТРАТЕГИЯ НА **TESLA**

автор: **Александър Александров**

През последните седмици много от акционерите в компанията за електрически автомобили Tesla разкритикуваха нейния основател Илон Мъск за решението му да придобие друго дружество, в което той имаше участие – SolarCity. Това, което противниците на милиардера пропускат обаче е, че още със създаването на Tesla е заложено тя да разработва решения за добиване на слънчева енергия. Това е вписано в първия план за развитие на компанията, създаден преди точно 10 години, който през цялото това време е публикуван на нейния корпоративен уебсайт. Освен слънчевата енергия, в него фигурират още три етапа от развитието на електрическите автомобили, достигащи от по-скъп към по-масов модел. Стратегия, която Tesla до голяма степен вече е изпълнила.

А неотдавна Мъск публикува в блога на компанията и втората част от своя план за развитие (т.нар. Master Plan, Part Deux), която не отстъпва по размах от амбициите на визионера – предприемач в сферата на космическите полети или от намерението му да създаде свръхзвуков наземен транспорт във вакумни тръби, наречен hyperloop. Представете си флотилии от „интелигентни“ коли, електрически товарни камиони и лични автомобили, споделяни за превоз на пътници – такъв е светът според втория десетгодишен план за развитие на Tesla. Мъск вече отдавна си е спечелил имиджа на човек, който

променя цели индустрии

и аудиторията едва ли е очаквала нещо по-малко от това. „По дефиниция ние в някакъв момент трябва да създадем икономика, базирана на устойчива енергия, или ще останем без изкопаеми горива и цивилизацията ще изпадне в

КОМПАНИЯТА ПРАВИ ЗАВОЙ КЪМ УСТОЙЧИВИТЕ ИЗТОЧНИЦИ НА ЕНЕРГИЯ, **„УМНИТЕ" КОЛИ, ЕЛЕКТРИЧЕСКИТЕ КАМИОНИ И ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕТО**

колапс" - обяснява основателят на Tesla в блога на компанията и добавя, че именно устойчивостта е в основата на стратегията на компанията, а не желанието на богатите потребители да си купят електрически спортни автомобили. Всъщност, първият етап с пускането на пазара на високоскоростна скъпа кола, според Мъск, просто е бил единственият начин да успее да стартира подобен бизнес със средствата, които е имал от продажбата на дела си в PayPal. "Списъкът с успешните стартиращи фирми за коли е къс. А от 2016 г. броят на американските автомобилни компании, които не са фалирали, е две: Ford и Tesla. Да стартираш автомобилна компания е идиотско, а да стартиращ компания за електрически коли е идиотско на квадрат" - споделя милиардерът в своята блог статия. По-натам той обяснява, че произвеждайки малко на брой, но по-скъпи возила в началото, е успял да получи по-висока възвръщаемост при поддържането на по-малка фабрика с много ръчен труд.

За Мъск обаче този подход никога не е означавал отказване от плановете му да следва голямата картина и да навлезе в сегменти като производството на слънчева енергия. Той просто е осъзнавал, че е необходимо време за това. Днес Tesla е борсова компания, която се оценява на над 30 млрд. щ. долара и въпреки неотдавнашният спад на акциите, последвал придобиването на SolarCity, движението на ценните й книжа е обещаващо. Затова и нейният основател изглежда е решил, че моментът за преминаването към следващия десетгодишен план за развитие е дошъл. И този план всъщност далеч не се отнася само до производството на леки коли. Ето и четирите ключови елемента в него, описани от Илон Мъск.

Соларни покриви

Както вече писахме в сп. Икономика, Tesla вече пусна на пазара първата по рода си домашна батерия за съхраняване на електроенергия, която дава огромна независимост на домакинствата, а със SolarCity към нея се добавя и самото производство на ток по устойчив начин. Много от феновете на милиардера отдавна виждат връзка между тези два проекта, в които той беше съдружник. С тяхното фактическо обединяване на практика Мъск анонсира и концепцията си за изцяло интегрирано решение за домове, включващо покрив от слънчеви панели и система за съхранение на получения ток. „Не можехме да направим това докато Tesla и SolarCity бяха две различни компании. Затова и трябваше да ги обединим, премахвайки бариерите" - обяснява милиардерът.

Електрически камиони

Днес Tesla е насочена само към два от сегментите леки автомобили, но в новия десетгодишен план е включено създаването на електрически камиони, както и компактни SUV модели. Това, заедно с представения преди месеци Модел 3, ще позволи на компанията да обхване по-голямата част от автомобилния пазар. Важна част от производството на превозни средства ще бъде създаването на по-интелигентна и иновативна фабрика, която според Мъск, сама по себе си ще се превърне в продукт. Милиардерът споделя също и намерението си да създаде ново поколение SUV автомобили за градска среда. Нов, по-евтин лек автомобил от модел 3, според него няма да е необходим, поради добавянето на интелигентност, както и елемента на споделяне, които са следващите две точки от новия план на компанията.

Автономни коли

Навлизането на колите без шофьори е една от ключовите тенденции в бранша, налагана както от технологични компании като Google и Apple, така и от традиционни производители като Mercedes и Ford. Затова тази посока на развитие изглежда неизбежна за иновативен играч като Tesla, въпреки че първите тестове на нейния автопилот показаха спорни резултати и дори тече разследване за смъртта на един от шофьорите. Със сигурност самите регулации ще се променят бавно и ще трябва време, за да станат напълно автономните автомобили част от живота ни. Когато това се случи обаче, Tesla ще е готова, инвестирайки още отсега в необходимите радари, сензори и камери, както и в софтуер, който ще ги управлява.

Икономика на споделянето

Този сегмент, включващ платформите за споделяне на домове и офиси, автомобили, техника, време и други ресурси, вече е един от най-динамичните технологични браншове и Мъск изглежда е забелязал това.

В своята визия за бъдещето той дори достига още по-далеч, представяйки си една флотилия от „умни" Tesla автомобили, които ще отнасят своите собственици до желаната от тях дестинация, след което дълго време ще бъдат свободни да правят други курсове. По този начин, вместо да заема паркомясто цял ден, един автомобил ще може да транспортира много хора, които ще заплащат малки суми на неговия собственик по електронен път. Или с други думи – докато последният работи примерно в офиса си, неговата кола също ще работи за него. Концепция, която изцяло преосмисля такси услугите, каквито ги познаваме днес, и ще доведе до промени и в сегменти като куриерските услуги, строителството, оперирането на платени паркинги.

ИЗГРЯВАЩОТО СЛЪНЦЕ НА **ТЕХНОЛОГИЧНИЯ ПАЗАР**

автор: **Александър Александров**

В началото на 2000 г. един японски предприемач от корейски произход измества за три дни Бил Гейтс от позицията на най-богат човек на планетата. Неговото име е Масайоши Сон – основател на японския телекомуникационен и онлайн гигант SoftBank. Създадена през далечната 1984 г. със спестяванията му в размер на едва 80 000 щ. долара, компанията му се отплаща, като му носи в началото на новия век състояние от около 76 млрд. щ. долара. За да се стопи то скоро след това, в разгара на „дот ком“ кризата до 1.1 млрд. щ. долара, а Сон да се превърне в човека, изгубил най-много пари в историята. Ръководената от него компания, която месеци преди това се е оценявала на 200 млрд. щ. долара, пък намалява стойността си до 2.5 млрд. щ. долара. Във време, когато интернет фирми фалират на практика всеки ден, почти всички инвестиции в портфолиото на SoftBank се оказват губещи. Компанията E*Trade, в която японската група е инвестирала 400 млн. щ. долара малко по-рано, например, след „дот ком“ кризата достига пазарна капитализация от едва 22 млн. щ. долара.

Повече от 15 години по-късно Масайоши Сон е най-популярната японска Twitter звезда с над 2.54 милиона последователи, а слънцето на SoftBank отново е изгряло на технологичния небосклон. Преди месец компанията привлече вниманието на западните ИТ анализатори с обявеното неотдавна придобиване на британския производител на чипове ARM Holdings за сумата от 24.3 млрд. паунда (около 32 млрд. щ. долара). Плащайки 43% повече от пазарната цена на акциите на британското дружество, SoftBank беше повече от щедра към акционерите, при това – броени дни след британския вот за напускане на ЕС, което даде силен позитивен сигнал, че Островът все още е добро място за инвестиции.

Сделката е най-голямото придобиване на европейска технологична компания и позиционира SoftBank в перспективния сегмент на чиповете за смартфони. Сред клиентите на ARM са редица водещи производители от сектора, включително и Apple. Още по-интересно е, че закупената компания от Кеймбридж има потенциала да се превърне във

водещ играч

при чиповете за множество други свързани устройства – от автомобили до „умни“ телевизори, хладилници и всевъзможни джаджи. Това превръща SoftBank в един от водещите играчи при перспективния сегмент Internet of Things (интернет на нещата), който тепърва ще нараства с бързи темпове.

Макар и да беше изненадващо за мнозина, придобиването е съвсем логична стъпка предвид досегашната агресивна политика на разширяване на японската група. По всичко личи, че Масайоши Сон вече е забравил лошите времена на „дот ком“ балона от началото на века и през последните години превърна SoftBank в истинска онлайн и телеком империя, концентрираща в себе си знакови

активи в сектора. Компанията направи първото си по-значимо придобиване след възстановяването си от „дот ком“ кризата през 2006 г., закупувайки Vodafone Japan, което й позволи да се включи в бързо развиващия се японски пазар на мобилни услуги. Приблизително по същото време корпорацията придоби и 23% от услугата за онлайн залагания Betfair, а четири години по-късно стана собственик и на дял в услугата за видео стрийминг Ustream.

Може би най-значимото придобиване на групата преди сделката за ARM обаче е това на 70% от американския мобилен оператор Sprint Nextel за сумата от 20 млрд. щ. долара. По-късно делът на японската група в телекома нараства до 78 процента. Сред останалите по-важни технологични брандове в портфолиото й са 100% от eAccess и Willcom, закупени през 2013 г., по 30% от Snapdeal и Housing.com, придобити година по-късно. 35% от Yahoo! Japan, както и 32.4% от китайския гигант в електронната търговия Alibaba.

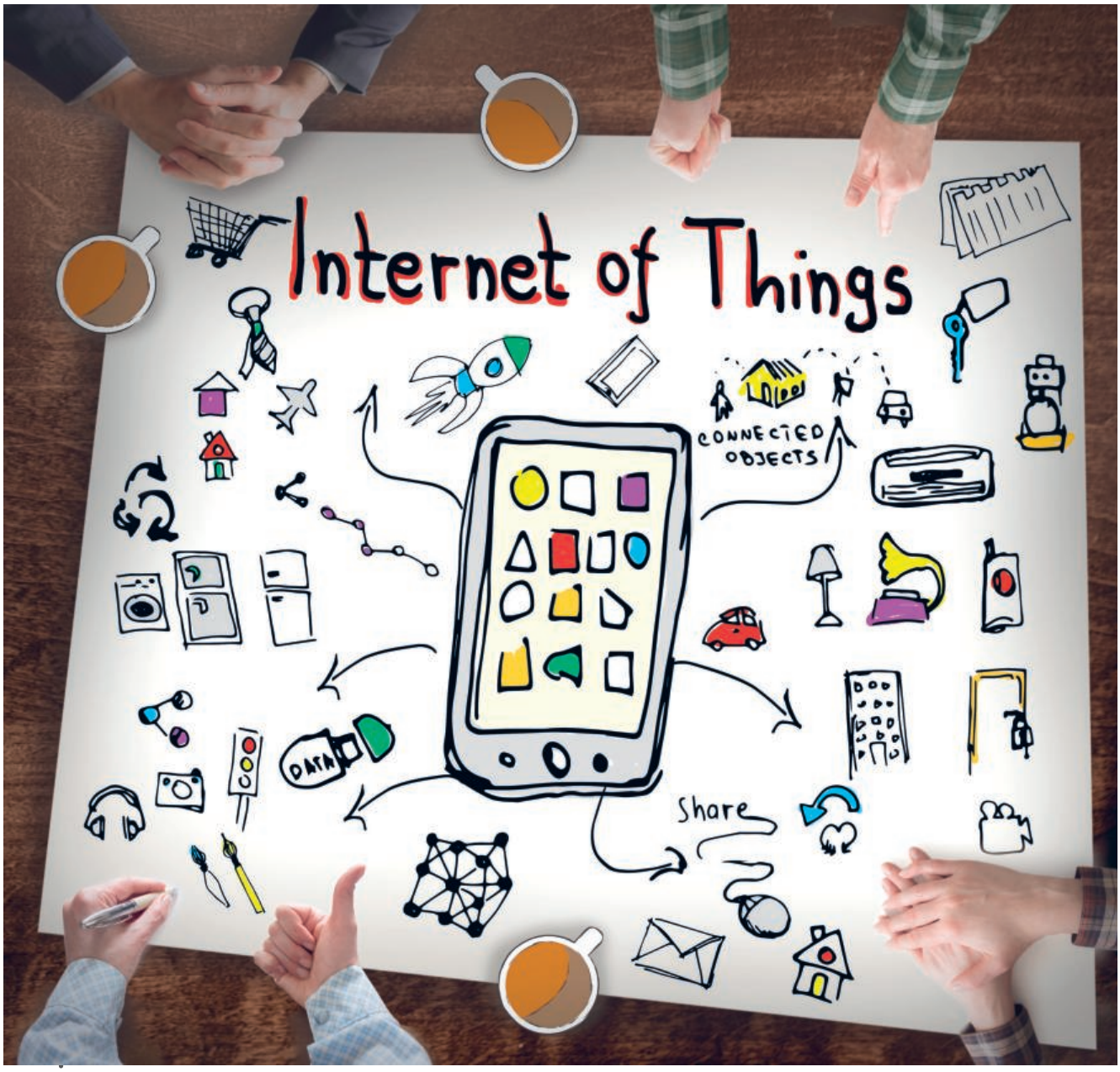
По всичко личи, че плановете на SoftBank няма да се ограничат със закупуването на ARM Holdings. Японската компания неотдавна е наела един от водещите специалисти по придобивания на Goldman Sachs Ървин Тю, който ще бъде ръководител на корпоративните финанси и придобиванията, съвместно с досегашния мениджър на тази позиция Алекс Клавел. Ход, който ясно показва плановете на групата

тепърва да се разраства

чрез поглъщания на нови технологични компании. Моментът едва ли може да е по-подходящ – днес много от знаковите в миналото европейски ИТ корпорации са в незавидно положение и се нуждаят от свежи инвестиции, докато в САЩ секторът се препълни с фирми еднорози (т.нар. стартъпи, достигнали пазарна капитализация от над 1 млрд. щ. долара чрез рисково финансиране), които страдат от липса на ликвидност, и нуждата от стратегически придобивания е осезаема. А с портфолио, което вече се простира от мобилните услуги, през онлайн търсенето, хазарта и електронната търговия, до чиповете за „умни“ устройства, SoftBank изглежда няма да подбира сегментите, в които ще търси добри сделки.

КАКВО ЗНАЕМ ЗА ЯПОНСКИЯ ГИГАНТ SOFTBANK, КОЙТО ПРИДОБИВА БРИТАНСКАТА ARM И ПРИТЕЖАВА ГОЛЕМИ ДЯЛОВЕ В ALIBABA, SPRINT NEXTEL, BETFAIR И РЕДИЦА ДРУГИ ЗНАКОВИ ИТ КОМПАНИИ

INTERNET OF THINGS НАВЛИЗА В ЗРЯЛАТА СИ ВЪЗРАСТ



34 МИЛИАРДА УСТРОЙСТВА ЩЕ БЪДАТ СВЪРЗАНИ С МРЕЖАТА ДО 2020 Г., ВКЛЮЧИТЕЛНО ВАШИТЕ АВТОМОБИЛИ, ТИГАНИ, БЕЛЬО. **ДЕСЕТКИ КОМПАНИИ ВЕЧЕ СЕ ПОДГОТВЯТ ДА СПЕЧЕЛЯТ ОТ ТОВА**

автор: **Александър Александров**

Smarter Socks Plus+ са иновативни чорапи с вграден RFID чип и собствено мобилно приложение, което позволява винаги да откривате втория чорап от всеки чифт. Дори и да не сте сигурни за какво изобщо ви е подобно нещо (и ние не сме), „умните“ чорапи са много добър пример за това колко далеч стига манията по свързването на различни предмети около нас с интернет. Някои от примерите за тази тенденция включват още тигана Pantelligent, снабден с температурни сензори и мобилно приложение, чрез което ни предупреждава кога ще загори съдържанието му, бутилка за вино с безжична връзка, която показва дали е отваряна преди, както и сутиен, който може да изпраща съобщения в социалната мрежа Twitter, когато собственичката му го сваля.

По-сериозните приложения включват системите за домашна автоматизация, автомобилите с вградени приложения, умните термостати, фитнес гривните, които се свързват с мобилния ни телефон, както и множество други решения за отдалечено управление или комуникация с домашни електроуреди, сензори, превозни средства и дори индустриално оборудване. Наричат ги с общото понятие „Интернет на нещата“ (IoT - Internet of Things), а очакванията са през следващото десетилетие повечето предмети около нас да бъдат свързани по някакъв начин с мрежата и в крайна сметка интернет да престане да бъде една конкретна услуга и вместо това да се „разпръсне“ около нас, придавайки интелигентност на всички неща, които използваме.

Най-общо IoT обхваща три типа взаимодействие – отдалечено управление на различни предмети (например кафеварката вкъщи или пръскачките в парка), отдалечено събиране на данни чрез множество сензори (от температурния сензор в дома ни до цели градски мрежи от сензори, измерващи замърсяването или влажността на въздуха), както и автоматизиране на различни процеси (отварянето на входната врата при локализиране на смартфона ни или включване на кафе машината при засичане на движение в спалнята). Заедно тези три групи от технологии обещават да променят изцяло начина, по който живеем, работим, забавляваме се и общуваме. Мнозина дори вече наричат Internet of Things

следващата индустриална революция

Каквото и наименование да измислим, сигурното е, че през следващите десет години едва ли ще има икономически сектор и аспект от живота ни, който да не е повлиян от тази технология. И ако си мислите, че тя е само за богатите граждани на развитите страни, ще трябва да преосмислите нещата. Точно бедните и слабо развити региони на планетата могат да спечелят най-много от IoT. И вече има не малко примери в това отношение - от сензори за наблюдение нивото на реките в Индия, до прикрепяне на чипове със SIM карти към телата на слонове в Африка, за да се предупреждават местните земеделци, кога стадата са наблизо и заплашват да унищожат реколтата им. Всичко - от производството, през свързаните домове и градоустройството, до земеделието и транспорта може да бъде повлияно от IoT технологиите и развиващият се свят със своите над 700 милиона души население може да играе важна роля при внедряването им.

По данни на Business Insider, до 2020 г. броят на свързаните устройства ще е 34 милиарда, като само около 10 милиарда ще са традиционни компютри, смартфони и таблети. Това означава, че свързаните автомобили, електроуреди, сгради и всевъзможни други предмети ще са близо два и половина пъти повече. Революцията вече е започнала и стотици стартиращи фирми по света, както и гиганти като Google и Amazon се позиционират, за да получат дял от нея.

Очакванията са само през следващите пет години за различни типове IoT решения да бъдат изхарчени близо 6 трилиона щ. долара. Днес компаниите инвестират в такива решения по-скоро с маркетингова цел – за да предизвикат медиен интерес и да придобият имидж на новатори. В бъдеще обаче основен двигател за внедряването на IoT от бизнеса ще е

потенциалът на тези технологии

да намаляват оперативните разходи, да повишават производителността, както и да улесняват поддръжката и мониторинга на производствените процеси. За правителствата и местните власти пък „Интернет на нещата“ ще бъде добра възможност да подобрят видимо качеството на живот на гражданите и да си направят ПР, печелейки нови избиратели.

Четирите ключови двигателя на IoT пазара, според анализ на Business Insider, през следващите години ще са разрастването на широколентовото покритие в градовете, доброто проникване на мобилни услуги, поевтиняването на сензорите и интересът на рисковите инвеститори към този нов сегмент. За неговото развитие ще спомогне и налагането на отворени стандарти, което позволява използването на множество различни мрежови технологии – от клетъчните мрежи (3G, 4G), през обикновената Wi-Fi инфраструктура, до стандарти като ZigBee и Z-Wave. По отношение на приложенията лесно могат да се използват наличните мобилни екосистеми около iOS на Apple и Android на Google. Вече се оформят и съвсем нови екосистеми, изцяло насочени към IoT бранша като тези около „умния“ термостат Nest на Google, около асистента Echo на Amazon, както и програмата Watson Internet of Things на IBM, залагаща на едноименния суперкомпютър. Потенциалът на бранша и отворените стандарти, на които е базиран, обаче позволяват във всеки момент да се наложи голям нов играч, който не е съществувал до преди няколко години.

Днес е трудно да се прогнозира докъде може да стигне развитието на Internet of Things. Представете си например „умно“ огледало, което може да ни „облича“ виртуално с различни дрехи, предлагани от онлайн магазин. Или летящи дронове, които разхождат кучето в парка, докато собственикът му си почива. Ако наистина сме на прага на следващата революция, можем да сравняваме предстоящите промени само с начина, по който обществото е било повлияно от навлизането на електричеството в домовете ни или от замяната на конните каруци с автомобили.

БИТКАТА ЗА НОВИЯ **МУЗИКАЛЕН ПАЗАР**

автор: **Александър Александров**

През юли 2012 г. корейският рапър Psy решава да пусне новия си сингъл Gangnam Style свободно в онлайн платформата YouTube и променя изцяло света на музиката. Само до края на годината клипът към песента е гледан над 1 милиард пъти, а днес тази цифра е близо 2 милиарда и седемстотин милиона. Приходите на Psy само от реклами в YouTube надминават 2 млн. долара, а ако се вземат предвид и постъпленията от онлайн магазина iTunes, концерти и други източници, парчето е донесло на непознатия допреди това корейски изпълнител между 8 и 10 млн. долара. Ако той не беше пуснал изпълнението си безплатно онлайн обаче, най-вероятно този показател щеше да е далеч по-малък.

Във време, когато музикалната индустрия продължава да преследва хората, споделящи песни свободно по интернет, приравнявайки ги често с престъпници, Psy просто показа цялата несъстоятелност на този модел в епохата на дигиталните платформи. Изводът от успеха на кореец е ясен: сподели своята музика безплатно с потребителите и все пак ще получиш много пари. Без да правиш съвместни проверки с полицията и без да преследваш феновете. Това е демонстрация на новия успешен бизнес модел пред участниците в една от най-старите индустрии, които продължават да възприемат всяко нововъведение като заплаха и се обграждат с все повече адвокати, организации за защита на авторските права и споразумения с органите на реда, в стремежа си да задушат новостите.

Историята

на войната между музикалната индустрия и технологиите далеч не е от вчера и може да се проследи поне до лятото на 1999 г., когато програмистите Шон Паркър и Шон Фенинг създават първата платформа за споделяне на музика – Napster. За кратко време услугата се превръща в безапелационен хит сред феновете и проправя пътя на технологиите от типа peer-to-peer (p2p). Тя обаче работи изцяло в нарушение на авторско-правното законодателство в САЩ и скоро след старта си става обект на съдебно дело от страна на Американската асоциация на звукозаписната индустрия RIAA (Recording Industry Association of America). Това прави Napster още по-известна в целия свят и увеличава значително потребители, но в крайна сметка компанията е осъдена, а сайтът е спрян и по-късно преобразуван в платена услуга.

Музикалната индустрия показва ясно своята нетърпимост към споделянето на песни чрез каквито и да е ди-

КАК ИГРАЧИ КАТО SPOTIFY, APPLE, GOOGLE И PANDORA СИ РАЗПРЕДЕЛЯТ ПАЗАРА **ПОД НОСА НА ТРАДИЦИОННАТА МУЗИКАЛНА ИНДУСТРИЯ**

гитални носители и канали – подход, който ще доминира политиката на големите лейбъли през следващите 15 години. Междувременно технологичният сегмент се променя буквално всеки месец, нови мобилни и онлайн платформи се появяват непрекъснато, а потребителските нагласи само през последното десетилетие са се изменили до неузнаваемост. Ако за хората на средна възраст допреди няколко години беше иновация да си прехвърлят музика под формата на MP3 файлове, то по-младото поколение си пуска любимите парчета направо в YouTube и изобщо не намира смисъл да ги сваля на компютъра си.

Онлайн платформите дават възможност едно парче да се открие във всевъзможни негови концертни и студийни версии, да се слуша само инструментал, например за караоке, или да се сподели с приятели чрез просто копиране на един линк. Всичко това драматично противоречи на представите на музикалната индустрия, според които дори да си купиш една песен, нямаш право да я копираш на повече от едно устройство, или пък ако посетиш друга държава, може да се окаже, че песента не е достъпна на нейна територия. Ако мотото на компаниите е: „споделянето на музика нарушава правата ни“, то отговорът на потребителите най-често е: „безсмислено е да даваме 10 или 20 долара за дискове, когато искаме да си пуснем точно определено парче от даден албум, след което да слушаме песен от съвсем друг изпълнител“. Проблемът за все повече фенове не е в парите, а в остарелия модел и липсата на гъвкавост. Защо ако спонтанно ни се дослуша определено изпълнение, да се налага тепърва да ходим до магазина, за да си купуваме цял диск?

Изглежда, някой трябва да обясни на музикалната индустрия, че светът се е променил и с тази трудна задача се заемат двама млади шведски предприемачи – Даниел Ек и Мартин Лоренцон. Живеейки в родината на най-популярния торент портал за споделяне на музика и филми The Pirate Bay, те решават да променят начина, по който слушаме музика онлайн. И по-важното – да създадат

нов модел

от който да са доволни всички - потребители, ИТ предприемачи и музикални компании. След доста трудности в преговорите с бранша, те постепенно успяват да се наложат и днес тяхната фирма Spotify е символ на новия, по-гъвкав и удобен начин за достъп до музикално съдържание. Както впрочем – и един от малкото европейски стартъпи, успял да се нареди сред т.нар. „еднорози“ (unicorns) – т.е. стартиращи фирми, достигнали пазарна капитализация от над 1 млрд. щ. долара. След последния кръг по привличане на рискови инвестиции през юни, компанията вече се оценява на 8.5 млрд. щ. долара. Ясна атестация за надеждите, които фондовете възлагат на услугите за стрийминг на музика. Сегмент, към който впрочем вече имат апетит и гиганти като Apple и Google.

Услугата Apple Music, която стартира през юни 2015 г., все още има променлив успех. Тя обаче печели все повече изпълнители на своя страна, тъй като не разполага с безплатна версия, спонсорирана от реклами, което осигурява по-големи отчисления за авторски права. В добавка Apple разчитат на ексклузивно съдържание, както и на интеграция със своя дигитален асистент Siri, за да спечелят поголям дял от този нов сегмент. И същевременно обвиняват останалите играчи, че съществуват „на гърба на музикантите“. Не така обаче смятат от Google, която вече премина през няколко

знакови съдебни дела

с правоносители заради платформата YouTube и днес залага предимно на договорки с издателите, споделяйки с тях част от рекламните си приходи. Междувременно един от най-старите играчи при онлайн стрийминга на музика – Pandora – обяви, че придобива друга компания от бранша Rdio, в опита си да се разраства с по-бързи темпове и да открие нови приходоизточници. Сред останалите участници в този сегмент са още Deezer, Vevo, Tidal, Rhapsody, както и Prime Music на Amazon.

Днес всички те се сблъскват с един общ проблем - „ножицата“ между трудните преговори с правоносителите и нежеланието на потребителите да плащат повече буквално „изрязва“ приходите им. Това вече „уби“ по-малки играчи като Rdio и Beats, докато по-големите като Spotify и Pandora търсят възможности за хоризонтален растеж и нови бизнес модели. Двете имат съответно около 75 милиона и 78 милиона потребители и ако успеят да накарат повече от тях да си плащат месечен абонамент, това ще им позволи да се развиват устойчиво. И междувременно експериментират с нови модели, предлагайки на изпълнителите възможност да изследват и опознават по-добре своята аудитория от фенове и да се маркетират активно пред нея, да общуват по време на турнета и т.н. Дигиталната среда създава много нови възможности пред музикантите за анализи, маркетинг и развитие на техните общности, и ако тези възможности се използват интелигентно, рано или късно ще бъде открит моделът, от който всички страни ще са доволни.

С ЯДРЕН ДВИГАТЕЛ **ДО МАРС**

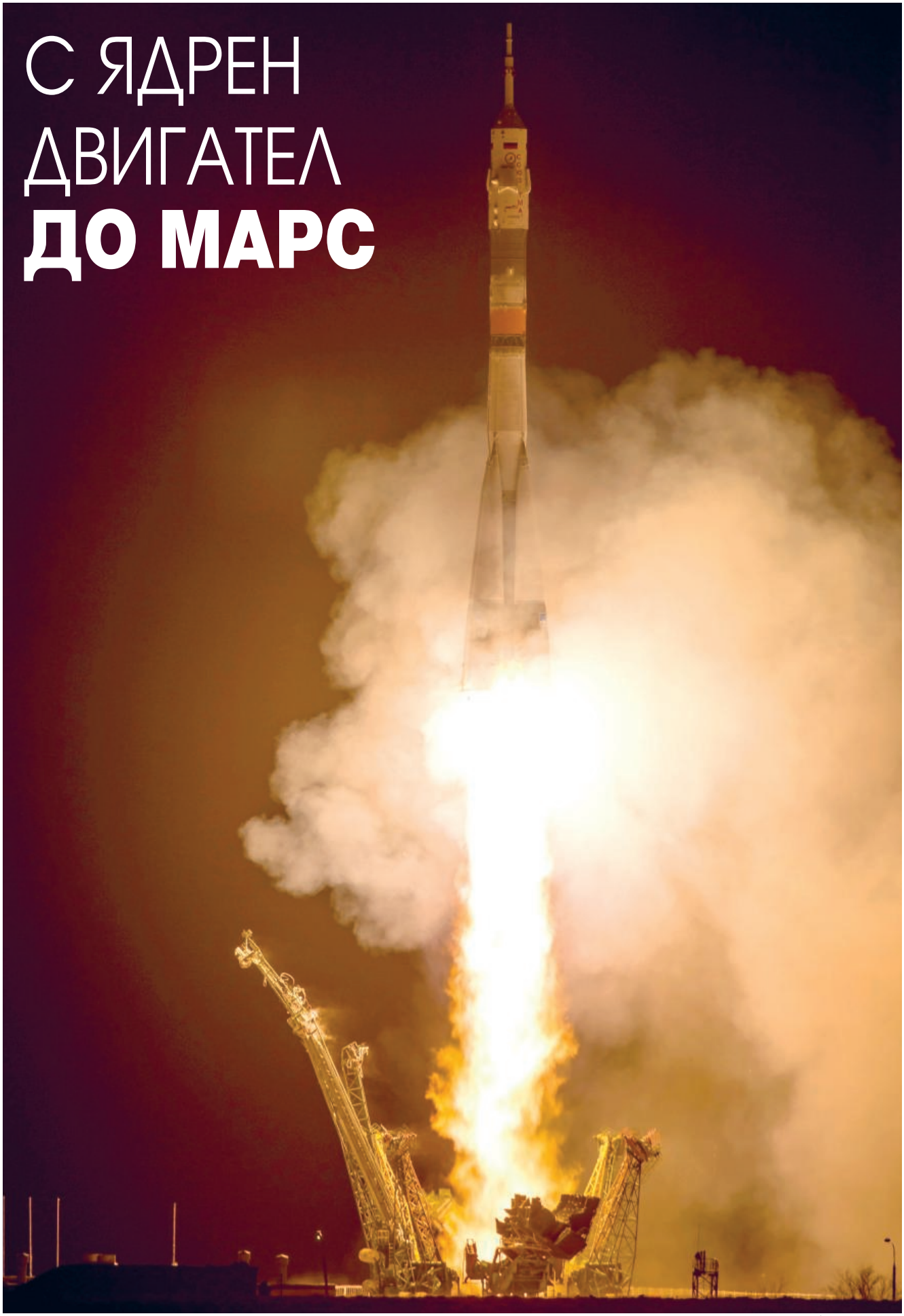


Фото: **Pixabay**

автор: **Владимир Митев**

В края на юни руският изследователски институт „Център на името на Келдиш“ пое ангажимента да създаде ядрен двигател с мощност в мегавати, който да се ползва за космически полети. За проекта са заделени 3,9 млрд. рубли (54 млн. евро). Други 7,24 млрд. рубли (100 млн. евро) са за „Росатом“, за да направи реактора, захранващ този двигател. А 5,8 млрд. рубли (80 млн. евро) ще са нужни на корпорацията „Енергия“ да построи космическия кораб.

Центърът е наречен на Мстислав Всеволдович Келдиш – една от големите личности в руската космическа програма. Успешният полет на Юрий Гагарин през 1961 г. води до издигането на Келдиш до президент на Академията на науките в Съветския съюз. Ако ядреният двигател, разработван от едноименния център, бъде създаден и въведен в употреба, постижението може да е сравнимо с първия полет на човек в Космоса.

„Космически кораб с ядрено захранване може да достигне до Марс за месец и половина и ще има възможност да маневрира и да се ускорява. Днешните двигатели могат да прелетят разстоянието до Червената планета за година и половина, без да могат да се завърнат“, заяви т.г. директорът на руската държавна корпорация „Росатом“ Сергей Кириенко. „Росатом“, която партнира с „Роскосмос“ и центъра „Келдиш“ по проекта, твърди, че прототипът на двигателя ще бъде готов за тестове до 2018 г.

Руският проект

Особености на тази технология са, че се прилага специален топлоносител – хелий-ксенова смес, тръбите на реактора са направени от молибденова сплав, използва се уран с високо ниво на обогатяване, а температурата в реактора достига 1500 градуса. За разлика от нормалните химически двигатели, които следват предварително зададена траектория, ядрените позволяват маневриране в Космоса и ускоряване. Друго предимство на атомното задвижване е, че то намалява теглото на необходимото гориво и така отваря пространство за повече полезен товар.

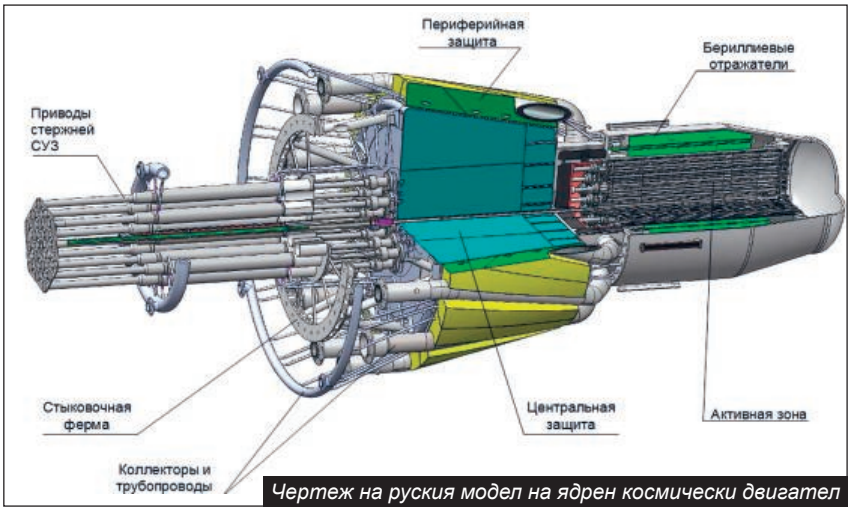
Недостатъците обаче са свързани с нуждата от големи инвестиции. И с опасността от радиоактивно заразяване, ако възникне инцидент в близост до земната повърхност.

Директорът на центъра „Келдиш“ Анатолий Коротоев заявява, че в случай на инцидент, при който атомният реактор пада на Земята, той няма да представлява опасност поради използваната в него „нова схема“. Независимо от това се очаква изпитанията на реактора да се проведат на разстояние 800 – 1000 км от земната повърхност, така че, ако възникне проблем, да не паднат радиоактивни отломки.

Сравнение с химическите ракети

Ако действително през 2018 г. бъде създаден успешен ядрен двигател и до 2020 г. премине първите успешни тестове, човечеството би направило важна крачка или дори скок напред в усвояването на космическото пространство. Сегашните химически двигатели са твърде слаби, за да дадат шанс за пилотиран полет отвъд околоземното пространство.

„Химическите ракети от всички възможни типове не могат да изхвърлят горящото гориво по-бързо от скорост няколко километра в секунда. При тяхното стартиране горивото заема 95% и повече от общата маса на ракетата. За полет до Луната трябва да се създаде маса в хиляди тонове, което прави експедициите към земния спътник безумно скъпи и икономически несъстоятелни. А пилотирани полети на по-далечни разстояния биха били разорителни“, пише руското списание Life.



Чертеж на руския модел на ядрен космически двигател

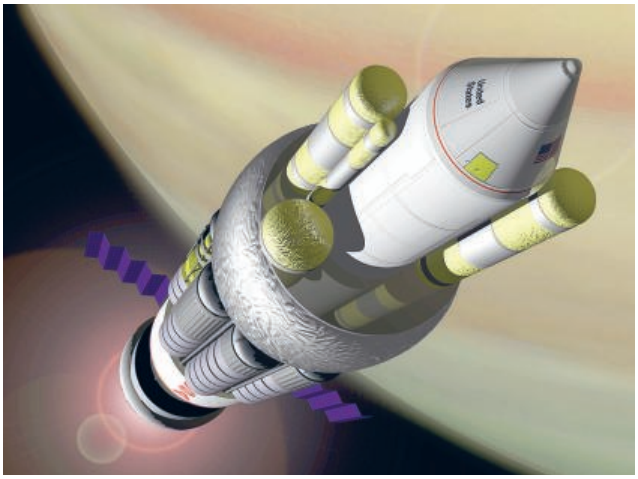
Опити в разработването на ядрени двигатели съществуват още от 50-те години на XX век. Съществуват два вида теоретични концепции за атомен двигател. Първият вид нагрява до втечняване работното тяло на нагревателната камера на ядрения реактор и извежда газ през соплата. Вторият е импулсно-взривен. При него на равни промеждутъци се извършват ядрени взривове с малка мощност и отново при изхвърляне на предварително складиран водород през дюзите се постига задвижване с голяма скорост.

История

Между 1958 г. и 1965 г. в САЩ е развиван проектът „Орион“, който търси именно атомен космически кораб. Програмата е с бюджет 24 млрд. долара и първоначално се е смятало да се развива 12 години, но с времето интересът към нея замира. В рамките на проекта се е предвиждало създаване на кораби с максимално тегло 40 млн. тона и население 20 000 души, които да бъдат използвани за ко-

ХИМИЧЕСКИТЕ РАКЕТИ НЯМАТ РЕСУРС ДА ИЗВЪРШАТ ПИЛОТИРАН ПОЛЕТ ДО ЧЕРВЕНАТА ПЛАНЕТА, **АТОМНИТЕ ПОНЕ ТЕОРЕТИЧНО ГО МОГАТ**

Фото **Wikipedia**



Художествен проект на американския „Орион", който не вижда бял свят

Фото **Pixabay**

Русия планира да достигне Марс с ракета с ядрен двигател

лонизация. Било е направено и изчисление, че при скорост от 10 000 км/с ще отнеме 130 години да се достигне до най-близката звезда – Алфа от съзвездието Кентавър.

През 60-те години в Зона 25 в Невада американски експерти развиват и друг проект за полет с ядрен двигател. Той се казва NERVA и е с цел достигане до Марс. Създаденият ядрен двигател е трябвало да се нагрее до 2026 градуса по Целзий. При изпитанията през 1965 г. обаче учените допускат той да прегрее. Когато достига температурата 4000 градуса по Целзий, той се взривява. Експлозията разпространява в радиус половин километър 45 кг радиоактивно гориво.

Опити с тези технологии, отново без успех, досега са правени и в Съветския съюз между 50-те и 70-те години. Проблемът със създадените ядрено-импулсни двигатели е, че топлинното натоварване надхвърля възможностите за издържане на метала, който отделя реактора от останалата част от кораба.

Политика

В момента Русия е единствената страна, която разработва проект за ядрен двигател в света, пише в. „Известия". Според него проектите на САЩ за спътници с ядрени двигатели са били закрити през 1994 г. Затова и в Русия се опасяват, че другите държави, начело с Щатите, ще се опитат да попречат на развитието ѝ в тази област.

Именно като заплаха в Москва гледат на дебатите по време на 59-ата сесия на Комитета към ООН по използване на космическото пространство за мирни цели, която се проведе през юни т.г. във Виена. В рамките на форума САЩ, Великобритания, Германия, Франция, Япония, Италия, Австралия, Бразилия и други държави (общо 25 страни) излязоха с инициативата да бъдат приети принципи за „дългосрочна устойчивост на космическата дейност". Част от тях са свързани с преоценка на основите за използване на ядрени източници на енергия в космическото пространство. През февруари 2017 г. ще бъде разгледана именно употребата на атомни двигатели в Космоса.

В същото време обаче Русия е търсена като партньор в Космоса и нейните технологии в областта на ядрените двигатели може и да се окажат потенциално полезни. През март 2016 г. директорът на НАСА Чарлс Болдуен заяви, че САЩ гледат на своята програма за пилотиран полет до Марс като на международно начинание, в което може да се включи и Русия. Месец по-късно се появиха информации, че НАСА и „Роскосмос" обсъждат съвместна работа в окололунното пространство. Сред разглежданите мисии е и една с цел събиране на почва от Луната, която е подготовка за пилотиран полет до Марс. Подобен интерес за съвместни действия в посока Луната и Марс е изказал и Пекин.

В западните медии често се срещат скептични оценки за руските амбиции в областта на ядрените двигатели. Основен аргумент е, че Русия, която се намира под санкции и все още търси своя път към добър икономически растеж, няма нужните средства, за да развива такива проекти. Посочва се и заплахата, която експерименти в тази област могат да бъдат за околната среда.

Ядрени електрически системи

Описаните по-горе ядрени разработки са за атомни термални двигатели, които нагряват газ и го изхвърлят през соплата. Интересно е дали няма да има все повече атомни електрически системи, при които ядрени реактори се използват като източник на енергия за електрически йонни устройства, изхвърлящи плазма (съставена от йони – заредени електрически частици), за да задвижат кораб в Космоса.

Кораби и спътници с йонни тласкачи се използват вече почти 20 години. Наричат тези двигатели още електрически. Те могат да функционират само в Космоса, където няма други йони и е вакуум. При тях нивото на ускоряване е по-малко, отколкото при химическите ракети, но в дългосрочен план те развиват по-високи скорости с еднакво количество гориво.

Пример за американски проект в областта на ядрените електрически системи е VASIMIR. По него работи от 1977 г. бившият астронавт на НАСА Франклин Чън Диаз. В момента разработчик на проекта е компанията Ad Astra Rocket Company. Подобно на руските амбиции за полет до Марс, хората зад VASIMIR очакват при успешното му разработване да отнема едва 39 дни да се достигне до Червената планета. Затова е изкушаващо да се мисли, че надпреварата в Космоса никога не е преставала. И ядрените технологии в овладяването му изглежда са част от бъдещето.

Фото **2045.com**

Инициатива 2045 предвижда няколко основни стадия – роботизирано копие, аватар с трансплантиран мозък след смъртта, аватар с изкуствен интелект и прехвърлена идентичност, аватар-холограма

ЧОВЕШКОТО **СЪЗНАНИЕ В МАШИНА**

автор: **Александър Александров**

Дали ще е възможно някой ден човешкото съзнание да бъде копирано в компютър и да съществува на практика вечно, съхранявайки свои копия в центрове за данни и избирайки си различни роботизирани тела, според футуристичните модни тенденции? Ако и на вас този въпрос ви звучи налудничаво, значи просто имате достатъчно здрав разум. За милиардера Дмитрий Ицков обаче, този сценарий не само е напълно възможен, а е въпрос на броени десетилетия да се реализира на практика.

РУСКИ МИЛИАРДЕР ПЛАНИРА ДА ПОСТИГНЕ **ТЕХНОЛОГИЧНО БЕЗСМЪРТИЕ ДО 2045 ГОДИНА**

Интернет предприемачът, който едва на 35 години вече е натрупал милиарди от уеб медиен бизнес, дори достига по-далеч във визията си за технологичното безсмъртие. Според него някой ден ще има магазини за роботизирани тела и части, и всички ние ще можем да избираме най-новите функции и дизайн на своето механично тяло. Същевременно

съзнанието ни ще има бекъп версии

съхранени на сигурно място в различни центрове за данни по света или на собствени сървъри. Така дори текущото „тяло“, което използваме, да се повреди или да бъде изцяло унищожено, ние няма да „загинем“. Всичко, което ще трябва да направят нашите близки, е да разархивират и инсталират отново наше копие, след което просто ще си изберем ново механично тяло. Днес всичко това звучи фантастично. По същия начин обаче един човек, живял през античността, вероятно би гледал на възможността лекарите да му пришият отново откъснатия крайник или да му трансплантират орган, заменяйки този, който вече не може да му служи добре – все възможности, които днес са реалност.

Дмитрий Ицков обаче не просто спекулира за технологичното безсмъртие. Той е основател на Инициативата 2045, чрез която влага милиони в изследвания, които имат за цел да направят прехвърлянето на човешкото съзнание на дигитален носител реалност. Организацията днес си партнира с редица научни институти по целия свят, подкрепяйки учени, работещи в сфери като невронните мрежи (neural networks), изкуствения интелект (AI – artificial intelligence) и интерфейсите „мозък – компютър“ (brain – computer interface). Първият етап на проекта предвижда създаването на

своеобразни аватари

роботизирани тела, които ще бъдат свързани с хората и управлявани от разстояние от тях. На по-късен етап се предвижда преместването на човешкия мозък в роботизираните тела, а след това - и прехвърлянето на самото съзнание на дигитален носител. Самият милиардер е зарязал бизнеса си, за да се отдаде изцяло на този проект и лично се е заел да го ръководи.

Името на организацията произхожда от убеждението на Ицков, че технологичното без-

Фото: **Pixabay**

смъртие ще бъде възможно до 2045 година. Срок, който според мнозина учени и ИТ визионери е изключително кратък за толкова амбициозна цел. Ако се замислим какъв беше светът преди 30 години, ще си спомним, че тогава изпращането на писмо до наш близък в друга държава отнемаше седмици и още толкова време беше необходимо, за да получим отговор. За да чуем популярна нова песен, трябваше да отидем до магазина и да си купим

Фото **2045.com**

Дмитрий Ицков се е посветил на практическото изпълнение на проекта си

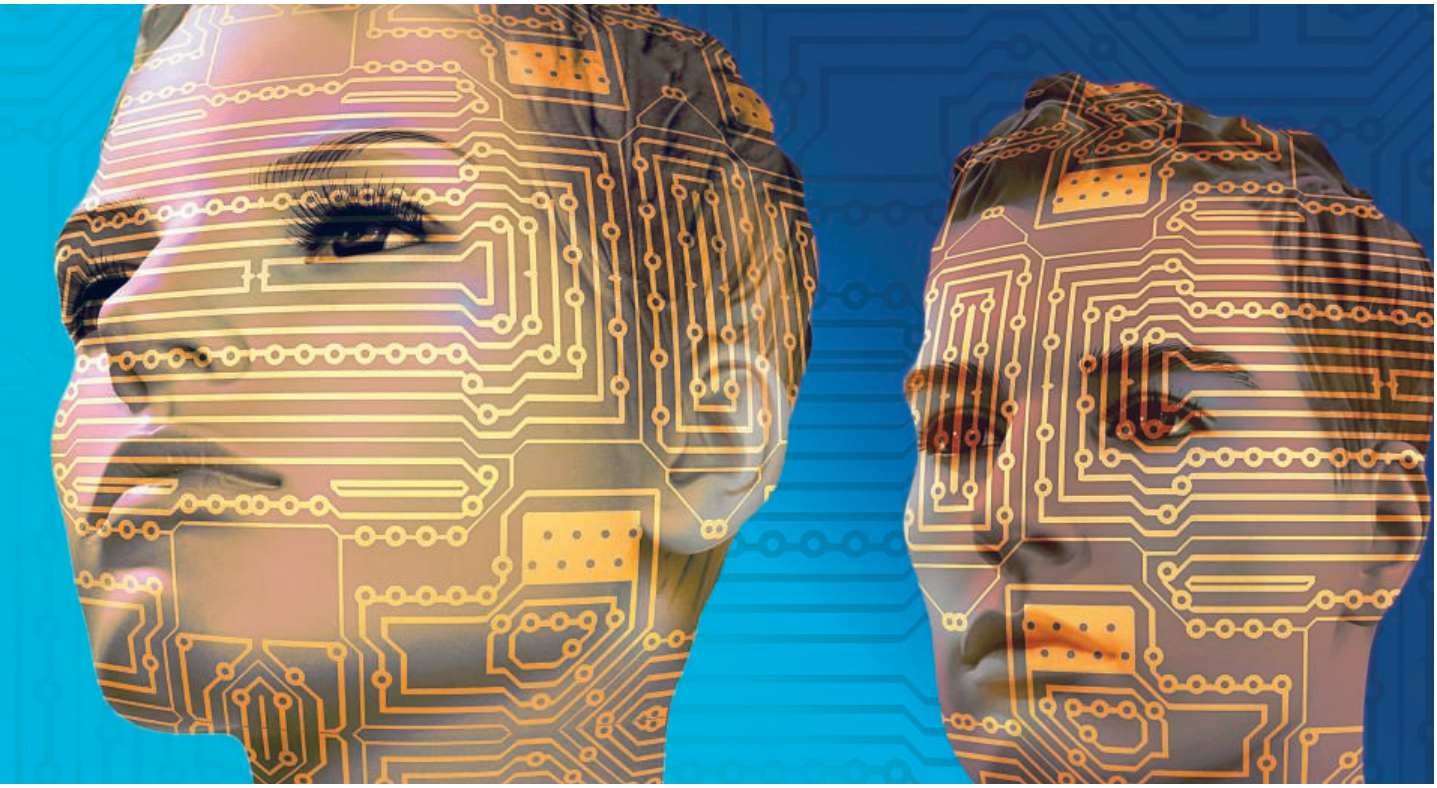
съответната плоча от „Балкантон“, а дори за най-елементарните справки като заглавието на дадено литературно произведение трябваше да ходим до градската библиотека. Днес всички тези дейности могат да се осъществят за броени секунди чрез услуги като Google, YouTube или електронната поща.

Да, светът се е променил наистина до неузнаваемост и през следващите години предстои тези промени да станат още по-мащабни благодарение на напредъка в биотехнологиите, нанотехнологиите, изкуствения интелект и роботиката. Пълноценното прехвърляне на човешко съзнание, заедно с всичките му спомени и мисли в компютър обаче, изглежда твърде „висока топка“ дори ако вземем предвид експоненциалното развитие на технологиите, на което сме свидетели днес. Трябва да признаем, че по

мащабите на своята визия

Ицков изпреварва дори имена като Илон Мъск с неговите частни космически полети и Марк Цукербърг, който се опитва да покрие с интернет всички жители на планетата. Може би в това отношение руският предприемач може да бъде сравнен само с американския футуролог Рей Кърцвейл, който е убеден, че през следващото десетилетие ще достигнем технологичната сингулярност – етап от развитието на цивилизацията, в който хората и машините ще се слеят в една обща интелигентна система.

Всъщност, концепцията за прехвърляне на мозъка в компютър, известна като mind uploading или mind transfer, далеч не съществува от днес. Сред нейните поддръжници са както споменатият по-горе Кърцвейл, автор на няколко футуристични бестселъра и ръководител в Google / Alphabet, така и известният физик и популяризатор на науката Мичио Каку. В книгата „Beyond Humanity: Ciber Evolution“ например трансхуманис-



тите Грегъри Пол и Ърл Кокс предвиждат такъв сценарий за бъдещето. На теория е възможно в обозримо бъдеще да създадем машина, копираща в голяма степен работата на човешкия мозък и 86-те милиарда неврони в него, както и да запишем на нея мислите на даден човек, но е много вероятно нищо в нея да не се осъзнае. Истината е, че до момента човечеството няма представа как мозъкът на практика генерира нашето същество.

Хипотетичните предимства

на прехвърлянето на съзнанието в компютър са много. На първо място, самото безсмъртие, което макар и според някои философи да не е добра идея, вероятно би привлякло повечето хора по света. А и ако допуснем изобщо, че планът на Дмитрий Ицков проработи, няма да се налага хората да избират между досегашния начин на съществуване и технологичното безсмъртие. Те ще могат да изживеят живота си в своето биологично тяло и да преминат към следващия етап едва след това, когато нямат какво да губят. Още повече, че биха могли да копират своето съзнание на дигитален носител дори на по-ранен етап, за да се предпазят от евентуална катастрофа или друга неочаквана причина за смърт.

От друга страна, животът в механично тяло ще бъде интересна възможност за редица изследователи, пътешественици и любители на силните усещания, които ще могат да посетят най-опасните кътчета на планетата или в Космоса, без да рискуват нищо повече от своя роботизиран аватар. Освен това новите тела ще имат много по-малко нужда от поддръжка и всички днешни неудобства на постоянната нужда от храна или функционирането на отделителната система ще бъдат забравени. Още едно хипотетично предимство на прехвърлянето на съзнанието в компютър е възможността то да се „ъпгрейдва“ впоследствие, което би могло да разшири значително паметта или скоростта на мисловните процеси. Това би довело до появата на

ново поколение свръхинтелигентни хора

и вероятно до още по-бързо развитие на науката. Един възможен страничен ефект би бил и нов тласък в развитието на астронавтиката, защото хората ще могат да изпращат на междузвездни мисии свои копия, които ще преодоляват огромните разстояния, без да се притесняват от проблеми като стареене или от непригодността на човешките тела за продължителен живот в Космоса. Освен това подобен дигитален астронавт ще може да пътува в много по-малък кораб, което ще улесни значително достигането до други звездни системи. Или дори ще лети към тях под формата на информация, предавана в светлинен лъч.

Всичко това може и да звучи впечатляващо за мнозина, но не липсват и сериозни доводи против планирания от Ицков постчовешки етап от развитието ни. Безсмъртието звучи изкушаващо, но остава въпросът: Ако някога получим възможност да прехвърлим съзнанието си в компютър, ще продължим ли да бъдем ние? Или ще е просто една достатъчно комплексна програма, която ще се „мисли“ за нас, ще се преструва на нас, но няма да сме ние. И кой ще определя как тази програма ще се развива с времето, когато премине през хиляди стадии на ъпгрейди и доработки? Как ще бъде защитена от извършването на промени по личността ѝ? И ще има ли изобщо понятие като „личност“, или цивилизацията ще еволюира до множество подсистеми, обединяващи се в една обща система. Какво изобщо е животът и какво е съзнанието, и няма ли опасност да ги унищожим в стремежа си да ги направим вечни? Днес тези въпроси може и да не стоят на дневен ред, но ако проектът на Ицков се окаже успешен, след няколко десетилетия човечеството може да се окаже пред най-странната дилема в историята си.

Фото Wikipedia

Penny farthing (високо колело)

ВЕЛО СТРАСТ

автор: **Владимир Митев**

Догодина се навършват две столетия от появата на първия велосипед (виж карето „Кратка история на развитието при велосипеда“) – годишнина, която си струва поглед назад. Днес не всеки знае, че колелото и техническите решения, свързани с него, довеждат до появата на автомобилите. Но тези решения имат и още по-голяма значимост.

Преди да стартират самолетната си фирма и да извършат първия полет в историята, братята Райт 17 години (1892-1909 г.) имат бизнес с ремонт и поддръжка на велосипеди. Това не бива да учудва, защото последното десетилетие на XIX век е било време на небивал бум в ползването на колелото.

Фото Pixabay

По онова време велосипедите са били използвани от жените, търсещи равноправие, за да покажат, че те могат същото, каквото е по силите и на мъжете. Пример в тази посока е американката Ани Коен Копчовски, известна още като Ани Лондондери, която през 1894 г. тръгва на околосветско пътешествие с колело от Бостън и го приключва успешно след 15 месеца. Така благодарение на своята страст към велосипеда тя доказва революционната за времето си идея, че жените могат да се грижат сами за себе си и да извършват големи дела.

Изобретателите също са провокирани да се изявяват чрез подобряване на велосипедите. Някои от най-важните изобретения в новата и най-новата история на човечеството са свързани с колелото. Ирландският ветеринар Джон Дънлоп например създава пневматичната каучукова гума, но и поставя началото на световноизвестната компания за гуми, кръстена на неговото име.

Не всеки знае, че каучукът по принцип има бял цвят. Затова и първите гуми на велосипеди са бели. През 1900 г. американската компания Binney & Smith започва да продава субстанция, която не само потъмнява каучука, но и усилва неговата здравина. Ето защо днес гумите на автомобилите и колелетата не са бели.

По принцип развитието на велосипедните иновации е ставало в САЩ, Великобритания и Франция. Но

Кратка история на развитието при велосипеда

1817 Германецът барон Фон Драйс създава дрезината – първото превозно средство, което прилича на велосипед. По-късно е създадена разновидност на 4 колела на дрезината, която се използва за придвижване по железопътни релси.

1858 Педалите се появяват за първи път при т.нар. boneshaker (костотресач). Странното име е дадено заради неудобството, с което е съпроводено карането му, свързано с чести падания.

1866 Високото колело идва. Penny-farthing, наричано още високо колело (high wheeler), има огромно предно колело и малко задно. Този вид возила са нестабилни, тъй като имат висок център на тежестта и често управляващите ги губят равновесие.

1868 Започва серийното производство на колелета. Появява се и първото колело, захранвано с пара – the Roper Steam Velocipede. То е считано от някои за първия мотоциклет.

1869 Създадени са първите каучукови гуми и е проведено първото състезание. То е във Франция – между Париж и Руен (113 км).

1870 На пазара се появява популярният днес в цирка велосипед с едно колело.

1879 За първи път е направено колело с верига. Велосипедите без верига са имали проблеми със задвижването, спирането и преодоляването на препятствия, защото педалите са били на предното колело, докато задното е трябвало да бъде задвижвано от инерцията.

1884 „Безопасното колело“ е първото, което наподобява днешните велосипеди. То има две колелета с еднаква големина. Допринася много за въвличането на жените в придвижването с велосипеди.

1887 Американският имигрант Томас Стивънс става първият човек, обиколил света на велосипед. Той е управлявал „високо колело“. Пътуването му започва в Сан Франциско на 22 април 1884 г. и завършва на същото място през януари 1887 г.

1888 Изобретени са надуваемите гуми. Техен създател е ирландският ветеринар Джон Бойд Дънлоп. Той познавал добре свойствата на каучука и направил надуваеми (пневматични) гуми за тротинетката на своя син. Велосипедистът Уили Хюм използва гумите на Дънлоп и печели наред състезания в Ливърпул. Успехът доказва превъзходството на този вид гуми.

1890 Направени са първите велосипеди от алуминий.

1891 Появява се тандемното колело. То изчезва напълно от пазара след Втората световна война. През 60-те и 70-те години се завръща.

1895 Огдън Болтън-младши получава патент за колело, захранвано от 10-волтова батерия. Това е първият електрически велосипед.

1896 Колоезденето достига до Олимпийските игри.

ПРЕЗ 2017 Г. ЩЕ СЕ НАВЪРШАТ ДВЕСТА ГОДИНИ ОТ СЪЗДАВАНЕТО НА ВЕЛОСИПЕДА

докато там е поставено началото, днес най-големият доставчик на компоненти за велосипеди на световния пазар е японската фирма Shimano. Производител №1 в света по количество колелета е Китай.

Според публикация на блога на Световната банка днес на планетата има 2 млрд. велосипеда. Очаква се до 2050 г. те да станат 5 млрд. Налице е очевиден скок в употребата на този вид превозни средства – за спорт, за развлечение и за придвижване в градски условия.

Велосипедът е „най-демократичното средство за транспорт, с което разполага човечеството“, смятат водещите на предаването Caterpillar по италианското радио RAI2. Те предлагат колелото да получи Нобелова награда за мир. Междувременно 118 италиански депутати номинираха женския тим на Афганистанската велосипедна федерация за същата награда за 2016 г. Разбирането на номиниращите е, че велосипедът е екологично чист, икономичен и достъпен.

Според Европейската федерация на велосипедистите карането на колело може да допринесе за реализацията на 11 от 17 глобални цели на развитието на ООН. Други изследвания посочват, че въртенето на педалите може да осигури трилиони долари спестени обществени разходи в периода до 2050 г.,

Фото http://www.renishaw.com/

Съвременен модел, направен на 3D принтер

Фото Wikipedia

Друг ретро модел - boneshaker (костотресач)

включително заради намалени емисии от личния транспорт в градовете.

Не бива да се пропуска и фактът, че велосипедите стават все по-технологични. Американското колело Solid има Bluetooth и това му позволява да се свърже със специално приложение на смартфона на колоездача. Така то предоставя навигационна информация.

Други модели велосипеди също използват смартфона, за да изведат данни като скорост, изминат път или изгорени калории по време на движението. Вече има и отпечатано с 3Д принтер колело от титан.

Даниел Пембъртън - автор на „Книгата на празните удоволствия“, сравнява карането на колело с ходенето: „Колоезденето е най-великата и най-приятната форма на транспорт, измисляна някога. Тя е като ходене само с 1/10 от усилията.“ Самата дума велосипед може да бъде преведена като „бързи крака“.

Една от вечните мисли на Алберт Айнщайн може да служи и за философска база в битието. „Животът е като колоезденето. За да поддържаш баланс, трябва да продължаваш да се движиш“, заявява геният.

1898 Отпада необходимостта постоянно да се въртят педалите, за да се движи колелото. Нововъведението се нарича freewheeling.

1901 Появяват се първите колелета, които се управляват от легнало положение. Нововъдението може да звучи непрактично. Но всъщност световният рекорд за най-бърз велосипед е постигнат именно с такъв вид возила – 133,78 км/ч. Обяснението се крие в аеродинамичната им форма.

1903 За първи път се провежда „Тур дьо Франс“. В рамките на 19 дни участниците изминават 2 428 км.

1905 Пол дьо Вив първи създава колело с две скорости.

1920 Появяват се първите детски велосипеди. Преди това карането на колело е било извършвано само от възрастни.

1921 Японецът Шозабуро Шимано основава фирмата Shimano Inc., която в момента държи 50% от световния пазар на компоненти за велосипеди. Компанията продава всичко – от части за спирачки, през скорости до компоненти за педали.

1924 Създаден е първият велоавтомобил. На практика това е велосипед, който е изцяло обгърнат от рамка и обикновено има 3 или 4 колела.

1962 Американската компания Moulton създава нова мода в дизайна на велосипеди. Нейните возила са с малки колелета, гуми под високо налягане за по-добро ускорение и с амортисьори, изпреварили времето си. Този дизайн се превръща в символ на 60-те години и създава цяло направление в дизайна, което съществува и до днес.

1970 Създаден е първият велосипед , специално пригоден за труден терен. Той има по-здрави гуми и амортисьори, които му позволяват да катери баири, да преминава през камъни и мръсни пътища и всичко друго, което се среща в планината. Днес маунтин байкът е популярен спорт, но той е съпроводен и с рискове от катастрофи, падания и контузии.

1974 Появяват се велосипеди от титан. Това е метал, който е много здрав и устойчив и в същото време лек за своята здравина. Той обаче е скъп и труден за обработка, поради което и този вид колелета струват доста пари.

1983 В употреба влизат първите циклокомпютри – малки цифрови устройства, които се прикрепват към колелото и показват скоростта, изминатото разстояние и текущия час.

1990 Shimano Inc. създава единно устройство, с което се контролират спирачките и се сменят скоростите. Първоначално то е трябвало да се използва само при състезателни колелета. Но днес го имат масово повечето от велосипедите.

1993 Електрическата смяна на скоростите позволява тяхното по-бързо превключване и дава други удобства като по-малко необходима поддръжка, по-лесен контрол и други. Проблемът е, че ако батериите на устройството са изтощени, няма как ръчно да се извършва същата дейност. Електрическата система е и по-скъпа, и по-малко надеждна.

1994 Появяват се дисковите спирачки. Те представляват метален диск, който се прикрепва към колелото. Когато се натиснат спирачките, дискът принуждава колелото да се забави.

ДИАМАНТИТЕ СА ВЕЧНИ, **ПРИНЦЕСИТЕ – НЕ**

СЪДБАТА НА ГУЛНАРА - ДЪЩЕРЯТА НА УЗБЕКИСТАНСКИЯ ПРЕЗИДЕНТ ИСЛАМ КАРИМОВ, ПОКАЗВА, ЧЕ ИМА ТАВАН ЗА ВЪЗХОДА ДОРИ НА НАЙ-МОГЪЩИТЕ НАСЛЕДНИЦИ НА ДЪРЖАВНИТЕ ГЛАВИ

автор: **Владимир Митев**

Някои хора отдават целия си живот, за да станат добри в дадена област. Гулнара Каримова не е от тях. До 42-рата си година дъщерята на узбекистанския президент Ислам Каримов бе направила кариера в попмузиката, модния дизайн, бижутерията, дипломацията и бизнеса. Този бурен живот на международната знаменитост спря през февруари 2014 г., когато тя бе поставена под домашен арест в родината си.

Възходът и падението на Гулнара показват, че кръвната връзка с могъщ лидер може да е дар, а може и да се превърне в препятствие, когато детето си повярва твърде много. По рождение Каримова има привилегировано положение като дъщеря на узбекистанския държавен глава. И подобно на други деца на велможи тя превръща своите връзки в пари и могъщество.

78-годишният й баща обаче търси подходящ наследник, а Гулнара изглежда е натрупала прекалено много влияние през годините. И ето че вече две години е в немилост. А от световните съдилища в последните месеци идват съобщения за присъди срещу нейни фирми и запори на банковите й сметки…

Нагоре по образователната стълба

Гулнара завършва средно математическо училище през 1988 г. След това учи в Ташкентския държавен университет, където получава бакалавърска степен по международна икономика. Още като студентка работи като преводач в Търговско-индустриалната камара на Узбекистан. Успява да завърши курс по дизайн на бижута в Нюйоркския моден технологичен институт.

Между 1994 и 1996 г. продължава обучението си в областта на икономиката в Узбекистанската академия на науките, става асистент в Университета за световна икономика и дипломация, а впоследствие и в Министерството на външните работи на страната си, където изготвя политически анализи и прогнози. Следва магистърска степен по регионални изследвания от Харвардския университет (1998-2000 г.). През 2001 г. Каримова получава докторска степен по политически науки от Университета за световна икономика и дипломация. В добавка към множеството дипломи е и бакалавърската степен по телекомуникации от Ташкентския университет по информационни технологии (2006 г.).

Дипломат

Едно от професионалните превъплъщения на Гулнара Каримова е на служител в узбекистанското министерство на външните работи. В продължение на няколко години тя е съветник в мисията на страната си към Обединените нации в Ню Йорк. Прекарва две години и като съветник в посолството в Москва. Следват три години като съветник към министъра на външните работи. Върховите й постижения на дипломатическото поприще са след 2008 г., когато тя става последователно заместник външен министър по културните и хуманитарните въпроси (февруари 2008 г.), постоянен представител на Узбекистан към ООН и други международни организации в Женева (септември 2008 г.) и узбекистански посланик в Испания. Получава наградата „Път на копринатa и хуманитарно сътрудничество“, дадена й през 2012 г. от Шанхайската организация за сътрудничество.

Личен живот

Превръщането на Гулнара в бизнес дама вероятно има своето обяснение в нейния личен живот. Тя се омъжва на 19 години за Мансур Максуди – натурализиран американски предприемач от афганистански произход. Двамата се срещат на парти в дома на родителите й и след шестмесечна връзка решават да сключат брак в две части. Религиозната церемония е в Узбекистан през ноември 1991 г., докато гражданската церемония е в Ню Йорк месец по-късно.

Каримова на икономически форум за Близкия изток през 2009 г.

През следващите десет години, в които Гулнара учи и се утвърждава професионално, двамата живеят в Ню Джърси и пътуват често до Узбекистан, за да може Максуди да поддържа бизнеса си, а тя да общува със семейството си и да върви напред в кариерата. Междувременно отглеждат момче и момиче, дъщерята на президента учи в Харвард, а заедно с мъжа си купуват и продават апартаменти в Щатите.

През юли 2001 г. обаче между двамата избухва конфликт. Максуди заявява, че бракът им е свършен. Каримова потегля за Ташкент с децата на следващия ден. Впоследствие срещу бившия й съпруг е издадена международна заповед за задържане. Родините му в Узбекистан се озовават зад решетките. Той губи бизнеса си в родината на Каримова. Успява да спечели правната битка за попечителството на децата в американски съд. Но вече бившата му съпруга пречи на Максуди да вижда децата си след това.

Бизнес

В същата 2001 г. започва и бизнес измерението в интересите на Каримова. Според разследвания на американската неправителствена организация „Проект за отразяване на организираната престъпност и корупцията“ началото е с телекомите.

В края на 2001 г. Гулнара се среща с Шахид Фероз – президент на базираната в Атланта, САЩ, телекомуникационна компания ICG. В началото на 90-те ICG основава узбекския мобилен оператор Uzdunrobita (първия по рода си в Централна Азия) в рамките на съвместно предприятие с узбекското правителство. Гулнара поставя ултиматум на Фероз – да й предаде 20-процентен дял в телекома, или начинанието ще бъде ликвидирано.

ICG приема „предложението“. 20% от собствеността на Uzdunrobita са прехвърлени на Revi Holdings – компания,

Фото Wikipedia

Президентът Ислам Каримов е принуден да държи изкъсо любимата си дъщеря, която се превърна в заплаха

регистрирана в свободната търговска зона на Обединените арабски емирства „Шарджа“ под контрола на Каримова. Няколко месеца по-късно Узбекският комитет за държавна собственост прехвърля 31-процентен дял от Uzdunrobita, намиращ се под държавен контрол, към младата бизнес дама. Тя се превръща в мажоритарен собственик, без да е инвестирала никакви пари.

Според свидетелство на приближения до нейните бизнес дела бивш партньор на мъжа й Фарход Иногамбаев, впоследствие „големи суми в американски долари започват да пристигат по сметките на компаниите на Каримова от Узбекистан“. Парите са от различни компании от различни краища на света и често са свързани с консултантски услуги.

Златните години

Каримова жъне успехи в различни области докъм 2012 г. Под сценичното име Гугуша – както баща й я нарича, тя заснема няколко клипа. През юни 2012 г. дори издава дебютен албум в Щатите. Част от постиженията й е видеоклип на песента „Besame Mucho“, в който прави дует с Хулио Иглесиас. Има и дует с Жерар Депардийо.

Контактите в света на шоубизнеса не спират дотук. През 2009 г. Стинг пее в Узбекистан. Концертът му е част от културен проект, задвижен през 2006 г. от узбекистанската принцеса. По-късно британският музикант аргументира изпълненията си в централноазиатската страна с контратезата, че над Узбекистан няма културно ембарго: „Изкуството, журналистиката, бизнесът, движението на идеите – вярвам и силата на музиката – са неща, които са добри за държави с тоталитарни режими. А Каримова вероятно ще управлява страната някой ден. Тя е по-чувствителна към културата… Така че – защо не? Нека да оставим вратите отворени.“

Бижутерията е друга територия за изява на бизнес дамата. През март 2009 г. тя представя своя колекция от бижута, създадена за известната швейцарска компания Chopard и наречена „GULI за Chopard“. През септември 2010 г. пък Гулнара представя на Нюйоркската седмица на модата модната си линия Guli, която използва узбекистански текстил и дизайн, стъпващ на традиционна национална дреха.

Това са само някои от постиженията на наследницата на Ислам Каримов. Тя е считана за една от десетте най-богати узбекистанки. И както подобава на дама от нейния ранг, се занимава и с благотворителност.

Обратът

От 2012 г. нататък в западните медии започват все по-често да се появяват статии, които свързват Каримова с корупция. Това е началото на края на нейния успех. През февруари 2014 г. „принцесата“ е задържана под домашен арест заедно с дъщеря си. Синът й – Ислам Каримов-младши, продължава да учи във Великобритания, но няма възможност да се среща с нея при завръщанията си в Узбекистан.

През последните години фирми, свързани с Гулнара, бяха уличени в САЩ, Холандия, Швеция, Швейцария и Узбекистан в пране на пари или корупция. През юли т.г. холандски съд реши да бъдат конфискувани 123 млн. евро активи от компанията Talikant, свързана с Гулнара Каримова. Според съда руско-норвежкият мобилен оператор VimpelCom и скандинавският телеком Telia AB са дали подкупи на Talikant, за да получат лицензи за 3G мрежи, телекомуникационни честоти и други придобивки в полза на техните узбекски поделения.

През февруари 2016 г. VimpelCom изплати 795 млн. долара в глоби на американските и холандските власти, за да уреди отношенията си със съдилищата в двете държави, след като призна, че е давал подкупи на Каримова, пише Financial Times.

През август 2015 г. Швейцария замрази сметки, свързани с дъщерята на узбекистанския президент, в рамките на разследване за пране на пари и подправяне на документи.

Вече споменатият „Проект за отразяване на организираната престъпност и корупцията“ смята, че Гулнара е използвала влиянието си, за да получи над 1 млрд. долара в акции и плащания от пет чуждестранни фирми.

А какво казва Каримова? До февруари 2014 г. Twitter акаунтът на Гулнара публикуваше редовно „разкрития“ за управляващото семейство. Тя обвини майка си и сестра си, че са заговорничили против нея и са повлияли на баща й да се обърне срещу й.

По-вероятно е обаче и международният, и вътрешният натиск да са накарали Ислам Каримов да обуздае щерка си. Узбекистан е съюзник на САЩ в борбата с тероризма и граничи с Афганистан, където продължават да действат американски военни части. Затова негативните публикации в американски и западни медии за Гулнара едва ли са желани от управляващото в Ташкент семейство.

От друга страна, младата Каримова има своите фенове и по света, и в родината си, но според информация на Уикилийкс е една от „най-мразените“ обществени фигури в Узбекистан. Описват я като алчна за власт. Възможно е това да е променило отношението на баща й и той да е видял в нея по-скоро заплаха, при положение, че търси свой подходящ наследник. С Гулнара под домашен арест президентът може по-спокойно да мисли за политическите дела. Диамантите са вечни, принцесите – не.

Este
Restaurant

Sweet dreams

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

Сиела Норма АД е компания, утвърдена като едно от водещите издателства, притежател на верига книжарници и интегратор на информационни системи в областта на търговията, правото и бизнеса. Книжарници „Сиела“ са една от най-големите и бързоразвиващи се книжни вериги в България. Своето начало в сферата на книготърговията на дребно „Сиела“ поставя през 2006 г. и тази година празнува 10-годишнина. В момента оперира в 11 мащабни книжарници в едни от най-големите български градове - София, Варна, Бургас, Пловдив, Русе, Плевен и Стара Загора, разположени предимно в крупни търговски центрове.

Пазарният дял на книжарниците е 18% от националната търговия с книги. Средно годишно във веригата се продават над 2 000 000 продукта, като приоритетни са книгите. Освен тях, в книжарници „Сиела“ можете да намерите една от най-богатите колекции музика, филми, семейни игри, пълен набор от канцеларски материали и много други забавни и интересни подаръци.

През годините книжарници „Сиела“ са партньор и изключителен доставчик за книги в търговски вериги, бензиностанции и хипермаркети, разположени на територията на цялата страна.

Част от веригата са и два от водещите сайтове за електронна търговия с книги, музика, играчки и др. - www.ciela.com и www.mobilis.bg.

За развитието на книжарници „Сиела“ в последните 10 години и тяхното бъдеще разговаряме с Иван Ласков, директор „Книжарници“.

Иван **Ласков**:

ВЪЗРАЖДАНЕТО НА ЧЕТЕНЕТО РАЗВИ ТЪРГОВИЯТА С КНИГИ

Г-н Ласков, кога и как отвори врати първата книжарница „Сиела“?

- Първата голяма книжарница от веригата отвори врати преди 10 години, с откриването на един от първите модерни търговски центрове в България – МОЛ София. До този момент нямаше подобен формат и това беше истинско предизвикателство за екипа. Благодарение на професионализма и усилията на всички успехът бе грандиозен и доведе до решението за създаване на ново звено в „Сиела“, което да поеме организацията и управлението на бъдещата верига книжарници.

- Десет години по-късно веригата притежава 11 магазина в цялата страна. Каква е формулата за успех?

- Колкото и банално да звучи формулата за успех, както във всяко едно начинание, е много труд и усилия на всички свързани с дейността. Водейки се от богатия международен опит, ние създаваме не просто магазини за книги, а едни своеобразни кул-

„КНИЖАРНИЦИ СИЕЛА“ СЪЗДАВА НЕ ПРОСТО МАГАЗИНИ, **А СВОЕОБРАЗНИ КУЛТУРНИ СРЕДИЩА**

турни средища, в които читателите могат да се срещнат с любими автори, а за децата се организират забавни работилнички и четения. Създават се предпоставки, при които цялото семейство да прекара приятни мигове, заобиколено от уникална атмосфера.

- Човешкият фактор важен ли е за успеха?

- Голяма част от успеха се дължи на хората. През годините сме изградили екип от професионалисти, едни от най-добрите в бранша. Основата от екипа на първата книжарница все още продължава да работи там и да предава своя опит на по-младите си колеги.

- Обичате ли да експериментирате, или залагате на доказани методи за управление?

- Доказаните методи, в съчетание с налаганите от пазара нови способи, са може би най-удачната форма за управление. Стремежът винаги е бил в експериментиране на нововъведения, които почти винаги водят до успехи.

- Как успяхте да се наложите на пазара при голямата конкуренция в книжния бизнес?

- През десетте години от съществуването на веригата пазарът на книги претърпя огромно развитие. Възраждането на четенето създаде предпоставки за развитие на книготърговията. Наблюдават се постоянни ръстове в издаването и продажбите. Имаше опити за навлизане на чуждестранни оператори на пазара.

Конкуренцията при нас се води основно между големите вериги. „Сиела“ успя да наложи и запази лидерското си място на книжния пазар. Всичко това се дължи на голямото разнообразие на артикули, които предлагаме.

Стремим се да имаме всички издания на български и световни автори, издадени на български език. При нас може да се намери и голяма част от чуждоезиковата литература, внасяна в България.

„Сиела“ е най-големият търговец на музика и филми на крайни клиенти. Следвайки тенденциите в търговията, обръщаме голямо внимание на съпътстващи стоки от рода на канцеларски материали, подаръчни и детски стоки.

Благодарение на нашите добри партньорства с водещите производители и вносители в България, ние имаме възможността да предложим в магазините си един уникален микс от стоки, задоволяващи все по-големите потребности на клиентите.

- В каква посока ще се развиват книжарници „Сиела“?

- Книжарници „Сиела“ поеха по правилния път на развитие и смятам, че ще продължим да се развиваме в тази посока. Нашата политика е да предлагаме най-богатия и ранообразен асортимент от стоки, добро обслужване и различни събития, които да накарат хората да искат да прекарват все по-голяма част от свободното си време именно в книжарниците.

ЗРЕЛИЩНОТО БЕДСТВИЕ РИО 2016

Бляскавата закриваща церемония на Игрите

автор: **Людмил Захариев**

Олимпиадата в Рио отмина и е време за равносметка. Спортното събитие трябваше да е шансът на Бразилия да покаже на света своето ново, модерно лице. Вместо това страната, изпаднала в бедствено финансово и икономическо положение, не спести нито един от страховете на спортния свят – от мръсния въздух и опасната за къпане вода, през недовършените или зле направени съоръжения, до протестите на местните жители и масовата престъпност.

Церемониите по откриването и закриването на игрите бяха пищни и демонстрираха бразилската култура и дух. Но организацията за най-голямото спортно събитие не бе толкова бляскава. Игрите през 2016 година бяха белязани от редица скандали, а основният проблем се коренеше в организацията. Властите не успяха да изпълнят и едно от основните си обещания, с които спечелиха домакинството - да гарантират по-чисти води и по-чист въздух. И макар опасенията от епидемия от Зика да не се сбъднаха, редица други проблеми придобиха обществено внимание.

Огромни разходи и протести

И по време на Олимпийските игри много бразилци недоволстваха, а причините за това са безкрайни - Бразилия е изправена пред една от най-тежките рецесии в историята си; гражданите страдат от икономическа нестабилност, високи данъци, липса на инфраструктура и високи нива на безработица и престъпност. Участници в Олимпиадата дори бяха посрещани на летището в Рио от служители на реда с транспарант „Добре дошли в ада“.

Още месец преди началото на игрите общината в Рио обяви, че е в бедствено положение, и се наложи федералното правителство да се намеси със спасителна финансова инжекция, за да могат съоръженията да бъдат довършени, полицаите да получат заплатите си, а пенсионерите - пенсиите си. Въпреки това само малка част от тези ангажименти бяха изпълнени.

Първоначалният бюджет за Рио бе 12 млрд. долара, но в крайна сметка цената надхвърля $20 млрд. Разликата пък е попълнена от допълнително свиване на бюджета за обществено здравеопазване и образование. Като резултат последваха редица протести, включително и по време на игрите.

Ширеща се престъпност

От началото на 2016 г. Рио е имал най-голям брой улични грабежи в последните 11 години. Разбира се, и участниците в Олимпиадата станаха жертва на ширещата се престъпност по улиците на града.

Първо, в началото на юли два контейнера с оборудване от немска телевизия бяха откраднати. След това от хотелите на няколко делегации изчезнаха телефони, таблети, дрехи и дори бельо. Накрая редица спортисти, треньори и министри бяха подложени на нагли и публични въоръжени грабежи в Рио. Стигна се дори и до застрелян обирджия. Социалните мрежи се изпълниха с видеа с нагли кражби от минувачи и гости. Положителното в този смисъл е, че поне изключително високите нива на престъпност в страната получиха по-

ОРГАНИЗАЦИОНЕН ХАОС И СКАНДАЛИ
БЕЛЯЗАХА ОЛИМПИЙСКИТЕ ИГРИ

Протести на полицаи посрещаха гостите на летището с плакати „Добре дошли в ада“

голямо внимание.

Лоши условия и недовършени съоръжения

Серията несполуки пред организаторите на Олимпиадата в Рио де Жанейро се допълни от проблема с настаняването на спортистите в Олимпийското село и условията, при които те трябваше да живеят. Спортистите се сблъскаха и с недовършени апартаменти, блокирани тоалетни и дори изложени проводници, а няколко делегации директно отказаха да настанят своите представители в селото.

Транспортната система за извозване на правителствени гости и служебни лица може да бъде спокойно наречена катастрофална, а тренировъчните съоръжения се оказаха много далеч от Олимпийското село. Имаше дори оплаквания от състезатели, че са закарани на грешно съоръжение и едва не изпуснали стартовете си. И българският спортен министър Красен Кралев сподели възмущението си от организацията на Олимпийските игри в Рио, като не спести критиките си към спортното събитие на годината.

Замърсени води

Рио има остаряла канализация и отдавна се сблъсква със замърсените води. Организаторите на Олимпиадата обещаха този проблем да бъде решен до Игрите, но това така и не се случи. „Асошиейтед“ прес извърши независимо проучване, което показа високи нива на вируси и бактерии, идващи от отпадъчни води. Проучването заключи, че водата не е безопасна за плуване.

Стигна се и до оцветяването на няколко олимпийски басейна в зелено, а организаторите не успяха да назоват конкретна причина затова. От Международната федерация по плувни спортове ФИНА констатираха, че проблемът е заради липсата на достатъчно химикали в системата, което е променило pH нивата и е предизвикало промяна в цвета на водата.

Празни места

Билетите за спортните събития в Рио бяха много по-евтини от тези на Олимпийските игри в Лондон през 2012 г. Въпреки това някои от игрите бяха посрещани на празни стадиони. Първоначалната информация, че 84% от всички билети са продадени, се оказа не особено достоверна, след като много от местата по стадионите останаха празни, дори и за по-посещавани събития като баскетбол, финалите по плуване, гимнастика и плажен волейбол. За по-непопулярни спортове като вдигане на тежести или ръгби посещаемостта не достигна дори 50 на сто от капацитета на стадионите.

МОК и екипът на Рио 2016 отрекоха да има какъвто и да е проблем с посещаемостта и отдадоха ситуацията на факта, че билетите дават достъп до множество събития по време на един ден, но повечето хора избират да присъстват само на едно.

И макар това да би могло да обясни част от проблема, въпросът е по-сериозен. Още от първия ден посещаемостта бе под очакваната. Затова организаторите започнаха да пълнят стадионите със стотици доброволци, работещи по организацията на игрите в Рио. Друга мярка пък бе да се раздават билети на ученици от държавните училища в Рио де Жанейро.

Слаб допинг контрол

От Организационния комитет на Олимпиадата в Рио де Жанейро изпитаха сериозни проблеми с провеждането на допинг контрола на състезателите по време на Игрите. Процедурата бе сериозно затруднена най-вече от непрекъснато отказващите да продължат работата си доброволци. Някои от допинг чиновниците напуснаха игрите и се върнаха по домовете си, след като били пришпорвани да тичат от обект на обект, често с такси за своя сметка.

Сериозните проблеми със сигурността също попречиха на процедурите. Стигна се дотам неупълномощени лица да имат достъп до строго забранените зони, в които се съхраняват пробите. Представители на Антидопинговата агенция коментираха, че никога досега не са виждали толкова лошо организирана процедура по взимане на допинг проби.

ХАРЧЕНЕ ПО **ОЛИМПИЙСКИ**

автор: **Бисер Манолов**

Организирането на олимпийски игри е едновременно имиджов и изключително скъп ангажимент за страната омакин. В прав текст трябва да се каже, че нито една държава до момента не е спечелила нетно от домакинството на олимпийски игри. Разбира се, че то може да се разглежда и като пиар акция, но съм убеден, че дори като такава ще излезе прекалено скъпа за домакините.

Какво показват конкретните числа? Според проучване на Оксфорд, което проследява бюджетите на 15 летни и 15 зимни олимпийски игри от 1960 година досега, средната цена на летните олимпийски игри е около 5.2 млрд. долара, а на зимните - 3.1 млрд. долара. За най-скъпи летни олимпийски игри се считат тези в Лондон от 2012 г. с бюджет от 15 млрд. долара, а най-скъпите зимни олимпийски игри - тези в Сочи с бюджет от 22 млрд. долара. Според икономистите Робердт Бааде и Виктор Матесон обаче, най-скъпата лятна олимпиада е тази в Пекин, чийто бюджет е в размер на 45 млрд. долара, но както знаем, китайците са съвършени майстори в укриване и манипулиране на конкретни данни за икономиката си.

Олимпиадата в Рио де Жанейро ще струва на домакините около 4.6 млрд. долара. Според различни анализи страната домакин може да очаква приблизително 4 млрд. долара постъпления, от които: от продажба на билети - около 1 млрд. долара, от спонсори - 1 млрд. долара, 1 млрд. долара от телевизионни права и около 1 млрд. долара трансфер от Международния олипмийски комитет.

Да, скъпо нещо е олимпиадата. Да не забравяме, че бразилската икономика се намира в най-дълбоката рецесия от 1930 година досега. На всичко отгоре страната буквално се „тресе“ от политическата криза, започнала с процедурата по отстраняване на Дилма Русеф. Според кмета на Рио де Жанейро Едуардо Паеш, цената на олимпиадата е била „само“ 4.1 млрд. долара, т.е. с 35% по-малко от предварително заложения бюджет в размер на 6.4 млрд. долара. В интерес на истината обаче трябва да кажем, че половината от цялата сума бе набрана от частни инвеститори. В допълнение, така нареченото олимпийско село де факто представлява жилищен комплекс, който впоследствие ще бъде разпродаден. От друга страна обаче, почти 2 млрд. долара от изразходвания бюджет бе предоставена от общината за изграждането на спортни комплекси и инфраструктура. За някои по-непопулярни спортове в страната на самбата е очевадно, че изградените съоръжения са тотална щета, както се казва: „Да си построиш чисто нова църква само за една сватба.“

В исторически план най-тежките икономически последици след организирането на олимпийски игри е имало за градовете Монреал и Атина. След олимпиадата в Монреал през 1976 година общината е била принудена да издаде 30-годишна облигация, за да се справи с разходите. Именно след олимпийските игри в Монреал и катастрофалния финансов резултат всички държави рязко се отдръпват в намеренията си за кандидатстване за страна домакин. За олимпиадата през 1984 година единствената страна кандидат е САЩ. Олимпиадата в Лос Анджелис е може би единствената, която не е на загуба поради факта, че почти не се строят нови съоръжения. Още по-фрапантна е ситуацията с Атина. Правят се толкова безконтролни разходи в инфраструктура и съоръжения, които буквално са „опустошили“ държавния бюджет, според някои икономисти те впоследствие доведоха до

гръцката икономическа криза.

Изследването на Оксфорд акцентира върху факта, че игрите в Рио са върнали олимпийските бюджети в рамките на средностатистическите след игрите в Лондон и Сочи. Знаем поради каква причина в Сочи бяха похарчени тези милиарди, но това е тама за друг коментар.

Организирането на олимпиада само по себе си е мегапроект. Средните разходи, които бяха направени в Рио за участието на един атлет, са около 400 хиляди долара, в сравнение с 600 хиляди долара като среден разход за атлет в исторически план. В Лондон тази сума бе в размер на 1.4 милиона долара.

Организирането на олимпийските игри категорично не е за слаборазвити икономики. Колосалният ресурс, който трябва да се ангажира предварително, по никакъв начин няма почти никаква възвръщаемост за страната домакин. Говоря само и единствено за публично изразходваните средства. Малко по-различно стоят нещата с частните инвестиции.

Според някои анализатори Олимпийските игри в Сидни впоследствие са забавили икономическия растеж на Австралия. В този ред на мисли, преди да се кандидатира за домакин на олимпийски игри, управляващият елит на държавата кандидат много прецизно трябва да изчисли дали може да понесе загубите на публични средства. Останалото са сладки приказки.

Няма спор, че рано или късно ще се наложат съвместните кандидатури за домакинство, по подобие на домакинствата на световните първенства в различните спортове. По начина, по-който в момента се провеждат, олимпийските игри са обречени на домакинства само в държави от листата на десетте най-развити икономики.

Да не забравяме, че броят на олимпийските спортове непрекъснато се увеличава, което означава само едно – все по-големи бюджети. Чудя се какво ли ще стане, ако не се появи нито една държава, желаеща да домакинства олимпийските игри на даден етап!? Да, това е напълно възможно, ако светът навлезе в глобална рецесия. Както видяхме, става въпрос за многомилиардни бюджети. Точно това е основната причина, поради която Международният олимпийски комитет е длъжен да промени процедурите си за избор на страната домакин. Още повече, че на олимпийските игри вече участват масово и професионални спортисти, а в професионалния спорт всичко е пари и зрелище. Нали така, уважаеми господа олимпийци?!

НИТО ЕДНА ДЪРЖАВА ДО МОМЕНТА **НЕ Е СПЕЧЕЛИЛА НЕТНО ОТ ДОМАКИНСТВО НА ИГРИ**

Фото **Wikipedia**

Олимпийско село де факто представлява жилищен комплекс, който ще бъде разпродаден

АТЛЕТЪТ НА АТЛЕТИТЕ

автор: **Илия Лазаров**

Свърши се. Майкъл Фелпс каза „сбогом“ на плуването и този път краят е окончателен. След невероятните 28 медала на най-високото спортно стъпало – Олимпийските игри, и рекорди във всички дисциплини и на всякакви състезания, легендарният плувец прекрати блестящата си кариера. И го направи в обичаен стил – с нови 5 златни и 1 сребърно отличие на Игрите в Рио де Жанейро.

Фелпс започва с плуването на 7-годишна възраст. На 10 поставя първия си национален рекорд, а на 15 вече е част от отбора на САЩ за Игрите в Сидни през 2000 година, което го превръща в най-младия участник в олимпийския тим на американците. Но той не се ограничава само с участието, а се класира за финала на 200 метра бътерфлай и завършва пети. Коронната му дисциплина е именно 200 метра бътерфлай. В нея Фелпс поставя първия си световен рекорд, и то още преди да навърши 16 години. Американецът подобрява световния рекорд в тази дисциплина общо 8 пъти. В кариерата си участва на 5 олимпиади, на 4 от тях печели медали, а подобрените от него световни рекорди са общо 39.

Голямата цел и мечта на Фелпс е да подобри феноменалното постижение на сънародника си Марк Шпиц от 7 златни медала. То е регистрирано на олимпийските игри в Мюнхен през 70-те и бе най-големият брой индивидуални титли, спечелен в рамките на една Олимпиада. Рекордът на Шпиц се смяташе за непревземаем. Фелпс го подобри на Игрите в Пекин през 2008 г., където в рамките на седмица завоюва 8 златни отличия, 7 от които със световен рекорд, и влезе в историята.

Американецът обича предизвикателствата. С всяко състезание той чупи рекорди – национални, олимпийски, световни. Освен че доминира в индивидуалните дисциплини, Фелпс блести и в отборните – той е флагманът на американските щафети и има решителна роля за успехите им.

На Игрите в Рио Фелпс спечели 13-ата си индивидуална олимпийска титла, подобрявайки рекорд на гръцки бегач, поставен преди повече от 2000 години. С 13-те си индивидуални медала Фелпс има с 1 повече от древногръцкия бегач Леонидас от Родос. Той става шампион на 4 олимпиади (от 164 до 152 г. пр.н.е.) в бягането – на 200 м, 400 м и на хоплитодром (бягане с броня и оръжие), спечелвайки общо 12 титли.

„Когато бях малък, винаги съм искал да участвам на олимпиада. Сега съм спортистът с най-много златни медали от олимпийски игри и това ми звучи странно. Просто нямам думи“, споделя развълнуваният американец.

Експерти коментират, че за успехите важно значение имат физическите му характеристики. Обикновеният човек има размах на ръцете, равен на ръста му. При Фелпс размахът е 201 см – с 8 см повече от височината му. Торсът на американеца е удължен, ставите му са изключително гъвкави. Ръцете му работят като гребла, а краката са относително къси, което означава минимална съпротива във водата.

Макар да носи 48 номер обувки, глезените му са по-фини от тези на балетист и действат като витла, позволявайки му да плува с невероятна скорост. Сърцето на Фелпс изпомпва 30 пъти повече кръв към мускулите, отколкото това на обикновения човек. Американецът ненапразно е известен с прозвищата „Куршума от Балтимор“ и „Летящата риба“. Фелпс сякаш е превъплъщение на Ихтиандър – главният герой от романа на руския фантаст Александър Беляев „Човекът амфибия“, който може да живее под вода.

Плувецът се опазва от лоши контузии. Единствената е на китката, която счупва при излизане от автомобил. Сега в нея има малък пирон. Фелпс без съмнение е най-великият и комплексен съвременен плувец и атлет.

„Няма друг спортист в който и да е друг спорт, който да побеждава така, както Майкъл Фелпс го прави в плуването. Той дори срива на прах и световните рекорди“, казва треньорът на тима на САЩ Еди Рийзе. Британският му колега Саймън Бърнет е още по-категоричен: „Фелпс е от друга планета, той е спортист от бъдещето. Неговият баща не само го е създал, но го е програмирал като машина на времето“.

За да постигне всичко това, американецът полага огромен труд. Подготовката му за състезание включва сериозен тренировъчен режим 6-7 дни седмично – физически упражнения, няколко часа плуване в различен ритъм и на разнообразни дължини. Ключовата цел е максимална издръжливост, която е най-важна по време на състезание, особено на средна или по-дълга дистанция.

Фелпс се нуждае от 12 хил. калории на денонощие, за да издържи на тежките натоварвания. Признава, че не си пада особено по диетите. „Ям много и каквото си поискам. Въобще не пазя диети. Поглъщам всичко, което ми попадне под ръка“.

Плувецът бе капитан и знаменосец на олимпийския тим

ЧОВЕКЪТ АМФИБИЯ МАЙКЪЛ ФЕЛПС ПРИКЛЮЧИ С ПЛУВАНЕТО, СЛЕД КАТО СПЕЧЕЛИ РЕКОРДНИ ТИТЛИ

на САЩ на Игрите в Рио. Американците станаха безспорен отборен шампион, като спечелиха впечатляващите 121 медала.

Освен най-успешният, Фелпс е и най-богатият плувец. След феноменалния си успех в Пекин американецът стана рекламно лице на множество популярни световни марки, от които ежегодно печели по над 12 млн. долара. Настоящото му богатство се оценява на над 55 млн. долара.

След края на феноменалната си кариера, Фелпс ще се посвети на семейството си и заслужена почивка. Годеницата му Никол, която скоро ще стане негова съпруга, и невръстният му син Бумър го подкрепяха на всяко състезание в Рио.

Американецът има и фондация, носеща името му, която популяризира плуването и насърчава здравословния начин на живот сред подрастващите.

Фелпс е носител на редица международни спортни награди, редовно е отличаван като плувец и спортист на годината. Властите в родния му град Балтимор засвидетелстваха уважението си към Фелпс, кръщавайки улица на негово име.

Историята на плуването помни редица легендарни атлети като Марк Шпиц, Джони Вайсмюлер, Райън Лохте, Мат Бионди, Иън Торп, Грант Хакет и др. Фелпс обаче е над всички тях. Той е не само най-успешният плувец, но и най-титулуваният спортист в историята на модерните олимпийски игри. Най-великият сред най-великите.

Фото **Shutterstock**

НЕДОСТИЖИМИЯТ БОЛТ

автор: **Илия Лазаров**

Юсейн Болт го направи отново. След Пекин и Лондон, ямаецът пак бе най-бърз и грабна 3 златни медала и на Олимпиадата в Рио де Жанейро. Болт доминираше над съперниците си в типичен стил и влезе в историята като първия спортист с 3 златни олимпийски требъла.

Ямайският спринтьор е безспорният властелин на лекоатлетическата писта през последното десетилетие. Той печели всяко от най-големите състезания и държи световните и олимпийските рекорди и в трите дисциплини, в които се състезава – на 100 м, 200 м и в щафетата на 4 х 100 метра.

С успеха си в Рио Болт се изравни с по 9 олимпийски титли с рекордьорите в леката атлетика Пааво Нурми (Финландия), бегач на средни и дълги разстояния (1920-1928), и с американския спринтьор и състезател на скок дължина Карл Люис (1984-1996).

„Юсейн вече е безсмъртен. Ще го окуража да участва и на Игрите през 2020“, коментира съотборникът му Йохан Блейк, олимпийски вицешампион в индивидуалния спринт на 100 метра от Лондон 2012.

Ямаецът е най-успешният спринтьор в историята и е смятан от мнозина за най-великия бегач за всички времена.

СВЕТКАВИЦАТА ПОРАЗИ И ОЛИМПИАДАТА В РИО И ВЛЕЗЕ ЗАВИНАГИ В ИСТОРИЯТА

Досега 3 пъти подобрява световния рекорд на 100 метра, 2 пъти този на 200 метра и още 3 пъти този на 4 х 100 метра. Той е и единственият спортист, счупил 3 рекорда в рамките на една олимпиада.

Болт е най-бързият човек на планетата и е роден да бъде победител. Другите тичат, а той сякаш лети. „Аз живея за големия момент. Това е времето, в което се съживявам“, споделя лекоатлетът. Целта му е да бъде поставен редом до най-големите – Мохамед Али и Пеле.

Заради името и невероятната си бързина получава прозвището „Светкавицата“. Специалисти изчисляват, че средната му скорост е 37,6 км/ч.

Ямайският спринтьор е един от няколкото атлети, печелили световни първенства във всички възрастови групи – в юношеска, младежка и старша възраст.

Активът на Болт вече е 9 златни олимпийски медала, но тази бройка не отразява нито неговата брилянтност, нито вдъхновението, което поражда. Ямаецът е абсолютно феноменален – от физическите му дадености до начина му на бягане, той е неповторим. Никой преди не е бягал като Болт и никой не може да си фантазира за времената, които той постига.

„Направих леката атлетика вълнуваща, накарах хората да искат да я гледат и да се интересуват от нея, с което изведох този спорт на различно ниво. Доказах на света, че с усилена работа и решителност можеш да постигнеш всичко без допинг“, споделя бегачът.

Освен като феноменален индивидуален спринтьор, Болт се откроява и в отборните дисциплини – той е флагманът на щафетата на Ямайка и има огромна роля за успехите ѝ. Светкавицата и съотборниците му отвяват конкуренцията на всяко състезание. Те спечелиха 4 световни и 3 олимпийски титли през последните 8 години.

Стилът му на бягане е почти непроменен – тръгва поплавно, но с всеки следващ метър увеличава скоростта. Посредата на дистанцията вече е видимо пред останалите, които завършват доста след него. Заслуга за това имат и физическите му дадености – Болт е висок, разполага с дълги крака и огромен разкрач. Обикновено са му нужни 41 крачки, за да пробяга 100 метра. Другото важно предимство е техниката му – ямаецът използва перфектно принципите на гравитацията и се изстрелва като куршум пред останалите.

„Забавих темпото много преди финиша и изобщо не се чувствах изморен. Можех да се върна и да го потворя отначало“, споделя Болт след току-що подобрения световен рекорд на 100 метра на Игрите в Пекин.

Уникалните постижения му носят и сериозни печалби. Той е рекламно лице на някои от най-големите компании и печели 20 пъти повече от колегите си на пистата. Светкавицата вече е натрупал 55 млн. евро благодарение на рекламни договори, а догодина към тази сума ще бъдат прибавени още 64 млн. евро. Болт е 32-ият най-богат спортист в света.

Спринтьорът печели по 2,2 млн. евро на секунда на Игрите в Рио. Сметката важи за двете му шампионски бягания на 100 и 200 метра. Болт притежава няколко къщи на карибски острови и частен самолет. Кара Nissan GT-R.

Атлетът има фондация и дава милиони за благотворителност в родната си Ямайка. Даренията му са най-вече в подкрепа на подрастващите, здравето и спорта.

Освен велик спортист, Юсейн Болт е и голям шоумен. С неподражаемия си стил атлетът умее да забавлява и вдъхновява публиката по цял свят. Той не пропуска да отпразнува всяка своя голяма победа с феновете по трибуните и да си направи селфи за спомен с тях.

Ямайският спринтьор е запален фен на футболния гранд „Манчестър Юнайтед“ и чест гост на стадион „Олд Трафорд“. В последните два случая, в които подобри световния рекорд на 100 метра, клубът му подари фланелка с неговото име и постижението, отпечатано на гърба ѝ. Болт дори предложи да бъде включен в разширения състав на отбора и да играе в някои от мачовете.

Олимпиадата в Рио вероятно ще е последната в кариерата на Болт, той засега не възнамерява да участва на Игрите в Токио през 2020 година. Великият бегач планира отказване след Световното първенство в Лондон догодина, тъй като смята, че е доказал себе си и постигнал целите си.

„Със смесени чувства съм. От една страна, съм облекчен заради всичкия стрес, който трябваше да понеса през годините, но от друга страна, състезанията ще ми липсват. Това е нещото, заради което живеех“, признава Болт.

Бъдещето ще покаже дали най-великият спринтьор ще окачи шпайковете на пирона, или ще доминира над съперниците си на още големи първенства.

Леката атлетика вече търси своя следващ голям герой, който да замени Болт, макар че на този етап задачата изглежда непосилна. „Ще мине много време, преди да се намери човек, талантлив колкото мен, за да подобри рекордите ми“, казва самият атлет.

Казват, че светкавицата не удря 2 пъти на едно и също място. Болт обаче поразява на всяко голямо състезание.

С ЧЕТКАТА И БОИТЕ ХУДОЖНИКЪТ КИРИЛ ЯКИМОВ СЪЗДАВА АБСТРАКТНИ СВЕТОВЕ ОТ ЦВЯТ И ПРОСТРАНСТВО

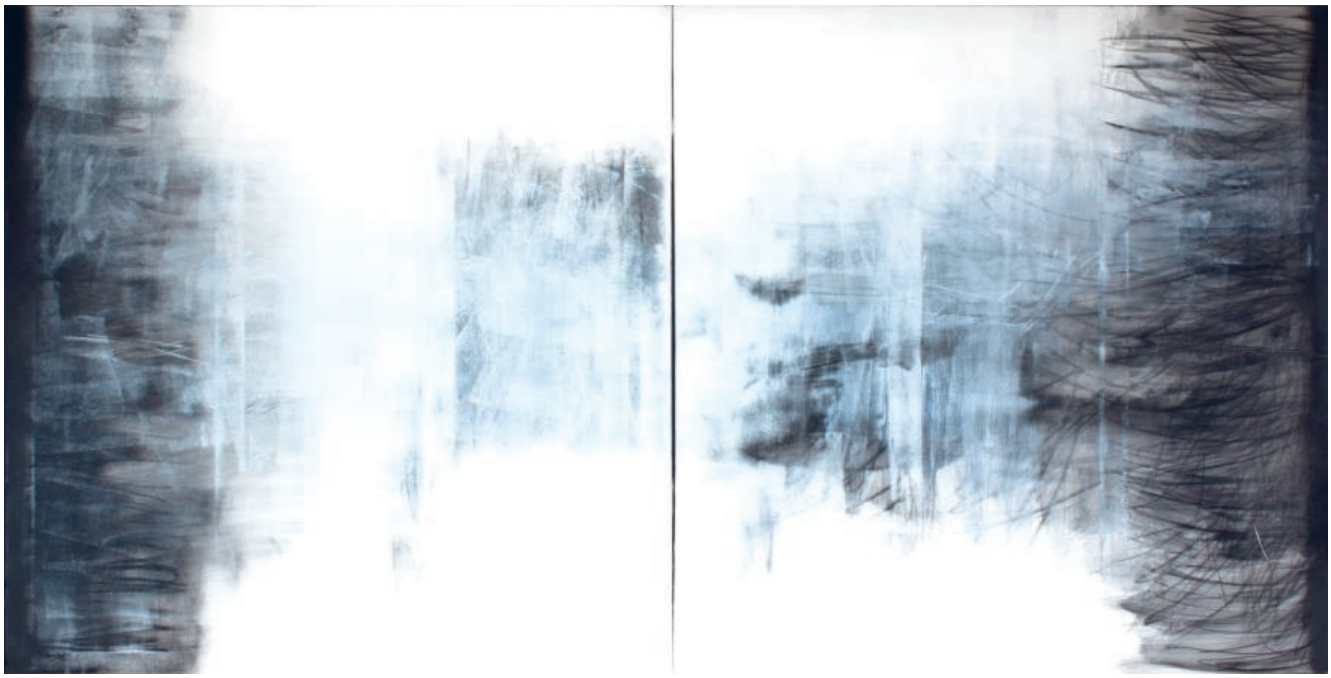
МОИТЕ СТЕНИ

автор: **Яна Колева**

Модерното изкуство е безкрайност от експерименти, техники, „влизания“ под повърхността на нещата, смелост да разрушаваш, за да създаваш. Но в крайна сметка всичко се свежда до две прости неща - талант и пазар. Едното е от Бога, другото е от средата, в която това изкуство се опитва да живее. Не познавам по-упоритото нещо от този глад да създаваш свят от цвят и пространство. Вълнува ме композицията, войната на различните пространства, които ни се налага да обитаваме, вълнува ме и непредсказуемостта на формата, казва художникът абстракционист Кирил Якимов. Той продължава да работи над своя нов цикъл „Моите стени“ и се очаква през ноември да направи изложба.

Двете лица на артиста

Кирил Якимов е завършил стенопис в Националната художествена академия. В последните години привлече вниманието на ценителите с изложбите „Туш - Ink“, „Работно време“, „Къмпинг“, а също и със съвместната изява с



Евгени Йонов и Александър Балкански - „Тримата тенори“. Както монетата има две страни, така и Кирил Якимов има своите две артистични лица – едни го познават като художник абстракционист, други го ценят като професионалист, който прави телевизионни декори. Негови са визиите на „Стани богат“, „Биг брадър“, „Денсинг старс“, „Великолепната шесторка“, „Сделка или не“, „Панорама“, „Горещо“, „Седем часа разлика“ и много други.

Геометрия на емоциите

Геометричните композиции, които Кирил Якимов започва да прави преди година, дават основата на цикъла „Моите стени“. Постепенно развива идеята за тази геометрия, която го отвежда в празните пространства и размислите за стените. Идеята кристализира и се оформя философията, която започва да „диша“ в картините от този цикъл: Всеки има своите „стени“ и своите вътрешни прегради, които трябва да преодолее.

Работейки над този нов цикъл, Кирил Якимов се убедил, че празните пространства може да са заредени с много емоции и си поставя за задача да предаде този заряд. Така „Моите стени“ отвеждат в свят, доста различен като гама, техника, маниер на работа, внушение.

Въздействие

Абстрактното изкуство борави с условни форми и условни пространства, няма конкретна фабула. За всеки цикъл от произведения Кирил Якимов търси някакъв общ елемент – тема, цвят, емоции, пластични образи, и чрез тях изразява настроения и идеи. Като абстракционист със силна експресивност той се стреми всеки живописен цикъл да е различен от всичко, правено преди това. Затова няма един стил, който може да наречем стилът на Кирил Якимов. За него е характерен вътрешният баланс на композицията, картините му са подчинени не на абстрактен хаос, а на добра организация и осмисленост дори на празното пространство. Отношението към линията като формообразуващ елемент е от съществено значение. Отличителна черта на неговата живопис е прецизността, но същевременно картините въздействат с внезапността и експресията, с която са създавани от своя автор.

Граници

Абстрактното изкуство не е популярно в България, то почти няма традиция, тъй като дълги години в страната е утвърждаван и налаган социалистическият реализъм като водеща естетическа концепция. Самата публика не е подготвена да възприема абстрактното изкуство, за популяризирането на абстракционизма не се прави почти нищо и той трудно намира пазарна ниша, казва Кирил Якимов. Платежоспособната аудитория най-често се ориентира към творби на утвърдени автори, предимно класици от 20-те до 40-те години на XX в. Колекционерите рядко обръщат поглед към алтернативните форми на изкуството, а и в световен мащаб ценителите са относително малко. Въпреки това остава верен на абстракционизма, тъй като именно това изкуство му дава възможност да изрази своите художествени разбирания и усещания. Вярва, че постепенно пазарът в България ще се развие, разбира се, без да има очакването, че изведнъж съвременното българско изкуство ще придобие фантастична стойност. Но независимо от пазара, Кирил Якимов намира своя смисъл да продължава да работи с четката и боите.

НОВИ КНИГИ ОТ **СИЕЛА**

Ще бъда до теб

Автор
Холи Голдбърг Слоун

Цена - **13,90 лв.**
Стр.: **376**

В същината си „Ще бъда до теб“ е книга за любовта. Но не романтичната любов е в центъра на сюжета, а кръвната. 17-годишният Сам е поел грижата за по-малкия си брат, който е аутист. Бащата е престъпник с болен ум и децата са принудени да оцеляват под непрестанния домашен тормоз. До деня, в който увлеченият по китарата Сам среща случайно Емили – самата тя тъкмо е претърпяла пълно фиаско по време на солово изпълнение в училищна музикална програма. (Емили пее песента I`ll Be There, дала и заглавието на романа.) След като между двамата тийнейджъри бързо пламват чувства, родителите на момичето приемат двамата братя като родни деца и ги дарят с най-естественото – чиста родителска обич. Някой обаче ще развали безоблачното щастие и ще запрати Сам и Ридъл на поредното изпитание.

Щастието е...

Автор
Лайза Суърлинг и Ралф Лейзър

Цена: **13 лв.**
Стр.: **272**

В цветното и богато илюстрирано издание „Щастието е…“ Лайза Суърлинг и Ралф Лейзър ни дават 500 примера, подтиквайки ни да намерим щастието именно в дребните, всекидневни неща. Двамата автори ни напомнят, че макар и да не го осъзнаваме, всеки ден щастието изскача под носа ни под една или друга форма, а от нас се иска единствено да го забележим.

Удивителната и изключителна приказка за Мирър и Голиат

Автор
Ишбел Бий

Цена: **12,90 лв.**
Стр.: **260**

Малката Мирър, увита в черни мечи кожи и с коса „червена като паприка“, плава към брега на викторианска Англия със забуления в мистерия свой спътник Голиат. Нещо обаче не е както трябва с момичето от мига, в който помраченият й дядо я заключва в тайнствен часовник, обсипан с божи кравички. Единственото, което Мирър знае, е, че вече не е точно човек. „Удивителната и изключителна приказка за Мирър и Голиат“ е повече от шантава история, която едновременно ще ви накара на настръхнете от ужас, ще ви плени, объркa, а на финала ще ви смае, докато стилът на авторката Ишбел Бий ще ви напомни едновременно на този на Нийл Геймън и Луис Карол, но с щипка дамска дяволитост.

Прелъстена

Автор
Мередит Уайлд

Цена: **13,00 лв.**
Стр.: **238**

Червени кожени дивани, високи токчета, мускулести мъжки гърди и дълги женски бедра едва загатват какво ни очаква на страниците на новата еротична мания в съвременната художествена литература: „Прелъстена“ на Мередит Уайлд. Книгата проследява изпълнената със страст, лишена от всякакви задръжки история на млад и амбициозен компютърен гений и току-що завършила образованието си колежанка, която уверено си проправя път в света на високите технологии.

ДЪРБАН

ЮЖНОАФРИКАНСКИЯТ

ГРАД ЧУДО

ТОЙ ПРЕДЛАГА ВЪЛНУВАЩА СМЕСИЦА ОТ АЗИАТСКА И ЗУЛУ КУЛТУРА

автор: **Преслава Георгиева**

Дърбан е най-големият град в провинция Квазулу-Натал и вторият най-важен производствен център в Южна Африка след Йоханесбург. С население от 3,5 милиона души, той е на второ място сред най-гъсто населените градски райони в ЮАР. Пристанище Дърбан е най-голямото и най-натовареното пристанище в Субсахарска Африка, което всяка година обслужва над 30 млн. тона карго. Тук се намира и четвъртият по големина контейнерен терминал в Южното полукълбо. Заради топлия си субтропичен климат и прекрасните си плажове, градът е една от най-популярните туристически дестинации в страната, макар и нерядко пренебрегван заради по-известния Кейптаун. В Дърбан живеят най-много доларови милионери, като между 2000 г. и 2014 г. техният брой нараства с 200% ежегодно, повече от всеки друг град в ЮАР.

През 2015 г. Дърбан е обявен за един от новите седем града чудеса в света, заедно с Виган, Доха, Ла Пас, Хавана, Бейрут и Куала Лумпур. 3-годишното допитване, организирано от швейцарската фондация „Новите седем чудеса на света“, излъчва 7 града от общо 1200 претенденти. Според други класации Дърбан е „най-приятелски настроеният град в Южна Африка“ и един от 34-те най-устойчиво развиващи се градове в света.

Археологически находки, открити в планината Дракенсберг свидетелстват, че районът около днешен Дърбан е бил обитаван 100 000 години пр. н. е. от групи ловци. Писмени доказателства за местните обитатели обаче се появяват чак през 1497 г., когато, търсейки воден път между Европа и Индия, на 25 декември тук пристига португалският изследовател Вашку да Гама. Той нарича района „Натал“, или „Коледа“ на португалски.

През 1576 г. португалският картограф Мануел Перестрело прави карта на крайбрежието на Натал, но по онова време португалците вече имат свое пристанище в Мапуто и нямат интерес да правят друго в заобиколения от мангрови блата и гъсти крайбрежни гори залив Натал. Първите британски търговски кораби идват 200 години по-късно, заинтригувани от историите за славния зулуски крал Шака и неговата империя.

Лейтенант Франсис и Джордж Феъруел пристигат в залива Натал през 1824 г. заедно с Хенри Франсис Фин и група авантюристи и създават първия си лагер около мястото, където днес се намира площад „Феъруел“. Хенри Фин е първият европейски търговец, осъществил контакт с крал Шака. Той успява да спечели благоразположението на кралското семейство, след като помага на краля да се възстанови от прободна рана, получена в битка. В знак на благодарност Шака му подарява огромно парче земя от над 9000 кв. км. Фин се обявява за крал, управлява земите си със сила, подобно на своя съсед Шака, и нарушава безнаказано не един зулуски закон.

Тъй като британците отказвали да анексират района, той останал недоразвит и населен от едва няколко десетки европейци. Чак през 1838 г., когато тук пристигат фортрекерите и създават Република Наталиа, британците усещат, че интересите им са застрашени, и през 1842 г. те изпращат експедиция от своята колония Кейп. Още същата година парламентът на републиката приема британското владичество, а през 1844 г. колонията Кейп анексира Натал, в резултат на което множество заселници се местят в земите около Дърбан. Името Дърбан градът получава през 1835 г. в чест на губернатора на колонията Кейп – Бенджамин Д‘ърбан.

Градът се разраства покрай производството на захарна

USHAKA MARINE WORLD

ЯХТЕНОТО ПРИСТАНИЩЕ

тръстика през 60-те години на XIX в., когато Дърбан започва да се развива и като пристанище. Първоначално бизнесът със захарна тръстика страда от липса на евтина работна ръка, така че земеделците започват да внасят голям брой работници от Индия, които живеят и работят в условия, доста сходни с робството. След изтичането на 5-годишните си договори, една част от работниците се връщат у дома, но голяма част се установяват в Натал – продължавайки да се занимават със земеделие и в крайна сметка започват да доминират местния пазар на плодове и зеленчуци. Други пък създават малки предприятия и изграждат важни търговски връзки с Индия.

С построяването на прочутата Златна миля по крайбрежието на Дърбан, градът започва да се промотира като морски курортен град. По времето на Апартейда огромната плажна ивица на Дърбан е разделена по цвят – хората с черен цвят на кожата можели да се разхождат по целия плаж, освен на отредения за белите плаж „Адингтън“, където нямали право нито да сядат, нито да се къпят. През 80-те години на XX в. обаче тук пристигат множество работници от Зулуланд и това до голяма степен трансформира състава на населението. Краят на Апартейда, от своя страна, води тук множество тъмнокожи туристи.

Макар и спокоен, днес Дърбан е забързан град, който предлага вълнуваща смесица от азиатска и градска зулу култура и е дом на англоговорящи южноафриканци и значително индийско население. Южна Африка всъщност е държавата с най-голямо индийско присъствие на Африканския континент, а Дърбан се определя като „най-големият индийски град извън Индия“. Неслучайно, именно оттук започва политическата кариера на духовния лидер на индийското движение за независимост Махатма Ганди.

Едно от най-значимите предимства на града е субтропичният климат, с летни температури (от декември до февруари) често надвишаващи 30 градуса по Целзий, и мека зима, с малко валежи и температури, които рядко падат под 20 градуса. Всичко това, в съчетание с топлите крайбрежни води, прави Дърбан целогодишна туристическа и бизнес дестинация.

Сред най-популярните атракции в Дърбан са централната част на града около площад „Феъруел“, индийският квартал между улиците „Куин“ и „Грей“ и крайбрежната „Златна миля“.

Централната част на града, около сградата на кметството, предлага контрастна смесица от миналото и настоящето на Дърбан, съчетавайки викториански паркове, пастелно боядисани колониални сгради в стил арт деко и огледални небостъргачи. Този еклектичен микс от архитектурни стилове е дело на арх. Лорд Холфорд, станал печално известен като създателя на множество „лишени от душа“ централни градски части в Англия през 60-те години на XX в. Той се завръща в родната си Южна Африка през 70-те години, за да участва в програмата на Апартейда за редизайн на централните части на градовете. Неговото дело в Дърбан разрушава кипящата от живот индийска атмосфера в центъра, като хиляди индийци биват преместени в други райони.

Оживеният площад „Феъруел“, който носи името на първия британски заселник, построил дома си тук през 1824 г., е мястото, където се провежда уличният пазар и където са издигнати паметници на важни исторически фигури от близкото и далечно минало на Дърбан.

Сградата на кметството, разположена срещу площада, е построена през 1910 г. в необароков стил и за времето си е една от най-красивите британски кметски сгради в Южното полукълбо. Главният й вход, до който води алея с палмови дървета, е откъм площада, а интериорът й включва богата колекция от портрети на дърбански управници. В сградата се помещават Природонаучният музей и Градската арт галерия.

Експозицията на Природонаучния музей включва огромна колекция от препарирани африкански бозайници, както и изключително редки експонати като скелет на птица додо и египетска мумия. Тук ще откриете и експозиция, посветена на зулу културата.

Градската галерия е една от първите в ЮАР, колекционираща творби на тъмнокожи автори, и притежава изключителна селекция от творби на южноафрикански артисти от началото на миналия век до днес.

От създаването си през 1935 г. сградата на театъра „Playhouse“ била използвана като киносалон. През 70-те

ЧАСОВНИКЪТ „ДА ГАМА“

ЗЛАТНАТА МИЛЯ

години на миналия век барът към нея бил предпочитано място за забавление на гостуващите моряци и имал лоша слава заради тежките пиянски вечери и честите сбивания. Киното затваря след пожар, но сградата бива възстановена и превърната в арт комплекс с 5 театрални зали.

Църквата „Св. Павел“, построена през 1853 г. и реконструирана след пожар през 1906 г., е издържана изцяло в британски стил. Тук се помещават множество възпоменателни плочи на ранните заселници на Дърбан. Преподобният Уейд, пастор на църквата между 1952 г. и 1961 г., е баща на британската тенисистка Вирджиния Уейд – победителка на сингъл в турнира „Уимбълдън“ през 1977 г.

Внушителната сграда на ЖП гарата в централната част на Дърбан е една от малкото запазени подобни станции в Южна Африка. Тя е построена в типичен британско-викториански стил и е претърпяла немалко промени по време на апартейда, за да се гарантира отделен достъп до съоръженията на различните расови групи. Днес старата жп гара служи като дом на най-голямото туристическо-информационно бюро в Дърбан и провинция Квазулу Натал. Интересно е да се спомене, че покривът на гарата е проектиран и построен така, че да може да носи до 5 метра сняг, защото лондонските архитекти изпратили погрешка в Дърбан строителните планове за покрива на гарата в Торонто.

Точно зад сградата на старата гара ще откриете Workshop – огромен мол, построен в бившето жп депо, където освен да пазарувате, можете да хапнете автентични индийски блюда. На 500 м на север от мола се намира музеят „Kwa Muhle“, известен още като Музеят Апартейд. Той съхранява вълнуваща експозиция от восъчни фигури, снимки и артефакти, разказващи за живота на тъмнокожото население по време на режима.

Индийският квартал е един от най-старите запазени райони на града. Пъстроцветните търговски пасажи били построени през 20-те и 30-те години на миналия век от индийските търговци, с цел семействата им да живеят в помещенията над магазините. През 1973 г. обаче бил въведен закон, по силата на който, макар да имали право да търгуват тук, индийците вече не можели да обитават района. Законът, който имал за цел да намали конкуренцията

СТАДИОН „МОУЗЕС МАБИДА“ И ПОГЛЕД ОТ ВЪРХА МУ

фото: Wikipedia

СГРАДАТА НА КМЕТСТВОТО

с „белите“ търговци, принудил по-голямата част от индийското население да се премести, но за щастие не могъл да унищожи индийския бизнес. Голяма част от оригиналните магазини, предлагащи подправки, сарита и други индийски стоки, все още са тук, но днес районът е повече жилищен, отколкото търговски.

Оригиналният пазар „Виктория“, разположен на ъгъла на ул. „Денис Хърли“ и ул. „Берта Мкхизе“, изгорял в пожар през 1973 г. и бил заменен с модерна бетонна сграда. Днес тук се помещават около 170 сергии, предлагащи дървени, кожени и медни изделия, платове, подправки и сушен боб, внос от Индия. На горния етаж можете да опитате разнообразие от местни ястия като самоса, къри и известното „bunny chow“ - издълбан хляб, пълен с дърбанско къри.

СТАРАТА ЖП ГАРА

Една от най-емблематичните забележителности на Дърбан е стадионът „Моузес Мабида“, чийто дизайн е печелил десетки международни награди и който бива сравняван с Айфеловата кула, Операта в Сидни и Окото на Лондон. Въпреки че е построен по повод на 19-ото Световно първенство по футбол, което се провежда в ЮАР през 2010 г., стадионът има мултидисциплинарен характер и е домакин на широка гама от спортни и културни събития. Освен че е визуално вдъхновяваща, съставената от над сто колони фасада позволява естествена вентилация и създава невероятно усещане за пространство, също толкова поразително, колкото и емблематичната 105-метрова арка, която преминава над целия стадион. По 350-метровата дължина на арката се движи кабина, отвеждаща посетителите до площадка на върха й, откъдето се разкрива неповторима 360-градусова панорамна гледка към града.

Крайбрежието на Дърбан, известно още като Златната миля, обаче безспорно е най-предпочитаното от туристите място в града. Шесткилометровата павирана крайбрежна алея е осеяна с хотели, паркове, ресторанти, места за забавление и включва красива промената. В северната й част ще видите оживен битак с антикварни стоки и индийска храна, а до него - парк с богата колекция змии от цял свят. По Златната миля бихте могли да се разходите на някоя от богато украсените зулу-рикши, дърпани от също толкова колоритните си водачи.

Водещата атракция тук обаче е uShaka Marine World – най-големият аквапарк в Африка, в който се помещава и четвъртият по големина аквариум в света. Паркът е разделен на три зони: SeaWorld е впечатляващ подземен аквариум; Wet 'N' Wild предлага огромен набор от водни забавления; и Village Walk е място за почивка, пълно със сувенирни магазини и ресторанти.

Най-вълнуващото преживяване в SeaWorld е разходка из кораба фантом, където посетителите преминават през тематични стъклени тунели, заобиколени от акули и огромно разнообразие от морски обитатели. В аквапарка има също делфинариум, басейн с тюлени, място за гмуркане, риф за шнорхелинг и денонощно охраняемия плаж uShaka.

Плажовете на Дърбан - впечатляващи широки ивици, покрити със златисти пясъци – са разделени на зони за сърф, плуване, буги бординг и др. На 1 км северно от Златната миля се намира един от най-предпочитаните плажове - The Battery Beach. Освен идеални условия за плуване и помалко тълпи, той предлага и редица забавления - игрални автомати, кина, множество барове, тематични ресторани и паркинг за 2000 автомобила. В близост до Дърбан любителите на дивата природа ще открият и немалко природни резервати и сафари паркове.

TOPSHAPE

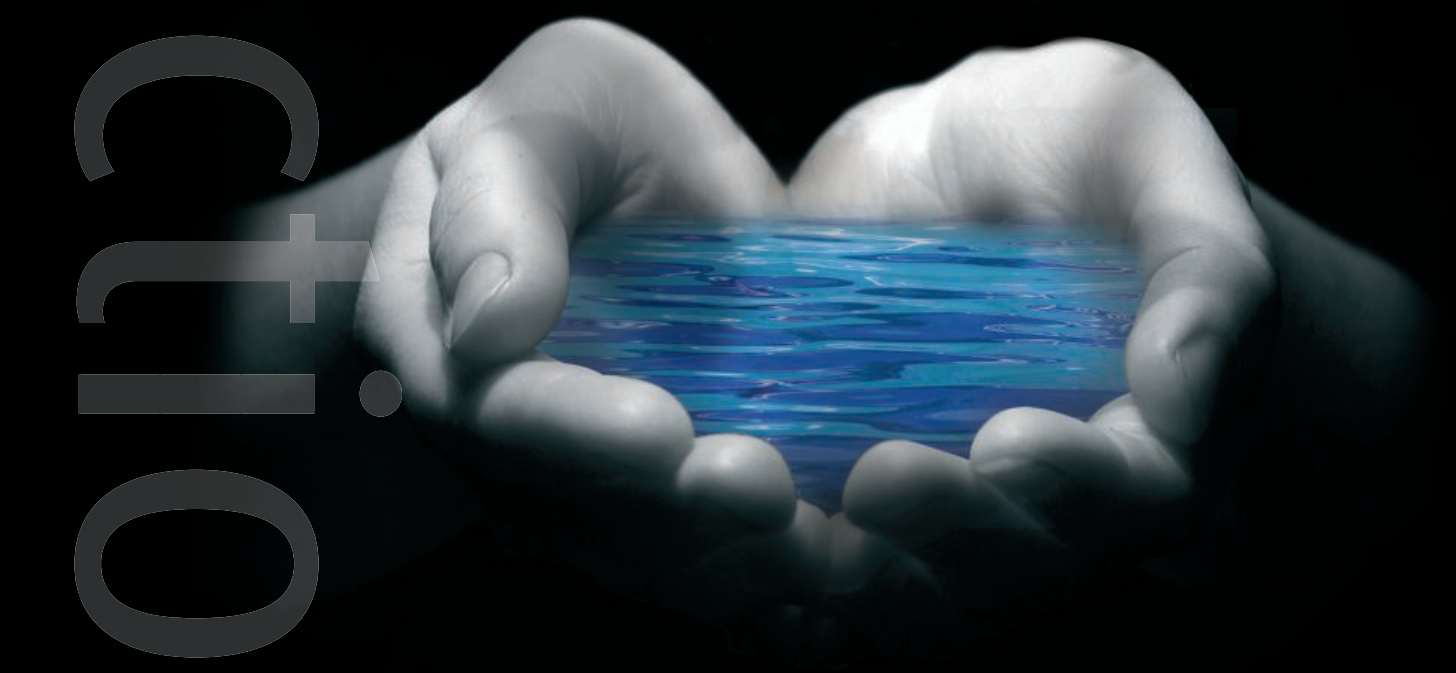
+ Витаминова вода
+ Само натурални съставки
— Без консерванти
— Без изкуствени добавки

TOPSHAPE КРАСОТА И ЗДРАВЕ В БУТИЛКА

www.topshape.bg
facebook.com/topshapevitaminwater

Protect your assets

protection



HUVEPHARMA®
We add performance to your business

HUVEPHARMA EOOD • 3a NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • **BULGARIA** • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM
HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • **BELGIUM** • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM

Мобилно банкиране

БАНКИРАЙ МОБИЛНО И БЪДИ УСПЕШЕН

Решение в движение за твоите финанси с m-Postbank.

СВАЛИ СЕГА ОТ:

Google play App Store

25 години Postbank
Решения за твоето утре