www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 67

ноември 2016 г. / цена 5 лв.

БИЛЕТ ЗА РАСТЕЖА

СИЛИЦИЕВАТА ДОЛИНА В СОФИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ ЗДРАВЕН БИЗНЕС

Асен Ягодин

ИНОВАЦИИТЕ СА ПЪТЯТ НА ПРОМЯНАТА

ISSN 1314-376X

20 години ОБЩИНСКА БАНКА

ЖИЛИЩЕН КРЕДИТ

• ЮБИЛЕЕН ПРОДУКТ •

Твоят свят

- По-нисък годишен лихвен процент
- Гратисен период до 12 месеца
- Безплатна застраховка „Живот”

www.municipalbank.bg

ЛУКСОЗЕН КАТАЛОГ НА **УСПЕШНИТЕ БЪЛГАРСКИ** КОМПАНИИ

За поръчки:
Тел.: 02/ 852 96 99
E-mail: stoyanova@economic.bg
Цена: 39^{90} лева

A STAR ALLIANCE MEMBER

ПОГЛЕД КЪ НА ЗАН

ПОЛЕТИ ОТ 12-ТИ ДЕК

TURKISHAIRLINES.COM

WIDEN YOUR WORLD
TURKISH AIRLINES
М ЗАЛЕЗА
ЗИБАР
ЕМВРИ ПРЕЗ ИСТАНБУЛ

НОЕМВРИ 2016

БРОЙ 67

10 БИЛЕТ ЗА РАСТЕЖА

22 АСЕН ЯГОДИН: ИНОВАЦИИТЕ СА ПЪТЯТ НА ПРОМЯНАТА

30 ОСКАРИТЕ НА БИЗНЕСА

32 УПРАВЛЯВАЩИТЕ ЧУХА ГЛАСА НА БИЗНЕСА ЗА КОНЦЕСИИТЕ

36 КОГАТО КОМПАНИЯТА ЗАБАВИ ХОД

38 ДА ЗАКРЕПОСТИМ ЛИ СТУДЕНТИТЕ

44 КОЛКО СА УСТОЙЧИВИ ДЪРЖАВНИТЕ ДЪЛГОВЕ

46 СТАБИЛИЗИРАНЕ ПРИ ПЕТРОЛА

48 ТЕХНОЛОГИИТЕ ПРОМЕНЯТ СВЕТА НА ПАРИТЕ

54 СТАМЕН ЯНЕВ: МЕЧТАТА МИ Е В БЪЛГАРИЯ ДА ЗАРАБОТИ ЗАВОД ЗА АВТОМОБИЛИ

56 Д-Р КРАСИМИРА ЧЕМИШАНСКА: ЧРЕЗ НАУКАТА СЕ ТВОРЯТ ЧУДЕСА

58 ТАНЯ ХРИСТОВА: С НЕСТАНДАРТЕН ПОДХОД ЩЕ НАМЕРИМ ВЕРНИТЕ РЕШЕНИЯ

61 ЗДРАВЕН БИЗНЕС

72 СТЕФАН ЙОРДАНОВ: ВРЕМЕ Е ЗА ПОВЕЧЕ РАБОТА

74 ТЪРГОВИЯ ПО ОСТРИЕТО НА БРЪСНАЧА

80 ГЕОРГИ МИЛУШЕВ: ЗАЛАГАМЕ НА МОДЕРНО И ИНОВАТИВНО ПАЗАРУВАНЕ

82 МЕЛНИЧАРСТВОТО В ХВАТКАТА НА МЕСТНИЯ ПАЗАР

86 ВРЕМЕ ЗА БЪЛГАРСКИ ПРОБИВ НА АМЕРИКАНСКИЯ ПАЗАР

88 КАК СЕ УСПЯВА В РУМЪНИЯ?

90 ПАВЕЛ ПАНЧИЙ: АВТОМАТИЗАЦИЯТА И РОБОТИКАТА НАВЛИЗАТ В АУТСОРСИНГА

92 КОНСТАНТИН ЙОРДАНОВ: БИБЛИОТЕКИТЕ ДА ИЗЛЯЗАТ НА КНИЖНИЯ ПАЗАР

94 КАТО ЛАЗЕРЕН ЛЪЧ

96 СИЛИЦИЕВАТА ДОЛИНА Е В СОФИЯ

100 INTERNET OF THINGS ПРЕВЗЕМА СТОЛИЦАТА

102 ОБЩЕСТВЕНАТА СПИРАЧКА НА ПРОЕКТИТЕ

104 ЗАПАДНИТЕ КОРПОРАЦИИ ПОД ОБСАДА

106 ИЗНЕНАДВАЩИЯТ ХОД НА AT&T

108 КРАЯТ НА ЕПОХАТА BLACKBERRY

110 ИДВА ЕРАТА НА КВАНТОВИТЕ КОМПЮТРИ

112 ДОБРЕ ДОШЛИ В МАТРИЦАТА

116 НАДПРЕВАРА В НЕБЕТО

119 РУСКО-АМЕРИКАНСКИЯТ КОСМИЧЕСКИ СБЛЪСЪК

122 ПЪРВОТО СЕМЕЙСТВО НА БАКУ

126 ДЕЦАТА НА БОГАТИТЕ В КИТАЙ

134 В ЦАРСТВОТО НА ЕСТЕ

136 АКАДЕМИЯ ЗА ИЗИСКАНИ МЪЖЕ

140 СТЪКЛЕНА ФЕЕРИЯ

142 ФАМАГУСТА, ПРЕКЪРШЕНОТО КРИЛО НА КИПЪР

РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА **МИРЧЕВА**,
главен редактор

ИНОВАЦИИ И РАСТЕЖ

Растежът на икономиката се движи от предприемачеството, а предприемачеството се движи от иновациите. Те са взаимносвързани и започват от мисленето и нагласата, добрата среда, ясната визия и, не на последно място, държавната подкрепа. Предприемачеството е силата и енергията, която води икономиката напред, а как този мощен потенциал да бъде впрегнат за цялостен подем, коментират хората с най-голям опит в създаването и управлението на успешен бизнес в нашата тема на броя.

За ролята на банките като катализатор на бизнес активността, за дигитализирането на сектора и нуждата от иновации - визията си споделя Асен Ягодин, изпълнителен директор на Пощенска банка и лице на ноемврийската ни корица.

На страниците на списанието всеки ще открие много истории, всяка със своята рецепта за успех.

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**, Георги **Желязков**, Илия **Лазаров**, Преслава **Георгиева**
Дизайн: Едуард **Лилов**; Фото: Десислава **Веселинова**;
Печат: **Алианс принт**; Разпространение: **„Медия Икономика България"**

Трима млади учени с приз „Джон Атанасов"

Фото: www.president.bg

Трима млади български учени получиха тазгодишната награда „Джон Атанасов", връчвана от президента на Република България.

Д-р Елица Кьосева е асистент-професор в сингапурския университет по технологии и дизайн. Научното портфолио и изследванията, проведени от нея, са фокусирани върху новите методи за използване на светлина при реализиране на желаните операции и прецизния контрол на атоми и молекули, които са градивните частици на квантовите компютри.

Д-р Зорница Петрова работи в областта на обработката на естествен език и машинно обучение от дванадесет години. Третият лауреат е изследователят д-р Веселин Райчев. Основната цел на неговите изследвания в последните години е обучаване на компютрите автоматично да извършват дейности, свързани със софтуерното инженерство.

Благотворителна вечер в „Есте" събра 180 000 лв. за „Пирогов"

Фото: HiLife

Директорът на „Пирогов" проф.д-р Стоян Миланов (вдясно) и водещият Димитър Павлов по време на търга

Фондациите „Кремена & Кирил Домусчиеви" и „Лудогорец" за поредна година организираха благотворителна инициатива под наслов „Нека превърнем доброто в традиция". В ресторант „Este" се проведе вечеря с търг, на която бяха събрани средства за закупуване на оборудване на отделението по миниинвазивна и лапароскопска хепатобилиарна и панкреасна хирургия в МБАЛ „Пирогов". Събраната сума за вечерта е 180 000 лв. Изпълнителният директор на МБАЛ „Пирогов" проф. д-р Стоян Миланов изказа своите благодарности към домакините, всички присъстващи гости и фондация „Лудогорец", която дари сумата от 100 000 лв.

Сред дарените предмети, които участваха в търга, бяха старинна икона от Атон; две графики на художника Кольо Карамфилов; статуетка Петел, копие на португалско съкровище от XVII век, предоставена от сп. „Икономика"; вечеря за шестима в „Есте", приготвена от шеф Дамянов; топка с автографи на футболистите от ПФК „Лудогорец".

Гостите на вечерта опитаха от специалните ястия на шеф Дамянов, приготвени с предоставените безвъзмездно продукти от „Билла България". За тяхното добро настроение сомелиер Йордан Кирилчев подбра специална селекция вина, дарени от българска изба Four Friends.

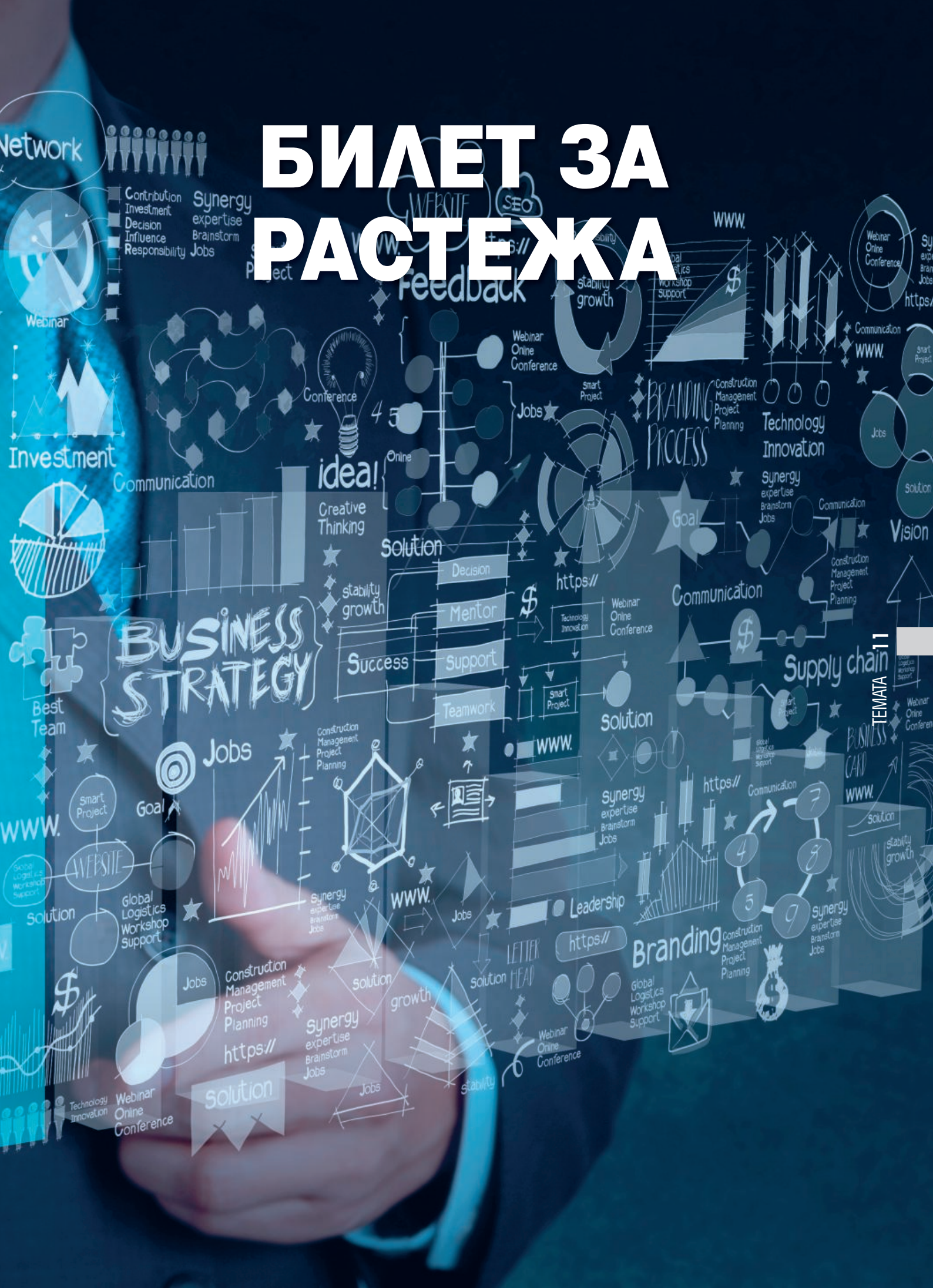
Кремена Домусчиева със статуетката, копие на съкровище от XVII в.

Пакетите за 1 лв./мес. важат при сключване на нов 2-годишен абонамент за Мтел безкрай в периода 1.11.2016 - 31.01.2017. След изтичане на срока на абонамента ползването на пакета се прекратява. Мтел безкрай L , XL, 2XL и 3XL осигуряват достъп до 4G мрежата на Мтел. За информация: www.mtel.bg, *88 или магазините на Мтел, blizoo и Хенди.

blizoo handy

Global
Logistics
Workshop
Support
Solution
Synergy
expertise
Jobs
www
https://
Vision
Construction
Management
Project
Planning
Thinking
Outside
The Box
Cloud Computing
1
2
3
4
https://
Social
Network
growth
Webinar
Online
Conference
Communication
Jobs
SOCIAL MEDIA

БИЛЕТ ЗА РАСТЕЖА



автор: **Татяна Явашева**

Предприемачеството всъщност означава бизнес активност. За предприемаческия дух и предприемаческата екосистема в България се говори от години, но едва в последните пет се усеща по-особено раздвижване, отвъд хаотичните опити да се осъществява някаква дейност на принципа „Нека да опитаме“. Предприемачеството винаги е свързано с поемането на рискове. И колкото по-висок е рискът, толкова шансът за провал е по-голям, а съответно и евентуалният успех.

Фактори, които влияят

Иновациите днес са основният двигател на предприемачеството в динамично променящия се и силно конкурентен световен пазар. Трънлив е пътят от идеята за бизнес на една стартираща фирма до реализацията на желана от потребителите услуга или продукт. Успехът зависи от множество фактори. Сред тях обикновено се посочват добрата идея и отличният екип, добрият бизнес план, достъпът до начален капитал, възможностите за ползване на инфраструктура от доставчици на най-необходимите услуги, административни пречки или облекчения, наличие на добри ментори, общност – всичко това е от значение. Факторът „Време“ също играе съществена роля от момента на възникване на идеята до нейната реализация. Точна формула на успеха няма и затова в началото страхът от провал има ключово значение – той или е спирачка, или е верен ориентир.

Мека на технологиите

Доброто развитие на IT индустрията в България и все по-широкото използване на дигиталните технологии в света, както и развитието на предприемаческата екосистема у нас дават увереност, че страната има потенциал да се превърне в балканската Мека на технологиите. Да, предприемачеството е билет за растежа на всяка икономика, но този билет има своята цена. Деиндустриализацията в България беше направена с твърде лека ръка, а новото бавно и трудно израства върху старите темели. Нужно е ново мислене, в унисон с постоянно променящата се среда. В последните години се родиха много нови организации и инициативи, които насърчават стартирането на бизнес и подпомагат бизнеса в различните етапи от неговото развитие. Но без силна държавна подкрепа и национална визия или стратегия за предприемачеството, потенциалът по-бавно и трудно ще се превръща в реалност. Не си ли представим ясно предприемаческата система в България и начина, по който тя дава живителна сила на икономиката, няма как

това да стане реалност.

Предприемачеството крие голям потенциал, в него е силата и енергията на новото време. То е прекият път за решаване на проблеми, от които икономиката страда. Нека да намерим начин предприемчивостта да избуи в България, за да берем плодовете на растежа.

Сп. „Икономика“ събра няколко мнения на опитни предприемачи с добро познаване на средата в България, а и по света.

АКО НАСЪРЧИМ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО НА ХОРАТА С ИДЕИ И ХЪС ЗА РАЗВИТИЕ, **ЩЕ БЕРЕМ ПЛОДОВЕТЕ НА ЕДНА ПО-ДОБРЕ РАБОТЕЩА ИКОНОМИКА**

Мира **Кръстева**:

Предприемаческата активност е незавидно ниска

Г-жо Кръстева, каква е мисията на GEM България и доколко тази организация може да влияе и да променя средата?

- Глобалният предприемачески монитор (GEM) е международен консорциум и като част от него събираме първични данни за българската предприемаческа екосистема, извършваме бенчмарк анализ с държави и региони и идентифицираме фактори, които насърчават предприемачеството. Даваме препоръки към стейкхолдърите (заинтересовани страни - от англ. Stakeholder - участващ в облога), за да подобрим условията за живеене и правене на бизнес в България. Вярваме, че сме в състояние да катализираме промени в средата, защото една екосистема трябва да бъде призната от всички участници, за да видят ролята си и потенциала и да поискат да допринесат за подобряването ѝ. Комуникацията между т. нар. стейкхолдъри е това, което всъщност гарантира промяната - без да има комуникация, не може да има взаимодействие, дискусии и споделена визия. Именно затова надграждаме суровите данни и анализа с инициране и управление на комуникацията между представителите на отделните елементи - създатели на политики, обслужващи професии, инфраструктура, сдружения и асоциации, самите предприемачи, инвеститори, създатели на обществено мнение и журналисти, изследователи, българи с опит в чужбина, студенти, дори учениците са част от екосистемата. Това ни мотивира и се надяваме ефективната комуникация, която видяхме на Годишната конференция на 3-4 октомври (www.2016.GEMorg.bg), да е отправна точка занапред.

- Кои са някои от основните изводи от годишния ви доклад за предприемачеството в България, които дават най-силен оптимизъм и най-силно безпокойство?

- В България се наблюдават похвални и притесняващи състояния. Не казвам тенденции, защото чак другата година ще може да говорим за тенденции на базата на данни от две последователни години. Силно притеснително е ниското ниво на предприемаческа активност - предпоследни в света с 3,5% от активното население, съчетано с ниски нива на предприемачески намерения. Това означава, че, за да има промяна и да има повече хора, които решават да създадат нещо стойностно, трябва да се работи не само за подпомагането на тези, които в момента правят опити, а да се подготвят цели поколения за такъв старт след няколко години. За това ще са нужни много конкретни и решителни мерки в следните сфери: адекватно образование, създаване на предприемачески нагласи в обществото - склонност към риск, изобретателност, приемане на провала като стъпка от развитието, компетенции и нагласи в държавните служители, за да разбират и подпомагат предприемачите, използване на недоразвити връзки между сектори - бизнес - изследвания - образование, извършване на много пилотни програми в различни сфери и прилагане на успешните в кратки срокове за силен ефект. България не е в позиция да изчаква да види как

Мира Кръстева е предприемач и член на борда на GEM България. Има специален интерес към децата и младежта, към трансформацията на образованието. Амбицията ѝ е България да става все по-добро място за живеене. В Лондон тя управлява проекта Urban Age - международни конференции на високо ниво на тема урбанизъм, който е създаден от London School of Economics и фондацията Alfred Herrhausen Society на Deutsche Bank. В Ирландия заедно със съпруга ѝ Искрен Кръстев основават първото българско училище. Мира е сертифициран PRINCE2 мениджър проекти и е учила бизнес администрация и световна политика. Съавтор е на първия национален доклад на GEM за предприемачеството в България през 2015-а, представен на международна конференция в София през октомври т. г.

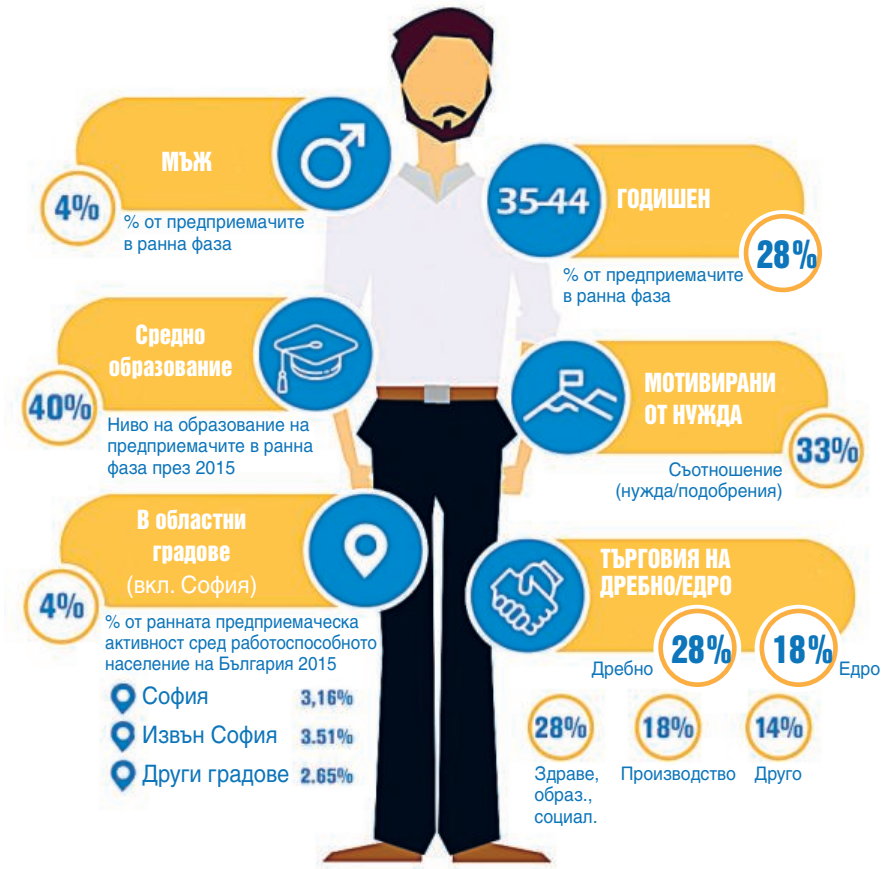
другите държави го правят - трябва да се използват добри съществуващи практики отвън, които да се адаптират, както и успешни практики тук. Цялото общество трябва да е по-задружно и искащо, за да се завърти колелото и да наложим промяна в тези области. Предприемачеството се променя доста динамично по света и предвид бързото движение на информация, трябва да се действа решително на базата на независими данни и анализи.

- Кое е положителното, което констатирахте?

- Инфраструктурата, ниският корпоративен данък, наличието на източници на финансиране, благодарение на програми като JEREMIE България, бизнес ангели, европейски средства и по-иновативни инструменти от страна на банките, както и една много подпомагаща се среда сред предприемачите - това са силни предпоставки за по-добри показатели на предприемаческа активност, за повече предприемачи с намерения да наемат хора, което е намерение за растеж и по-силна интернационализация на бизнеса. Усилията на НПО сектора в сферата на образованието също са много впечатляващи. Такива добри практики трябва да разширяват обсега си.

- Какво показва проучването – какъв най-общо е профилът на типичния български предприемач?

- Направихме визуализация на типичния български предприемач. Това може да е млад човек, семейство, пенсионер, човек от корпоративния, даже и от държавния сектор. Всеки, който търси решение на проблем или вижда възможност, е част от тази картина. Всеки, който мисли да направи това - също. Всеки, който е опитал, но не се е получило и опитва пак, също е част. Предприемачеството е пряк път (shortcut) за решаване на проблемите в една икономика, в едно общество, в позиционирането на всяка държава в глобален план. Трябва да има информираност сред всички възрастови групи, да се говори не само как се става, а защо всеки с предприемачески дух може да променя за добро средата. Един родител може да захрани жаждата за търсене на решения в главата на 5-годишното си дете и то някой ден да измисли нещо вълшебно. Всеки има роля, за да са по-добри резултатите за цялото ни общество. В екипа се питахме каква ли би била ситуацията, ако някаква част от будните хора, заминали навън, решат да са тук. Предприемачеството търси ниши, възможности, неизползвани ресурси. Тук искам да намеся и ролята на местните общности извън столицата, които, както се вижда, се справят не по-зле от тези в София. Изключително важно е да познаваме такива закономерности.



* Предприемачество в Ранна фаза - в процес на създаване на компания или функционираща компания през последните 24 месеца

Източник: 2015/16 Национален доклад на GEM за предприемачество в България

ЗА ДА ИМА ПРОМЯНА, ТРЯБВА ДА СЕ ПОДПОМАГАТ ТЕЗИ, КОИТО ПРАВЯТ ОПИТИ ДА СЪЗДАДАТ БИЗНЕС, **НО И ДА СЕ ПОДГОТВЯТ ЦЕЛИ ПОКОЛЕНИЯ ЗА ТАКЪВ СТАРТ СЛЕД ВРЕМЕ**

Светозар **Георгиев**:

Да изстреляме България към върховете

Г-н Георгиев, кое е определението, което вие давате на предприемача в България?

- За мен най-ценно е новото поколение предприемачи, които стартираха бизнес през последните 5-10 години, поставяйки си за цел да създадат продукти и услуги за европейската и световната сцена. Трябва да се мисли глобално, защото България е малък пазар и няма достатъчно силна конкуренция, която да те кали и да те научи на различните аспекти от бизнеса. Новото поколение предприемачи мислят мащабно. Те са борбени, използват технологиите и достъпа до информация, за да трупат знания, и прилагат най-добри практики. Въпреки недоразвитата в много отношения среда в България, те са упорити и безкрайни оптимисти. Според проучването на Глобалния предприемачески монитор (GEM) за България за 2015-2016 г. нивото на предприемачество у нас е най-ниското в Европа. Така че тези нови предприемачи са малко. Но пък и нивото на „страх от провал“ е също ниско, което е показател, че не се отказваме. За щастие статутът на предприемачеството в обществото е висок, така че техните усилия и потенциал за възраждане на България се оценяват.

- След деиндустриализацията в България каква е мисията на предприемачите?

- Мисията е да изстреляме България от дъното на Европа и да осигурим бъдеще за децата си, да върнем част от напусналите българи и да спрем други да напускат. Това е решението на демографската криза, а не импортът на имигранти. Ние сме малка държава, не разполагаме с много природни и енергийни ресурси и за целта трябва да имаме много ясна стратегия и фокус. Трябва да се изберат 2-3 приоритетни сектора и там да се фокусират усилията на държавата, бизнеса и обществото. Примери има много – Сингапур е град държава с радиус 20 км, но след 50 години на целенасочена стратегия се превърна в образец за модерен икономически, образователен и туристически център. Друг пример е Швейцария, която има няколко ключови сектора, в които са лидери на световно ниво. Не може просто да сме предприемчиви и да сме конкурентни във всичко – трябва да си изберем сектори, където имаме шанс и капацитет. Не казвам, че трябва да е само IT, но не трябва и да са 10 посоки.

- Вече е модерно да се говори за изграждането на предприемаческа екосистема. Как оценявате създаденото дотук,

Светозар Георгиев е старши вицепрезидент „Платформи за разработка на приложения“ в Progress след придобиването през 2014 г. на Telerik - компанията, на която е съосновател и изпълнителен директор. Той е в основата на успешното управление на глобалната марка Telerik, която се превърна в един от най-известните брандове в областта на софтуерните решения за разработчици в световен мащаб. Възпитаник е на Американския университет в Благоевград. Като предприемач с опит години наред е ментор и лектор на редица предприемачески инициативи.

ЦЕННО Е ДА СЕ ПОЯВЯТ 20 ИЛИ 50 УСПЕШНИ КОМПАНИИ И ТОВА ЩЕ Е КРИТИЧНАТА МАСА, **КОЯТО ДА ДАДЕ НЕСПИРНИЯ ТЛАСЪК ЗА ПРОМЯНА**

какво липсва, какво е нужно да се направи, за да има устойчивост?

- Създаденото през последните 3-4 години е феноменално, не толкова като икономически резултати, а по-скоро като енергиен заряд. Постави се началото на новата вълна предприемачество. От сенките излязоха впечатляващи млади хора с хъс и желание да успеят от България, а не да емигрират и „да се спасят“. Българите в чужбина почнаха да обръщат внимание на случващото се тук и все по-често се чува за изявени специалисти, които искат да се завърнат и да продължат реализацията си в България. Рисковите инвеститори също научиха за нас и започнаха да следят процесите и интересните компании. Много фактори спомогнаха и катализираха този процес и заслужават да бъдат изброени:

- ✓ Зараждането на пространства за споделена работа, като BetaHaus, CowOrKing и други, които се превърнаха в своеобразни центрове на предприемаческата култура
- ✓ Фондовете за начални инвестиции LAUNCHub и Eleven, които подпомогнаха стотици стартъпи от България и региона и стартираха лавината
- ✓ Фондовете за по-късни инвестиции, като Neveq, BlackPeak, които помагат за мащабирането на по-напреднали компании
- ✓ Екипът на президента и ЕИФ, без които първоначално финансиране за стартъпи в България нямаше да има
- ✓ Шепата ангели и ментори, които са солидна подкрепа за младите екипи
- ✓ Предприемаческите организации като StartUp, Start It Smart и други, отдадени да развиват младите таланти
- ✓ Организации като Глобалния предприемачески монитор, които целят да изследват и измерват предприемачеството и да представят препоръки към администрацията, бизнеса и обществото

Това зароди така нужната искра. Но за да стане огън, преди да е угаснала искрата, са нужни:

- ✓ Премахване на административните пречки за продължаване на европейското финансиране на фондовете за начални инвестиции
- ✓ Подпомагане от бизнеса и държавата на организациите, които измерват и подпомагат предприемаческата екосистема
- ✓ Мащабно отразяване в медиите на добрите примери и положителните тенденции, което ще е добре дошла промяна на изцяло негативните новини, които ни заливат
- ✓ По-активното включване на бизнеса за развитие стимулиране на иновациите и подпомагане, а не задушаване на младите екипи, които стартират собствен бизнес

Най-важният фактор са самите предприемачи и те трябва:

- ✓ Да не се отказват
- ✓ Да се подкрепят и да работят за развитието на цялата среда, не само за себе си
- ✓ Да четат и учат и да не се самозабравят – сега сме в романтичния период и към тях има голям интерес, но това е малко изкуствено. Светът навън е много неприветлив и конкурентен, така че трябва да са готови.

- В последните години има редица възможности да се привлече финансиране за стартиращ бизнес. Но роди ли се значим бизнес, или по-скоро се трупа опит?

- Ражда се. Трябва време и още малко цикли. Има компании, които вече правят десетки дори над 100 хиляди приход на месец. Успешно се разраства в чужбина или оперират глобално от самото начало. Това си е голям успех за един стартъп. Аз обаче съм повече оптимист заради

АКО СРЕЩНЕМ РАЗБИРАНЕ ОТ ДЪРЖАВАТА И БИЗНЕСА, **ИМАМЕ КОНКРЕТНИ ИДЕИ КАК ДА ПОДГОТВИМ СЛЕДВАЩОТО ПОКОЛЕНИЕ ПРОФЕСИОНАЛИСТИ И ПРЕДПРИЕМАЧИ**

желанието и професионализма, които младите демонстрират. Успехите ще дойдат – ако не с първото, то тогава с второто или третото начинание. По-важното е да се създаде критична маса, а не да имаме 1-2 успешни компании по случайност.

- Имате ли виждане как, използвайки цялата енергия на нацията и необходимите финансови инструменти, да насърчим инициативността на хората с идеи и те скоро да се превърнат в гръбнак на икономиката? Утопия ли е това?

- За продължение на положителните тенденции в близко бъдеще трябва да разчитаме преди всичко на бизнеса и медиите. Пример за успешна подкрепа от бизнеса са образователните програми и академии, които се създадоха през последните години. Организират се най-разнообразни курсове, събития, привличат се именити лектори. Това ще помогне, но няма да реши изцяло най-големия дългосрочен проблем – образованието. Идеи има много, а все още липсват умения как те да се реализират успешно и затова всички форми на образование са ключ към дългосрочен успех. Важно е да се говори за успехите, да се споделят добрите примери и да се насажда позитивизъм. Хората днес са жадни за добри новини и щом ги има – нека ги разпространяваме.

- Образованието търпи остри критики. Какво е реалистично да се промени?

- Образователната система върви на по-бавни обороти от необходимото заради затормозената и мудна административна машина и нормативна уредба. Аз например съм завършил едно от малкото специализирани IT средни училища в България – Технологичното училище „Електронни системи“. Въпреки огромното желание на директорката, учителския колектив и асоциацията на завършилите ученици, е много трудно да се прокарат промени. Хем искаме България да е Силициевата долина на Източна Европа, хем IT училището е в незавидно състояние. В момента то „произвежда“ 100 талантливи деца на година, които стават водещи специалисти в страната. Как можем да мащабираме това по модела на MIT, Eton College или други. за да подготвяме 500 или 1000 специалисти? Дори това да направим, пак няма да са достатъчно за търсенето, което имаме. Ако срещнем разбиране от държавата и бизнеса, имаме конкретни идеи за подобрение и безкрайна мотивация да го направим, за да подготвим следващото поколение.

- Време е да променим и отношението към самото училище…

- Уважението към училището и учителската професия трябва да се възроди. А това идва от семейството. Трябва да се работи за реабилитиране на учителите и за привличане на млади „будители“. Това може да стане чрез подкрепа на инициативи като „Заедно в час“. Бизнесът и успелите българи да помогнат на тези хора, които са се отдали на каузата да подобрят и възродят образованието в България, което по мое време беше на много високо ниво. Също така е нужно да се стимулират и приемат нови методологии на обучение. Един добър пример е програмата Jump Math на Явор Джонев. Много полезни биха били и курсове по предприемачество, които може да се въведат в учебната програма. Знанието може да бъде усвоено, не е вярно, че всички предприемачи се раждат такива.

- Каква е работещата формула за създаване на успешен бизнес в новите реалности?

- На първо място привличане на група хора, заредени с енергия за успех. Добрият екип е по-важен от добрата идея. След това бих поставил нестихващ апетит за знания и добри практики – за да си конкурентен на световно ниво, трябва да учиш всеки ден. И накрая – смелост, последователност и фокус. Конюнктурата също е важна – върховенството на закона е нещото, което най-много ми липсва в България. Но за да променим това, трябва да създадем достатъчна критична маса от хора с ново мислене и умения, а предприемачите са точно такива.

- Вие сте съосновател на „Телерик“, но в състояние ли е вашият „бизнес квартет“ да повтори своя успех?

- Никога не трябва да казваме никога. За мен обаче е по-ценно да се появят 10, 20, 50 успешни компании. Това ще бъде критичната маса, която да даде неспирния тласък за промяна.

КМЕТА.bg ПРЕДСТАВЯ

КМЕТ НА ГОДИНАТА

2016

ГЛАСУВАЙТЕ НА
www.kmetnagodinata.bg

Спонсори

Партньори

Анна **Ризова**:

Фокусът е върху технологиите

Г-жо Ризова, какъв човек е предприемачът?

- Работим с множество предприемачи и собственици на установени бизнеси, българи и чужденци. Трудно е да се каже, че има определена „порода човек". По-скоро успешните предприемачи – тези, с които работим и съветваме, за да осигурим финансиране от venture capital и private equity фондове, всички те имат общи черти - усърден труд, многогодишни усилия и структурирано следване на процесите, за да се осигури устойчив растеж. И често това е за сметка на други сфери от техния живот.

- Какво е характерно за българските предприемачи?

- В последните пет години с подкрепата на Европейската инвестиционна банка и фондове като NEVEQ и Eleven, предприемачеството в България получи голям тласък в областта на IT сектора и развитието на софтуерни приложения. Обхваща главно по-младото поколение. Много често работим и с по-възрастни предприемачи, които са изградили своя бизнес без достъп до финансиране или външни инвестиции, при много по-ограничени икономически условия на пазара. Предприемачите у нас са много по-фокусирани върху технологиите, отколкото в Англия например, където има по-силен фокус върху продажбите и позиционирането на пазара.

- Много се говори за предприемаческата екосистема, но кои са задължителните елементи, които тя трябва да има?

- Най-често работим с предприемачи, чийто бизнес е на етап, в който те могат да привлекат инвестиции и подкрепа от venture capital и private equity фондове. При тези компании е налице мениджмънт, фокусиран върху работата само за тази компания, неголямо продуктово портфолио и добре структурирано техническо и клиентско обслужване, процеси по реализация на продукта или услугата. Според нас те са успели да направят всичко това благодарение на много добри финансови и бизнес обучения, коучинг и професионални съвети. И наред с това – желание за личностно развитие и готовност да научат повече.

- На какъв етап е изграждането на предприемаческата екосистема в България? Какво й липсва?

- В България винаги е имало предприемачество, то винаги е било живо, отчасти поради необходимост, отчасти поради предприемаческата природа на много хора. Има много видове предприемачество, като се започне от поемане на местно представителство или дистрибуция на голям бранд в страната, и се стигне до новаторски открития, проучвания и технологични развития, които имат приложение из целия свят. Какво липсва? В нашата работа - бизнес правни услуги, които са също предприемачески бизнес, ние сме постоянно сравнявани и се конкурираме с експерти от цял свят и е голямо предизвикателство да поддържаме в България и в ЦИЕ качеството, очаквано от международни експерти и адвокати. Голям принос при нас има програмата School of Excellence на Wolf Theiss, която обхваща редовни обучения и тренинги на всички адвокати и отскоро включва и останалите звена. Но това е програма, създадена от Wolf Theiss, а не институционализирана програма, която важи за цялата професия в страната или региона. Това е положението и при инженерните, технологиите и бизнес науките. Достъпът до продължаващо и постоянно обучение, професионални знания и коучинг е от основно значение за създаването на устойчива екосистема и е основната разлика между предприемачеството в България и това в страни като САЩ, Израел, Сингапур.

Анна Ризова е управляващ партньор във Wolf Theiss България. Тя има ключови роли в емблематични сделки от последните две десетилетия. През 2009 г. е назначена като най-младия управляващ съдружник в глобалната мрежа на DLA Piper. Във Wolf Theiss води някои от най-големите инфраструктурни проекти в България. Нейният фокус са секторите енергетика, телекомуникации, фармация.

- Вашият съвет – как един стартъп по-бързо да порасне?

- Бързият растеж за един стартъп може би не е толкова важна цел, колкото бихме си помислили, особено в Европа. Една компания може да се развие много бързо и да не бъде в състояние да посрещне търсеното качество на нейните услуги или продукти, или този растеж да не може да бъде посрещнат от наличните финансови ресурси и потоци. Инвеститорите търсят устойчив растеж и е много важно да е наличен мениджмънт, който добре разбира и управлява паричните потоци и финансовия баланс на компанията. Един стартъп в своето развитие прави много грешки и минава през различни пътища, докато стане успешен. Затова предприемачите, които започват нов бизнес, трябва да имат визия за бизнеса, който изграждат. Трябва да могат да оценят необходимостта от установени процеси и контрол на различните нива. Тогава ще могат да привлекат външни институционални инвеститори.

- Към кой предприемачески бизнес в момента има най-силен интерес за сливания и придобивания?

- Няколко са секторите - телекомуникации, технологии и бизнеси, насочени към потребителското търсене. Сделките през 2016 г. потвърждават тези тенденции. Wolf Theiss и Mergermarket направиха по-рано тази година съвместен анализ и доклад относно сливанията и придобиванията в Централна и Източна Европа. Сред причините, посочени от инвеститорите за инвестиции в региона, са наличието на установени канали за продажби и наложен бранд на компанията. Като трета причина се посочва привлекателната оценка на стойността на бизнеса (company valuation). Инвеститорите търсят ръст на приходите и той се постига при продукти, които може да се продават на международните пазари, или при регионално или международно наложен бранд, търсен от потребителите. Ще спомена две компании, които привлякоха финансиране от venture capital и private equity през последната година – „Фадата“ и „Софтуер Груп“. И двете са базирани в България, но и двете реализират продуктите си по цял свят.

- Каква е сега активността на private equity фондовете?

- Има тенденция за спад при private equity в средния сегмент (инвестиции между 40-100 млн. евро) в ЦИЕ и особено в България. В България има само няколко private equity/mezzanine фондове с активно портфолио и инвестиции в страната. Въпреки че в ЦИЕ private equity компаниите набраха в последните години по-големи фондове, те са фокусирани към по-големите активи в региона, като Profi в Румъния, Allegro в Полша, Automatic в Австрия. Наблюдава се и навлизането на нови инвеститори в региона. Тази година работихме по сделки с множество неевропейски компании, които сега навлизат в нашия регион, като придобиват активи от private equity. Такива например са придобиването на Scitec от Enterprise Investors, където нашият екип в България, Унгария и Чехия съветваше новия инвеститор; или придобиването на телеком активи от Linx Communications, при която сделка нашият екип от България, Словакия, Полша и Чехия също действаше на страната на инвеститора.

- Имате доста наблюдения. В какво се препъва бизнесът у нас, кое отблъсква инвеститорите?

- В момента България не се смята от големите инвеститори за толкова привлекателна за инвестиции, както това беше преди няколко години. Инвеститорите търсят стабилна макроикономическа и политическа обстановка, а събитията и нестабилността в Украйна, Сирия и Близкия изток дават отражение на картината за България. Първоначалното въодушевление от бързия растеж у нас и ЦИЕ след приемането ни в Европейския съюз беше заместено от настъпилата криза през 2009 г. и последвалата липса на финансова ликвидност. В България големите предприятия са много по-малко, отколкото в Полша например, където инвестират по-големите фондове и други институционални инвеститори. Но пък екосистемата, създадена от venture capital и стартъпите в България, постави страната на картата на дестинациите за иновации. Мерките и инициативите, предприети на държавно ниво в Македония и Румъния, също са добър пример за успешно привличане на големи чужди инвестиции и инвестиции в научноизследователска дейност. Оттам България може да заимства работещи модели.

ЕКОСИСТЕМАТА, СЪЗДАДЕНА ОТ VENTURE CAPITAL И СТАРТЪПИТЕ В БЪЛГАРИЯ, **ПОСТАВИ СТРАНАТА НА КАРТАТА НА ДЕСТИНАЦИИТЕ ЗА ИНОВАЦИИ**

Асен **Ягодин**:

ИНОВАЦИИТЕ СА пътят на промяната

Асен Ягодин е изпълнителен директор на Пощенска банка с ресор „Корпоративно банкиране и капиталови пазари". Кариерата му започва в софийски клон на Пощенска банка, след което преминава в Централно управление като дилър в управление „Паричен и капиталов пазар". През 1999 г. заема позицията началник управление „Ликвидност", а от 2001 г. до 2011 г. е член на УС и изпълнителен директор на банката. Притежава магистърски степени по финанси и бизнес администрация от УНСС и Американския университет в България. Придобива допълнителен професионален опит чрез специализации в Салмон Смит Барни-Лондон, Австрийския институт за финансови деривати, Министерството на финансите на Люксембург. От 2011 до 2013 г. Асен Ягодин е заемал поста главен изпълнителен директор и председател на УС на Българската банка за развитие. От 2010 г. е председател и на СД на Българска фондова брса-София.

ВРЕМЕ Е ЗА ВРЪЩАНЕ НА ФИНАНСОВАТА АКТИВНОСТ НА НИВА, **НЕОБХОДИМИ ЗА РАСТЕЖА НА ИКОНОМИКАТА**

автор: **Ния Илиева**

Г-н Ягодин, каква е равносметката на изтичащата 2016 година за Пощенска банка?

- Изцяло положителна. Движим се с подходящото темпо и продължаваме да бъдем надежден партньор на гражданите и бизнеса. Освен че 2016-а има реални шансове да се превърне в една от най-успешните години за Пощенска банка, отбелязахме и нейния 25-годишен юбилей. Друг важен факт от годината беше успешното преминаване през стрес-тестовете и оценка качеството на банковите активи. Отличните резултати, вярвам, затвърдиха доверието на клиентите в нашата банка. Още един своеобразен „рекорд" маркира нашата 2016 година - за по-малко от 6 месеца интегрирахме клона на Алфа Банк в България. Сега, след тази сделка, предлагаме качествено обслужване в още по-голяма мрежа от клонове и бизнес центрове. Използвам възможността да се обърна към нашите настоящи и бъдещи корпоративни клиенти: „Добре дошли сте в нашите бизнес центрове, значително нараснали като брой и като възможности за качествено обслужване. Имаме както капацитета, така и желанието да осигурим не само необходимия ви кредитен ресурс, но и подходящ микс от всички останали продукти и услуги". Казвам това послание с ясното съзнание, че то не е само на думи. Зад него стоят реални дела. За втора поредна година бяхме отличени като банката, реализирала най-голям оборот от факторинг услуги. А това е един все по-популярен инструмент в ръцете на бизнеса, по-икономична алтернатива на обичайните оборотни кредити.

- В момента лихвените равнища са на най-ниските нива в последните години, дори по-ниски отпреди кризата от 2008 г. Как се развива фирменото кредитиране у нас?

- През август Европейската централна банка отчете известен ръст на банковото кредитиране в еврозоната. Умерено оживление при бизнес кредитирането има още от средата на миналата година и у нас. Според данните на БНБ, общият обем на фирмените заеми се е повишил с малко над 1% през второто тримесечие на 2016 г. спрямо първото. При нас в Пощенска банка това оживление е доста видно - до края на септември през нашите бизнес центрове са реализирани над 200 сделки с малки и средни компании на обща стойност 160 млн. лв. Към тях можем да добавим още 150 млн. лв. нови кредити, предоставени на големите ни корпоративни клиенти. Да, усещат се положителните сигнали, но има и друг виден факт – увереността на местния бизнес за правене на дългосрочни инвестиционни планове е по-ниска от тази в Централна Европа. На този етап интересът е по-скоро проучвателен, което все пак е добър знак. Ако тази тенденция се запази, очаквам доста по-интензивно раздвижване на пазара през 2017-а.

- А какви са очакванията ви за движението на лихвените нива – ще продължат ли да поевтиняват кредитите и депозитите?

- Искам дебело да подчертая, кредитите вече са евтини! И то в почти всички клиентски сегменти. Конкуренцията в банковия сектор е може би най-ожесточената от 2008 г. насам. Отделно, всички сме наясно с високата парична ликвидност. Най-общо казано, това е основната причината лихвите да са на тези изключително ниски нива. Вероятно ще се запазят такива поне през следващата година. Ако досега в България индивидуалните спестявания бяха насочвани основно в депозити и имоти, то променената лихвена среда ще наложи все повече компании и граждани да търсят инвестиционни алтернативи. И в това не виждам нищо лошо, напротив. Точно това „излизане" на парите извън банките води до по-висока икономическа активност, оттам до ръст в БВП и, не на последно място, до повече доходи в бизнеса и домакинствата.

- Какви проекти са готови да финансират банките? Истина или мит е твърдението, че банките имат достатъчно средства, но трудно отпускат заеми?

- И да, и не. Наистина банките са „заляти" с паричен ресурс, но не съм съгласен, че трудно финансират надеждни проекти. Такива проекти, върху които е помислено как ще върнат инвестицията и ще останат печеливши за своите създатели, сега получават отлични възможности за финансиране – не само рекордно ниски лихви и комисиони, но и по-гъвкави условия за погасяване. И досега не сме спирали да кредитираме, но в момента условията за теглене на кредит са обърнати в посока на клиента. Ще дам един пример, ако в миналото от ултимативно значение бяха финансовите метрики и големина на компанията, то сега оценяваме възможността за финансиране спрямо потенциала на конкретния проект и качествата на управляващите го мениджъри.

- Какви са наблюденията ви, кои сектори търсят най-често финансиране?

- Качествени проекти има във всички сектори на икономиката, макар и техният обем да е все още недостатъчен за икономическия разтеж, който искаме да видим в България. Пощенска е универсална банка, затова смело мога да кажа, че подкрепяме начинания във всички отрасли. Нямаме „любима" сфера на финансиране. Все пак, статистиката ни сочи най-голям дял за кредитите от сегмента „търговия на дребно" - 25%. Това е логично следствие от начина, по който е структурирана икономиката на страната. Производството, транспортът и хотелиерството са другите три сектора, които най-често се възползват от финансиране. За съжаление, през последните години инвестициите в производство са основно в нискотехнологични отрасли, които не могат да генерират високи темпове на растеж. Повече от необходимо е преминаването към високотехнологични сектори, което пък изисква сериозни капиталовложения и висококвалифицирани кадри. И тук идва ролята на държавата, на „изгубената в превода" образователна система. След толкова говорене по темата някой трябва да направи т.нар. реформа в образованието. Според мен това означава освен просто завършващи учили-

ще деца да имаме и добре образовани младежи, готови да се включат в икономиката според своите интереси и съобразно потребностите на бизнеса.

Ако се върнем към въпроса, път за промяна може да се търси и в иновациите. Тук обаче срещаме друг проблем - иновативните компании често страдат от липса на добър бизнес модел, недостатъчна финансова история и невъзможност да подсигурят адекватно обезпечение. Някакво решение са европейските програми и фондове. Но те могат да дадат само начален тласък, не и дългосрочно решение.

- Как оценявате като цяло бизнес средата в България и какви са възможностите за развитие и растеж на икономиката?

- Перспективите пред българската икономика са добри, именно затова очаквам кредитирането в средносрочен план да се засили, както и все повече млади предприемачи да останат да правят бизнес у нас. Те са и най-важният фактор за растежа на икономиката ни. Миналата година БВП се повиши с 3%, толкова беше и ръстът за първото тримесечие на тази. Бизнес активноста расте, респективно увеличава се и заетостта, а това се отразява на платежоспособността на домакинствата и те започват да търсят повече кредити. Министерството на финансите очаква икономиката да отбележи реален ръст от 2,6% през 2016 г., като основен принос за растежа има вътрешното търсене − потреблението и инвестициите. Такива са и нашите прогнози за настоящата година, а това е добра стартова позиция за следващата. Като цяло, оставам оптимист за 2017-а и определено очаквам тя да бъде по-добра за българския бизнес!

- Имате 24 години опит в банковия сектор в България. Какви са очакванията ви за неговото развитие?

- Очаквам да станем свидетели на още по-силно навлизане на новите технологии и дигиталните услуги в банковото дело. Преди малко повече от 20 години, не чак толкова далечно минало, в банковите офиси имаше по една-две пишещи машини като оръдие на труда. Сега без компютри и смарт телефони не мога да си представя как бихме свършили и най-елементарната операция. Банковите салони от онези години, с дебелите мраморни плотове и преградени със стъкла гишета, нямат нищо общо със съвременното оформление на банковите офиси. Да не говорим, че банковият клон все повече „влиза в джоба ни“. Благодарение на все по-добрите мобилни приложения за банкиране вероятно скоро няма и да ни интересува как изглежда банковият клон. IT иновациите, които улесниха електронните разплащания и някои от другите по-елементарни операции, са все по-достъпни за крайния потребител.

По мое мнение, две основни тенденции ще движат промяната в нашия бизнес. Навлизането на FinTech компании и по-широката употреба на big data - голям обем информация за клиенти от социалните мрежи. Най-големият минус на т.нар. FinTech компании е, че не са банки – не са тествани в криза и към тях за момента има слаби регулаторни изисквания. Но от друга страна, те могат да са ни партньори и смятам, че в бъдеще ще станем свидетели на нещо подобно. Една подобна компания, която създава повече възможности за разплащания по електронен път, например плащане през мобилен телефон с кредитна карта, създава и повече бизнес за банката-партньор, издала тази кредитна карта. Е, засега предимството остава на страна на банките, защото само те могат да предложат комплексна услуга – всичко на едно място. А и са предвидим, познат партньор, добре регулиран по всички направления.

- Какви са очакванията ви за развитието на банкирането в глобален план? Как ще изглежда банката на бъдещето?

- В глобален план банкирането се развива много интензивно. Най-големият плюс имат дигиталните канали, които от потребителска гледна точка са по-евтини и по-удобни, сравнени с услугите в банковия клон. Клиентските очаквания се променят и ние трябва да ги следваме – доскоро преобладаващият модел на банкиране беше „един размер за всички“ – строго унифицирани продукти, които се предлагат на всички клиенти с минимални вариации. Днес този модел просто не работи. Сега, особено при бизнес клиентите, е необходимо индивидуално отношение, специално направени за тях продукти и пакетни предложения. В тази посока възможностите са безгранични. Например, всеки клиент може да има индивидуален рейтинг в зависимост от неговата кредитоспособност, поведение и лоялност. Така, в зависимост от рисковия профил, ще можем да прилагаме различни ценови и други условия за всеки отделен кредитополучател. Друг вариант е предоставянето на индивидуални отстъпки при използването на повече от един банков продукт. Подобен подход е все още в процес на изграждане в България, но според мен това е следващата логична стъпка. Друг изграждащ се модел на поведение от страна на банките е все по-активното им присъствие в социалните мрежи и реализирането на рекламни и образователни кампании в тях.

- Пощенска банка постоянно въвежда нови продукти и услуги съобразно бързото технологично развитие на пазара. Какви новости предстоят в тази посока за клиентите ви?

- Непрекъснато се стремим да предлагаме модерни продукти и цялостни решения. Нашата цел е да бъдем банка в крак с технологиите, но в същото време, която не е загубила човешкия контакт с клиентите. Водени от тази цел, през последните години разработихме банкови продукти без аналог на българския пазар.

Някои световни банки използват мобилните технологии като средство за пазарна диференциация, други добавят към мобилното си приложение възможност за осъществяване на плащания директно между две лица, трети дават възможност на клиентите да ползват мобилните им приложения посредством биометрична технология за разпознаване на пръстови

отпечатъци. Възможности за развитие много, както се казва - доброто тепърва предстои!

- Според повечето банкови представители, предстои окрупняване на сектора в България. Пощенска банка планира ли да участва в тези процеси и да продължи придобиването на банков или друг вид финансов бизнес (лизинг, факторинг портфейли и др.)?

- Стратегията за развитие на Пощенска банка винаги е била насочена към растеж. Успешно приключената сделка по придобиване бизнеса на клона на Алфа Банк в България е поредно доказателство за това. По подобен начин през 2006 г. придобихме и ДЗИ банк. В същото време не сме изоставили и възможностите на ограничния растеж на бизнеса. Привличането на нови клиенти и запазване лоялността на сегашните винаги са били приоритетни за нас.

По отношение окрупняването на сектора – в момента на българския пазар работят 27 търговски банки и докато преди имаше фактори, които позволяваха и на по-малките банки да реализират добра доходност, сега това става все по-трудно. В малка икономика като нашата е нормално да има по-малко, но по-силни финансови институции, предлагащи адекватни на клиентското търсене качество и цена на банковата услуга.

- Какви са изводите за стабилността на банките след стрес-тестовете и прегледът на активите на българската банкова система?

- Показаха нещо до голяма степен очаквано – българските банки притежават относително чисти портфейли, силни капиталови позиции и висока ликвидност. И ако ние, хората, познаващи системата отвътре, имахме представа за крайния резултат, то за крайните клиенти беше важно да получат ясен сигнал доколко добре се съхраняват парите им. Беше важно и за наблюдаващите случващото се в България отвън – потенциалните външни инвеститори. Сега, след като доверието в банковата система е върнато, е време за по-активно кредитиране. Време е за връщане на финансовата активност на нива, необходими за растежа на икономиката.

- Ангажиран сте от години и с работата на капиталовия пазар. Как да се активизира неговата, засега скромна, роля?

- Добре известен е един от най-сериозните кошмари за всеки икономически активен човек на Запад, от банкери и политици до обикновени инвеститори - да види спад на фондовата си борса. Няма силна икономика без силен фондов пазар. За съжаление, в България ситуацията не е точно такава. Българската фондова борса не изпълнява пълноценна роля за икономиката на страната, такава, че капиталовият пазар да се превърне в достойна алтернатива на банковото кредитиране. За да се промени това, са необходими целенасочени мерки от страна на институциите за връщане атрактивността на фондовия пазар. В това отношение съм силно обнадежден от една наскоро обявена инициатива на Комисията за финансов надзор и Централен депозитар, в която се включих

заедно с колегите от борда на БФБ-София – създаване на Съвет за развитие на капиталовия пазар. Тази инициатива беше подкрепена от почти всички браншови организации и има за цел създаването на подходящи стимули за привличане както на повече добри емитенти на фондовия пазар, така и повече инвеститори в него. Ако тази инициатива успее, ще бъдем свидетели на по-голяма активност, от там повече ликвидност, циркулираща през капиталовия пазар, а това в крайна сметка ще способства фондовата ни борса да заеме полагащото й се място в икономиката! Всички тези усилия са оправдани и поради още една причина – нашата фондова борса е сякаш единственият фондов пазар в света, който ня-

маше адекватно възстановяване след кризата от 2008 г. Това възстановяване, което имаха всички останали пазари, включително и тези от нашия регион. Определено ни трябва първоначалният импулс, който да даде траен тласък за развитие на капиталовия пазар.

- В личен план, кои „инвестиции“ и „доходност“ ви носят най-голямо удовлетворение?

- Като банкер с почти 25-годишен стаж съм силно обременен от постоянния анализ на съотношението „поеман риск - възвръщаемост“. Така че както в професионален, така и в личен план, винаги обмислям добре всяка нова сделка, всяка отделна инвестиция. Е, не че ми липсват и слаби ходове... По-важно е усещането, че инвестиционното решение, което си взел, се е базирало на добър анализ на поеманите рискове и очакваните ефекти. В чисто личен план, най-голямото удовлетворение винаги са ми доставяли „инвестициите“ в повече свободно време за моето семейство, за моите приятели. Това са хората, които винаги са ме разбирали и подкрепяли, въпреки прекалената на моменти служебна ангажираност и чести отсъствия. Друга инвестиция, която определено считам за изключително важна, е тази в образование и допълнителната квалификация. Човек трябва да се учи цял живот, инвестицията в себе си е най-важната житейска сделка!

ОСКАРИТЕ НА БИЗНЕСА

Победителите в „Мистър и Мисис Икономика 2015“

„МИСТЪР И МИСИС ИКОНОМИКА 2016“ ЩЕ ОТЛИЧИ НАЙ-УСПЕШНИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ В БЪЛГАРИЯ

Добре свършената работа носи удовлетворение и се отплаща. С убеденост в тази максима, Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ) и списание „Икономика“ ще дадат заслужени отличия на предприемачите и мениджърите, които инвестират в растежа на българската икономика. За втора поредна година най-голямата работодателска организация в страната е организатор на конкурса „Мистър и Мисис Икономика 2016“.

Номинации могат да правят всички членове на КРИБ в срок до 16 ноември 2016 г. Кандидатурите ще бъдат разгледани и селектирани от Комитет по номинациите, а победителите ще бъдат определени от жури, съставено от членовете на Управителния съвет на КРИБ.

Тази година призовете ще бъдат връчени в десет категории:

- **МИСТЪР ИКОНОМИКА;**
- **МИСИС ИКОНОМИКА;**
- **ИНДУСТРИЯ;**
- **ФИНАНСИ И ЗАСТРАХОВАНЕ;**
- **ЕНЕРГИЕН СЕКТОР;**
- **ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА;**
- **ИКТ, АУТСОРСИНГ И БИЗНЕС ПРОЦЕСИ;**
- **КОНСУЛТАНТСКИ БИЗНЕС/УСЛУГИ;**
- **УСЛУГИ И ТЪРГОВИЯ;**
- **ЗЕМЕДЕЛИЕ И ХРАНИТЕЛНА ПРОМИШЛЕНОСТ.**

По традиция големите победители ще получат статуетка „Рибарят и златната рибка“ на художника Ставри Калинов, превърнала се в символ на конкурса, както и почетна грамота.

Тържествената церемония по награждаването ще се състои от 19.30 ч. на 30 ноември 2016 г. в зала „София“ на столичния хотел „Маринела“ и ще бъде излъчена по Българската национална телевизия.

Медийни партньори на конкурса са БНТ, Economic.bg и Kmeta.bg.

КРИБ

и Списание „Икономика"

представят

Mr. & Mrs. ИКОНОМИКА 2016

Форумът на успешните бизнес лидери

Със съдействието на:

HUVEPHARMA
We add performance to your business

МИНСТРОЙ ХОЛДИНГ АД

ОБЩИНСКА БАНКА

APARTHOTEL ★★★★★ LuckyBansko&Spa
ПОВЕЧЕ, ОТКОЛКОТО ОЧАКВАТЕ!

Медийни партньори:

БНТ

Hotel Marinela SOFIA

KMETA.BG
ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

Economic.bg

метрореклама

AGRESSIA

star post

Este Restaurant

КРИБ и сп. „Икономика“ събраха властта и бизнеса, за да обсъдят заедно законодателните промени при концесиите

УПРАВЛЯВАЩИТЕ ЧУХА **ГЛАСА НА БИЗНЕСА** ЗА КОНЦЕСИИТЕ

автор: **Яна Колева**

Концесиите са чувствителна тема и за бизнеса, и за обществото. Ето защо преди новият Закон за концесиите да бъде гледан на второ четене в парламента, Конфедерацията на индустриалците и работодателите в България (КРИБ) и списание „Икономика“ организираха дискусия на тема „Прозрачност и ефективност на концесиите в България“. На 11 октомври в рамките на кампанията „Бизнес на светло“ представители на държавата и бизнеса се срещнаха и заедно обсъдиха силните и слабите страни на проектодокумента.

„Концесиите са болна тема. По нея бизнесът има много въпроси и много проблеми. Очакваме те да бъдат разрешени с нормативните актове, които предстои да бъдат приети“, каза председателят на КРИБ Кирил Домусчиев. Според него дискусията е важна и полезна, тъй като в нея участват ключови браншови организации, структуроопределящи компании, а също представители на правителството и на законодателната власт. „В такъв формат винаги намираме решения на проблемите, а 90% от направените обещания се спазват от страна на управляващите“, посочи Кирил Домусчиев.

Срокът е елемент в състезанието

В своите изказвания представителите на изпълнителната и законодателната власт обясниха и защитиха предлаганите законодателни промени. „Най-голямото достойнство на новия Закон за концесиите е, че стимулира конкуренцията”, обяви вицепремиерът Томислав Дончев. По неговите думи управлението на публичните активи, на държавната и на общинската собственост, е тема с повишена чувствителност. В момента няма зрели примери на публично-частно партньорство. Увеличаването на максималния срок на концесиите, който събуди най-много притеснения, наред с цената, всъщност е част от състезанието между отделните икономически оператори, които имат желание да управляват даден държавен актив. „Кандидатите ще имат стимул да предлагат по-конкурентни срокове“, подчерта вицепремиерът Дончев. Според него няма място за притеснение, тъй като концесиите няма да се дават на определени оператори, а ще има надпревара кой да получи тази концесия,

ДЪРЖАВАТА ЩЕ ПОДПОМАГА ФИНАНСОВО ОБЩИНИТЕ ПРИ ПРИВЛИЧАНЕТО НА ИНВЕСТИЦИИ ЗА ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ НА МИНЕРАЛНАТА ВОДА, СТАНА ЯСНО НА ДИСКУСИЯТА, ОРГАНИЗИРАНА ОТ КРИБ И СП. „ИКОНОМИКА"

от което всъщност ще спечели и държавата. „Старият закон беше прекалено чиновнически, а новият е по-добър от всичко, което сме имали досега", добавя той. Според него новият закон ще отвори възможности, които досега не са съществували, и добрите публично-частни партньорства ще може да се реализират. Той даде пример как сега, заради пропуски в закона, има много държавни или частни активи, които не се използват и не носят никакъв приход. В същото време има частен капитал, който стои неактивиран. С новия закон това ще се промени. „Странно обаче защо се бърка хипотезата за ползване в концесионен режим с тази за разпореждане и защо само при концесионирането се наблюдава повишена чувствителност", недоумява вицепремиерът Дончев. Той е убеден, че трябва да има концесии за строителство, а досега такива няма - от една страна, заради недоброто законодателство, както и заради липсата на готовност на държавата да управлява такава голяма и сложна концесия, но, от друга страна, заради липсата на доверие и несигурността на инвеститорите.

Правила за прозрачност

„Предприехме много сериозни стъпки да осигурим прозрачност и яснота по отношение предоставянето на концесия на целия процес за даване на разрешения за търсене и проучване и за предоставяне на концесии. Информационната система на сайта на Министерството на енергетиката дава възможност всеки да провери какво е състоянието на съответното разрешение за търсене и проучване или на концесия, която го интересува", коментира министърът на енергетиката Теменужка Петкова. Тя подчерта, че сериозната пречка пред бизнеса на светло е незаконният добив и увери, че се търсят ефективни начини срещу това.

Водата е ценен ресурс

„Екоминистерството управлява и контролира изпълнението на 15 концесионни договора, с които е предоставена възможността за ползване на минерални води", каза министърът на околната среда и водите Ивелина Василева. От 2000 г. насам изпълнението на концесионните договори е донесло на държавата приходи от близо 31 млн. лв. Само за 2015 г. приходите за държавата са 4,740 млн. лв. От тях на общините, на чиято територия са концесиите, са преведени близо 1 млн. лв. В България има 102 находища на минерални води, които са изключителна държавна собственост. Те разполагат с експлоатационен обем от около 3800 л/сек. В момента се оползотворява не повече от 18% от този ресурс. Има и находища публична общинска собственост и те също са с твърде ниска степен на оползотворяване. Около 20% от ресурса на минерални води се предоставя за различни цели, а това е богатство, което може да генерира големи социални и екологични ползи, смята министър Василева. Принципът на

Фото: Стоян Йотов

Законовите пречки за развитието на бутилиращата индустрия трябва да паднат, настояват Жана Величкова и Светослав Атанасов, изпълнителен директор на Coca-Cola ХБК България

Министърът на туризма Николина Ангелкова информира, че около 60 плажа се подготвят за отдаване на концесии следващия сезон. Важно е, че през юли т. г. беше приета новата методика за определяне на минималното концесионно възнаграждение, заедно с критериите за избор на концесионер, посочи още министър Ангелкова. Тя информира още, че промените в Закона за устройството на Черноморското крайбрежие предвиждат да има 4 групи плажове, според това къде са разположени - в урбанизирани и неурбанизирани територии, както и такива за природосъобразен туризъм.

С подкрепата на:
HUVEPHARMA®
We add performance to your business
150 Aurubis
Years of the Future.

децентрализация, въведен със Закона за водите през 2011 г., даде възможност на 42 общини да ползват и стопанисват 63 находища изключителна държавна собственост. В процес на разработване е националната програма за ефективното оползотворяване на минералните води. Ще се осигури възможност за обезпечаване на изграждането и поддръжката на довеждаща и разпределителна структура на територията на общините. „Ще предоставим 50% от необходимите средства като безвъзмездно финансиране, ще покрием и лихвите по кредитите, които те ще ползват за тази цел. Това е възможност общините да привличат инвестиции, за да развият местната икономика“, добави министър Ивелина Василева.

Новият модел

„Новият Закон за концесиите ще осигури ясен ред, по който да включим частния сектор в строителство и предоставяне на услуги, с които до момента само държавата се ангажира. Всяка инвестиционна идея ще може да се реализира по този начин“, смята Делян Добрев, председател на Комисията по енергетика в парламента. Според него една от досегашните спънки да се правят големи и важни инфраструктурни обекти е, че се чакаше държавата и общините да набавят необходимия ресурс. „За да се реализира голям инфраструктурен проект, се налага да чакаме 5-6 години държавата да събере пари, след което да организира обществена поръчка, да бъде спечелена и едва тогава започва строителството“, каза Добрев. Новият закон ще позволи частни компании да инвестират във всякакви обекти, като инвестицията ще се изплаща от такси. „Дори да не достигат приходите от такси, законът позволява те да се допълват от държавата и общините и инвестицията да се изплати във времето“, уточни Добрев. Той е на мнение, че новият Закон за концесиите ще засили конкуренцията между инвеститорите, което в крайна сметка ще е от полза за държавата и хората. „Максималните срокове нямат значение. При открита процедура печели който даде най-добър срок“, добави Делян Добрев. „Срокът наистина трябва да е елемент в състезанието и при определяне на икономическите параметри на една концесия. Достижение на този законопроект е ясното разпределение на рисковете и ясният модел за икономически анализ на всеки от видовете концесии, които са много разнообразни. Няма да има вечни концесии, в надпреварата сроковете ще се скъсят“, увери на свой ред председателят на Комисията по правни въпроси Данаил Кирилов.

Безпокойства

„Има много неща, които в проектозакона за концесиите ни притесняват. Едно от тях е намаляването на сроковете от 35 на 25 години. Нашата дейност е свързана с големи инвестиции и очакваме да има оптимален времеви срок за концесията. Икономическият баланс на интересите не е заложен и не виждаме как да постигнем желаната от всички нас повишена ефективност“, е мнението на председателя на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България Жана Величкова. Министър Ивелина Василева обясни, че Министерството на земеделието и храните (МЗХ) и Министерството на здравеопазването законодателно също имат надзорни функции, свързани с бутилирането на водата. По нейни думи те са поели ангажимент да осъвременят наредбата, която препъва бутилиращата индустрия.

Кметът на община Девин Красимир Даскалов предложи при възлагане на концесия 50%, а не 30% от концесионното плащане, както е сега, да отиват в бюджета на общината, на чиято територия е концесионното находище. Община Девин вече е предприела активни действия това предложение да придобие законова форма.

Форумът беше отворен за хора с професионален интерес към темата. „Законът на публично-частното партньорство (ПЧП) и Законът за концесиите не бива да се смесват, тъй като при ПЧП има съинвестиционен процес, а при концесиите става дума за права и рисковете се изчисляват по друг начин“, смята Красен Станчев, основател на Института за пазарна икономика. А д-р Александър Трифонов, сертифициран консултант по управление, обърна внимание, че има законова вратичка, която позволява концесия да се взема за по-кратък срок, който след това да се удължава допълнително, въпреки състезателния елемент в началото. Според него вече има редица такива прецеденти.

Кирил Домусчиев обяви, че в КРИБ ще се проведат срещи по браншове, за да бъдат изготвени конкретните предложения за промени в Закона за концесиите. Те ще бъдат предоставени на председателя на Комисията по правни въпроси Данаил Кирилов преди второто четене на закона.

Кметовете предлагат общините да получават по-голям процент от концесионните възнаграждения

Проф. дтн Николай **Вълканов**, председател на Съвета на директорите на „Минстрой Холдинг„ и зам.-председател на БМГК:

На ранен етап общините да кажат „Да" или „Не"

В България има отлични условия за правене на бизнес. В банките има достатъчно финансов ресурс, който става все по-евтин за фирмите, които обаче са в светлата част на икономиката. Много се говори, че няма чужди инвестиции в България. Но 2/3 от вложенията през годините са чужди, а големите компании инвестират постоянно. Проблемът е в липсата на квалифицирана работна ръка, но е време работодателите да обучават кадрите си и да им създават условия, с които да ги задържат. Трябва да сме активни в средното и висшето образование, както и при обученията на място. При нас работят над 3000 човека и не изпитваме глад за кадри. Ние ги отглеждаме, плащаме им добре, покриваме пълните осигуровки, което трябва да прави всеки бизнес на светло. В нашия бизнес един от големите проблеми, който спъва инвестициите, е политическият и екологичният рекет. За разрешителните за добив фирмите плащат скъпо, губят много време, а когато процедурата е в самия край, местната власт или общност може да реши, че нещо не ѝ харесва и да започнат протести и проблеми. Общините сами трябва да решат на етап обявяване на проучването дали са съгласни на тяхна територия да се извършва подобна дейност. Често отказите са политически мотивирани.

Иван **Иванов**, изпълнителен директор на "Нова Трейд":

Три закона спъват бутилирането на вода

Вниманието е насочено към промените в Закона за концесиите, но и други два закона пряко засягат минералните води - Законът за храните и Законът за водите. Когато се вземе една концесия, след това тя трябва да се разработва, но правилата за бутилиране и разработване на находищата са проблемни от години. Има наказателна процедура срещу България във връзка с бутилирането на вода. От МЗХ обаче все още има само обещания за промяна, а тя реално не се случва. Трябва да се направи актуализация на законодателството в тази област, защото наредбите не са синхронизирани с европейското законодателство. Секторът се подценява, а водата е от огромно значение за човешкото съществуване.

Дискусията е едно добро начало за диалог между държавата и бизнеса и за набелязване на проблемите. Трябва обаче да се стигне до реални решения по наболелите въпроси.

КОГАТО КОМПАНИЯТА ЗАБАВИ ХОД

автор: **Яна Колева**

Всеки предприемач и всяка компания, която се стреми към по-добри резултати, твърди, че постоянно търси начини да развива своя бизнес в условията на непрестанно променяща се среда. Но ако чуете, че бизнес развитието като консултантска услуга намира твърде слаба почва у нас, може би няма да се изненадате. Парадоксите в българската икономика едва ли се изчерпват с този. Предприемачи, решили да опитат този уж по-лесен вариант, избрали именити компании. Като недостатък те посочват, че често назначените консултанти са млади хора с престижно образование, но с незначителен практически опит, поради което те предлагат стандартни бизнес решения в ситуации, изискващи нестандартен подход. Това води до невъзможност съществуващите проблеми да се решат по оптимален начин.

КОНСУЛТАНТЪТ ПО БИЗНЕС РАЗВИТИЕ ДИМИТЪР ФИЛИПОВ Е УБЕДЕН, **ЧЕ ТЪРСЕНЕТО НА ТОЗИ ВИД УСЛУГИ В БЪЛГАРИЯ ТЕПЪРВА ПРЕДСТОИ**

Личен опит

Димитър Филипов е консултант по бизнес развитие с богат предприемачески опит зад гърба. Той е инженер, но в продължение на десет години се е занимавал с производството на хляб. Създал три фурни в Пловдив и през 2000 г. поетапно затворил този бизнес. В семейството повечето хора са архитекти и затова основали семейна строителна фирма, като извършвали всичко от проектирането до самото изграждане на сградите. През 2008 г. започнали и търговия с Китай. През 2010 г. преустановили тази дейност заради кризата в строителството, която настъпи и там. Тогава Димитър Филипов решил, че е време да надгради своите познания и изкарал 4-месечен курс по управление на европейски проекти. Станал консултант на „Топлофикация - София“ за нейните европроекти. През 2012 г. завършил дистанционна MBA програма по международен мениджмънт към University of London. После създал BLUE Strategy Consulting и сега е консултант и в тази сфера, като същевременно развива няколко свои други бизнес начинания.

Дали модерното е надеждно

Бизнес дивелъпмънт означава развитие на нов бизнес или на съществуващ стар чрез излизане с нови продукти на нови пазари, въвеждане на добра пазарна стратегия и откриване на възможности за разширяване на пазарното присъствие. На Запад тази дейност се подпомага от вътрешнофирмени и външни консултанти по мениджмънт, обяснява Димитър Филипов.

Важна част в стратегията за бизнес развитие на една фирма играе анализът на бизнес процесите и аутсорсването на част от тях. Тази теория е добре проучена. През 2009 г. Оливър Уилямсън получи Нобелова награда за своята работа в областта на икономическото управление. Той е професор по бизнес администрация, икономика и право в калифорнийския университет Berkeley от 1988 г. В труда си, отличен с най-престижното отличие, той посочва, че фирмата и пазарът са два полюса на една екосистема. На единия край е свободният пазар, където може да си поръчаш всичко, да го сглобиш и да го продадеш. На другия полюс е фирмата, която може сама да направи всичко „вкъщи“. Всички бизнеси са някъде по тази ос – някой аутсорсва част от дейността си, друг се справя сам, казва Димитър Филипов. Напоследък аутсорсингът на услуги е модерен, но доколко е добре да „изнесеш навън“ бизнес развитието на компанията, е спорно. Известен е примерът на телекомуникационната компания Ericsson, която залезе, след като в началото на века цялото производство на мобилни телефони и редица съпътстващи дейности бяха дадени на аутсорсинг. Компанията се фокусира върху научно-развойна дейност. И както Оливър Уилямсън казва, може да си направим всичко сами, но може и да си наемем някой да свърши

тази работа. Въпросът е дали може да му се доверим. Има неща, които трябва да останат „вкъщи“ под прекия контрол на ръководството, твърди Димитър Филипов.

Професионално око

В повечето български компании обикновено не се заделят средства за консултантски услуги. Така бизнесът се лишава от възможността да има външната гледна точка. Когато си вътре във фирмата, много от нещата просто се приемат за даденост и не се обръща внимание на проблемите, които са спирачка в развитието. В САЩ дори има абонамент за консултантски услуги. Може да не се наложи те да бъдат ползвани, но появи ли се такава необходимост, консултантът има задължението спешно да реагира. Това го постигат само изключително високо ниво професионалисти, спечелили доверие в бизнес средите. Има метрика, по която се отчитат резултатите от тези консултации. Това изисква здрава фирмена структура, както и компанията изцяло да работи на светло. Но консултантите в България страдат от дефицит на доверие към професията и всеки сам трябва да го спечели.

Целта е двигател

За да успее една фирма, тя трябва да има цел и стратегия. Нужни са визия и мисия. Caterpillar е американска компания за производство на булдозери и тежки машини. Днес японската Komatsu е пряк неин конкурент. Тя е създадена след Втората световна война, когато страната е в тежка ситуация, но има система за подпомагане на бизнеса. Около 40 години нейната цел е била да стигне и да надмине Caterpillar. Това е било цел на всеки човек в компанията. И Komatsu догонва Caterpillar. В книгата си „Мисли и забогатявай“ Наполеон Хил изследва как най-богатите хора в Америка са постигнали своето богатство. Той установява, че най-важното при всеки е наличието на цел. Проучванията му обаче показват, че само около 1,5% от хората имат цел, другите живеят ден за ден. На второ място двигател при всички успели е изгарящото желание да правят нещо. Затова и в бизнеса са важни целта, мисията и стратегията на фирмата. Но те трябва не само да са формулирани, а да са сведени до всеки човек, уверява още Филипов.

Консултантските услуги по бизнес развитие ще се ползват с доверие и в България, смята Димитър Филипов

Добавена стойност

Консултантът по бизнес развитие може да е незаменим. Но е нужно доверие. Когато се прави първата стъпка, трябва да се поставят репери в съвместните усилия. Не се ли получи сработване още в началото, няма втора стъпка. Консултантът съветва бизнеса, но не може пряко да влияе на вземането на решения. Той посочва пътя, без да се ангажира със самото изпълнение. На Запад именити консултанти получават до 35% от добавената стойност, която компанията е постигнала, благодарение на тяхното ноу-хау. А в България тепърва ще се убеждаваме, че растежът зависи от практическото прилагане на знанията за умело бизнес развитие, смята Димитър Филипов. Бизнес дивелъпмънт е услуга, която тук тепърва ще навлиза.

КОНСУЛТАНТСКИТЕ УСЛУГИ ЗА РАСТЕЖ

Предимства

+ Консултантът дава външна гледна точка към развитието на фирмата
+ Той идентифицира проблеми, които хората от фирмата не забелязват
+ Дава липсващи знания
+ Предлага решения и нови възможности, но компанията преценява дали да ги използва
+ Наема се за кратко време и за определена работа, а не на трудов договор

Недостатъци

- Липса на традиции
- Липса на доверие
- Много от предприемачите не вярват, че консултантските услуги може да имат висока добавена стойност
- Бизнесът свиква да ползва европейското финансиране наготово, вместо да търси пазарни начини за успех

ДА ЗАКРЕПОСТИМ ЛИ **СТУДЕНТИТЕ**

РАЗГОВОРЪТ ДАЛИ ВИСШИСТИТЕ, ЗАВЪРШИЛИ ПО ДЪРЖАВНА ПОРЪЧКА, ДА ИМАТ АНГАЖИМЕНТ ДА РАБОТЯТ В СТРАНАТА, **Е КАТО ДА ОТВОРИМ КУТИЯТА НА ПАНДОРА**

автор: **Георги Георгиев**

Реформа във висшето образование, която да задължи студентите държавна поръчка да работят в България определен брой години след дипломирането си, поискаха от Българската търговско-промишлена палата. „Трябва да има една ясна система - ако младите хора искат по държавна поръчка да завършат своето висше образование, трябва да имат някакъв ангажимент - две, три или четири години да работят тук, в България, за да може българската икономика да има полза от тази инвестиция. Който иска да не е обвързан, да си осигури финансиране на своето образование и ще бъде свободен да работи, където иска по света “, мотивира предложението главният секретар на БТПП Васил Тодоров.

Предложението не среща еднозначна реакция нито от бизнеса, нито от академичните среди, нито от обществеността. Част от запитаните са на мнение, че щом държавата покрива разходите за образование, тя трябва да получи нещо срещу тази инвестиция. Това е сделка с държавата и двете страни в нея трябва да имат ангажимент, казват някои. „Да им въведем и изходни визи, както беше до 1989 г., и съвсем ще ги спрем. Ако тук за даден вид работа им дават 500 лв., а другаде – 5 хил. евро? Затова проблемът всъщност е подменен. Казусът е изначално грешен и трудно може да му се намери адекватно решение“, репликира IT предприемач. Но… дяволът винаги е в детайлите. И това го потвърждават разсъжденията на една ученичка от десети клас: „Щом държавата плаща за висшето образование на някого, тя може да му постави условие да работи година-две в България. Но от този ангажимент произтичат поне три неща. Държавата да осигури работа на висшиста. Тази работа да е по специалността, която той е завършил. Заплащането да е прилично. Най-вероятно ще се спре до първото условие и ще бъде осигурена някаква работа, която не е по специалността и не е добре платена. Така този млад човек ще бъде принудително затлачен за няколко години.“

Идеята да закрепостим студентите отваря много теми - за качеството на образованието и за качеството на живот в страната, за заплащането, за професионалната реализация и за ангажираността на държавата и на бизнеса към този процес. „Не може държавата да подготвя кадри за чужбина“, смята доц. Григорий Вазов, ректор на ВУЗФ. „Висшето образование е сбъркано изначално. Трябва да се коментира и качеството на образованието, това е ключово в една глобална и отворена образователна среда. В България разчитаме на свобода на избора и движението. Само чрез качество можем да задържим младите хора“, твърди Саша Безуханова от платформата MoveBG. „Имаме и свобода за пропиляване на ресурс“, контрира доц. Вазов.

Да, в България рядко има бизнес, който да не се оплаква от липсата на кадри. Но разговорът дали да закрепостим студентите, е като да отворим кутията на Пандора.

Списание „Икономика“ предлага няколко мнения на предприемачи с различен опит и виждания.

Проф. д-р Боян **Дуранкев**, преподавател в катедра "Маркетинг и стратегическо планиране" в УНСС:

Университетите не са ковачница за кадри

Категорично съм против идеята младите хора да се закрепостят за години напред на жалки заплати в страната. Аргументите „против“ са много повече и много по-силни от тези „за“. Ето някои от тях. Първо, при приема в държавните университети т. нар. „държава“ (чрез МОН) няма представа какви специалисти ще са необходими в България след 4-5 години, а „с поглед, забит в тавана“, определя бройки и специалности по тях. В същата конфузна ситуация е и Министерството на икономиката, където никой не е наясно каква ще бъде структурата на българската икономика след 2020 г., когато „крепостните” студенти ще се реализират като „работна сила“. Щом няма точна прогноза какви специалисти ще са нужни, тогава как ще им се осигури работа „по специалността“?! А какво става, ако не им се осигури работа по специалността?

Второ, държавата плаща за 4 години следване около 4000 лв. за всеки студент, но българската държава много добре знае, че ако младият човек не може да намери работа, тя ще му плаща всяка година повече от 4000 лв., така че тя предпочита да премине към „отложена безработица“. Затова МОН допуска да се влиза с успех 3.00 в престижни специалности.

Трето, разходите на държавата за обучение в държавните университети са „преки разходи“, но студенти и родители разходват „косвени разходи“ – за плащане на семестриални студентски такси, за храна, облекло, наеми, учебници, помагала и т. н. „Косвените разходи“ на семействата на студенти са по-големи, отколкото са „преките разходи“ на държавата. И ако след това завършилите студенти нямат работа по специалността, тогава трябва да имат право да съдят държавата, която ги е насочила към специалности, по които няма реализация. Въпреки че университетите отчитат висок коефициент „завършили и работещи по специалността“, това е опашата лъжа, за която се знае отдавна.

Четвърто, няма частно висше училище, което да не е получавало финансови или други инжекции по линия на държавата, на общината, на еврофондовете. Тези средства не са никак малко; ако ги нямаше, много частни университети днес щяха да са покойници. Освен това държавата – открито или скрито – дискриминира държавните висши училища в полза на частните. Вижте какво става в МА, това не е случайно – там има много пари за източване и „пренасочване“ към частни приятелски кръгове. Защо тогава да не се принудят и завършващите уж частни висши училища да остават в България?

Пето, в Европейския съюз – далече още преди да го има – функцията на университетите е определена преди всичко да подготвят личности и лидери за бъдещото развитие на обществото, науката, икономиката. А не университетите да са „ковачница на кадри“ за бизнеса, който се интересува предимно от своята печалба. Ако този бизнес е социално отговорен, нека да предложи на всеки завършил специалист стартова заплата от три минимални заплати (1260 лв. към днешна дата), тогава нашите момчета и момичета няма да бягат по чужбина.

Шесто, в страните членки на ЕС се прилага принципът „равенство на достъпа“, за да могат по-бедни-

ИДЕЯТА ЗА ЗАКРЕПОСТЯВАНЕ НАДХВЪРЛЯ ПРЕДСТАВИТЕ **И НА ДЖОРДЖ ОРУЕЛ ОТ „1984“**

те хора да изпращат децата си в колежи и университети. Иначе тези деца ще останат завинаги наследници на своята семейна бедност. В доста страни таксата за държавните университети е от 0 до 200 евро.

И седмо, тезата, че „всяка инвестиция трябва да носи възвръщаемост“ е профанизирана, както и да се погледне. Колко „възвръщаемост“ носят разходите за поддръжка на военните ни самолети и армията; на учителите, на учените (например физици) и т. н. Няма и не може да има „възвращаемост“ винаги и навсякъде. Това е животът. „Възвръщаемостта“ от висшето образование е по-умно и по-интелигентно гражданство, способно да гледа правилно към решаването на проблемите. А ако продължим да търсим „възвръщаемост“ на нашите данъци, дали да не започнем с помощите за майчинство, да премина през субсидиите за детските ясли и детските градини, после за училищата, за да може да принудим навършилите 18 години да останат принудително в България в следващите 50 години, когато ще се пенсионират.

Накрая, идеята за закрепостяване надхвърля представите и на Джордж Оруел от „1984“. Ако толкова се харесва на някои, нека първо техните деца да завършат български държавни университети, след това 4-5 години за поработят на 500-800 лв. И тогава да говорят за „възвръщаемост“ и „принципи“. Гарантирам, едно е на устата, друго е в главата!

Стоян **Ангелов**, предприемач и основател на Fly Events:

Лошото изпълнение на подобни идеи е най-опасно

Истината е някъде по средата. Ако студентите изберат безплатно висше образование, държавата има право да иска нещо от тях. Но трябва мотивация, а не принуда да остават в България. Щом се изисква завършващите висшисти да работят тук, трябва да им се гарантира адекватна реализация. Държавата, а и бизнесът, който дава тази идея, трябва да има ангажимента да осигури правилната работа и правилното заплащане. Защото в условията на глобализация, ако ще учиш, за да платиш с няколко години ходене по мъките след това, то по-добре да не учиш „безплатно“.

Студентското кредитиране вече се развива и в България, но не зная колко благоприятни са лихвите. Когато бях студент, теглих такъв кредит, гарантиран от държавата. Докато учех, плащах само лихвите. После го погасих на два пъти, тъй като вече имах бизнес и можех да изплатя задълженията. Но не всеки става предприемач.

Има и друг момент – може да учиш едно, но междувременно да се роди идея да започнеш някакъв различен бизнес. Не бива предприемаческата активност да се спъва.

Лошото изпълнение на подобна идея ще доведе до заробване на младите хора. Идеи лесно се дават, но като погледнем на идеята през различните гледни точки, може да стигнем до отказ от нея.

АКО ЩЕ УЧИШ, ЗА ДА ПЛАТИШ С НЯКОЛКО ГОДИНИ ЛИШЕНИЯ СЛЕД ТОВА, **ТО ПО-ДОБРЕ ДА НЕ УЧИШ „БЕЗПЛАТНО“**

Красимир **Дачев**, председател на Съвета на директорите на „Свилоза":

Ще има реализация за завършващите висшисти

Всяка инвестиция – независимо дали е частна, или се прави от държавата, трябва да има смисъл. Държавата разруши българското образование с модела „Субсидията следва студента и ученика". Университетите станаха ЕООД-та, висшите училища са 51 на брой, като някои от тях имат редица клонове из страната. Те усвояват пари и крайният резултат не ги интересува. Тяхната продукция не е обвързана с пазара и още в зародиша си тя не е насочена към него. Неразумно е държавата да финансира нещо, което утре не ползва, а същевременно най-качественото заминава в чужбина.

Ако искаш да учиш междупланетарна генетика или някаква друга измислена специалност, плащай си и учи. Защото като завършиш, няма къде да работиш, такива хора не се търсят. Нещата са очевидно ясни. Каква е целта да даваме пари за образованието на някой, който не се интересува от това и после не иска да го работи?! Според мен няма проблем да се осигури работа на завършващите висшисти. Държавата правеше това близо 50 години и няма никакъв проблем, че днес частният бизнес е основен фактор на пазара. Бюрата по труда по места са най-верният показател какви хора се търсят за работа и кои са безработни. Заявили сме свободни работни места, за които те не могат да осигурят кандидати. Простичко е, не е толкова сложно - държавата има достатъчно структури и е в състояние да осъществи тази идея за обвързаност между следване по държавна поръчка и намиране на работа след това.

ДЪРЖАВАТА ИМА ДЪЛГОГОДИШЕН ОПИТ В ОБВЪРЗАНОСТТА МЕЖДУ **СЛЕДВАНЕ И НАМИРАНЕ НА РАБОТА СЛЕД ТОВА, ЩЕ СЕ СПРАВИ И ПРИ НОВИТЕ УСЛОВИЯ**

ИЗБОРЪТ.
КЛЮЧЪТ КЪМ ДОБРИТЕ ФИНАНСОВИ РЕШЕНИЯ.

Postbank
Private Banking

ЦЕНТЪР ЧАСТНО БАНКИРАНЕ НА ПОЩЕНСКА БАНКА
СОФИЯ 1000, УЛ. „ШИШМАН" 30, ЕТ. 3, ТЕЛ. + 359 2 81 66 496
PRIVATE_BANKING@POSTBANK.BG

КОЛКО СА УСТОЙЧИВИ **ДЪРЖАВНИТЕ ДЪЛГОВЕ**

автор: **Бисер Манолов**

Според някои икономически теории чрез повишаване на държавния дълг може да се постигне устойчив икономически растеж. Какво е устойчивото ниво на държавния дълг обаче? Има ли универсални показатели, приложими за всяка икономика, независимо от размера й? Необходима ли е активна инвестиционна политика от страна на държавата в ситуация на икономическа стагнация чрез увеличаване на държавния дълг? Това са изключително комплексни въпроси и със сигурност нямат еднозначни, още по-малко общовалидни отговори. Да, има общоприети коефициенти за измерване на устойчивостта на държавния дълг, но след икономическата криза от 2008 г. те са по-скоро пожелателни, отколкото бенчмарк за провеждане на различни финансово-икономически политики. Знаем, че за Европейския съюз такава гранична стойност за държавния дълг е отношението държавен дълг към БВП, което не трябва да надхвърля 60%. Според някои икономисти обаче, за така наречените ключови икономики пределното ниво е 90%.

На 24 октомври бяха публикувани данните за държавния дълг на държавите членки на еврозоната за второто тримесечие на 2016 г. Спрямо изработения брутен продукт за този период е отчетено понижение от 91,3% на 91,2%. В номинално изражение обаче има повишение на тримесечна база от 9 609 млрд. евро на 9 679 млрд. евро. При 28-те държави членки на ЕС съответно е отчетено понижение от 84,5% на 84,3% на държавния дълг спрямо брутния продукт. В номинално изражение и в разширения обхват има увеличение от 12 477 млрд. евро на 12 504 млрд. евро. България е на трето място в класацията на най-слабо задлъжнелите държави, с държавен дълг в размер на 29,4% спрямо БВП на страната.

В бизнеса има един основен принцип, според който не е важен размерът на дълга, а дали можеш да си го позволиш. Точно по този начин стоят нещата и при държавния дълг. След 2009 г. сме свидетели на главоломно нарастване на държавните дългове. Правителствата наляха купища ликвидност в опит за стимулиране на икономически растеж през мегаинфраструктурни проекти. Централните банки натиснаха основните лихви до отрицателни нива, като в същото време започнаха колосални по своите размери операции по изкупуване на държавни дългове, което продължава да поддържа исторически най-ниските нива, на които се финансират правителствата. Последните практически имат минимални лихвени разходи по обслужване на дълговете си, което определено ги стимулира да поддържат високи бюджетни дефицити. Доколко такова поведение може да бъде устойчиво в дългосрочен план обаче, е друг въпрос. Разбира се, че има ниво на насищане при поемането на нови дългове, за което си има и различни модели. Изключително важно е да се има предвид кои са основните фактори, които влияят върху способността държавата да поеме допълнително дълг, тъй като политиката по управление на държавния дълг определя устойчивостта на публичните финанси. Това са нивото на спестовност, нивото на лихвените проценти на международните пазари, наличието на кредитор от последна инстанция, перспективите за икономически растеж, наличието на доверие и сигурност, чуждестранните инвестиции и инфлацията.

1. Нивото на спестовност. Очевидно е, че колкото по-високо е нивото на спестовност, толкова повече новоемитирани заеми държавата ще може да финансира. Класически пример в това отношение е Япония, която има съотношение държавен дълг към БВП в размер на 230%, но почти 100% от този дълг е притежание на местни инвеститори.

2. Нивото на лихвените проценти на международните пазари. През призмата на текущата ситуация в глобален план, нулевите лихвени проценти буквално изцеждат инвеститорите, а битката между тях за покупка на новоемитиран държавен дълг е „кървава“. Още повече, че най-големите играчи на този пазар са централните банки.

3. Наличие на кредитор от последна инстанция. Под кредитор от последна инстанция се разбира централна банка. В случай, че едно правителство изпадне в затруднено финансово положение, то винаги може да получи подкрепа от съответната централна банка, която да изкупи новоемитирания дълг. Това е практика, която в средата на миналия век бе активно прилагана от американското правителство.

4. Перспективите за икономически растеж. Ако една държава е изправена пред угрозата от икономическа рецесия, приходите в хазната неминуемо ще паднат. Това ще доведе до влошаване на съотношението държавен дълг към брутен продукт, което е червена лампичка за инвеститорите. При очакване за икономически ръст съответно процесите са в обратната посока.

5. Доверие и сигурност. По принцип инвестицията в държавни облигации се счита за 100% сигурна. Повечето правителства по света в исторически план не са изпадали в банкрут, но има и примери за обратното като Аржентина, която в края на миналия век и в началото на този изпадна

ВАЖЕН Е НЕ РАЗМЕРЪТ, А ДАЛИ ИКОНОМИКАТА МОЖЕ ДА СИ ГО ПОЗВОЛИ

два пъти в банкрут, вследствие на което доверието на инвеститорите към страната е равно на нула. Политическата несигурност се явява също така огромна пречка за поддържане на високо доверие от страна на инвеститорите.

6. Чуждестранни инвестиции. Страни като САЩ са изключително атрактивна дестинация за външни инвеститори, най-вече заради статуса на американския долар на световна резервна валута. Това прави нещата за американското правителство при заемане на пари от международните финансови пазари изключително лесни. Между другото, най-търгуваните финансови инструменти са американските държавни облигации. Държави, за които има очаквания за девалвация на местната валута и висока инфлация, изпитват сериозни трудности при финансиране на държавния си дълг.

7. Инфлацията, или по-скоро очакваните нива на инфлация. При наличието на инфлационни процеси инвеститорите преследват по-високи доходности, което води до по-високи цени на финансиране за държавата. Точно поради тази причина се счита, че евентуалното увеличаване на лихвата от страна на Федералния резерв на САЩ може да бъде „капката, която преля чашата“ за приключване на дългосрочния тренд на покачване на цените на държавните дългове.

Към настоящия момент дълговите нива на България са устойчиви. Тенденцията на трупане на постоянни дефицити през последните 7 години обаче е притеснителна. Нещо повече, според разчетите на Министерство на финансите и през 2018 г. се залагат повече разходи отколкото приходи. Макроикономистите считат, че през 2017 г. ще приключи дългосрочният тренд на понижаване на глобалните лихвени проценти. Това не е добра новина за силно задлъжнелите държави, защото означава само едно – по-големи разходи по обслужване на дълга. Държавите от групата на нововъзникващите пазари, към които спада и България, най-бързо ще почувстват промяната на лихвените нива. Точно поради тази причина е важно колкото се може по-скоро да овладеем бюджетните дефицити. Още повече, че имаме горчивия опит със случилото се преди четири години с южната ни съседка Гърция. Както се казва – умният човек се учи от грешките си, а мъдрият - от грешките на другите.

СТАБИЛИЗИРАНЕ **ПРИ ПЕТРОЛА**

автор: **Светослав Бенчев**

В края на този месец се очаква във Виена да се съберат страните производителки на петрол, членуващи в ОПЕК. Това събитие ще се окаже най-вероятно структуроопределящо за пазара на петрол през 2017 г. Какви са очакванията и какво ще се случи (или не)?

Първият аспект, който следва да бъде отбелязан, е фактът, че за първи път от 2008 г. насам сме изправени пред възможността да бъде взето някакво общо решение за регулиране на пазара от страна на ОПЕК. Разбира се, винаги съществува и възможността в края на ноември да не се промени нищо. Това на практика ще означава, че организацията не е способна да функционира, както смятат доста анализатори. Не мисля обаче, че дори страни с много различни позиции като Иран и Саудитска Арабия ще позволят това да се случи. Макар и понякога сложен за управление инструмент, все пак той дава възможност да се влияе върху световния пазар и да осигурява сериозни приходи за членовете си. В този смисъл никой няма интерес картелът да се разпадне. Дотук обаче е и всичко положително, което можем да кажем за състоянието на ОПЕК. Множество сигнали говорят за съмнителен изход от ноемврийската среща. Държави производителки като Иран и Ирак не желаят да се включат в намаляването на производството. Ислямската република иска да достигне нива на производство от преди налагането на санкциите, а именно около 4 млрд. барела на ден (б/д), т.е. около 500 000 барела повече от това, което предлага на пазара към настоящия момент. Иракските власти, от своя страна, имат необходимост от свежи финансови постъпления, тъй като засилиха битката си с Ислямска държава, което неминуемо води до сериозни разходи, засега свързани с военните нужди, но в последствие ще са необходими средства за възстановяване на инфраструктурата, нормализирането на живота и поддържането на сигурността в освободените райони. Това са сериозни аргументи, които вероятно ще изключат тези две страни от евентуално споразумение, но ще доведат и до по-символично намаляване на производството. Очаква се страните да постигнат съгласия за таван на снабдяването от около 32,7 до 33 млрд. б/д при реализирани обеми през септември на около 33,25 млрд. б/д. Както виждаме, количествата, които се очаква да бъдат ограничени, не са особено значителни. Едва ли Саудитска Арабия ще приеме да направи допълнително усилие, още повече, че нейният геополитически съперник няма да бъде обвързан от решението на ОПЕК.

Поведението на държавите производителки извън картела също е от основно значение за бъдещото споразумение. Засега единствено Руската федерация се включи в диалогичен режим с ОПЕК, но сигналите бяха доста разнопосочни – от възможност за намаляване на добива, според Владимир Путин, до хвалби за рекордните количества, добити през тази година, и увеличаването им, според представители на руските петролни компании. Може би това е част от преговорния процес, но вероятността от сериозна сделка с Руската федерация е доста малка поради множество причини, сред които следва да спомена зависимостта на руската икономика от износа на нефтопродукти, както и военната им кампания в Сирия.

Естествено е ОПЕК да не направи рязко намаляване на производството и поради един от основните си конкуренти, а именно шистовите кладенци в САЩ и Канада. Настоящите ценови нива водят до замразяването на експлоатацията им или добив на ръба на оцеляването. За около година и половина петролните компании, извличащи неконвенционално, срещнаха истински затруднения и много от тях просто фа-

НЕ Е ИЗКЛЮЧЕНО ДА ВИДИМ НИВО ОТ 60 ДОЛАРА ЗА БАРЕЛ

лираха. По данни на американски производители около 1,5 трилиона барела са количествата, които технически са достъпни за добиване и очакват единствено по-високи цени. Едва ли в момент, в който сериозните затруднения поставят неконвенционалния добив под изключителен натиск, ОПЕК ще им даде глътка въздух. Напротив, след ниските цени картелът следва да продължи да ги задържа до неприемливи за шистовите производители нива. По този начин единствено технически прогрес, водещ до съкратени разходи, може да ги върне на пазара, но това би отнело поне година-две. С оглед на всичко казано дотук, какво можем да очакваме след срещата на ОПЕК в края на ноември?

Ако бъде постигнато някакво споразумение за таван на добивите, което изглежда вероятно към настоящия момент, то ще изключва някои от страните членки. Намалението едва ли ще бъде сериозно, като основна цел ще бъде изравняване на търсенето и предлагането на суров петрол и задържането на тази тенденция през първите тримесечия на следващата година. Предполагам, надеждите на производителките са през втората половина на 2017 г. търсенето да надвиши предлагането, което да доведе до повишаване на цената на барела. Естествено, това зависи от множество фактори – състоянието на глобалната икономика, климатични условия, регионалните конфликти, в които участват и част от членовете на ОПЕК, и др. В краткосрочен план дори и веднага след срещата в края на ноември да има поскъпване на суровия нефт, то ще бъде по-скоро реакция на пазара и вероятно няма да е съществено и дългосрочно. Прогнозната цена за следващата година ще се движи в интервал около 50-55 долара за барел, като при благоприятни условия може да достигне и 60 долара в края на 2017 г. И за да завършим оптимистично, ако събитията се развиват не особено негативно през следващата година, то възможността да се запазят стабилни котировки на суровия петрол изглежда реална. Е, винаги има и едно ако…

ТЕХНОЛОГИИТЕ ПРОМЕНЯТ **СВЕТА на ПАРИТЕ**

ЗА ДА ОСТАНАТ ВЛИЯТЕЛЕН ИГРАЧ НА ПАЗАРА, ТРАДИЦИОННИТЕ ФИНАНСОВИ ИНСТИТУЦИИ **ТРЯБВА ВНИМАТЕЛНО ДА СЛЕДЯТ ФИНАНСОВИТЕ ИНОВАЦИИ, А И САМИ ДА ГИ РАЗВИВАТ**

автор: **Яна Колева**

Глобалните инвестиции, направени само за пет години в новата индустрия, която развива финансови технологии (FinTech), се изчисляват на 49,7 млрд. долара. Като ръстът става все по-осезаем – през 2013 г. инвестициите са около 3 млрд. долара, а през 2015 г. те скачат рязко и достигат около 40 млрд. долара.

Приоритетните за инвеститорите направления са: при плащанията – близо 40% от вложенията, а при кредитирането – 25%. Технологичните решения, свързани с блокчейн и облачни услуги, също се радват на силен инвестиционен интерес. Най-благоприятна среда за стартиране на бизнес в тази сфера има в САЩ – Силициевата долина, Ню Йорк, Бостън и Лос Анджелис; в Израел – Тел Авив; Великобритания – Лондон. Изненадата е, че всеки 11-и стартъп във FinTech индустрията е основан в района на Цуг в Швейцария, често е наричан Криптодолина, след като кантонът пробно прие криптовалутата биткойн като средство за разплащане за общински услуги.

Тренд

В Топ 5 на най-успешните „еднорози“ в тази индустрия са китайската платформа за p2p плащания Lufax, TransferWise – за международни платежни преводи, Welthfront – онлайн инвестиционен мениджър, LendingClub - американска платформа за p2p кредитиране, и Social Finance – организация за потребителско кредитиране с нестопанска цел. По света p2p кредитирането става все по-популярно и представлява заем, даден от някого чрез използването на онлайн платформа без намесата на традиционна финансова институция. През декември 2014 г. Lending Club излезе на борсата, което беше най-голямото IPO на американска технологична компания за годината и нейните акции остават сред най-скъпо търгуваните ценни книжа на FinTech компания.

Според анализа на KPMG, публикуван в средата на август, след инвестиционния взрив на FinTech пазара през миналата година се наблюдава известно затихване на интереса. По техни данни общият обем на инвестициите, в това число от частни инвеститори, инвестиционни компа-

нии, взаимни и хедж фондове в първата половина от годината достига 9,4 млрд. долара, а сделките са 374. Данните на Innovate Finance обаче сочат друго – инвестициите на рисков капитал във FinTech за първото тримесечие на тази година нарастват със 148% спрямо същия период на 2015-а и достигат 13,2 млрд. долара. За пръв път Китай изпреварва САЩ по вложения в тази сфера, където AliPay набра рунд от 4,5 млрд. долара инвестиция.

Традициите не са това, което бяха

Стартъпите в областта на финансовите услуги предлагат някои от традиционните банкови услуги, като избягват банковото регулиране. За да продължат нормално да съществуват, банките трябва да реагират на конкуренцията от страна на FinTech. Прогнозите са, че всичко, което може да бъде пренесено в цифровия свят, постепенно ще бъде пренесено там. Ето защо финансовите институции трябва да бъдат готови за технологичния „преврат“ и да отделят по-голямо внимание на финансовите иновации, съветват анализатори. Така например се наблюдава интерес към блокчейн технологията, която стои зад криптовалути като биткойн. Смята се, че тя може да се окаже в основата на финансовата система за в бъдеще, като позволи много по-бързи транзакции. Използването на същия протокол може да доведе до преосмисляне на начина, по който работят финансовите услуги.

Рано е да се каже с каква скорост технологиите ще променят света на парите. Това донякъде се определя от смелостта на инвеститорите да залагат на развитието на иновациите, но до голяма степен от потребителите зависи те да навлязат и да станат предпочитани.

Деа **Маркова**:

Иновациите пренареждат правилата на играта

Деа Маркова е ръководител „Програми„ в Innovate Finance - неправителствената организация във Великобритания, свързана с развитието на FinTech. Тя управлява развитието на програми като Virtual Sandbox, Blockchain Lab и акселераторските програми за скейлъп фаза на Innovate Finance. Преди това е била консултант по банкови и застрахователни регулации в Deloitte, разработвала е институционални инвестиционни продукти в Morningstar UK и е организатор на Startup Weekend в Лондон.

Най-големият дял от инвестиции във FinTech индустрията се прави в САЩ, но от миналата година се забелязва, че вложенията в Европа и Азия все повече се усилват. Тази година най-големите по размер сделки вече са в Китай, т. е. наблюдава се географско изместване на инвестиционния интерес. Най-много капитал отива към сегменти, силно ориентирани към потребителите – извънбанково финансиране, плащания и международни преводи. Обещаващите технологични интереси за 2016 г. в сферата на изкуствения интелект, докато блокчейн технологията достига до свръхпик. Но откъде идва този финансов интерес към FinTech? Банките, застраховането и цялата финансова сфера е в процес на дигитализация – все по-често банкираме през телефона и все по-рядко ходим в банковите офиси. Очакваме банката да ни обслужва толкова лесно, колкото Amazon, и цените на услугите да са също толкова прозрачни. Това създава поле за иновации - финансовият сектор може коренно да се промени в следващите 10 години. След 2008 г. все повече професионалисти от финансовия сектор търсят реализация извън него и стават FinTech предприемачи. Това е водено донякъде от намаляване на капитала в традиционните финансови сектори, но и от голямото удовлетворение, което създаването на собствен продукт носи. Бариерите за достъп до този пазар падат. Влизането в банковия и застрахователния бизнес доскоро ставаше трудно, но развитието на технологиите намалява преградите за присъствие в този сегмент. Така млади предприемачи, зад които стоят инвеститори, започнаха да създават т. нар. challenger банки. В предишни времена беше немислимо да се появят такъв вид малки банки в ритейл сегмента, които да се конкурират с големите. В много европейски и азиатски пазари регулаторните органи също подпомагат развитието на FinTech, като снижават регулаторните бариери. Англия е водеща в това отношение.

Важна е и ролята на партньорствата между големите финансови компании и FinTech – включително и чрез създаването на корпоративни венчър фондове. Тук се търси не само възвръщаемост, а и стратегическо съответствие между продукта, в който инвестират, и интересите на организацията. Друг пример - във Великобритания има разпоредба, според която, ако една банка не може да отпусне заем на малко или средно предприятие, тя трябва да го насочи към платформа за извънбанково финансиране, която може да го обслужи.

Много от иновациите във финансовите институции са свързани с повишаването на тяхната ефективност. Има много нови решения, но е трудно да се предвиди дали някое от тях само по себе си сериозно ще промени пазара.

Когато се създава FinTech стартъп

Съвети от Деа Маркова

Да направиш стартъп е едно от най-големите предизвикателства, които като кариерен избор може да си причиниш. Работи се много. Винаги си поставен под съмнение – ти се съмняваш в себе си и другите се съмняват в теб. Има няколко основни принципа, които всеки предприемач, преминал през няколко проекта, ще разпознае:

1. Важно е да си отговорите навреме какъв точно е продуктът, който разработвате, какъв проблем решава той. Трябва да сте сигурни, че правилно разбирате пазара и правилно решавате проблем, който съществува на този пазар. А не обратно – да създадете продукт и после да търсите проблем, който той би решил.

2. Когато от идея стигнете до прототип, е добре своевременно да валидирате продукта и да проверите какъв е интересът към него. Обратната връзка е много важна, за да сте сигурни дали продуктът е с потенциал.

3. Когато правите разработката в България, трябва да сте наясно на каква степен ще започнете взаимодействие с външните пазари. Хубавото на дигиталните продукти е, че може да се продават бързо и навсякъде.

4. Ако продуктът ви е насочен към местни потребители, то трябва да има критична маса, която да се възползва от него. Може да е нужно и време за образоване на самия потребител.

С развитието на продукта се променя и фазата на развитие на компанията – от стартъп тя става скейлъп. Когато един предприемач набира средства, трябва да има предвид:

✓ Парите не са всичко. Всеки инвеститор идва с мрежата около себе си. Трябва да избирате инвеститора и по познанията, които той има, а и по репутацията. Добре е да се знае каква възвръщаемост от инвестицията очаква и в какъв срок има намерение да излезе от нея.

✓ Инвеститорският капитал винаги идва с някакви условия и предприемачът трябва внимателно да оцени доколко тези условия са приемливи за него – как компанията ще бъде оценена, какъв дял от бизнеса получава инвеститорът, какви права запазват основателите след влизането на инвеститора. От това зависи и възможността по-нататък да се набират допълнителни средства.

✓ Инвеститорът за дълъг период става партньор. Затова е по-добре процесът по набиране на капитал да започне преди нуждата да се е появила. Когато нуждата определя поведението на предприемача в една сделка, инвеститорът диктува правилата.

✓ Набирането на капитал да се прави от финансов екип, а не от тези, които разработват продукта. Създаването на репутация на компанията и осъществяването на връзки с инвеститорите трябва да започне по-рано отколкото повечето предприемачи предполагат.

✓ В сферата на финансите вече има организации, които създават екосистема около себе си и стават централна точка на референции към даден пазар. В повечето европейски страни има една или две организации, фокусирани към финансовата сфера. Те са добър старт в контактите. Innovate Finance в Лондон е такава организация.

СВЕЖИТЕ КАПИТАЛИ СА БИЛЕТ ЗА УСПЕХА НА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ

Малкият и средният бизнес играят значителна икономическа и социална роля в страната и са общопризнат факт за заетостта, за подпомагане конкурентоспособността и развитието на всяка една икономика. През последните години е поставено начало и на обща политика на ЕС по отношение на малкия и средния бизнес в различни области - финанси, транспорт, търговия, селско стопанство и др. Общинска банка се стреми да подкрепя активно успешното предприемачество и да създава обществени условия и бизнес среда на малките и средните предприятия, които да им позволят посрещането на „предизвикателствата на съвременната икономика“, основана на „знанието“. Специалната програма на Общинска банка следва принципа „Мисли за малките!“.

Наскоро излезе годишната оценка на международната рейтингова агенция „Мудис“ за България, която сочи, че икономиката на страната ни е устойчива и стабилна. „Това показва, че моментът е благоприятен за предприемачите и те ще имат добри възможности за развитие на своя бизнес. Те могат да разчитат на подкрепата на Общинска банка, която предлага атрактивни финансови инструменти. Банката е отличен избор за партньор на бизнеса. За поредна година „Мудис“ ни присъди стабилен рейтинг“, коментира Сашо Чакалски, председател на УС и изпълнителен директор на Общинска банка.

Вече много компании се възползват от специализираните продукти на банката. „Предлагаме индивидуален подход в продуктите за бизнеса с помощта на специално разработена програма за малки и средни предприятия. Кредитите ни „Заедно напред“ и „Заедно нагоре“ са съобразени с нуждите на предприемачите. Те създават много възможности за бизнеса, осигуряват допълнителен капитал и могат да генерират растеж и развитие“, коментира Николай Колев, член на УС и изпълнителен директор на Общинска банка.

Кредитът „Заедно напред“ вече две години успешно обслужва и отговаря на нуждите на бизнеса за осигуряване на привлечен капитал за инвестиционни средства. Част от преимуществата на кредита са атрактивните условия като облекчена процедура по предварителен анализ, и това, че не се изисква бизнес план. Максималният размер на сумата е до 500 000 лева или тяхната равностойност в евро, а срокът за погасяване е до 120 месеца. Друго предимство на бизнес кредита е възможността за предоставяне на гратисен период за изплащането на главница до 12 месеца от датата на договора.

Специализиран кредитен продукт е и кредит за оборотни средства за малки и средни предприятия „Заедно нагоре“. Средствата по него се отпускат в лева и евро, а видът на финансирането може да бъде под формата на кредитна линия/револвиращ кредит или револвиращ кредит тип овърдрафт. Максималният размер на кредита е 200 000 лева, срокът за погасяване е до 24 месеца.

Двата продукта са създадени с цел да подпомагат предприемачите в частния сектор. Те предлагат изгодно финансиране на малкия и средния бизнес чрез нови оборотни и инвестиционни кредити при изгодни условия.

Предлаганите от банката условия за кредитиране са гъвкави, клиентски ориентирани и целта на специалистите на банката е да предложат най-удачния вариант за решение и изключително добро и персонално обслужване.

ОБЩИНСКА БАНКА

20 години

ЮБИЛЕЙНИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

www.municipalbank.bg

Стамен **Янев**:

МЕЧТАТА МИ Е В БЪЛГАРИЯ ДА ЗАРАБОТИ ЗАВОД ЗА АВТОМОБИЛИ

От началото на годината досега Българската агенция за инвестиции (БАИ) е сертифицирала 12 проекта на стойност 244,994 млн.лв., сред които на „Интегрейтид Микроелектроникс България“ ЕООД, „Кока-Кола Хеленик Бизнес Сървисис Организейшън“ ЕООД, „Луфтханза Техник“ и др. Очакванията ни са да се разкрият 3421 нови работни места. За сравнение, миналата година по същото време имахме 4 проекта. Сега в процес на сертифициране са 23 проекта на стойност 378.4 млн. лв. и се очаква да се разкрият 5333 нови работни места.

На пръв поглед това са само числа, но зад тях стои нашето желание да привличаме все повече инвестиции, т. е. да раздвижваме българската икономика, която да осигурява работни места за хората. В този смисъл ще цитирам президента Линкълн, който в друго време и по друг повод е казал, че за да предвидиш бъдещето, трябва да го създадеш днес. Ще ми се и ние да умеем да създаваме днес това бъдеще. Казано на езика на икономиката, това означава, че колкото повече високотехнологични производства успеем да привлечем в България, толкова по-добро ще е бъдещето ни.

Наистина, постигнатото от БАИ в сравнение с миналата година е двойно повече. Запазва се интересът към производство на части за големите автомобилни концерни, машиностроене, здравеопазване и телекомуникационни системи. Южна България успява да привлече повече инвестиции, но се наблюдава и засилен интерес към районите със завишена безработица в Северозападна България. Надявам се в скоро време и в този район да има един стратегически инвеститор, който да подобри социалната среда.

Ние добре знаем какво търсят инвеститорите - добре развита инфраструктура и логистика, квалифицирана работна ръка и икономическа и политическа стабилност.

Предвидима правна среда в посока на устойчиви и сигурни решения от страна на изпълнителна и законодателна власт и ниска данъчна ставка са важните условия за привличане на повече инвестиции. Но хората са тези, които могат да направят един бизнес, една система или една държава по-устойчива, по-сигурна и по-привлекателна. Затова много бързо трябва да създадем условия за обучение на квалифицирана работна ръка, която инвеститорите търсят, а ние не можем да им предложим.

Освен с промотиране на страната ни като атрактивна инвестиционна дестинация, с цел привличане на чуждестранни инвеститори, Българска агенция за инвестиции е и основен медиатор между държавата и инвеститорите, като предоставя безвъзмездна помощ на всеки един инвеститор в процеса на реализация на своя проект. Инвестиционното съдействие от страна на БАИ може да бъде синтезирано в следните три етапа:

✓ Обслужване на инвеститорите на етапа на инвестиционното проучване. Това включва предоставяне на всяка необходима за проучването информация, осигуряване на контакти с държавни институции, компании и обществени организации, предлагане на места за инвестиции, организиране на проучвателни посещения на място.

✓ Обслужване на инвеститорите при създаване на инвестиционното предприятие. Това включва информационно и административно съдействие на инвеститорите при регистрации и получаване на разрешения от други държавни органи, правни съвети, намиране на партньори, подизпълнители и доставчици. В стадия на реализация на проекти Българската агенция за инвестиции дава три групи от стимули. Те се изразяват в ускорено административно обслужване, закупуване на държавни или общински терени без търг или конкурс при пазарни условия и третото е финансова помощ под формата на плащане на осигуровки, плащане на обучение на новонаети служители и работници и изграждане на публична инфраструктура.

✓ Слединвестиционно обслужване. Съдействие на инвеститорите за решаване на проблеми, възникващи при редовната експлоатация на инвестиционното предприятие.

Българската агенция за инвестиции анонсира и нова концепция за формулирането и осъществяването на политики за привличане на инвеститори в българските региони, създадена на базата на стратегически анализ, свързан със секторите и възможностите за потенциално развитие на българската икономика. Според Иновационната стратегия за интелигентна специализация, България е разделена на 6 региона, всеки с конкретен профил, свързан с различни дейности в сферата на иновациите.

БАИ е член на УС на Световната асоциация на агенциите за инвестиции, което ни дава по-голяма разпознаваемост на международно ниво. Присъединихме се и към Световна организация на свободните зони (СОС3). Така черпим опита на други агенции за инвестиции по света и обменяме идеи как по-лесно можем да привличаме инвеститори. СОС3 ни дава достъп и до мрежа от инвеститори по целия свят. Така можем и

ТРЯБВА БЪРЗО ДА СЪЗДАДЕМ УСЛОВИЯ ЗА ОБУЧЕНИЕ НА КАДРИ, **КАКВИТО ИНВЕСТИТОРИТЕ ТЪРСЯТ**

да си сверим часовника с конкуренти от други държави. Защото ние оставаме в конкурентна среда. Когато искаш да победиш някой, както е и в спортните състезания, правиш своите проучвания и анализи, да знаеш силните и слабите страни.

Нашата цел е след 10 години България да бъде още по-добро място за правене на бизнес. Една държава, която достатъчно добре стимулира образованието и иновациите и е носител на иновативност, може да бъде и финансов център на Балканите, а защо не малък Сингапур в Европа, който привлича инвеститори, и то инвеститори, свързани изцяло с иновациите. Инвестициите в иновации ще ни дадат технологично предимство пред други държави. Това е концептуален бранд - България да се превърне във високотехнологичнен хъб, допирната точка между Изтока и Запада.

А в по-краткосрочен план моята лична мечта е в България не само да се произвеждат авточасти за световни марки, а да имаме наш, български завод за автомобили. От малък съм любител на автомобилите и високите скорости. Спомням си как баща ми сглоби първата ни семейна кола и винаги съм искал да имаме производство на автомобили в България. Това неминуемо ще ни даде не само работни места, но и самочувствие на производители на добра икономика, от което се нуждаем всички.

Стамен Янев е изпълнителен директор на Българската агенция за инвестиции от януари 2015 г. Той е юрист, специализирал в сферата на сливанията и придобиванията, както и в областта на инвестициите. Магистър по право с диплома от СУ „Св. Климент Охридски", Янев е специализирал европейско и английско право в ASSER College Europe в Холандия, University of Cambridge, University College в Лондон, European University Institute във Флоренция.

Д-р Красимира **Чемишанска**:

ЧРЕЗ НАУКАТА СЕ ТВОРЯТ **ЧУДЕСА**

Д-р Красимира Чемишанска е изпълнителен директор на „Амджен България" ЕООД от 2009 г., като поема отговорността за откриването на филиала на Amgen и за развитието на бизнеса в страната. Има над 20 г. опит във фармацевтичната индустрия и е заемала различни мениджърски позиции в мултинационални компании. Притежава диплома по маркетинг, магистърска степен MBA по General Management от City University Seattle и магистърска степен по мениджмънт от Международното висше бизнес училище. От 2011 г. е член на Борда на директорите на Американска търговска камара в България (AmCham), а през 2015 г. е избрана за президент на камарата. Тя е основател и председател на Комитета по здравеопазване към AmCham. От 2013 г. д-р Чемишанска е член на борда на ARPharm и Фондация Juniour Achievement. Почетен член е на Съвета на Европейската бизнес общност и носител на наградата „Златен печат за иновативен мениджмънт и социална отговорност".

автор: **Татяна Явашева**

Добрият бизнес лидер в медицината и фармацията... трябва да се стреми да откликва на нерешените медицински проблеми, като предлага иновативни решения, които носят допълнителна полза за пациентите.

За да се задържиш на върха, трябва … да си поставяш високи цели, да бъдеш последователен и да взимаш бързи решения. Но и да можеш да разчиташ на екипа си като помощник и коректив.

Моята цел е… да продължавам целенасочено да търся най-добрите решения за най-тежките заболявания. Отдадена съм на тази кауза през целия си живот и съм щастлива, че в „Амджен" доказваме, че чрез наука се творят чудеса.

Моделът на управление, който прилагам… е демократичен. Вярвам, че добрият лидер зачита различните мнения и дава възможност на всеки член от екипа да развие своите таланти. Само така можем да вървим заедно напред и да имаме обща цел.

Високи резултати се постигат… когато имаш ясни цели и правилната стратегия, за да ги постигнеш. От ключово значение е да можеш да покажеш своето отличаващо предимство в силноконкурентна среда.

Търся съвет, когато… искам да чуя всички гледни точки по даден въпрос. Не се притеснявам от мнения, които няма

МИНАЛИЯТ ВЕК БЕШЕ ВРЕМЕТО НА ГОЛЕМИТЕ ОТКРИТИЯ В ОБЛАСТТА НА ТРАНСПОРТА И ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ, **А СЕГАШНОТО СТОЛЕТИЕ ЩЕ РАЗКРИЕ ПОТЕНЦИАЛА НА БИОТЕХНОЛОГИИТЕ**

да ми допаднат. Напротив - те ми помагат да взема правилното решение в конкретната ситуация. Търся съвет и когато даден проблем не е от моите компетенции. Тогава разчитам на експертните мнения на съответните специалисти.

Като доктор гледам на здравето… като на най-високата цел и най-голямото богатство, без което не можеш да постигнеш нищо друго.

Биотехнологиите в медицината … са свързани със сериозните открития в последните десетилетия за биологичните процеси на молекулярно и на генетично ниво. Те ни позволяват да навлезем в дълбочината и да видим как и кое точно предизвиква болестта. Благодарение на тези открития и на създаването на биотехнологични иновативни лекарства сега много хора, с тежки и смятани доскоро за нелечими и фатални заболявания, имат по-дълъг живот с по-добро качество.

Ролята на науката през XXI век … е да открие връзката между човешкия геном и заболяванията. Това направление има огромен потенциал, защото все още има много непознати тайни, заложени в биологичните процеси. Те предоставят невероятно големи възможности при изследователската дейност да се намерят нови подходи към нерешени медицински проблеми. Ако миналият век беше векът на големите открития в областта на транспорта и информационните технологии, то XXI век ще бъде векът на биотехнологичните открития.

Иновациите и новите технологии днес… помагат на милиарди пациенти по света. Навлизането на нови технологии, на нови лекарствени терапии и на усъвършенствани диагностични методи води до това подобрение. Днес двама от всеки трима пациенти, диагностицирани с рак, преживяват поне 5 години, а броят на пациентите, завърнали се на работа след диагнозата, е нараснал със 75%.

Създаването на ново лекарство срещу рак … е много дълъг, рисков и скъп процес. Създаването на едно ново лекарство отнема между 12 и 15 години. Следва дългият път на клиничните проучвания, за да се докаже ефективността и безопасността на дадения продукт. Едва след това той получава одобрение от съответните регулаторни органи за клинично приложение в практиката. В много случаи обаче в някои от фазите на изпитване се появява проблем по отношение на ефективността или безопасността и тогава може лекарството изобщо да не получи одобрение и да не достигне до пазара. Или може да са необходими още няколко години, докато проблемите се отстранят. Хората не си дават сметка, че тестването на една нова молекула, кандидат за лекарство, започва с 10 000 подобни молекули.

Данък добавена стойност върху лекарствата… оскъпява лекарствата - както за здравната каса, така и за пациентите. В момента болните доплащат средно 50% от цената на медикаментите. Като ги натоварим и с 20 % ДДС, цената става непосилна за много от българите. В много държави в Европа има диференцирана ДДС ставка за лекарства, като в някои от тях тя дори е нулева.

Ръстът на фармацевтичния пазар показва… че той има потенциал за развитие. Пазарът в България е относително малък и затова се очаква да продължи темповете си на растеж от последните няколко години. Това го отличава от развитите пазари в големите европейски държави, където се наблюдава тенденция към стагнация и по-слаби ръстове.

Най-добър работодател е… този, който инвестира в човешкия капитал. През тази година „Амджен България“ получи престижния сертификат за най-добър работодател от Top Employers Institut. Тази оценка е доказателство, че се стремим да усъвършенстваме постоянно работния процес, да подпомагаме развитието на служителите си, да ги мотивираме и да осигуряваме конкурентно заплащане.

Персонализираната медицина… е най-иновативното направление в медицината и фармацията. Чрез генетично изследване се установява наличието или отсъствието на гена или мутацията „виновник“ за заболяването. Медикаментът се прицелва само в болните ракови клетки и „не закача“ здравите. По този начин лечението се индивидуализира и ние можем да сме сигурни, че то е най-подходящото и е в точното време за определен пациент. Така терапията става в пъти по-ефективна, като се намаляват разходите и се минимизират нежеланите лекарствени реакции.

Най-скъпото лечение е… това, което не действа. Всяка инвестиция си заслужава, ако на точно определения пациент бъде осигурена най-подходящата терапия и тя промени живота му.

Моите „златни“ правила са:… винаги да поставям в центъра на своите действия хората. Това е моята житейска философия. Човекът е двигателят на всичко, което се случва в заобикалящия ни свят.

Встрани от бизнеса обичам … природата, домашния уют, спорта и музиката.

Когато погледна напред, виждам… позитивното развитие на нещата. Вярвам, че човек трябва да насочи погледа си към хубавото в живота, за да може да го претвори в бъдещето.

Таня **Христова**:

С НЕСТАНДАРТЕН ПОДХОД ЩЕ НАМЕРИМ ВЕРНИТЕ РЕШЕНИЯ

автор: **Тони Григорова**

Габрово в момента е приветливо и гостоприемно място, обагрено в цветовете на есента, ако го гледаме през очите на турист. През очите на кмета община Габрово е място, което търси своята идентичност, като си задава тежки въпроси и иска верните отговори. Всяка година общината се променя - става по-красива, по-благоустроена, по-удобна за хората. Днес Габрово е устремен да съхрани своите традиции в бизнеса и същевременно да улови посланията на съвремието.

Силните страни на тази община като място за живеене и развитие са доброто географско разположение и природата, качествената образователна инфраструктура, обновената екологична инфраструктура, постоянните инвестиции в градската среда, богатият културен и туристически потенциал. Сред силните ни страни е също Техническият университет, който дава допълнителен стимул за развитие на бизнес и иновации, за създаване на квалифицирани кадри. В Габрово работим по реализиране на новата инвестиционна програма, която предвижда инвестиции за над 31 млн. лв. през следващите няколко години. Сериозен напредък регистрира изпълнението на обходния път на Габрово - обект, който е част от Международния коридор 9 от Хелзинки до Истанбул. Неговият последен етап ще завърши с изграждане на тунела под връх Шипка. Всички тези усилия са насочени към

БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ ТРЯБВА ДА СЪХРАНЯТ СВОИТЕ ТРАДИЦИИ В БИЗНЕСА И СЪЩЕВРЕМЕННО ДА УЛОВЯТ ПОСЛАНИЯТА НА СЪВРЕМИЕТО

Таня Христова е кмет на община Габрово от 2011 г. Тя е магистър по английска филология, а също и по финанси от ВТУ „Св. св. Кирил и Методий". Била е консултант по подготовка и управление на проекти с външно финансиране. От 2008 до 2010 г. е зам.-кмет „Устойчиво развитие" в община Габрово. Малко по-късно е назначена за секретар на Съвета за координация и управление на средствата от ЕС - оперативна комуникация с ключови министерства и Европейската комисия. През 2010-2011 г. работи като началник на политическия кабинет на министъра по управление на средствата от ЕС. Таня Христова има опит във воденето на международни преговори. Притежава задълбочени познания в областта на европейската и на българската нормативна уредба, свързана с подготовка и управление на проекти по оперативните програми, провеждане на обществени поръчки и управление на договори, включително и договорните условия на FIDIC.

преодоляване на нашите слаби страни, които кризата на прехода постави пред бизнеса и града - отлива на млади хора и засилване на фактора застаряване на населението.

Деиндустриализацията се отрази върху заетостта, доведе до свиване на производствените обеми, намаляване на населението в градове и региони, увеличаване на социалните разходи. За съжаление това са все отрицателни тенденции, които трудно се преодоляват, а към тях трябва да добавим тежките икономически и финансови кризи отпреди няколко години.

Глобализацията е процес, който променя скоростта на живота и темповете на развитие, премахва граници и скъсява разстояния, което създава нови предизвикателства, но и почти безкрайни възможности. Днес все повече се говори за четвъртата индустриална революция, която налага различни стандарти. Но съществува опасност тя да увеличи различията между градовете и регионите вместо да ги намали. Ето защо е необходимо пренастройване на бизнес подхода, нов тип предприемаческо мислене и подготовка на обществото за новите реалности. Скоростта е много висока, затова градове като Габрово трябва да развиват своите силни страни и конкурентоспособността си. Това ще им даде предимство и ще ги извади от ролята на догонващи, независимо дали става дума за глобални процеси в сферата на икономиката, пазарите, търговията, технологиите, иновациите, културата, образованието.

Повечето от общините в България страдат от липсата на истинска децентрализация. Не е точно да се твърди, че българските общини страдат. Те се борят, за да получат реалната подкрепа, която заслужават - чрез засилване на фискалната децентрализация. Това ще реши проблема с дисбаланса между законовите и финансовите им задължения и ще помогне на кметовете да бъдат по-оперативни и по-ефективни в решаването на местните проблеми.

Регионалната конкурентоспособност ще се възроди, когато имаме истинска регионална политика, което не означава солидарността да изчезне. Напротив, необходима е стимулираща солидарност, която балансира различията, според интересите и проблемите на регионите, съобразно техния потенциал и потребности. Това може да насърчи развитието им и да ги направи по-подготвени за засилващата се конкуренция в битката за човешки капитал.

Иновациите и технологиите са новият дневен ред на Европа и на света. И това не са абстракции, а инструмент за решаване на социални проблеми. Те са възможност за мобилизиране на научните среди и бизнеса, които трябва да отговорят на дневния ред на световното развитие. Те са тези, които ще превърнат градовете в интелигентни системи и все повече ще доминират. Не бива да се страхуваме от тях, а да намерим най-правилния модел, за да ги впрегнем в полза на хората.

Innovation Camp в Габрово показа, че тук може да се роди енергия, която вдъхновява и генерира решения. Лагерът за иновации привлече хора от различни държави, на различна възраст, професии и социално положение, които успяха в рамките на два дни да се фокусират и да предложат повече от 20 приложими идеи за решаване на актуални въпроси. Габрово даде шанс за комуникация между хората с финансов ресурс и тези с идеи, което ще помогне предложените иновации по-лесно да намерят своята реализация. Габрово бе дадено за пример по време на Европейската седмица на регионите и градовете в Брюксел с това, че предложи модел и показа как може да се намират работещи решения на важни обществени проблеми.

В градове като Габрово може не само да задържим хората, но и те да станат привлекателен център, ако успеем да стимулираме повече типичния за нас предприемачески дух.

Ролята на бизнеса е ключова за миналото, настоящето и бъдещето на нашата община. Предприемачите са тези, които инвестират в нови технологии и създават нови работни места, затова общините трябва да са отворени и подкрепящи всяка добра бизнес инициатива. Икономическият растеж на градовете обединява усилията на бизнеса, образователните институции и местната власт, върху което и Габрово се фокусира.

Виждам потенциал в нестандартните решения, в мисленето out of the box (англ. - отвъд ограниченията), в социалните иновации и в хората със свободен предприемачески дух, а също така в образованието, което може да превърне Габрово в център на иновации и технологии.

Моята оптимистична теория за по-доброто бъдеще на българските региони е да работим за и заедно с хората.

ИНВЕСТИТОР В ПРОЕКТА Е ГАЛАКСИ ИНВЕСТМЪНТ ГРУП

НОВ ОФИС ПАРК ПРИВЛИЧА В ПЛОВДИВ КОМПАНИИ

В Пловдив отвори врати най-модерната офис сграда в града. Офис Парк Пловдив е специално проектиран и строен за компаниите от аутсорсинг и IT индустрията и вече посрещна наемателите си. Управителят на компанията инвеститор Галакси Инвестмънт Груп Константин Бояджиев и кметът Иван Тотев заедно прерязаха лентата на новата сграда.

Реализирането на Офис Парк Пловдив е израз на увереността от страна на инвеститора, че градът се развива като предпочитана инвестиционна дестинация от страна на високотехнологичния сектор. Сградата е единственото място в Пловдив, в което компании с най-високи изисквания могат да наемат офис площи от клас „А“ и отговаря изцяло на изискванията за офис от ново поколение. Още преди старта на строителството, проектът беше таргетиран към бизнеса от IT и аутсорсинг сферата. Седеметажната сграда е с разгъната застроена площ 8331 кв.м, с модерни голямоформатни офиси, изцяло съобразени с нуждите на наемателите. Има и подземен паркинг на едно ниво. Офис Парк Пловдив привлича наематели и заради атрактивната си локация, в район с новоизградена паркова, улична и подземна инфраструктура. Разположен е в най-зелената част на града, в съседство с Мол Пловдив и Гребния канал. Това създава допълнителни удобства за бъдещите ползватели на сградата. Три главни булеварда осигуряват бързи комуникации към останалите райони на града, автомагистрала „Тракия“ и летище Пловдив.

„Пред Пловдив има отлични перспективи за привличане на инвестиции в IT и аутсорсинг бизнеса, които да допринасят за икономическия растеж на града. Това е сред основните мотиви за нашите инвестиционни проекти. Вярваме, че със завършването на този проект ще подкрепим икономиката на града, като го направим значително по-привлекателен за новите компании, които да изберат Пловдив за развитие на бизнеса си“, коментира по време на откриването Константин Бояджиев, управител на Галакси Инвестмънт Груп.

Още по време на строителството голяма част от сградата беше предварително отдадена под наем на IT и аутсорсинг компании. Първите наематели са две от най-големите български IT компании - SiteGround и Bulpros. Наред с тях към Офис Парк Пловдив са се насочили изявени компании вече представени в града - Easy Consult, Javelin Group и DelaSport. Инвеститорите избират Пловдив най-вече заради квалифицираните кадри, добрия бизнес климат и наличието на модерна офис инфраструктура на конкурентни цени.

ЗДРАВЕН *бизнес*

ИКОНОМИКА +

ИНДУСТРИЯ С **БЪРЗ РАСТЕЖ**

НАЙ-ГОЛЕМИЯТ ПАРАДОКС НА БЪЛГАРСКОТО ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ Е, **ЧЕ ИСКА ДА ЛЕКУВА НАС, А НЕ МОЖЕ ДА ИЗЛЕКУВА САМОТО СЕБЕ СИ**

автор: **Георги Георгиев**

Здравето е най-ценното, което всеки притежава.То не се купува с пари, но за да го запазим или да го възстановим, може да хвърлим много средства. Затова, както гласи една японска поговорка, грижата за здравето е най-доброто лекарство. Вместо болести в напреднал стадий, по-добре профилактика, която не отваря вратите за тях. Препоръките са едно, а реалностите друго, и затова здравеопазването е индустрия с бърз растеж. Навлизат нови технологии и нови методи за лечение, които дават възможност за удължаване на пълноценната продължителност на живота. Това става и у нас.

Къде сме ние

Много говорим и много критикуваме здравеопазването в България. Обещават ни реформи и получаваме… пръстов отпечатък. Критиките може и да са субективни, освен ако не са платени с нечий живот. Затова да видим как отвън изглежда нашето здравеопазване. България заема 46-о място от общо 55 страни в тазгодишната класация на агенция Bloomberg на държавите по света по ефективност на здравните системи. Оценките са направени въз основа на данните за средната продължителност на живота в изследваните държави, като индексът отразява още дела на разходите за здравеопазване в брутния им вътрешен продукт (БВП), а също и размера на средствата, отделяни за медицински грижи на глава от населението.

С едва 662 долара разходи за медицински грижи на човек, 8% дял от БВП за здравеопазване и със 75 години средна продължителност на живота, България пада с три места надолу спрямо класацията от 2009 г. В развитите страни разходите за здравеопазване са между 5 хил. и 10 хил. долара на глава от населението, делът на изразходваните за медицина средства спрямо БВП е между 10% и 17%, а средната продължителност на живота надвишава 80 г. Шефовете на двете основни неправителствени организации за защита на правата на пациентите в България д-р Стойчо Кацаров и д-р Станимир Хасърджиев смятат, че основната причина за лошото състояние на здравеопазването в България е хроничният недостиг на средства за поддържане и развитие на системата.

Бюджет

Парадоксът е, че колкото повече парите за здраве нарастват, толкова повече те не достигат. През 2001 г. Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) е разполагала с около 500 млн.лв., а през 2011 г. - с над 2,6 млрд. лв. За 2016 г. бюджетът на НЗОК надхвърля 3,204 млрд. лв. „През годините НЗОК осъществява гъвкаво управление на приходите от вноски и разходите за административна издръжка, резерв и здравноосигурителни плащания. Бюджетът на здравната каса е част от общия консолидиран държавен бюджет, а парите за здраве нарастват с всяка изминала година, но се разширява и обхватът на основния пакет от здравни дейности, гарантиран от бюджета на НЗОК“, посочват от пресцентъра на касата. Изчисленията на анализатори, които добре познават системата в България, показват, че българите дават от джоба си поне още толкова.

Инвестиции

Добрата новина от тази година е, че през юни заработи многопрофилната болница „Уни хоспитал“ в Панагюрище. Тя е специализирана в лечение на онкологични заболявания и досега в нея са вложени 92 млн. лв. Възможно е до една година в център за роботизирана хирургия да бъдат вложени още 5-7 млн. лв. Това е най-голямата еднократна инвестиция в болница за последното десетилетие. Това е и първият голям проект за медицинско заведение извън столицата. „Уни хоспитал“ има известна подкрепа от общината, но основният инвеститор е медодобивното предприятие „Асарел - Медет“. Рекордьор по инвестиции е „Токуда“, в която към откриването ѝ през 2006 г. са инвестирани 120 млн. евро, но с дооборудването вложението достига 220 млн. евро. Третото по размер медицинско вложение - 35

млн. евро, беше направено в края на миналата година - в онкоболницата на „Сити Клиник“. През април турската верига от болници „Аджъбадем“ подписа споразумение за придобиването на „Токуда“, която ще бъде слята с лечебните заведения на „Сити Клиник“, създавайки най-голямата здравна структура в страната. Новата здравна група вече функционира под името „Аджъбадем Сити Клиник“ и управлява четири лечебни заведения с близо 750 болнични легла и четири медицински центъра.

Пречки

За да се инвестира в болнично лечебно заведение, трябва да се поиска разрешение от Министерството на здравеопазването. Дори то да бъде дадено, има забрана поне една година да се работи с публични средства, след като заведението бъде открито. Това блокира инвестициите.

За определен период НЗОК има мораториум върху сключването на нови договори със здравни заведения и за нови дейности, които не са включени в Националния рамков договор. Здравната карта не позволява да се разкриват болнични легла над административно определените. Това ограничава достъпа на пациентите до лечение, за да се икономисват средства. В момента здравното министерство не води здравна, а финансова политика, посочват представители на частните болници. Здравната карта, въведена в рамките на този управленски мандат, не е решение, а е усложнение на проблема. Това е регулация, която по изкуствен начин намалява лечебните заведения и леглата в тях, с което пренасочва пациентите към определени болници и ги лишава от избор, но и от достъпност. Така се стига до дълги листи на чакащите, което вече е факт, твърдят хора от системата. Работата на болниците е ограничена от ли-

„Туризъм“ на лекари и пациенти

Здравният туризъм е част от икономиката. Той може да се развие, ако здравеопазването мине към Министерството на туризма, тъй като то стимулира тази стопанска дейност, а здравеопазването я убива, не на шега казват лекари. Здравният туризъм е сериозен бизнес, който страда от свръхрегулациите в България. Системата пряко не препятства развитието на тази дейност, но регулациите косвено задържат процеса. Най-естествено е от здравния туризъм да се възползват граждани на ЕС при свободното движение на хора в общността. Има база за това. Но здравната и осигурителната система в Европа позволяват на гражданите да получат здравната услуга навреме, с високо качество, срещу съществуващата здравна осигуровка. Защо тогава европейските граждани да идват в нашата неразработена система, за да се лекуват? Основният поток, който може да дойде, е от Великобритания и някои скандинавски държави, където има бюджетно здравеопазване и листа на чакащите. Но листа на чакащите вече се създава и тук. По-сериозната спънка е, че добрите ни лекари отиват да работят на Запад и вече става дума за 500 души годишно.

Най-ценното – лекарите – напускат страната и как да очакваме пациентите да идват тук? Те не са мотивирани да остават в България, тъй като за здравеопазване се отделят най-малко средства в Европа. Това спъва технологичното развитие и възможността лекарите да се развиват, да работят с най-модерна техника и да печелят добре. Статистиката сочи, че около 90% от завършващите медицина в последно време напускат страната. Вече има специалности, които са на ръба поради липса на професионалисти. Липсват ревматолози, патолозите са 75 на брой, и то пенсионери. Не се задава позитивна перспектива за промяна, а не се търси и решение. От трети страни трудно ще си набавим лекари. Да следват медицина у нас идват чужденци, които искат на ниска цена да получат европейска диплома.

митите, които здравната каса покрива. Често пациентите влизат в болница по клинична пътека само за да се направи по-бързо необходимото изследване, което иначе не е по джоба им, ако трябва да го платят, за да не чакат. По този начин касата сама себе си източва. Лекари твърдят, че ако лимитите се премахнат, хоспитализациите ще спаднат. Регламентирано по клинични пътеки често се лекуват неща, които може да се извършат и амбулаторно. Това оскъпява.

Задлъжнялост

Сол в раната на здравеопазването е високата степен на задлъжнялост на държавни и общински лечебни заведения. Дълговете надхвърлят половин милиард лева, като задълженията само на една от болниците са над 45 млн. лв. Защо държавните и общинските лечебни заведения трупат такива дългове? Според техните колеги от частното здравеопазване управлението им се поверява в ръцете на „чиновници“. Държавните болници са превърнати в „кремиковчета“ – на входа и на изхода на болниците стоят частни фирми, здравните заведения трупат дългове, а печалбите са в частна полза. Когато нова политическа сила дойде на власт, тя сменя директорите на най-задлъжнелите болници, но с това обикновено задълженията не намаляват, дори напротив.

В българското здравеопазване има много парадокси. Но най-големият е, че здравеопазването иска да лекува нас, а не може да излекува самото себе си.

Пръстов отпечатък или лично е-досие

Ефективен контрол би могъл да се постигне чрез електронно здравеопазване, личен е-идентификатор, електронна рецепта, електронно досие, уверяват от НЗОК. При досега съществуващата система за идентификация пациентите се чекират с лична карта на регистратурата, когато се хоспитализират или дехоспитализират в дадено лечебно заведение. Въвеждането на идентификатора, който по същество не е отпечатък, има за цел да създаде надежден механизъм на контрол от самия пациент на неговите пари за здраве, казват още от здравната каса.

По-интересно е защо се въвежда подобен идентификатор, а не личното електронно здравно досие. Първо се въведе чекиране с лична карта, което не подобри и не икономиса нищо. Здравните заведения платиха този разход, който общо възлиза на около 10 млн. лв., и някой е спечелил от това. Сега се въвежда идентификация с пръстов отпечатък, отново ще отидат милиони левове за такива четци. А ефектът ще е същият, както и с четците на лични карти, казват от системата на здравеопазването.

Само личното електронно здравно досие (въпрос на точна терминология, която ще се приеме) дава проследимост и на историята на дадено заболяване, и на прилаганото лечение, то ще съдържа цялата информация за пациента. Още преди година и половина Министерството на здравеопазването е изработило модела на личната електронна здравна карта, твърдят запознати. Предвижда се услугата да е облачно базирана. Лекарите ще имат сертификати за работа с такъв вид документи и ще го получават безплатно. В досието ще може да се работи онлайн, без да се изисква специален софтуер във всеки лекарски кабинет. Внедряването на е-здравната карта ще стане с минимум разходи за държавата, здравната каса, пациентите, лекарите. Ако се въведе, то ще направи прелом в здравеопазването, твърдят лекари, запознати с концепцията за въвеждането му.

РАСТЕ БРОЯТ НА НОВОРАЗКРИТИТЕ ЧАСТНИ ЛЕЧЕБНИ ЗАВЕДЕНИЯ ЗА БОЛНИЧНА ПОМОЩ

ЗДРАВНАТА КАСА РАЗШИРЯВА **СВОЯТА ДЕЙНОСТ**

Лечебните заведения, с които Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) има договор за работа през 2016 г., са общо 310. От тях държавни са 72, общински -109, смесени - 21 и частни – 108.

Болничната медицинска помощ е включена в системата на здравното осигуряване на 1 юли 2001 г. Тогава е приета системата на клиничните пътеки, като система за договаряне, осигуряване на качество и заплащане на дейностите в болничната помощ.

Клинични пътеки

Само за първите шест месеца на финансиране на болничната помощ от НЗОК 149 лечебни заведения сключват договори със здравната институция, от които 128 са многопрофилни болници за активно лечение (МБАЛ) и 21– специализирани болници за активно лечение (СБАЛ). През 2001 г. НЗОК договаря болнична помощ за лечението на 159 диагнози, дефинирани в 30 клинични пътеки, а през 2015 г. – 311 клинични пътеки, 9 клинични процедури, 5 процедури и 39 високоспециализирани медико-диагностични дейности с близо 8000 диагнози за лечение. Изпълнителите на болнична помощ с държавно или общинско участие получават правото да сключват договор с НЗОК за всяка клинична пътека, в зависимост от наличното оборудване и квалификация на медицинския персонал, необходими за нейното изпълнение.

Брой и вид лечебни заведения, изпълнители на болнична помощ, сключили договор с НЗОК/РЗОК за периода 2001 – 2008 г.

	2001	2006	2008
Болници	149	267	298
в това число МБАЛ	128	137	146
Спец. болници	21	90	75
Други		10	44
Диспансери		30	33
ДКЦ		15	35
МЦ/МСЦ		26	49
ОБЩО	**149**	**308**	**382**

Брой изпълнители на болнична медицинска помощ по видове лечебни заведения за периода 2013 – 2015 г.						
	Видове лечебни заведения, изпълнители на болнична помощ, заплащана от НЗОК					
Година	Общ брой ЛЗ	ЛЗБП и КОЦ	ЛЗ за СИМП / ДКЦ, МЦ/	Хосписи	Диализни центрове	ЛЗ изпълняващи само ВСМД /ДКЦ и МЦ/
31.12.2013 г.	377	312	48	4	4	9
31.12.2014 г.	350	311	25	2	5	7
31.08.2015 г.	359	312	28	2	9	8

Брой лечебни заведения за болнична помощ с частна собственост за периода 2007 – 2015 г.					
Година	2007	2012	2013	2014	2015
Брой ЧЛЗБМП	71	92	99	102	108
Брой болнични легла в ЧЛЗБМП	3 010	6 916	7949	-	-
Общ брой легла в страната	48 749	-	49 522	51505	-

През 2005 г. към Националния рамков договор бяха включени няколко клинични пътеки, които могат да се изпълняват и от лечебни заведения за специализирана извънболнична медицинска помощ с легла за краткосрочно наблюдение и престой. През 2013 г. за хосписите и самостоятелните диализни центрове също беше дадена възможността да договарят определени болнични дейности. Броят на изпълнителите на болнична помощ се разширява всяка година.

Броят на приетите пациенти за болнично лечение нараства с всяка година. Някои лечебни заведения с публична собственост (предимно общински) бяха закрити в годините от 2001 г. Расте броят на новоразкритите частни лечебни заведения за болнична помощ.

Друго финансиране

НЗОК не следи приходите и задълженията на лечебните заведения, а като финансиращ орган им заплаща за извършената и отчетена от тях медицинска дейност по клинични пътеки, за които даденото лечебно заведение е сключило договор. Приходите на болниците не се формират само от средствата, които лечебните заведения получават от НЗОК, а и от средства, които те получават от своя принципал, както и от такси, които имат право да събират. Здравната каса съблюдава единствено изискванията за наличен персонал, включени в критериите за сключване на договор с лечебните заведения за болнична помощ.

Броят на леглата в частните лечебни заведения през 2013 г. е нараснал с 4939 в сравнение с 2007 г., или с 62,13%. През 2007 г. броят на леглата в частните лечебни заведения е 6,17% спрямо общия брой на болничните легла в страната, а през 2013 г. представлява вече 16,05% от общия за страната. Поради липса на официална информация за 2014 и 2015 г. делът на леглата в частните лечебни заведения не може да се изчисли, но с разкриването на нови болници този дял вероятно расте и през 2014 и 2015 г.

През 2014 г. изпълнителите на болнична помощ с частна собственост са общо 132 (болници – 102 и ЛЗ за СИМП и др. – 30), посочват от здравната каса.

През 2015 г. изпълнителите на болнична помощ с частна собственост са общо 145 (болници – 108 и ЛЗ за СИМП и др. – 37). Договорени са следните болнични дейности: КП (клинична пътека)– 5493, КПр/Пр (Клинични процедури/процедури)– 102 и ВСМД (Високоспециализирана медицинска дейност) – 22, което е съответно 28,5% от всички договорени КП, 20,4% от всички договорени КПр/Пр и 14,7% от всички договорени ВСМД – т. е. близо 1/3 от КП и 1/5 от КПр/Пр се извършват в частни лечебни заведения, изпълнители на

Брой преминали болни и разходи за болнична помощ за периода 2010 – 2014 г.					
Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Брой хоспитализирани	1 646 972	1 710 820	1 814 351	1 968 001	2 067 655
Разходи за болнична помощ, съгласно ЗБНЗОК за съответната година (хил. лв.)	1 016 932	958 020	1 168 876	1 189 511	1 017 128
Отчетени средства в БМП (хил. лв.)	1 135 652	1 216 146	1 447 909	1 616 544	1 614 571

болнична помощ.

Нов обхват

В последните няколко години приоритети в здравната политика са майчиното и детското здравеопазване, както и извършване на болнична медицинска помощ с равнопоставен достъп, необходимото качество и комплексност на групи от населението с определени социално-значими заболявания – муковисцидоза, онкологични заболявания, болни с мускулни дегенеративни заболявания и др.

Бяха разработени и договорени диагностично-лечебни алгоритми – клинични пътеки, клинични процедури и процедури, чрез които уязвимите групи и лицата със социално значими заболявания получиха гарантиран и сигурен достъп до качествена високотехнологична болнична помощ – НЗОК започна да заплаща хемодиализа, перитонеална диализа, дейности при недоносени, включително и приложението на сърфактант, самият лекарствен продукт, онкологични лекарства, извън цената на клиничните пътеки интензивно лечение, роботизирана лапароскопска хирургия, високоспециализирана нуклеарна диагностика с PET/CT, високотехнологични микрохирургични методи на лечение на имунодефицитни състояния и др.

Брой договори по клинични пътеки, клинични процедури и процедури

	Договори по КП		Договори по КПр и Пр
Година	Общ брой ЛЗ	Общ брой договори по КП действащи (активни)	Общ брой договори по КПр и Пр, действащи (активни)
31.12.2013 г.	377	18 374	477
31.12.2014 г.	350	18 774	439
31.08.2015 г.	359	19 075	500

От 2015 г. с нови цени се заплащат хирургични дейности в областта на торакалната и коремната хирургия при деца с вродени аномалии до 1-годишна възраст и кардиохирургични операции на деца на възраст 1 година. Важен момент е влизането в сила от 01.07.2015 г. на две нови клинични пътеки за радиохирургия, които са включени в основния пакет, посочват от НЗОК.

Д-р Николай **Болтаджиев**:

ЛИПСВА ЛИ КОНКУРЕНЦИЯ, **НЯМА КАЧЕСТВО**

автор: **Яна Колева**

Д-р Болтаджиев, здравеопазването в България има ли нужда от хирургическа намеса?

- Трябва да различим медицината от здравеопазването. Според мен медицината в България е добра, на нея се крепи здравето на хората. Но при тази здравна система е учудващо как системата на здравеопазването все още функционира. Явно медицината е на ниво, но не и здравеопазването. Съществуват много парадокси и въпреки това нещо работи.

- Да посочим някои от парадоксите …

- Парадокс е, че държавата забранява инвестициите в сфера, в която средствата не стигат. Това не само спира технологичното развитие, но и възпрепятства лечението на пациенти. Парадокс е, че мястото на държавата е в общественото здраве. Нейната роля трябва да е основно сред нещата с неделим ефект – въздух, околна среда, профилактиката, която обаче е занемарена, ваксините и имунизациите, при които също виждаме какво става. Това трябва да е приоритет на държавата, наред със спешната медицинска помощ. Лечебното здравеопазване е безспорна стопанска дейност, колкото и да се говори, че това е социална дейност.

- Всъщност каква дейност е здравеопазването?

- То е бързоразвиваща се икономика. В XXI в. се обръща все по-голямо внимание на здравето и тази икономика е в полза на човека. В повечето развити държави има нарастване на средствата за здравеопазване всяка година с 10-15%. Навлизат нови технологии, които спомагат за удължаване живота на хората. При нас парите за здравеопазване намаляват като процент от БВП. През 2001 г. публичните средства за здравеопазване бяха 5,3% от БВП, 2010 г. – 4,8%, а през 2015 г. – 4% от БВП.

- Какво следва от тези данни?

- Услугата има цена и тя трябва да бъде платена. Частните средства в здравеопазването нарастват с намаляването на публичните. Съотношението между публични и частни средства е около 50:50, като делът на частните вече надвишава размера на публичните средства. У нас има затегната осигурителна система, която обаче е неадекватна. Здравната система е свръхрегулирана и нелиберална. Осигурителната система е солидарна, но е относително задължителна, тъй като самата държава не внася стриктно средства за хората, за които тя трябва да прави вноски. Около 1,7 млн. души, които са в реалната икономика, събират около 2,2 млрд. лв. от общия публичен бюджет за здравеопазване. А държавата осигурява около 1 млрд. лв. за 4,5 млн. души. Тя е нарушител на осигурителната система.

- Постоянно се говори за реформи, но какви реформи са нужни?

- Трябват реформи и в здравната, и в осигурителната система, тъй като те са скачени съдове. Осигурителната система трябва да е солидарна и задължителна. Но е важно да има конкуренция на здравните каси. Монополът се изражда. НЗОК беше финансово независима, но с течение на времето желанието за власт я деформира до монополна държавна и политическа структура. Всеки иска да контролира парите и влиянието.

- Каква е гаранцията, че здравни каси няма да фалират?

- И при банките има гаранционен фонд. Държавата трябва да стимулира демонополизацията и конкуренцията. В Германия има стотици здравни каси. Преди 15-ина години реформата в Холандия започна с осем частни здравни каси, сега те са десетки. Страната е първа по здравен индекс, а ние куцаме по последните места. Но демонополизация на здравната каса означава държавата да се откаже от властничеството над парите на хората. Сегашният модел не е здравословен за системата и за гражданите.

- Темата за демонополизацията на здравната каса периодично излиза на дневен ред, но дори представители на частни болници се обявяват против появата на частни каси.

- Не виждам аргументи за монопол в една чисто стопанска сфера. В момента демонополизацията е невъзможна, тъй като всеки гражданин, който е в реалната икономика, има своя партида в НОИ, без тя да е с индивидуално натрупване. Не така стои въпросът с хората, които държавата осигурява. За тях се приема, че са осигурени. За мен ключът към по-доброто здравеопазване е в демонополизацията на здравното осигуряване. Има консенсус, че солидарното осигуряване е най-добрият модел. Там всички плащат, а ползват онези, които имат нужда. Проблемът е, че не всички плащат, а ползвателят не може да покрие лечението си с това, което касата плаща. Ние сме на последно място по публични средства за здравеопазване – годишно се падат 218 евро на човек, а в развитите държави е средно 15

СВРЪХРЕГУЛАЦИИТЕ ОСКЪПЯВАТ УСЛУГИТЕ И ПРЕЧАТ НА БЪЛГАРСКОТО ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ ДА СЕ РАЗВИВА

Д-р Николай Болтаджиев е собственик и управител на МБАЛ „Света Богородица" в София и председател от УС на Сдружението на частните болници. Има авторски публикации в специализирани научни издания, конгреси и симпозиуми. Номиниран е от Американския биографичен институт за един от 500-те лидери на влияние в областта на медицината и е носител на званието „Мъж на годината" за 1996 и 2011 г. Д-р Болтаджиев е вписан в изданието „Кой кой е" на Университета в Кеймбридж. За постиженията си е удостоен с Почетния медал на гр. Кармо - Франция. Интересен факт за д-р Болтаджиев е, че е капитан с право за водене на кораб до 20 БРТ за всички морета и океани.

Фото: **Стоян Йотов**

пъти повече.

- Какви митове съществуват за здравеопазването?

- Мит е, че все повече пари се дават за здраве, че болниците и леглата са много. Ние сме на последните места по публични средства за здравеопазване – и като конкретен ресурс, и като процент от БВП. НЗОК плаща за излекуван пациент, а не за структура. Свръхрегулацията в здравеопазването води до понижаване на качеството и оскъпяване на услугата. Парите трябва да следват не болниците, а пациента. Опитват се да икономисат средства, като ограничават достъпа до лечение, чрез намаляване на болниците. Затова през 2010 г. се създадоха медицинските стандарти, наложени бяха свръхизисквания, които натовариха болниците и услугата беше излишно оскъпена. Услугата винаги има цена и някой трябва да я плати. Хоспитализациите се увеличиха, за да се покрият разходите, които държавата наложи на болниците. При фиксирани цени на здравните пътеки приходите може да дойдат единствено от прием на повече пациенти. Но парите пак не стигат, защото държавата оскъпи услугата. Всяка държавна регулация води до качване на цената и се отразява негативно на качеството. Освен свободната конкуренция няма друг механизъм за добро качество на добра цена. Държавата прави обратното – тя продължава да свръхрегулира.

- Когато говорите за здравеопазване, имате ли предвид и интереса на пациентите?

- Частните заведения имат интерес да привличат пациенти и добри специалисти. За да съществува едно частно лечебно заведение, то е в постоянна конкуренция – за специалисти, нови технологии и най-вече за пациенти, тъй като парите идват от тях. Стремим се към високо качество на услугата. Доплащанията се регулират от пазара, а не от монополността на лечебното заведение. Доплащанията в държавните болници не са по-малки от тези в частните. При затънали в дългове държавни болници следва изводът, че там има голям проблем.

- Възлите в здравеопазването са много и все по-здраво се затягат. Може ли да ги развържем или вече трябва да ги разсечем?

- Трябва да се смени посоката на свръхрегулиране и бюджетиране. Държавата блокира една чисто икономическа и стопанска дейност. Ако тази дейност не се стимулира и не се постави в честна и свободна конкуренция, няма да има нито качество, нито средства в здравеопазването, няма да има и лекари.

МБАЛ „Света Марина“-Плевен модерната „умна“ болница

През 2016-2017 г. ще заработи и вторият модерен корпус

МБАЛ „Света Марина“-Плевен е наследник на известната в цяла България специализирана в областта на общата и онкологична гинекология болница „Света Марина“, създадена през 2002 г. През 2015 г., с откриването на новата модерна сграда, болницата бе разширена, като към вече съществуващите медицински специалности - АГ, неонатология, ОАРИЛ, съвременно оборудвани клинична и патоанатомична лаборатории, дейността й се разшири с обща, онкологична, гръдна, пластична, реконструктивна и естетична хирургия; урология, кардиология, гастроентерология и образна диагностика. През 2016-2017 г. ще заработи и вторият модерен корпус на болницата, в който ще е разположен центърът за нуклеарна медицина с PET CT, обновеният център за неинвазивно лечение на тумори чрез ултразвукова аблация – HIFU, който работи от 2012 г. и е единственият в Източна Европа, отделението по медицинска онкология и модерна аула за обучение и провеждане на различни професионални форуми.

Целта, която си поставят създателите на болницата, както и целият екип на здравното заведение, е да предоставят постиженията на водещите умове и технологии в модерната световна медицина в полза на своите пациенти.

Болницата е известна в България и чужбина с върховите технологии и техники на лечение; с високотехнологичното ниво на медицинската си апаратура, голяма част от която е представена за първи път в България; със специалното внимание и фокус на работа не само към оптималния клиничен резултат, а и към психологическия комфорт на пациентите и техните близки и не на последно място – с уникалната си, специално разработена за нуждите на болничното заведение интегрирана IT система, допринасяща за високото ниво на сигурност и качество в предлаганите услуги.

Георги **Карааргиров**, ръководител на екипа, осъществил проекта за интегрирана болнична информационна система:

Технологиите помагат за по-добро здравеопазване

Проектът за интегрирана болнична информационна система включваше проектиране и изграждане на високотехнологичен изчислителен център, тип „частен облак“, позволяващ виртуализиране и консолидиране на голям брой информационни приложения, с които болницата работи. Центърът е напълно резервиран, за да осигури високо ниво на надеждност и наличност на информационните системи, вземайки предвид критичната важност на дейността на болницата. Изградени и внедрени са и високоскоростна конвергентна локална мрежа, IP телефонна система, различни софтуерни решения.

Болничната ни интегрирана ИТ система позволява бърза и безпроблемна комуникация и обмяна на информация между отделните отделения и звена в болницата, фюжън на отделните цифрови образи, съхранение и анализ на тази информация, с цел максимална сигурност и прецизност на лечебния процес, достъпност на оторизирани лица от различни устройства и точки на света, за да се използват възможностите на телемедицината, създаване на електронни пациентски досиета и съхраняването им за минимум 10 г., контрол във всеки един момент относно разходите на лекарства и консумативи, движението на паричните потоци... И това са само част от възможностите на системата.

Чл.-кор., проф. д-р Григор **Горчев**, дмн, съосновател и управител на МБАЛ „Света Марина"-Плевен:

Героят на нашата история е пациентът

Когато преди 15 г. съдбата ни срещна с моя партньор и съосновател на болница „Света Марина" в Плевен, Валери Караргиров, и двамата бяхме пред решаването на трудна дилема – дали да останем да работим в България, или да приемем изгодни предложения за работа в чужбина. Решихме, че си заслужава да следваме мечтата си или поне да опитаме – да променим модела на предлаганите дотогава в държавните болници медицински услуги, при които професионалното ниво беше добро като цяло, но нито пациентите, нито лекарите бяха удовлетворени. Решихме да създадем наша болница от бутиков тип, в която пациентите да чувстват, че са главно действащо лице и център на вниманието на медицинските екипи, да предоставим условия за развитие на лекарите - да имат възможност да се обучават на нови оперативни техники, да работят с нови технологии, а и да приложим нов и ефективен мениджмънт. Така стигнахме до създаването на СБАЛАГ „Света Марина", една от първите в България болница за активно лечение. В началото разполагахме с леглова база от само 7 легла, но и много модерни за времето си операционна зала и реанимационен блок. По това време съществуваха само няколко частни медицински центъра в страната, нямаше готов алгоритъм за ценообразуване или реално остойностяване на лекарския и сестринския труд. Заимствахме от опита на колеги от чужбина и моделирахме спрямо условията у нас, но вниманието и усилията ни бяха насочени най-вече към пациента. Постепенно разширихме базата си с ново отделение по акушерство, разкрихме през 2012 г. единствения в Източна Европа специализиран център за иновативното лечение на тумори чрез високоинтензивен фокусиран ултразвук HIFU (хайфу), а през лятото на 2015 г. отвори врати новата ни високотехнологична болница, която е многопрофилна, разполага със 115 легла, като в строителството й сме заложили на зелените технологии, а в работата – на високотехнологично оборудване. Болницата ни е единствена в страната с шест интегрирани операционни зали, които изглеждат доста футуристично. Обзаведени са с модерно ендоскопско оборудване, а една от най-новите ни придобивки е оборудването за 3D хирургия. За 14 месеца от откриването през юли 2015 г. в болницата са извършени около 4630 операции на пациенти от цялата страна и чужбина. Над 1/3 от тях са операции от най-сложен вид, изискващи участие на екипи от различни специалисти.

Достъпът на българските пациенти до медицински услуги ще се подобри преди всичко чрез демонополизирането на НЗОК. В Германия има 169 конкуриращи се каси. Друг начин е по-активното навлизане на фондове за допълнително здравно осигуряване, които да сключват договори с болници, отговарящи на съвременните изисквания.

Проблемът с кадрите в професията също е сериозен. Новозавършилите медици не напускат само за по-висока заплата. Ако имат възможност да специализират у нас, да се докоснат до нови технологии и методи на лечение, да се учат от утвърдени лекари, биха избрали родината. В нашата болница имаме 11 специализанта и един докторант – всички са отличници, няколко от тях – медалисти на випуските си и владеят минимум по 2 чужди езика.

Мисля, че успехът ни се дължи на комплекс от много елементи – иновации, първокласни технологии, отлични специалисти, но преди всичко – на доверието на пациентите към нас и работата ни на медици, доверие, което градим ежедневно вече 15 години.

Стефан **Йорданов**:

ВРЕМЕ Е ЗА ПОВЕЧЕ РАБОТА

ЛУФТХАНЗА ТЕХНИК СЕ РАЗШИРЯВА ОТНОВО И СТАВА ЕДНА ОТ НАЙ-ГОЛЕМИТЕ БАЗИ ЗА **ОСНОВНИ РЕМОНТИ НА САМОЛЕТИ В ЕВРОПА**

Стефан Йорданов е финансов директор и Compliance Manager на Луфтханза Техник София от шест години насам. Компанията е част от групата на Луфтханза и се занимава с базови ремонти на самолети и предоставяне на споделени услуги. Стефан Йорданов има 17 години професионален опит, основно свързван с финанси - управление на финанси и финансови отдели, финансиране на проекти и развитие на нови проекти. Работил е в различни индустрии като по-значим опит има в хотелиерството, медиите, недвижимите имоти, възобновяемата енергия и авиацията. Има Executive MBA от Cotrugli Business School и е магистър по „Счетоводство и контрол" от УНСС.

автор: **Яна Колева**

В момента Луфтханза Техник се разширява отново и отговорността нараства значително. Ставаме една от най-големите бази за основни ремонти на самолети в Европа на запад от Истанбул. До края на 2016 г. във фирмата ще сме около хиляда служители. С това разширение увеличаваме производствения си капацитет от 5 на 8 фиксирани ремонтни линии, като ще настаним всичките наши споделени услуги в нова 5-етажна сграда. Реализацията на проекта не е лесно начинание, но вече имаме доста опит в подобни проекти и не очаквам изненади.

От предишното разширение научих, че доброто планиране е много важно, а доброто изпълнение на плана - още по-важно. Убедих се, че по време на всеки проект има непредвидени и непредвидими събития и от решаването им може да се каже колко добър е екипът, който работи по проекта. Уверих се, че вземането на бързи решения е много важно. И че не трябва да се позволява на малките проблеми да водят до генерално отклонение от планираната линия.

Финансовият мениджмънт е обслужващо звено и спецификите на финансовия мениджмънт в авиацията зависят от спецификите на авиацията. Спецификата на финансовото управление на Lufthansa Technik Sofia е свързана както с динамиката на глобалната авиационна индустрия, така и със спецификите на културата в Луфтханза Груп, тъй като сме част от една доста голяма група. В Луфтханза се работи в условията на високо ниво на прозрачност, спазване на високи стандарти и установени правила, детайлно планиране, обстойно анализиране и силно фокусиране в управлението на рисковете. По-специфичното в ремонтите на самолети е, че те са доста интересни за отчитане, тъй като по характер са по средата между производството и услугите, а като отчетност са близо до строителната дейност.

Най-голямото предизвикателство в моята работа е управлението на талантите, намирането на подходящи хора за работа и настройването на личния ми ритъм спрямо този на останалите. Обичам всичко да става бързо, за да не се натрупва несвършена работа. А това може да е изморително.

От добрия финансов директор зависи всичко, свързано с пари.

Новите технологични решения улесняват работата, тъй като сега за получаването на необходимата информация не е необходимо толкова време, колкото преди. За изготвянето на справки не е нужно да се ангажират толкова много хора. Фокусът на работа може да се насочи от изготвянето на отчети и справки към тяхното анализиране и препоръки за дейността. Развитието на средствата за комуникация измени значително начина на работа. От една страна, с един телефон може да свършиш много неща отвсякъде, но, от друга страна, очакванията са да го правиш по всяко време.

Отговорността за финансовите резултати на едно дружество е на ръководството. В условията на матрични организации често може да се получи разминаване на отговорността като отговорност за вземането на решения (responsibility) и отговорността като отговорност за последствията им (accountability). Само по себе си носенето на отговорност си е работа. Правилното структуриране на организацията на управлението е много, много важна. Иначе финансовите резултати зависят от работата на всички, на абсолютно всички.

Основният фокус на финансовото управление днес е същият, какъвто е бил вчера и най-вероятно ще бъде и утре – управление на ликвидността и реализация на проекти в условията на ограниченост. С развитието на технологиите това, което според мен се промени в последните няколко години, е бързината, с която става всичко. Също така, може би това, което е по-значима тема в последно време, е фокусът върху данъчните аспекти от глобализацията, от пращането на хора да работят в други страни и вършенето на работа от една държава за друга.

Опитът ми на финансов мениджър ме научи, че спазването на правила и дисциплина е изключително важно, че структурираният подход може да реши и най-комплексния проблем.

Като финансист спазвам всички правила - и писаните, и неписаните. Неспазването на правила винаги води до проблеми.

Бизнес средата в България би могла да бъде доста по-добра. Бизнесът като цяло е рационален, а държавата и още повече управата на големите ни градове - не. Но не всичко е черно, трябва да се отбележат старанията и добрата работа на някои държавни агенции, особено при насърчаването на инвестиции.

Старая се да не се опитвам прекалено да поправям неща, които не зависят от мен. Винаги имам мнение за всичко, но предпочитам да се фокусирам в изпълнение на моите задачи и тези на организацията, в чието ръководство съм.

Ориентирах се към работа във финансовата сфера по случайност. Завърших гимназия на 16 години и основната ми мотивация да уча в университет беше да не ходя веднага в казармата. Имах възможност да стана или инженер, или икономист. В средата на 90-те първото не беше перспективно и записах икономическа специалност, без да се замислям много. Преди да завърша, работех в сферата на продажбата на бързооборотни стоки. Но след като завърших, се оказа по-лесно да се развивам кариерно по специалността. Не се определям като финансист. Възприемам се по-скоро като мениджър, а финансите са сферата, в която съм мениджър.

Убеден съм, че сега е време за повече работа и по-малко оплакване и празни приказки. Наскоро ми казаха, че съм скромен и нямам мащаб на изказа, за да представя това, което правя. Склонен съм да се съглася. Трудно се представя една роля, чийто профил се приема за скучен. Работата на финансиста се вижда от непознавача най-ясно само когато се провали, а аз не обичам провалите. Така че - да се захващаме за работа.

ТЪРГОВИЯ ПО ОСТРИЕТО НА

автор: **Татяна Явашева**

Преди 10 години отвориха врати първите два мола в България - City Center Sofia и Mall of Sofia. Вече няма нужда да отваряме чужди речници, защото добре знаем, че това е голям търговски център. Моловете възникват най-напред в САЩ, търпят развитие и постепенно този модел на организация на търговията се разпространява в останалите индустриални страни, а по-късно и в по-слабо развитите икономики по целия свят. Щом моделът се разпространява, значи е успешен. Но… всеки трябва да намери своята формула на успех.

Динамика

След появата на първите два мола през 2006 г., започнаха да никнат молове из цялата страна. Но стана ясно, че за успеха на всеки от тях има много „Но“. Бумът на моловете отмина, но това не означава, че не се появяват нови, че няма смяна на собствеността. Сердика Център намира своята стабилност в пазарната динамика и щом няма резки движения в неговата политика, значи успява. City Center Sofia претърпя няколко пъти смяна на собствеността, а вече и на името и сега е Park Center Sofia. Новият инвеститор Revetas го обнови с надежда привлекателната локация в центъра на София да се

БРЪСНАЧА

превърне в „сърце“ на търговския успех. Дали вярно са усетили пулса на потребителите, ще се разбере от пулса на търговския оборот.

Как и накъде

Сменят се концепциите, менят се наемателите, променя се обликът – целта е да има повече клиенти и по-добри печалби, или поне достатъчно. Много са факторите, които обуславят успеха на един мол. Тези лъскави храмове на комерсиалното имат много предимства, крият много възможности. За да са по-привлекателни, те са средища с много функции. Силната конкуренция ги кара да вървят постоянно „по острието на бръснача“ на потребителския интерес, като същевременно трябва да намират верния баланс между интересите на инвеститорите и на наемателите.

За предизвикателствата и за цената на успеха разказват две дами, които управляват два търговски центъра в София.

МОЛОВЕТЕ СА В СИЛНА КОНКУРЕНЦИЯ И ДАЛИ ВСЕКИ ОТ ТЯХ ВЯРНО Е УСЕТИЛ ПУЛСА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, **СЕ РАЗБИРА ОТ ТЪРГОВСКИЯ ОБОРОТ**

Фото: **Стоян Йотов**

Ирена Тенева е управител на Сердика Център София, част от портфолиото на ECE Projektmanagement от 2010 г. Работи за ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co.KG от 2007 г., като преминава обучение в различни търговски центрове в Германия. Завършила е специалността „Макроикономика" в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски", тя е магистър по международен бизнес от FHTW Берлин и магистър по европейско право от Университета в Хамбург.

Ирена **Тенева**:

Винаги намирам решение

Г-жо Тенева, кога е моментът, в който казвате: „Успях!"?

- Може би, когато изляза от зоната на комфорт и въпреки това се чувствам добре от свършената работа, защото съм намерила решение, научила съм нещо, проявила съм търпение и то се е възнаградило.

- Работата става все по-динамична. В каква надпревара участвате всеки ден?

- Времето се движи с все по-бързи темпове и често се случва 16 часа активен ден да не ми е достатъчен да направя всичко, което бих искала. Това включва, разбира се, и личните ангажименти. Затова имам усещането, че ежедневно се надпреварвам с времето.

- Пред какви предизвикателства ви изправя спецификата на вашата работа в тези няколко години, в които сте начело на Сердика Център?

- Ние имаме три групи клиенти: потребителите, наемателите на търговски площи и инвеститорите на проекта. Нашата работа е да сме запознати с очакванията и възможностите, да познаваме потребностите на всяка една от тези групи и да работим за техния интерес. Представете си дилемата - това, което е в интерес на инвеститорите, не е в интерес на наемателите; това, което е в интерес на наемателите, не е в интерес на клиентите; и това, което е в интерес на клиентите, не е в интерес нито на наемателите, нито на инвеститорите. Да балансираме между тези три основни фактора така, че всеки един от нашите клиенти да се чувства удовлетворен, е най-голямото предизвикателство в нашата работа.

- Каква е формулата за развитие и растеж на Сердика Център? Към какви резултати се стремите, какви успехи постигате?

- Профилирането на клиентите и правилният анализ на информацията, която имаме за тях, е много важна база, на която изграждаме стратегията за развитие. За всяка марка, за всеки търговец, включително и за нас като търговски обект, е решаващо доколко познаваме клиентите си и съответно колко адекватно реагираме на променящите се очаквания. Понякога трябва да предпри-

ФИРМЕН ПРОФИЛ

ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co.KG е семейна фирма, основана от Вернер Отто през 1965 г. Занимава се с развитие, реализация, отдаване под наем и мениджмънт на търговски центрове. В момента управлява над 190 търговски центъра. Обемът на обектите в строителство и проект възлиза на 3,2 млрд. евро. В портфолиото на компанията има проекти и на жп гари, бизнес сгради, хотели и други. Активна е в 14 страни.

емем действия, които са икономически необосновани в краткосрочен план. Това е един от недостатъците, когато работиш на малък пазар. Извън нас пазарът се развива много бързо, въвеждат се нови технологии и интересни маркетингови решения. Потребителите имат бърз достъп до тази информация и очакват да видят всичко това и на местния пазар. За съжаление невинаги можем да отговорим веднага на тези очаквания. Сердика Център обаче ще заложи на повече услуги към крайния потребител. За нас е важно да създадем атмосфера за първокласно пазаруване, като се погрижим времето, прекарано при нас, да е приятно, лишено от стрес и негативни емоции.

- Какъв фактор е конкуренцията и как я проучвате?

- Конкуренцията - не само за нас, е много мотивиращ фактор. За мен е и показател доколко инициативите ни са успешни. В нашата сфера не можеш да разчиташ на личното мнение на някого, защото то не е обективно и винаги е водено от личния или груповия интерес. Когато конкурентен търговски център започне да прави същите маркетинг активности или да ползва същите рекламни похвати, това за мен е знак, че прилагаме нещо работещо. Ние също не откриваме топлата вода и се учим от други търговски центрове от портфолиото на ECE Projektmanagement, както и от други инвеститори в тази сфера. Има много успешни проекти в чужбина, които работят с голям размах, защото пазарът е голям, съответно финансовите възможности са по-големи и имат достъп до повече иновативни идеи в бизнеса и рекламата. ECE Projektmanagement е фирма с история и изключително ноу-хау за управление на търговски центрове. Компанията прави проучвания на международно ниво, както за развитието на конкуренцията и на отделните търговски браншове, така и за очакванията и интересите на потребителите. На местно ниво е сравнително лесно да държим под око развитието на конкурентните молове.

- Чрез Сердика Център каква представа създавате за мола днес?

- Молът е място за пазаруване – удобно и комфортно. Все по-голямо значение придобиват и зоните за храна и срещи – непретенциозни, но модерни и уютни. Като цяло търговските центрове са социални средища, част от градската среда, където можеш да съчетаеш полезното с приятното.

- Къде пазарувате? Позволявате ли си „шопинг терапия“?

- На първо място в Сердика Център, често направо от витрините, докато отивам към някоя среща. Също така си правим семейни пътувания с тази цел до близки дестинации и планираме два дни например само за шопинг.

- Кои лично за вас са най-добре похарчените пари?

- Най-добре похарчените пари са тези, които имат възвръщаемост. В личен аспект никога не съжалявам за пари, похарчени за преживяване, за емоции и „за душата“ за мен или за моето семейство.

- Кое е вашето правило за успех, което и досега ви прави успешен мениджър?

- Избягвам да си правя самооценка. Все още изграждам правилата, които да следвам, но имам основни принципи, които съм заложила през годините и които ми помагат да се чувствам удовлетворена от работата си. С времето се научих да реагирам по-прагматично в проблемните ситуации. Решение винаги има, стига да подхождаш с опит и познание. Тази увереност се трупа с времето. Също така на един добър мениджър му трябва добър екип от всеотдайни и мотивирани хора. Това изисква време и енергия от самия мениджър. Когато си млад мениджър, трудно преценяваш до каква степен да запазиш тези умения за себе си и доколко да ги предадеш на хората, от които имаш очаквания, но чиято гледна точка е по-различна от твоята.

ИСТИНСКО УМЕНИЕ Е ДА ПОСТИГАШ БАЛАНС МЕЖДУ ИНТЕРЕСИТЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, НАЕМАТЕЛИТЕ И ИНВЕСТИТОРИТЕ

Моника Григорова е управител на Park Center Sofia. Тя ръководи този търговски център от три години насам. Преди това е била начело на отдела за управление на недвижими имоти в СИБанк. Завършила е University of Portsmouth със специалност „Международна търговия и финанси", а в City University придобива MBA по управление на финанси.

Моника **Григорова**:

Резултатите са най-добрият измерител

Г-жо Григорова, каква накратко е историята на не/успеха на City Center Sofia, преобразен в Park Center?

- Park Center и City Center Sofia на пръв поглед са еднакви, но в същото време са два много различни проекта. Общото е сградата и таргет групата – хората, които живеят или работят в кв. „Лозенец" и околностите, хора с високи доходи, семейства с деца. Park Center Sofia е естественото продължение на CCS. Молът се промени, за да отговори на нуждите на своите посетители, да е в крак с модерната ритейл индустрия. Той ще продължи да се развива и тепърва ще разкрива новия си блясък.

- Успех е, когато собствеността се смени, да останеш да управляваш имота. Как доказахте на новите собственици, че си струва да заложат на същия екип?

- В трудната пазарна обстановка и ситуацията на търговски център към онзи момент ние бяхме успели да задържим позициите на центъра и да го управляваме конкурентно и с добри показатели, въпреки лошата му репутация и турбуленции в миналото. Изградихме работещи взаимоотношения с наемателите си и управлявахме центъра професионално и качествено. Това не остана незабелязано от Revetas, когато придобиха имота през 2014 г. Нашият екип знаеше къде са слабите места и недостатъците на търговския център и имахме готова стратегия как да го препозиционираме. Мениджмънт екипът е изграден от високо квалифицирани специалисти с добър опит. Заедно с новите собственици доразвихме стратегията за обновяване на мола, за да съвпада с концепцията Park Center, която Revetas вече имаха.

- Защо според вас City Center Sofia, който е в сърцето на столицата, не съумя да извлече максимума от своето местоположение?

- Когато поех управлението на мола през септември 2013 г., се сблъсках с редица проблеми, част от които бяха наслоявани през годините. Проблем беше недоверието между тогавашния собственик и наемателите, затрудненият достъп по време на строежа на метрото, довел до загубата на ключови наематели като киното и ресторанта с красива гледка. Промяната в търсенето на търговски площи от страна на наемателите също даде отражение. Има и други детайли, които доведоха до лошите резултати. Същевре-

Фото: Стоян Йотов

ИНВЕСТИТОРЪТ

Revetas Capital Advisors LLP (Revetas) е инвестиционен съветник, специализиран в недвижими имоти, с фокус върху сделки с пострадали от кризата имоти в Централна и Източна Европа. Компанията придоби City Center Sofia чрез Revetas Fund I през лятото на 2014 г. Мълът бе обновен и от тази есен работи с нова концепция под името Park Center. Това е петата инвестиция на Revetas Fund I, с която имотите в региона, придобити от фонда, стават 15 - с обща площ от над 152 000 кв. м.

ИЗПИТАНИЕ ЗА УМЕНИЯТА НА МЕНИДЖМЪНТ ЕКИПА Е **В ТОЗИ ДИНАМИЧЕН ПАЗАР ДА ПРЕВЪРНЕМ PARK CENTER В ЛУКСОЗНОТО БИЖУ НА СОФИЯ**

Фото: Стоян Йотов

менно в София отвориха още няколко търговски центъра, които имаха огромни площи, пригодени да приютят големи международни брандове, които стъпваха на пазара.

- Каква е новата формула на променения Park Center и какво ви дава увереност, че сега тя ще проработи?

- Park Center носи всички предимства на City Center Sofia, а именно лесно достъпната локация в един от кварталите, в който населението има добри доходи. Обновихме изцяло сградата – нови тавани, осветление, подови настилки, асансьорни клетки. Преместихме ескалаторите, обновихме цялата зона за хранене и добавихме нови ресторанти за бързо хранене на етажа. Цялостно обновихме фасадата, като подчертахме различни елементи на централния и задния вход. Превърнахме търговския център в луксозно, светло и красиво място – истинско бижу на София. Миксът от наематели е изцяло нов и отговаря на търсенето, на динамичния начин на живот на съвременните софиянци. Няма да спрем дотук и Park Center ще продължи своето динамично развитие.

- Какво е новото в концепцията?

- Заложихме на концепции, които предлагат на посетителите ни да прекарат приятно време в търговския център, като едновременно имат лесен достъп и до парка. Кафетерията Costa Coffee и Cache Bar са чудесен пример. Третият етаж предлага съвсем нови оператори, които никога не са били представени на тази локация – тук е най-успешният и предпочитан детски център в София, модерен фитнес последно поколение, чудесен ресторант, дентална клиника. Подобрихме и онлайн комуникацията и засилихме присъствието на Park Center в интернет пространството.

- Как преди работихте за успеха и как сега ще работите за успеха – в какво е разликата?

- Мениджмънт екипът на Park Center не е спирал да работи за успеха на локацията. Разбира се, сега вече имаме с какво да се похвалим - красива сграда и 95% отдадени търговски площи. Но пазарът е динамичен, затова ще продължим на пълни обороти, за да останем адекватни и да бъдем гъвкави - и като микс от магазини, и като качество на управление. Личната мотивация за успех също е добър стимул. Нека си дадем малко време и съм сигурна, че след година ще имам още много какво да разкажа.

- Какво показа вашият личен опит – кой всъщност е успешният мол в София, кое дава преднина пред другите или поне положителни финансови резултати?

- Нека погледнем от няколко различни аспекти. Успешен е този мол в София, а и по света, който съумява да се позиционира добре в нишата си. От гледна точка на посетителите – успешен е търговският център, който им предлага комфортна среда и микс от стоки и услуги, отговарящи на нуждите им. Ритейлърите пък ще кажат, че за тях е успешен проектът, който им носи най-високи обороти. Със сигурност собствениците на подобни имоти ще определят като успешен онзи, с най-добри финансови резултати.

- Кой е най-добрият измерител за успеха?

- Най-добрият измерител на успеха са резултатите. Те са оценка за усилията и за професионализма в работата.

Георги **Милушев**, управляващ съдружник на „Зора":

ЗАЛАГАМЕ НА МОДЕРНО И ИНОВАТИВНО ПАЗАРУВАНЕ

автор: **Божидара Иванова**

Г-н Милушев, верига магазини „Зора" навършва 25 г. през 2016 г. Каква е равносметката за постиженията и предстоящите предизвикателства?

- 25 години е достатъчно време да разбереш, че се изискват много труд и усилия да създадеш устойчив бизнес. Ние започнахме с едно магазинче под наем на ул. „Козлодуй" в София. Сега може би не бих имал смелостта да се захвана отново с подобна задача. Ние успяхме да създадем една фирма с добра основа и здраво стояща на пазара. Тя се ползва с доверие от нашите клиенти и доставчици, има добър кредитен рейтинг. Всичко, което постигнахме, е резултат на усилията на всички, които работят в „Зора". Към днешна дата има хора, които работят от втората година от създаването на фирмата. Служителите ни са добре подготвени и мотивирани. Една от целите, които си поставяме в близките години, е да продължим да развиваме търговската ни мрежа. В момента предизвикателствата пред бизнеса в България са големи. 2016 година за нас беше трудна, изпълнена с много емоции. Поехме по нов път на модернизация и си даваме сметка, че ни предстои изключително много работа.

- С колко обекта разполагате и предвиждате ли разширяване на търговската мрежа и на асортимента от предлагани продукти и услуги?

- В момента търговската ни мрежа се състои от 34 обекта из цялата страна. Имахме идея до края на годината да отворим още един търговски обект в Бургас, който спечелихме на търг. Възникнаха обаче обстоятелства, които налагат да се направят малко преустройства и вероятно няма да успеем да го открием до края на годината. По всяка вероятност това ще се случи през първото тримесечие на 2017 г., или най-късно до май месец.

Също до края на тази година имахме намерение да отворим и магазин във Велико Търново, но там също изникна проблем и вероятно ще остане за следващата година. Планираме да оглеждаме и други локации. Освен разширяване на търговската мрежа, ние трябва да направим и план за визията на „Зора" през следващите години. Искам да подчертая, че отварянето на нови обекти зависи до голяма степен от пазара.

- Какъв е пазарният дял на веригата?

- Пазарният дял варира между 15 и 20%. Зависи дали се вземат оборотите само на трите големи вериги, или и на по-малките. Само за 2015 г. до българския потребител и до потребителите зад граница верига магазини „Зора" са доставили над 1 млн. продукти. Това също говори за мястото ни на пазара. В момента електронната търговия се развива с изключително бързи темпове и това е една от насоките, в които искаме да вложим усилията си. За целта се изискват много добра логистика, подготвени хора, добра наличност на стоки и добри доставчици.

- На каква сума възлизат направените инвестиции досега и какви планирате занапред?

- Инвестициите, които сме направили до момента, са около 70 млн. лв. Собственият ни капитал е 45 млн. лв. Още от създаването на компанията ние реинвестираме 80% от печалбата. В бъдеще планираме още сериозни инвестиции, свързани с развитието на търговската мрежа, както и промяна на корпоративната идентичност на веригата. За тази цел също е необходима сериозна сума, тъй като имаме 34 обекта и всеки нов, който откриваме, вече правим с новия брандинг. Концентрирани сме върху иновативността, функционалността и посоката на движение. Процесът на развитие на технологиите налага да бъдем модерни, различни, отличаващи се и креативни. Искаме, когато нашите клиенти влязат в магазините ни, те да бъдат в една друга среда, с коренно различен начин на експозиция на стоките.

- Как оценявате средата за развитие на бизнес в България?

- Може да се каже, че у нас има раздвижване на бизнес средата. Наблюдава се растеж в заетостта на работната ръка – около 25% в различните производства и дейности. 2016 г. се очертава по-добра година за нашата верига. За първите 9 месеца имаме ръст над 20%.

Трябва да се отбележи, че спестяванията растат. Това не означава, че няма хора, които живеят трудно, и нямат достатъчно средства, за да поемат нуждите си. Но е факт, че се наблюдава увеличаване на доходите и това е една от причините за подобряване на бизнес средата. Дефлацията също оказва своето влияние. Сега очакваме инфлация до 2-2,5%, която да раздвижи още пазара.

Условия за работа в България има, трябва да се намери

ОТКРИВАНЕТО НА НОВИ МАГАЗИНИ ЩЕ ПРОДЪЛЖИ ПАРАЛЕЛНО С АКЦЕНТ ВЪРХУ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

Георги Милушев, заедно със Стефан Милушев и Пламен Стойков, е един от тримата основатели и управляващи съдружници на верига магазини „Зора". През 2016 г. компанията, която е изцяло българска верига за техника, отбелязва своята 25-годишнина с промяна на корпоративната идентичност и визия.

само правилната мярка. Ако я няма конкуренцията, ние ще заспим. Това е един от двигателите на бизнеса. Малко ако се отпуснеш и пропуснеш правилния начин на движение, сметките ще излязат лоши.

- Срещате ли затруднения с намирането на подходящи кадри? Каква е политиката на компанията за задържането и стимулирането на служителите?

- Това е един голям и тежък проблем, който ще става все по-остър, ако не се вземат необходимите мерки. За тези години много млади и добре подготвени хора заминаха в чужбина. Ние допуснахме изтичане на кадърни хора. Ако вземем предвид и демографския срив, картинката става неприятна.

Когато започнахме бизнеса си преди 25 г., намирането на кадри беше много лесно. В момента на интервю за работа се явяват много кандидати, а при отсяване остават максимум един-двама подходящи. Проблемът ще става и още по-остър.

Ние инвестираме в хората. Заделяме доста средства за обучението на служителите в „Зора". През всички тези години назначаваме постоянно нови хора, тъй като откриваме нови обекти и осъзнаваме, че ако искаме успех, големият ни капитал са именно кадрите.

- Каква е средната заплата, която получават служителите във вашата фирма?

- Средните заплати при нас са над 1000 лв. Когато човек си е свършил добре работата и има добавъчна стойност, той трябва да бъде забелязан и възнаграден за усилията си.

- Как се променя с годините пазаруването на българите?

- Профилът на клиентите се промени много. Те искат иновативни и нови преживявания, когато пазаруват. Технологиите оказаха своето влияние с времето, процесите са автоматизирани. Скоростта, която помага за ефективността на работа, е многократно по-висока. Младите хора се впечатляват от иновациите и ги търсят навсякъде.

Отношението към клиентите също е изключително важно. Ценовото ниво бе определящо през изминалите години. Днес обаче се наблюдава едно преминаване към по-висок клас продукти. Клиентите осъзнават, че давайки 200-300 лв. повече, те получават по-добро качество и повече надеждност. Това ще бъде посоката, в която ще върви търговският процес.

МЕЛНИЧАРСТВОТО В ХВАТКАТА НА **МЕСТНИЯ ПАЗАР**

От качествено зърно става хубаво брашно

автор: **Георги Георгиев**

Хубав хляб се прави от хубаво брашно, а доброто брашно си иска и доброто жито. Производството на пшеница в България върви успешно и през 2016 г. добивът възлиза на 5,6 млн. т. Това, по данни на Министерството на земеделието и храните, е най-голямата реколта от 1980 г. насам. Малко под 2 млн. т отиват за вътрешно потребление на хората, както и за осигуряването на фуража. Останалото количество е за износ.

Ценови натиск

Към 1,2 млн. т е годишната консумация на брашно у нас и наличието на пшеница местно производство е добра основа за развитие на мелничарството. Това е необходимо, но съвсем не и достатъчно условие. Мелничарите купуват суровината по цени, определени от международния пазар, тъй като пшеницата е борсова стока, а България е износител. Но брашното е подложено на силен ценови натиск. То следва цената на пшеницата и определящи оттам насетне са производствените разходи. Затова българските мелничари са по-конкурентоспособни от гръцките например. Турция не изнася зърно, а брашно - основно в страните от Близкия изток. Сърбия и Македония не са членки на ЕС и това в известна степен затруднява реализацията на продукция там. Румъния също е добър производител на брашно. Ето защо проблемът на мелничарите у нас е постигането на търсеното добро качество при критично ниски цени, казва председателят на Съюза на мелничарите Савина Влахова. Тя уверява, че в България цените на брашното са най-ниски в целия Европейски съюз, по-ниски са и от тези в други съседни страни извън ЕС, като Турция и Македония.

Развитие

Едни от най-големите производители са „GoodMills България“, „Симид“, „Агромил България“, „Техра“, „Кристера“. Регистрираните мелници са 233, от които по информация от края на миналата година работят 169. За да се развива и да намира пазар, секторът трябва да се усъвършенства. Стандартите за качество стават все по-високи, за да са в крак с

Мелнични блокове раздробяват зърното до различни фракции. Те са сърцето на модерната мелница

нарастващите изисквания на клиентите. Окрупняването на търговските вериги и излизането на някои от играчите от този пазар прави мелничарите още по-зависими, а има и редица други фактори на стагнация. Ето защо според финансовия директор на „GoodMills България“ Стефан Христосков потенциал за развитие дава производството на новия тип биобрашно - от лимец, пълнозърнесто брашно, брашно, обогатено с фибри. Но инвестицията за влизане в тази ниша е твърде голяма, а пазарният дял – твърде малък, и всяка мелничарска компания сама трябва да прецени дали да тръгне по този път. Технологиите се развиват, стандартите се затягат, нужни са все по-големи инвестиции - това е определящото занапред и който не го прави, постепенно ще отпадне от пазара, смята Христосков. „GoodMills България“ например е инвестирала 5 млн. лв. в нови машини и съоръжения през последните 3 години. Компанията е част от базираната във Виена GoodMills Group, която е най-голямата мелничарска група в Европа с 29 мелници в 7 държави. Годишно предприятията в групата преработват над 3 млн. т зърно и имат около 1 млрд. евро оборот.

Слаб износ

Секторът е конкурентоспособен и има неизползван експортен потенциал. Ако мелничарските мощности работят с пълна сила, производството може около четири пъти да надвиши потреблението в страната. Трудно се прави пробив навън, а за да се задържи на вътрешния пазар, всеки трябва да се усъвършенства.

РАЗВИТИЕТО НА БРАНША СЕ ОГРАНИЧАВА ОТ ТОВА, **ЧЕ КОЛКОТО ПОВЕЧЕ ПЪТУВА БРАШНОТО, ПО-НЕПРОДАВАЕМО СТАВА**

Брашното е сравнително евтина суровина и транспортните разходи оказват съществено влияние върху крайната цена. „Колкото повече пътува брашното, толкова по-непродаваемо става“, обяснява управляващият директор на „GoodMills България“ Илия Великов. Ето защо то се реализира предимно на вътрешния пазар или в региона, като Гърция и Румъния са държавите, в които основно изнасяме. Страната ни е голям производител на зърно и ще е добре, ако се намери начин за засилване експорта на брашно. Така ще се добавя стойност към първичната селскостопанска продукция. Отделни мелници имат епизодични пробиви, но не в мащаба, за който имат капацитет. Вносители на брашно са предимно страни от Африка и Азия, в които няма традиционно производство на пшеница. На този етап България почти не присъства на тези пазари.

Инвестиции

По-голяма част от мелниците в България са модернизирани и технологично са на достатъчно добро ниво. Има успешно реализирани проекти по Мярка 123 от предишния програмен период. Проблем обаче е възвръщаемостта на инвестициите. Печалбите са недостатъчни или изобщо липсват именно поради нелоялната конкуренция на сивия сектор, който в мелничарството е между 30-50%. Докато няма промяна в пазарната конюнктура, този нелоялен бизнес ще остава в зоната на здрача. „Когато една стока се продава по фактура на цена близка до себестойността ѝ, плюс 20% ДДС, а на черния пазар без фактура на същата крайна цена, то от тази сделка в единия случай има поне 20% печалба заради неплатеното ДДС, а от стоката с фактура печалбата е незначителна“, обяснява Савина Влахова. Възможност за изсветляване на сектора е намаляването на ДДС ставката върху храните. България е сред малкото страни в ЕС, които са с недиференцирана ставка и тези 20% ДДС доста тежат в борбата със сивата икономика, казва Стефан Христосков. Мелничарите, които работят по правилата, се надяват управляващите да предприемат необходимите стъпки за изсветляване на сектора.

Има ли силен експорт, намери ли се начин целият този бизнес да е на светло, ще има и инвестиции в сектора.

ПОТЕНЦИАЛЪТ ЗА ПРОИЗВОДСТВО В БЪЛГАРИЯ

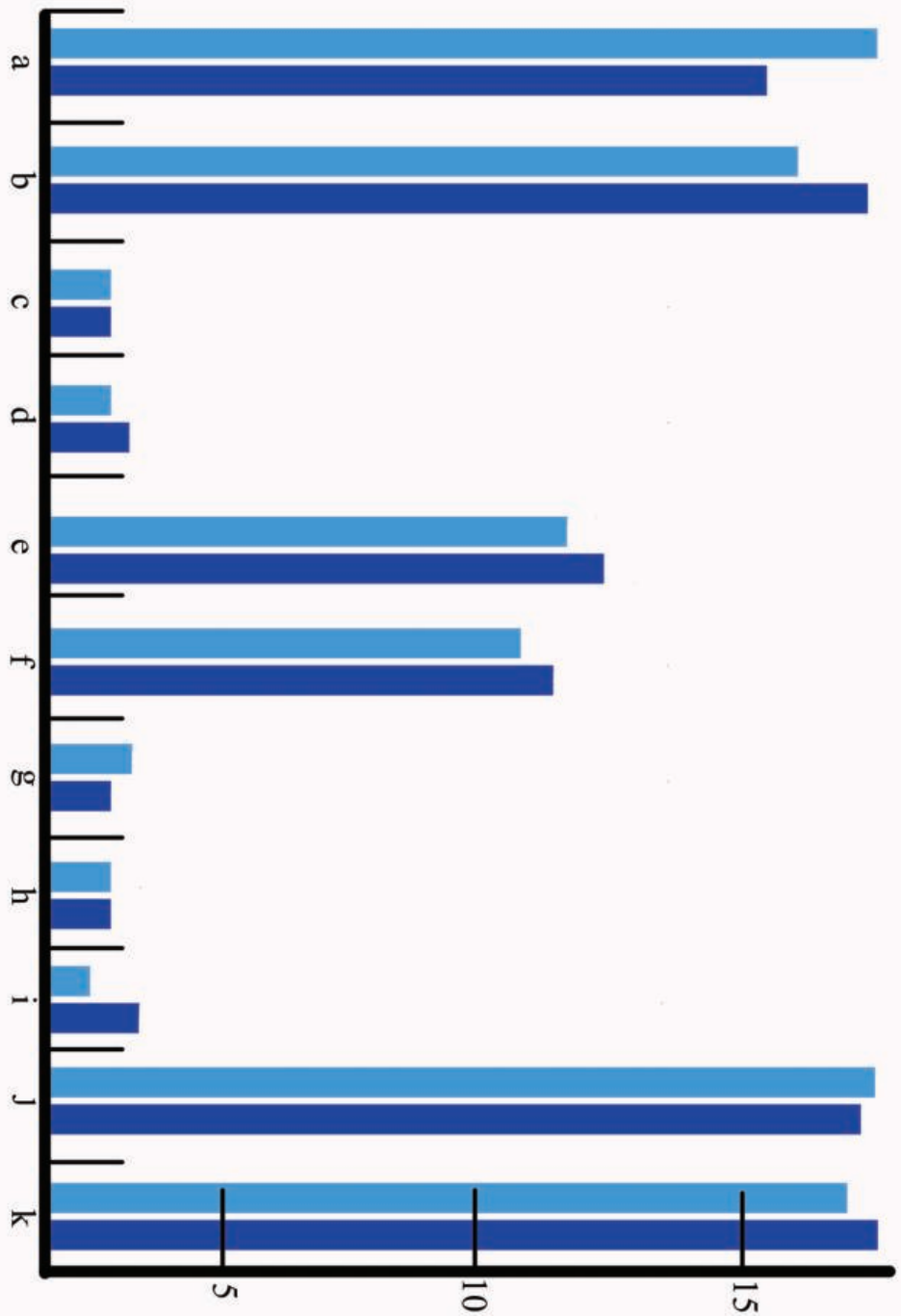
Силни страни

+ България е производител на пшеница
+ Българите обичат хляба и това дава стабилност на пазара
+ Наличие на модерни производствени предприятия с голям капацитет
+ Производствените разходи са по-ниски в сравнение със Западна Европа и ЦИЕ
+ Внос на брашно почти няма, местните производители задоволяват потребностите на вътрешния пазар

Слаби страни

- Брашното е суровина, която основно се реализира на местния, а не на глобалния пазар
- Българският пазар е малък и постоянно се свива заради демографския срив и миграцията на Запад
- Ниска покупателна способност на населението
- Висок дял на сивия сектор, който избуява заради липсата на по-ниска ставка на ДДС върху храните

В «GoodMills България» държат както на чистота на суровините, които преработват, така и на разнообразието в своята продуктова гама



Economic.bg
ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ НА БЪЛГАРИЯ

ВРЕМЕ ЗА БЪЛГАРСКИ ПРОБИВ **НА АМЕРИКАНСКИЯ ПАЗАР**

Фото **Десислава Веселинова**

Ива Йорданова-Лукарски от „Следваща станция: България" (втората отдясно) с лекторите на семинара

автор: **Илия Лазаров**

Български фирми от различни икономически сектори имат огромен потенциал да пробият на американския пазар. Деликатесни храни, млечни продукти, вина, натурална козметика и продукти от розово и лавандулово масло са само част от българските стоки, които предизвикват сериозен интерес зад Океана.

Точната рецепта бе дадена на семинара „Бизнес в САЩ – практически насоки за износ и навлизане на американския пазар", организиран от „Следваща станция: България" в партньорство с Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ) и списание „Икономика".

Семинарът даде ценни практически насоки на български фирми по пътя към голямата цел – успешен пробив на американския пазар. Участваха експерти от световноизвестната консултантска компания Roberts Group, сред които бивш посланик, както и представители на разнообразни български фирми.

Бяха разяснени спецификите на американския пазар, данъчната система и регулаторната рамка, ключовите групи потребители и техните регионални, етнически и социални особености, както и най-важните елементи в предлагането на стоки и услуги и комуникацията с бизнес партньорите.

„САЩ е най-големият пазар за много стоки, които са интересни за българските производители – селскостопански продукти, козметика, мебели, текстил. Във всички тях имаме сериозни традиции, а редица български компании вече успешно присъстват на американския пазар", подчерта Владимир Каролев, съветник в екипа на министъра на икономиката.

Пазарът в САЩ е организиран в 4-степенна строго сегментирана верига – вносител, дистрибутор, брокер, търговец. Всяко от тези нива има ясни отделни правомощия.

Вносителят играе ролята единствено на митнически и складов агент, а дистрибутор е логистичната компания, която транспортира и доставя продукта до търговския обект. Макар понякога двете функции да се изпълняват от една и съща фирма, тя не се занимава с продажби.

Най-важна е ролята на брокерите, които подготвят и организират целия процес около продажбата, а нерядко и мърчандайзинга на продукта. Те полу-

чават фиксирана месечна такса, която обикновено варира между 3000 и 10 000 долара, но при всеки условията са различни.

Накрая се стига и до търговеца, който предлага съответната стока на крайния потребител. За да я пласира успешно, той трябва да я получи на конкурентна цена. Но не цената е най-важното. Необходимо е продуктът да има собствена история, да е промотиран по подходящ начин и да е насочен към конкретни целеви групи. В САЩ се очаква износителят да инвестира в развитието и рекламата на стоката си и да създаде нужните предпоставки за продажбата й.

Ключови са 3 фактора – силен продукт, успешна пазарна стратегия и подходящи партньори в дистрибуцията, посочва Майк Робъртс, изпълнителен директор на Roberts Group.

Необходимо е да се познават и продуктите на конкуренцията, както и навиците и предпочитанията на избраната целева група. Най-важно обаче е да се избере подходящият бизнес партньор, който да помогне на компанията да се впише успешно в реалностите на американския пазар. Консултанти като Roberts Group работят с фирми от всички звена по веригата на предлагането и имат богат опит в препоръчването на правилните партньори.

В САЩ са много актуални специализирани продукти, често естествени и органични, съдържащи квалитетни съставки. Те привличат вниманието на по-заможни клиенти, за които качеството, произходът и историята на продукта са много по-важни от цената му. Именно тук е шансът на българските стоки.

„България може да се позиционира като производител на чисти, екологични, качествени и интересни продукти, които все още не са навлезли сред американските потребители. Имаме възможност за продажба на минерални води, млечни продукти, натурална козметика и др.“, изтъква Иво Константинов, ръководител на търговската служба към българското посолство в САЩ. Тези продукти носят и по-голяма печалба.

Американският пазар е огромен и разнообразен и са нужни сериозни инвестиции, за да се наложиш там. Ключови са разходите за реклама и популяризиране на продукта, особено чрез медии с голяма аудитория и дигитален маркетинг.

Но има и по-евтини начини за дистрибуция. Зад Океана все още е популярна каталожната търговия, особено сред по-възрастното население.

Друг вариант за разпространението на продукта е създаването на емигрантски дистрибуторски фирми, управлявани от български емигранти или студенти в САЩ. Освен сред българите, нашите продукти биха предизвикали интерес и сред други етнически общности зад Океана, главно сред източноевропейците. Вариант са и нишовите малцинства и социални общности – чернокожи, вегани, хора с алтернативна сексуалност и др.

Много добра възможност е и електронната търговия чрез платформи като Amazon, която спестява на фирмите сериозни разходи.

Важна особеност за успешната връзка с търговските партньори е създаването на съвместно предприятие или дъщерно дружество. Вторият вариант е по-добър, тъй като осигурява по-големи права и създава по-малко пречки при оперирането на пазара в САЩ. Финансирането чрез кредит или друг метод също е по-лесно, когато компанията е американска. Не е за пренебрегване и субективният фактор – търговските вериги в САЩ предпочитат да работят с американски компании, вместо с чуждестранни такива.

НАЙ-ГОЛЯМ ШАНС ИМАТ **НАТУРАЛНАТА КОЗМЕТИКА, МИНЕРАЛНИТЕ ВОДИ И МЛЕЧНИТЕ ПРОДУКТИ**

Предприемачите получиха ценни насоки за навлизане на американския пазар

КАК СЕ УСПЯВА **В РУМЪНИЯ?**

автор: **Владимир Митев**

Българските фирми, които търсят излизане на нови пазари, могат да гледат смело към Румъния, където много наши компании вече действат. Така може да се обобщи посланието от конференцията „Румъния – мисията възможна“, провела се на 1 октомври 2016 г. в Доходното здание в Русе. Събитието бе организирано от Българо-румънската търговско-промишлена палата (БРТПП), която от 2003 г. насам насърчава двустранните бизнес отношения. То привлече 120 фирми и организации от цялата страна.

Към края на 2015 г. в Румъния действат 2124 български фирми с общ първоначален капитал около 100 млн. евро. Самата БРТПП посочва на сайта си, че има над 120 членове – български и румънски фирми. Базираната в Русе организация с клон в София „е единствената специализирана организация в България, която притежава ресурсите и опита да предоставя информация, съвети и пазарни консултации на всички фирми, които желаят да развиват бизнес на съседния румънски пазар“. Конференцията в Русе поднесе на присъстващите именно споделено знание от фирми, пробили на румънския пазар.

На чудесен български език родената в Браила румънка Юлия Баховски разкри част от своя дългогодишен опит в развиването на двустранни бизнес контакти. Нейната фирма RoMondo предлага консултантски услуги за стартиране и развитие на бизнес в Румъния, прави обучения по бизнес етикет и комуникация и извършва „комуникационни и лингвистични услуги на румънски език“. Според информация, цитирана от Баховски, бизнесмените в Румъния посочват като най-голяма пречка в своята дейност бюрокрацията в страната.

Румънката насочи публиката и към полезни интернет ресурси. Собствениците на фирми например, които ще плащат заплати в Румъния, и готвещите се да работят там на трудов договор могат да изчислят каква нетна заплата ще получават и какви осигуровки ще плащат там, като използват сайта http://www.calculatorsalariu.ro/

Като цяло българските фирми откриват румънския пазар в по-голяма степен след присъединяването на двете страни към ЕС. „Белла България“ например стъпва в Румъния през 2008 г. По това време традиционната търговия има по-висок дял спрямо модерната, отколкото днес, и компанията разчита на собствена дистрибуционна мрежа. С времето започва да покрива все по-голяма част от пазара, големите търговски вериги все по-често предлагат стоките й. Днес марката „Белла“ има над 50% пазарен дял в категория бутер тесто и точени кори и 70% дял в категория баници в Румъния.

Русенският производител на мебели и спални „Ергодизайн“ също отчита успех в овладяването на румънския пазар. През 2010 г. фирмата стъпва за първи път на север от Дунава. Сблъсква се с проблемите, с които всяка непозната фирма има - малко контакти, неизвестна марка и липса на доверие у местните партньори и клиенти. Пробивът идва с изложение в Букурещ, след което мебелите й стават по-търсени. Основателят на компанията Христо Славов сподели, че в България водещи на мебелния пазар са веригите от търговци, докато в Румъния доминират производителите.

Йовани Маджарова от „Евромастер Импорт-Експорт“ ООД – производител и продавач на професионални и хоби инструменти за дейност от типа „направи си сам“, подчерта, че в Румъния има много по-висока степен на конкуренция, отколкото в България. „В нашия бранш съществуват най-малко 20 силни директни конкуренти и още 30-50 малки – вносители от Китай“, посочи тя в своята презентация. Едно от следствията

Фото http://vastint.eu/

Румънският пазар е на крачка разстояние от българските фирми (на снимката – бизнес парк в столицата Букурещ)

на жестоката конкуренция според Маджарова е, че срокът за плащане в Румъния често надхвърля 60 дни, а понякога достигат дори 180 дни.

„Румъния е България по 3.“ Така Христо Радичев – мениджър за България на Mediahitpost – компания за онлайн маркетинг, накратко сравни пазарите на двете страни и съотношението между техните онлайн общности във Facebook и въобще в интернет. Сред особеностите на Румъния е, че липсва силен местен провайдър на имейл услуги. За сметка на това има силен онлайн магазин – eMag, който е южноафрикански собственост, но е изключително популярен в страната.

Ако в България минималният капитал за учредяване на юридическо лице е 2 лв. (1 евро), то в Румъния той е 200 леи (44,3 евро). В своята презентация букурещкият адвокат Джордже Лауренцио Тудор, който има български партньор, посочи, че за разлика от България, в Румъния е необходимо при фирмената регистрация да се посочи и местонахождението на бъдещото дружество – например чрез договор за наем. Ако в България таксите за регистрация в Търговския регистър са 110-160 лв. (55-80 евро), в Румъния те са между 146 и 155 евро.

Част от презентацията бе и насърчителната данъчна политика за микропредприятията. Ако регистрираната в Румъния фирма има оборот до 100 000 евро, сферата й на дейност не е в банковия сектор, застраховането и презастраховането, капиталовите пазари, хазартните игри и нефтената индустрия, а поне 80% от приходите са от сфери на дейност, различни от консултантска и мениджърска, то компанията е микропредприятие. В това си качество тя дължи данък върху доходите между 1 и 3%, вместо редовия корпоративен данък от 16%. Всъщност в такъв случай за първите 24 месеца след учредяването „с някои изключения“ дължимият данък върху доходите е 1%.

Въпреки тези облекчения, много чуждестранни, а и местни фирми изпитват затруднения при регистрацията си по ДДС. Съветът на адвокат Тудор е при всички етапи на регистрация и дейност на фирмите в Румъния да се търсят правоспособни юридически представители и професионални счетоводни кантори.

Присъстващите на събитието бяха единодушни, че каквито и да са трудностите в бизнес дейността в Румъния, то тя със сигурност е мисия възможна, когато знаеш към кого да се обърнеш за подкрепа и за опит.

ПРАВЕНЕТО НА БИЗНЕС НА СЕВЕР ОТ ДУНАВА Е **ВЪЗМОЖНА МИСИЯ ЗА БЪЛГАРСКИТЕ КОМПАНИИ**

Павел **Панчий**, изпълнителен директор на Асоциацията на лидерите в BPO услугите в Полша:

АВТОМАТИЗАЦИЯТА И РОБОТИКАТА НАВЛИЗАТ **В АУТСОРСИНГА**

РАСТЕЖЪТ НА ТАЗИ ИНДУСТРИЯ ЗАВИСИ ОТ ТОВА ДАЛИ МЛАДИТЕ ХОРА ЩЕ МОГАТ И ЩЕ ИСКАТ ДА УЧАСТВАТ В ПРОЦЕСИ, **КОИТО КОМПАНИИТЕ СА ГОТОВИ ДА ОБСЛУЖВАТ**

автор: **Тони Григорова**

Г-н Панчий, защо в последните години аутсорсингът се развива така ускорено?

- Аутсорсингът на бизнес процеси се отличава със своята динамика и доставчиците постоянно предлагат нови решения. Сега този сектор обхваща не само финансовото управление, счетоводството и HR услугите, но вече и много други процеси. Благодарение на глобализацията аутсорсингът става привлекателна възможност дори и за по-малки фирми. Публичният сектор все по-често го прилага. Днес работните места в този сектор се характеризират с цифровизация, най-нови технологии и иновации и това се превръща в трайна тенденция.

- Какъв потенциал виждате за развитие на този бизнес в страните от Централна и Източна Европа?

- Поради големия брой млади и добре образовани хора, които говорят чужди езици, имат технологични познания и искат да работят в нови сектори, ЦИЕ е много атрактивна локация. Потвърждение на това е непрекъснатият растеж на тези дейности. Компанията за стратегическо консултиране в областта на глобалния аутсорсинг и инвестиции Tholons отреди на Краков първо място в Европа като нов център. Полша и България предлагат все по-сложни и специализирани услуги и това е най-мощният двигател на развитието. Със специалисти от висока класа, ние сме в състояние да обслужваме клиентите в цяла Европа и дори в света.

- Всяка година в класациите на аутсорсинг дестинациите виждаме промени. Кой е двигателят на тази динамика?

- Движещата сила е необходимостта да се търсят нови решения, които оптимизират основните дейности на компаниите и предлагат икономии. Възможността за прилагане на нови организационни модели остава ключов фактор. Всеки предпочита решение, което позволява да се харчи по-малко, а спестеното да отива за научни изследвания и развитие.

- Пред какви предизвикателства е изправен този бизнес?

- Най-голямото предизвикателство е да се намерят пра-

вилните хора с подходящите умения, за да може да се поддържа високо ниво на услугите. Оттук следват модерни решения като автоматизация и роботика. Те се появяват при все по-често срещания недостиг на работна ръка в някои процеси. Налице е и нарастваща конкуренция за таланти във всички ключови дестинации. Това ще окаже влияние върху миграцията на работници между центровете и възможността да се увеличи притокът на нови кадри от съседните страни.

- Защо според вас е време за въвеждане на стандарти?

- Заради бързите темпове на развитие на аутсорсинга трябва да се погрижим предлаганите решения да бъдат на съответното ниво и стандартите ще го потвърдят. Сертифицирането на стандарти ще спести много време, когато търсим партньор.

- В какво е конкурентното предимство на Полша като аутсорсинг дестинация?

- Едно от най-важните конкурентни предимства на Полша за инвеститорите е наличието на множество центрове, които биха могли да предоставят добри условия за такава инвестиция. Полша е най-голямата страна в региона с близо половин милион завършващи висши учебни заведения всяка година. Градовете, където аутсорсингът е развит, са 27. Разнообразието, което предлага Полша, виждат и глобалните играчи. Предимство е високото качество на работната сила при относително по-ниски разходи за труд. Секторът на бизнес услугите се превърна в основен работодател на полския пазар. Около него има стабилни екосистемни връзки и е налице сътрудничество с индустрията на недвижимите имоти, фирмите за набиране на персонал, управлението на ключови звена в академичните среди и множество стартиращи предприятия.

- България и Полша са конкуренти в аутсорсинга. В какво обаче си партнират?

- Пазарът на услуги за бизнеса е много разнообразен и е насочен към клиенти от цял свят. Когато инвеститорите са вече в Полша, те търсят и други места в тази част на Европа за разнообразни процеси. Ако нещо може да се прехвърли в ЦИЕ, е по-добре, дори и ако това е в няколко локации, отколкото да излезе извън рамките на Европа. Това води до вътрешно сътрудничество между страните.

- От кои фактори зависи нашите страни и занапред да остават на водещи позиции в аутсорсинга?

- Основен е човешкият фактор. Дали аутсорсингът ще продължи да расте, зависи от това дали младите хора ще могат и ще искат да участват в процеси, които компаниите са готови да обслужват, дали и занапред ще говорят добре чужди езици, дали ще имат страст за знание, но дали и университетите ще са на нужната висота. Зависи и от това дали нашите правителства ще са склонни да променят законодателството съобразно нуждите на инвеститорите. Това е залогът за по-нататъшен растеж.

- Как Brexit ще повлияе на тази индустрия?

- Това е важен въпрос, но днес почти никой не може да каже с какво Brexit ще допринесе за самата Великобритания и как ще повлияе извън нея. Може би ще сме в състояние да се споразумеем с фирми, намиращи се в Лондонското сити, и да им предложим нови локации за нови процеси. Тези теми ще обсъждаме по време на Конференцията ABSL/Bloomberg в Лондон на 9 ноември.

- Кое за вас е най-полезното от срещата в София на Европейската аутсорсинг асоциация, състояла се в началото на октомври?

- В София говорихме за бъдещето на аутсорсинга и за новите решения. Полша, Чехия и Румъния са добре познати като дестинация за аутсорсинг, но България става все по-ярко светеща звезда на световната карта. Затова се радвам, че именно София беше домакин на тази среща.

ФАКТИ

✓ **Само за една година аутсорсинг центровете в Полша с чуждестранен капитал са създали 35 хиляди нови работни места и така броят на служителите се е увеличил до 177 хиляди души.**

✓ **През първото тримесечие на 2016 г. в Полша функционират 936 центрове за бизнес услуги - с местно и с чуждестранно участие, в които работят 212 хиляди души.**

✓ **Прогнозата е, че през 2020 г. в центровете за бизнес услуги в Полша ще работят най-малко 300 хиляди души. Секторът на аутсорсинга расте бързо и успя да забави емиграцията на младите хора на Запад.**

Константин **Йорданов**:

БИБЛИОТЕКИТЕ ДА ИЗЛЯЗАТ **НА КНИЖНИЯ ПАЗАР**

АКО НЕ СЕ НАМАЛИ ДДС, ТО НЕКА ПОНЕ ПАРИТЕ СЕ ВРЪЩАТ ОБРАТНО КАТО ВАУЧЕРИ ЗА КНИГИ ЗА УЧЕНИЦИ И СТУДЕНТИ, КАЗВА ДИРЕКТОРЪТ НА ИЗДАТЕЛСТВО „СИЕЛА“

автор: **Александра Сотирова**

Г-н Йорданов, чете ли българинът и какво чете?

- Правим периодична анкета на всеки 5 години за четенето и практиките при четене. Изследването показва, че активно четящите хора, които за година четат поне 1 книга, са 42% от българите, а другите 58% не четат изобщо. По света резултатите са подобни. Хората, които си купуват поне 1 книга годишно у нас обаче, са 30%, и статистиката се разминава критично със световната.

*Той е математик, но е посветил професионалния си път не на числата, а на думите. **Константин Йорданов** е директор Книгоиздаване в Издателство „Сиела" с повече от 17 години професионален опит в бизнеса с книги. Успешно управлява екип от над 25 човека. Владее руски и английски.*

Годишно у нас се продават около 7 млн. книги. Българинът отделя около 10 долара, което прави по 70-80 цента на месец. Показателят в „белия свят" е 12-15 долара.

- Вероятно на българина му е скъпо да купува книги?

- Не, напротив. Ако се направи статистика колко харчи българинът за алкохол, ще се види, че не му е скъпо. Просто у нас образование и култура не са приоритети, те са поставени на най-последно място. Ако се направи сравнение по сектори, надали има някой, за който българинът да харчи по-малко пари, отколкото за книги.

- Отчита ли се ръст в продажбите, какъв е трендът?

- Трендът е към ръст в последните няколко години. През пролетта на 2009 г. дойде кризата в нашия бизнес и си отиде през 2012 г. Оттогава досега има лек ръст в рамките на 3-5%, който се отчита всяка година. Той ще продължи до момента, в който пак глобално нещата се разбъркат, но до следващата криза очакваме продажбите да вървят добре.

- България остана една от малкото държави в ЕС, които не са понижили ДДС върху книгите. Какво е вашето мнение?

- ДДС е чудесен инструмент по време на криза. Като започнат да спадат пазарите с 5-10% годишно и да се затварят книжарници, един от механизмите да субсидираш книгоиздаването е намаляването на ДДС. Налогът върху книгите се равнява на едни 10-15 млн. лв. годишно, които се взимат от сектора, слагат се в купата на държавния бюджет и, за съжаление, отиват за плочки например. Аз искам тези пари да останат в нашия сектор. Това са пари, взети от четящите хора, които не са никак много, и от тези, които купуват книги, които пък са още по-малко. И след като държавата ги вземе от тях, е редно да ги върне пак при тях. Може да ги върне, като даде пари за ваучери за книги за ученици, за студенти, за библиотеките. Тези пари трябва да се завъртят в същия кръг - когато секторът тръгне нагоре, държавата вместо 15 млн. лв., ще вземе 20 млн. лв. и тези пари ще генерират нещо смислено. Държавата трябва да мисли няколко години напред и да инвестира в образовани хора, каквито й трябват.

Държавата дава милиарди левове за магистрали, грубо се падат около 10 млн. лв. на километър. Необходимо е поне 1 километър магистрала да се „приравнят" за българското книгоиздаване, не повече. Искаме цялото българско книгоиздаване на година да е равно на километър магистрала, защото сега не сме и 10 см.

- През октомври приключи най-голямото изложение на книги в света – панаирът във Франкфурт. Какви тенденции бяха очертани в сектора?

- Има някои много ясни впечатления от панаира. Едното е, че електронната книга не е изместила физическата. През 2012 г. във Франкфурт беше лудост – „Край, затваряме печатниците, всичко ще бъде електронно, физическите книги умират още утре сутринта". Много от търговците си мислеха, че ще станат продавачи на софтуер, без да печатат, ще продават устройства и хората ще четат само в електронен вид, обаче това не се случи.

В България делът на електронните книги е близо до 0%, за което има ред обяснения. Предлагането на физически книги в пъти надвишава електронното, а и все още има голямо неудобство при сваляне на онлайн книги, при които системите не са съвършени. Както знаем, в нашата страна обичаме да не си плащаме и да пиратстваме.

Има много учебници, които вече са в електронен вид, но това е нормално. В образованието е хубаво да имаш търсачки и връзки, докато в един роман те не ти трябват.

Второто ми голямо впечатление е функция на първото - книгата оцелява физически, тъй като тя дава не само усещане, но вече е и произведение на изкуството. Има чудеса на тема полиграфия и дизайн в книгоиздаването, за които се полагат огромни усилия.

- Какво да очакваме от „Сиела" през новата година?

- През следващата година пак ще издадем 150-200 книги, както и през тази, което за България е абсолютен рекорд. Малките издателства правят по 20-25 книги на година, което е по 2 книги на месец. Ние сме от големите, защото правим средно по 1 книга на работен ден. Има огромни немски издателства, които издават по 10 000-20 000 книги годишно, но те работят с много други по-малки издатели.

- Предстои ли консолидация в българския книгоиздателски бизнес, както показва практиката в чужбина?

- В България все още такива окрупнявания не са се случвали. Ние сме в ранния етап на бизнеса, както е било в Германия преди много години. Разделени сме на малки, средни и големи фирми, но такива, които още не са поглъщали други. Не сме минали през този етап, но и пазарът ни е малък и не го налага. Към днешна дата това няма как да се случи, а когато някога започне, ще е от големите играчи.

- Въпреки малкия пазар в България, специалисти по книгоиздаване не се търсят и създават. Развива ли се тази професия у нас?

- Търсенето трябва да дойде от издателствата. При нас един от проблемите е семействеността. Местата в сектора се освобождават, когато детето в семейството не иска да се занимава с бизнеса. Няма много търсене на кадри, за съжление, и предлагането не е голямо. Въпреки че са завършили съответното образование, много малко от студентите познават „живия" бизнес. Най-добрият вариант е да си „отгледаш" студента от първите курсове, да работиш с него и да го запознаеш с бизнеса.

- Забравила ли е държавата сектор книгоиздаване у нас?

- Абсолютно! Миналата година се прие Национален стандарт за библиотеките, който гласи, че на глава от населението трябва да се купят 0,15 книги, което прави 800 000 издания. Държавата трябва да ги предвиди в бюджета и да даде пари за тях. Според изчисления на Асоциация Българска книга това струва 8 млн. лв. Но тези пари не бяха отделени. Сега се надяваме парите да бъдат отделени с предстоящия бюджет. Ако големите библиотеки най-накрая се включат на пазара на книги, това гарантира финансовото обезпечаване на един български автор за излизане на пазара, което е голяма стъпка.

Свобода на интуицията и свобода на ума – това според проф. д-р Теньо Попминчев е необходимо условие за всяко научно откритие

КАТО **ЛАЗЕРЕН ЛЪЧ**

автор: **Яна Колева**

Името на български учен е сред 10-те най-обещаващи имена в света в класация на авторитетното научнопопулярно списание Science News, направена с участието на нобелови лауреати. Проф. д-р Теньо Попминчев е сред научния елит, от който се очаква да направи следващите големи открития. Science News го определи като „лазерен физик, фокусиран като лазерен лъч“. За него писаха най-реномираните в света научни списания, името му влезе в най-гледаните телевизионни канали CNN и BBC, в големите канадски, руски, китайски, японски, европейски и австралийски медии.

Отвъд познатото

Лазерът, създаден от проф. Попминчев и екип, в който е и брат му Димитър, е идеалната „камера“, която може да заснеме и най-бързите движения в природата с безпрецедентна разделителна способност едновременно във времето и пространството, което не е възможно с никоя съвременна технология. По своята същност това е лазерната версия на рентгеновата лампа, изобретена от първия нобелов лауреат по физика Вилхелм Рентген преди повече от 100 години и широко използвана днес за медицинска диагностика, гарантиране сигурността на институции и летища, във военните технологии. Устройството на проф. Попминчев е създадено в Изследователския институт JILA в Колорадо.

Пътят

Проф. Теньо Попминчев е роден през 1977 г. в Стара Загора, но расте и учи в Казанлък. Завършва местната Природо-математическа гимназия. Именно там се потапя в сложния свят на науката. Искрата за повече знания у него разпалва известният учител по физика Теодосий Теодосиев, през чиято школа са преминали някои от най-успешните у нас и по света български учени. Именно той помага на колебаещия се тогава Теньо да направи избора си между математика и физика, като го убеждава, че физиците са по-добри математици и му дава за пример Нютон. После влиза в СУ „Св. Климент Охридски“ с национална диплома без приемен изпит. Атестата му, че е перспективен в науката, допълват и спечелените медали от олимпиади в Пекин и Осло. Неговият преподавател проф. Иван Христов му казвал: „Добре е да се работи с най-добрия „майстор“ в света. Човек се учи най-добре от майстори, а не от институции и от книги“. Младият физик се вслушва в думите му и преди повече от 10 години заминава за САЩ. Препоръчан от проф. Христов и проф. Иван Бъчваров от СУ, той се насочва към докторантура и работи в института JILA към Университета в Колорадо в град Боулдър при проф. Хенри Кептейн и съпругата му проф. Маргарет Мърнейн. Двамата са създатели на първия лазер в екстремално ултравиолетовата част от спектъра. И вдъхновен от тяхната работа, Попминчев стига до идеята да продължи към рентгена. Наскоро той откри своя научна лаборатория в Калифорнийския университет в Сан Диего, а сега създава и свой научен екип във Виена.

Технологията

Авторитетното издание Science нарече откритието му „швейцарско ножче от светлина“. То може да бъде използвано за биологични, физически и други изследвания. Създадената от него технология може да направи рентгеновите снимки на практика безвредни. Изобретението може да намери приложение както във фундаменталната наука, така и в индустрията, нанотехнологиите, да е основа за следващата генерация свръхбързи микропроцесори и нанохард дискове. Разработването на тази технология

Мечтатели с практичен ум

Science News отбелязва, че над четири пети от възрастните американци не могат да назоват име на жив учен, а 40% от тези, които могат да го направят, посочват Стивън Хокинг. „Няма нищо нередно в заслужената популярност на Хокинг, но в Science News искаме да променим картината“, заявяват от екипа на изданието. То за втори път организира номинациите за изгряващи звезди в науката. Те търсят учени, които са своеобразен аналог на изключително популярната певица Тейлър Суифт.

Другите девет най-обещаващи млади учени в класацията на Science News са: Анийл Аграуал (Aneil Agrawal) – еволюционен генетик; Анна Фребел (Anna Frebel) – астроном; Джереми Фрийман (Jeremy Freeman) – невролог и компютърен програмист; Джесика Кантлон (Jessica Cantlon) – когнитивен невролог; Киан Чен (Qian Chen) – изследовател в областта на наноматериалите; Лорънс Дейвид (Lawrence David) – биолог; Мелиса Оманд (Melissa Omand) – океанограф; Фил Баран (Phil Baran) – химик; Шайън Овейс Гейран (Shayan Oveis Gharan) - компютърен специалист-теоретик.

Тези забележителни млади изследователи имат различни характери и таланти, но това, което ги обединява, е, че са упорити и творчески настроени, с практичен ум, но и мечтатели. Някои търсят простота в природата, други сложността. Обединява ги и още едно качество, присъщо на големите учени – страстта, с която се посвещават на своята научна работа.

би довело и до ранната диагностика на болести. Проф. Попминчев не изключва възможността в близко бъдеще във всяка болница да има такива апарати, които ще спомогнат да се увеличи разделителната способност на всяка снимка, която се прави. А и зоната, която се облъчва с този лазер, е миниатюрна, за разлика от наложения до момента метод. Освен това сегашното технологично ниво на рентгеновите снимки не позволява те да дават достатъчно информация. Понякога болестта се развива, без да може да се улови от рентгена, и се вижда едва в напреднал стадий.

Признание

„Да достигнеш до това, което търсиш в изследванията си, и то да е нещо практично, което би се използвало от много хора – подобно изживяване е неповторимо“, споделя проф. Попминчев. През тази година той беше удостоен с Почетен знак на президента на Република България за значимото му научно откритие и за издигане престижа на България. Връчена му бе и наградата „Питагор“ за значим принос на български учен, работещ в чужбина. Своеобразно признание за неговите възможности в науката е и фактът, че получи европейско финансиране за иновационни лазерни разработки в Техническия университет във Виена. Сега набира докторанти в новите си лаборатории в САЩ и Австрия. Има амбиции за създаване на център по фотоника и нанотехнологии в София, което според него би позволило България да се появи на световната карта като един от лидерите в науката за светлината.

фото JILA

Теньо Попминчев (вдясно) и брат му Димитър в института в Колорадо

НОБЕЛОВИ ЛАУРЕАТИ ОЦЕНИХА НАУЧНИТЕ ОТКРИТИЯ НА ПРОФ. Д-Р ТЕНЬО ПОПМИНЧЕВ **И ГО ПОСТАВЯТ СРЕД НАЙ-ОБЕЩАВАЩИТЕ УМОВЕ НА ПЛАНЕТАТА**

СИЛИЦИЕВАТА ДОЛИНА Е **В СОФИЯ**

ПРОГРАМАТА НА THE FOUNDER INSTITUTE Е ДОБРА ВЪЗМОЖНОСТ ЗА **БЪРЗО ИЗРАСТВАНЕ НА НАЧИНАЕЩИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ**

автор: **Татяна Явашева**

Технологиите са не просто модерни. Те настъпват с все по-голяма сила и се търсят нови и нови решения. Ако имате идеи и желание да започнете технологичен бизнес, акселераторът за стартиращи компании The Founder Institute (буквален превод „Институт за основатели“) повече от година е в София. Той е тук, защото българската столица се превърна в регионален център на европейската стартъп екосистема. В страната бяха създадени обещаващи стартъпи, които тръгнаха по своя международен път да търсят пазари и инвеститори.

Фокусът

Силата на The Founder Institute е, че се фокусира върху основателя, не върху идеята. „Ние вярваме, че ако един предприемач е добър, той може да направи всичко. Дори да промени идеята на 180 градуса и да започне нов бизнес. Освен с обучение, ние помагаме много с дисциплина, контакти и създаването на среда, в която да се прогресира много бързо“, уверява Милен Иванов, един от двамата директори на софийския клон. Няма изисквания за образование и конкретен професионален опит. Идеалният профил е човек, който е на 33+, т.е. по-зрял житейски, натрупал индустриален и бизнес опит като служител или мениджър в даден сектор и забелязал някакъв проблем, който той иска да реши и има идея как.

Мисия

Акселераторът е създаден през 2009 г. от серийните предприемачи Адео Реси и Джонатан Грийчан. Базиран е в Калифорния и притежава глобална мрежа от 2200 стартъпа и над 7000 ментори в над 135 града в света. В портфолиото от компании са „еднорози“ като Udemy, Realty Mogul, iCarsClub, Itembase, goplaceit и Appota. Мисията на Founders Institute е да „глобализира“ Силициевата долина като модел и да изгради устойчива екосистема за стартиращ бизнес, която да създаде над 1 милион нови работни места по света. Организацията не финансира самите проекти, но осигурява подходящи възможности за нетуъркинг и консултанти, които да улеснят участниците при търсенето на първоначална инвестиция за стартиране на компанията. Институтът се издържа от таксите, които участниците в програмата плащат, както и от спонсорства от големи технологични компании и фирми за бизнес услуги.

Мрежата

За начинаещите предприемачи със стартъпи на ниво идея, които са готови за предизвикателства, про-

НАЙ-УСПЕШНИТЕ В БЪЛГАРСКАТА ПРОГРАМА

В рамките само на първия си семестър в България през 2015-2016 г. програмата създаде 12 обещаващи технологични компании на местно ниво, като засега три от тях са успели да намерят и финансиране. Това са:

- Yatrus Analytics - компания в сферата на Big Data, приета в NEW Media Accelerator в Хамбург
- Trevor AI - приложение за продуктивност, което използва изкуствен интелект, и е избрано да представи България на конференцията FounderX в Силициевата долина тази есен
- MedicHome - мобилно приложение и уебсайт, с които потребителите може да получат необходимата им медицинска грижа в своя дом, хотелска стая или офис

Фото: **Стоян Йотов**

Милен Иванов

грамата на Founder Institute стъпка по стъпка предоставя достъп до менторство и глобална мрежа от предприемачи, необходими за изграждане на устойчива компания в родния им град. Цялата програма е създадена така, че да пренесе тук най-добрите практики от Силициевата долина. Всички заинтересовани могат да кандидатстват, като сред тях може да са и потенциални фаундъри с работа на пълен работен ден. Те трябва да положат входящ психологически и поведенчески тест, който на практика изчислява предприемаческия им потенциал. Тестът е разработван с водещи професионалисти от университетите в Харвард и Торонто в продължение на 7 години и целта му е да идентифицира хора със заложби и лични качества, които да им позволят да се превърнат в безспорни предприемачи. Тези, които демонстрират най-високи резултати, са поканени да участват в 4-месечния семестър. За тази година обаче той вече започна.

Обучението

Програмата е хибрид между обучение и бизнес инкубатор. Тя се провежда веднъж седмично в извънработно време в рамките на 4 месеца. Лектори са едни от най-успешните предприемачи от технологични бизнеси от местната стартъп екосистема. По време на семестъра всеки от участниците трябва да изпълни успешно определени практически задачи, които са свързани изцяло с бизнеса и идеите им. Всички, които завършат, развиват критични лидерски умения, силна мрежа от контакти и са готови да представят бизнес идеята си пред инвеститори, партньори и бъдещия си екип. Таксата за участие е в размер на 500 долара, но задължително условие е входящият тест да е успешно преминат. Ако предприемачът завър-

Кой кой е

Милен Иванов и Георги Миленчев са директори на Founder Institute.

И двамата са серийни предприемачи, но и с опит в корпоративния свят. През последните години са организирали над 100 събития в двата клуба, които управляват - CEO CLUB и Клуба на успешните. Милен Иванов е стартирал HR бизнеси и онлайн платформи, а Георги Миленчев е професионален организатор на семинари и предприемач в областта на здравеопазването. Двамата спечелиха наградата за най-добри нови директори в Източното полукълбо на глобалните награди на Founder Institute в Силициевата долина през май тази година.

ши курса и намери финансиране за идеята си от 100 000 долара, изплаща още 4500 долара на програмата, но това условие важи само при успешно стартиран бизнес. Отпускат се и различни стипендии, включително Female Founder Fellowship. Но защо си струва хората с идеи за технологичен бизнес да се обърнат към The Founder Institute? „Ние ще им помогнем много бързо да постигнат няколко неща: 1) Да разберат дали изобщо стават за предприемачи; 2) При нас ще получат много знания и умения, които са полезни точно за стартирането на бизнес; 3) Ще може да тестват своята идея по много ефективен начин и ще разберат дали си заслужава да инвестират време и енергия в нея; 4) Ще изградят незаменима мрежа от контакти по целия свят“, уверява Милен Иванов.

Хоризонт

Ако предприемачът успее да завърши програмата и е постигнал добър резултат, той получава препоръка пред екипа в Пало Алто, където е централата на института, и там допълнително се прави оценка. Само 30% от приетите в програмата обаче успяват да завършат. И ако предприемачът и проектът му получат висок резултат, те отиват на FounderX - събитие, което се провежда два пъти в годината. Там предприемачът се среща и прави презентации пред топ инвеститори от Силициевата долина – такива, които са инвестирали в компании като Google, Uber, Twitter.

Първо в София, но едва ли The Founder Institute ще има друг клон в България. Извън САЩ повече от един клон е рядкост, дори и в по-големите страни. Причината е в лимита от предприемачи, които искат да развиват технологични компании, и от ментори, които да им помагат. В момента се обмисля вариант за телевръзка с градове като Русе, Варна и Пловдив, така че в програмата в София да се включат и хора оттам. The Founder Institute е само „патерица“, а не панацея. Той е като проходилка за всеки потенциален предприемач с амбиции и идеи, но в крайна сметка всичко зависи от личните му качества и хъс. Според двамата директори, който добре ползва възможностите на програмата, бързо ще започне да тича сам.

СТРУКТУРАТА НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКОТО ДНК

На базата на тестовете, правени от Founder Institute сред над 33 000 предприемачи, като се отчитат и техните бизнес резултати - успехи и провали, се стига до извода, че лошите предприемачи имат следните общи „хромозоми“:

- Постоянно си намират оправдания и извинения защо нещо не може и защо не става
- Имат хищническа агресивност към света и към хората като цяло
- Като цяло са емоционално нестабилни, нервни и трудно контролират гнева си
- Имат склонност към измами и ниска професионална етика
- Нарцистични, рядко слушат другите

Не е открита връзка между черти като интелигентност (IQ) и отговорност (трудолюбие) и успеха на предприемача.

ДОБРИТЕ КАЧЕСТВА СА:

- Професионален опит
- Флуидна интелигентност - умението да научиш нещо в дадена област и да го приложиш в друга
- Умерена отстъпчивост
- Екстровертност

Фото: **Стоян Йотов**

Георги Миленчев

HUVEPHARMA®

We add performance to your business

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

www.huvepharma.com

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

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

INTERNET OF THINGS ПРЕВЗЕМА СТОЛИЦАТА

автор: **Александър Александров**

Много скоро всички ние вероятно ще живеем в „интелигентни“ домове, които ще знаят кога се събуждаме, кога излизаме от къщи или се прибираме. Ще пътуваме в свързани автомобили, които ще получават информация за трафика от останалите коли на пътя. Ще спортуваме с екипи, оборудвани със сензори, които ще ни дават обратна връзка за различни показатели и дори ще мием зъбите си с четка, свързана към нашия смартфон, която ще ни показва чрез специално приложение дали сме измили цялата си уста. Или поне такава е визията за близкото бъдеще, която ни представят мениджъри и визионери от бързо набиращия скорост технологичен сегмент „Интернет на нещата“ (Internet of Things – IoT) – концепция, предвиждаща свързването и „поумняването“ на всевъзможни предмети около нас.

Днес тя е абсолютен хит в технологичния свят и беше основен фокус на последните няколко издания на Световния мобилен конгрес в Барселона – най-голямото годишно събитие за мобилни технологии в света. От „умни“ автомобили, през битова електроника, до всевъзможни wearable устройства – тазгодишното издание на мобилното шоу беше буквално превзето от играчи от други индустрии, използващи „Интернет на нещата“.

И ако си мислите, че Internet of Things е поредната приумица, създадена за „лудите“ японски и корейски потребители, която няма скоро да навлезе у нас, помислете пак. Истината е, че страната ни концентрира впечатляващ брой специалисти в тази област, а неотдавна стана ясно дори, че София ще бъде пионер при внедряването на IoT приложения. Всъщност, столицата ни вече е един от шестте града в Европа, които имат пълно покритие с технология, оптимизирана за Internet of Things и работеща по безжичния стандарт LoRaWAN. Което поставя града в уникална позиция и може да го превърне в тестова площадка за такива приложения и в привлекателен център за чуждестранни стартъпи, развиващи IoT технологии. Проектът е дело на младата българска компания 6lowpan.io, която има амбициозната цел да се превърне в глобален играч в този перспективен сегмент. Тя вече изгради пилотна IoT мрежа, покриваща столицата, и тепърва ще я разширява.

6lowpan.io е основана само преди година от трима български ИТ специалисти, живеещи в САЩ, Испания и България – Илиян Стоянов, Анатолий Атанасов и Динко Цанев. Тримата имат сериозен бекграунд от работата си с технологични гиганти като Cisco, IBM, HP, Uber и др.

Уникалното в технологията, използвана от 6lowpan.io, е, че на практика свързва основните мрежови стандарти за Internet of Things приложения – BLE (bluetooth low energy), 802.15.4 (ZigBee) и LoRaWAN. „Първоначално идеята ни беше да съберем две технологии – BLE и 802.15.4 – и да ги накараме да говорят общ език. За целта използвахме протокол, известен като 6lowpan.io или стандартния IPv6, но адаптиран за мрежи с много ниска консумация на енергия, работещи предимно на батерии и много близки разстояния“ - обяснява Илиян Стоянов в изявление на компанията до медиите – „Впоследствие добавихме и технология за много големи разстояния, известна като LoRaWAN, и така събрахме в един хардуер 3 различни мрежови протокола, осигуряващи различни нива на свързаност и ги накарахме да работят заедно през IPv6.“

Мрежата е така изградена, че да е максимално гъвкава, платформено независима, скалируема и енергоефективна. Една от мисиите на компанията е намаляването на въглеродния отпечатък при използването на технологи-

БЪЛГАРСКИЯТ СТАРТЪП 6LOWPAN.IO ПОКРИВА ЦЕЛИЯ ГРАД С ИНОВАТИВНА МРЕЖА **ЗА IOT ПРИЛОЖЕНИЯ И ВЕЧЕ ГЛЕДА КЪМ СВЕТА**

Илиян Стоянов е един от тримата български специалисти, които ще покрият София с иновативна мрежа за IoT приложения

Фото **Десислава Веселинова**

ите и комбинацията от трите мрежови протокола с изключително ниска консумация на енергия е в основата на тази стратегия. Мрежата е подходяща за пренос на малки обеми от данни – например такива от сензори или други свързани устройства.

За какво ни е всъщност?

Изграждането на пълноценна Internet of Things мрежа може да промени изцяло живота на един град. Възможните приложения обхващат почти всички обществени и икономически сфери – от бизнеса, транспорта и ютилити сектора, през медицината и образованието, до административните услуги.

В сферата на здравеопазването IoT може изцяло да предефинира начина, по който достъпваме здравни услуги. Вместо да висим с часове в коридора на болницата само за кратък преглед, много от жизнените ни показатели могат да бъдат проследявани дистанционно с правилните wearable („носими“) технологии. Това би спестило много време както на докторите, така и на пациентите, които нямат реална нужда да бъдат хоспитализирани. И в крайна сметка би помогнало медицинските екипи да обърнат повече внимание на онези, при които това е необходимо. Грижите за старите хора също могат значително да се подобрят чрез различни системи от сензори, които биха могли да следят тяхното състояние и дори да подават сигнал към близката болница, когато възрастен човек падне на земята.

Транспортната инфраструктура също ще се промени осезаемо. Колите биха могли да получават информация от уличните стълбове и да я обменят помежду си, създавайки пълна картина в реално време на пътния трафик. Когато влизат в гаража пък, „интелигентният дом“ може да разпознава техния регистрационен номер и автоматично да включва осветлението, отоплението, предпочитаната от обитателите музика или други системи. Комфортът обаче далеч не е единственото приложение на този клас технологии. Те ще бъдат също много по-енергийно ефективни и по-сигурни, разпознавайки собствениците на дома и допускайки само тях. Инцидентите с пожар, предизвикан от забравени ютии или котлони, също ще останат в миналото, защото електроуредите ще могат да се изключват от разстояние или направо ще го правят сами.

Редица административни услуги също ще могат да бъдат автоматизирани. Ако дадено заведение например генерира по-високи децибели в часове, когато това е забранено, намиращите се наблизо сензори ще засичат шума и ще бъде съставен акт, без да се налага служител на реда да отива на място.

Възможностите са неограничени, а плановете на 6lowpan.io са именно да стимулират креативността като предоставят на стартъпи и отделни иноватори една тестова площадка, която да превърне София в опитно поле за IoT приложения. Затова и екипът възнамерява в българската столица да оперира безплатно, тествайки технологията и нейните приложения, за да може да обезпечи международното си разрастване. Плановете на компанията включват също роуминг на услугите, създаване на собствени устройства и предоставяне на възможност потребителите да печелят отчисления от нейните услуги. Така един малък български екип с глобално мислене възнамерява да създаде платформа, която да се използва в много страни по света. И заедно с това – да подпомогне възникването на цяла нова екосистема от иновативни приложения и стартиращи фирми с отправна точка българската столица.

ОБЩЕСТВЕНАТА СПИРАЧКА НА **ПРОЕКТИТЕ**

автор: **Мария Дойчинова,** ръководител „ПР и комуникации" в ЧЕЗ България

Терминът „обществен лиценз за дейността" (social license to operate) възниква през 1997 г. Негов автор е Джим Куни, вицепрезидент външни връзки на канадската златодобивна компания „Плейсър Дом". Той използва словосъчетанието по време на среща с представители на Световната банка и те разпространяват това понятие. Сега то е синоним на обществения консенсус, необходим на всяка компания, чиято дейност е свързана с предлагане на публични услуги, осигуряващи основни нужди на хората, или с дейности, които имат непосредствено въздействие върху околната среда. Засяга работата на правителствени и общински организации и институции.

Консенсус по спорни въпроси

Много услуги и дейности изискват обществен консенсус – в енергетиката и ВиК сектора, телекомуникациите, транспорта, в добива на минерали, суровини, метали и горива. Дебатът по темата за даване и получаване на обществен лиценз често стига до крайности, които засягат интересите точно на онези, които са отказали да дадат своето одобрение. Политически и корпоративни злоупотреби със страховете и предразсъдъците на хората не просто пречат на бизнеса, но и в крайна сметка увреждат интересите на самите хора. Еволюцията на концепцията за обществения лиценз обаче променя из основи корпоративните комуникации. Тя се превръща в допълнителен инструмент за постигане на определени икономически, корпоративни или политически цели, като им се придава определена легитимност и загриженост за интересите на обществото. Общественият лиценз вече има непоклатима позиция и в областта на комуникациите, политическите кампании и управлението на спорните въпроси и кризите.

Подценяване

В изискванията за получаване на нормативно установените лицензии влизат различни условия, включително това кандидатът да получи одобрение, т е. обществено разрешение от дадена общност за реализиране на проекта. Но обществото не разполага с цялата информация, а и най-често тя не е достатъчна, точна и достоверна, нито е безпристрастна. Правната и социалната страна вървят ръка за ръка. В резултат на горчив опит компаниите, първоначално от добивната промишленост, а след това от енергетиката и останалите публични услуги, овладяха изкуството за преговори и споразумения с обществото, свързани с проекти, по които има силен обществен резонанс. Това доведе до още по-осезаемо преплитане на социалния със законовия аспект на дейността им. Правителствата обаче се възползваха от възможността и започнаха да отказват подкрепа за проекти, за които има публичен отпор. Още преди да подадат документите за нормативно изискващите се разрешителни или лицезии, компаниите в сектора на публичните услуги, добивната промишленост или организациите, чиито проекти ще окажат влияние върху околната среда или живота на хората, трябва да договорят обществена подкрепа за своите начинания. Същото се отнася и до проекти, инициирани от централната или местната власт. В

България този аспект на комуникацията е неглижиран, в резултат на което обществеността оспорва строителни и инвестиционни намерения, проектозакони. А после бизнесът, общините, институциите или инвеститорите се питат защо хората не са разбрали колко този проект е полезен за тях. Отговорът е ясен – подценена е необходимостта от съгласуване с местните общности, липсва определяне на сферата на въздействие и на обществените ползи. Коренът на проблема е в грешната комуникация или в пълното й отсъствие.

Хората трябва да кажат „Да"

Факт е, че проекти, за които няма постигнат обществен консенсус и няма получен обществен лиценз за изпълнение, просто не се осъществяват. Пример за това са опитите в България да се направят проучвания за шистов газ, които и досега не са започнали. Подобна е съдбата и на втория лифт в Банско и на ски лифтовете на Витоша. Няма консенсус, няма обществен лиценз за проекта и той не се изпълнява. Правителствените агенции и институции или неправителствените организации също имат

нужда от обществен лиценз, за да доведат някое свое начинание докрай. В нашата най-нова история има редица примери за реформи, които ще са в полза на хората, но те са спирани именно поради липсата на съгласие в обществото за тяхното изпълнение. В повечето случаи неуспехът се дължи отново на погрешната комуникация.

Цената на несъгласието

Има внушение, че при обществения лиценз определени среди имат силно влияние и това дразни различни корпоративни групи. Факт е, че при определени обстоятелства някои обществени групи се обединяват и успяват да изнудват компаниите. Обществениият лиценз е една от многото концепции, които засягат взаимоотношенията между бизнеса и обществото. В случая ударението се поставя върху възможностите на определени слоеве да влияят върху дейността на компаниите. Когато те оттеглят подкрепа за даден обществен лиценз, компанията може да изгуби достъп до жизненоважни ресурси като вода, земя, служители, клиенти, финансиране и нормативно определени разрешителни. Дори да не изгуби достъп до тях, но тези жизненоважни ресурси станат по-скъпи, компанията започва да трупа по-големи разходи за придобиването им. Така липсата на обществен лиценз прави даден бизнес неконкурентоспособен спрямо останалите играчи в сектора.

Когато един проект не се ползва с обществена легитимност, той рано или късно губи своя обществен лиценз. В подобна ситуация компанията следва да мобилизира цялата си комуникационна енергия и способност за убеждаване и да предприеме дипломатическа совалка, за да наклони везните от нетолерантност към приемане и доверие в проекта.

Очи в очи

Качеството на взаимоотношенията между компанията и обществеността е в основата на толерантността и отрицанието. При изпълнение на проекти, свързани с разкопаване и затваряне на улици от Топлофикация, ВиК, метро и при улични реконструкции, трафикът и паркирането се усложняват и се стига до негативна, вместо до положителна оценка, до недоволство вместо удовлетвореност. Това обаче е следствие от факта, че мениджърите на проектите не комуникират и не търсят одобрението на заинтересованите страни, не водят диалог с тях, а демонстрират пълно незачитане на техните интереси. В резултат тези проекти най-често не получават обществен лиценз. И въпреки че се изпълняват и довеждат докрай, носят голяма доза неудовлетвореност на заинтересованите страни. В този аспект на комуникацията общините и бизнесът имат да изминат дълъг път на осъзнаване на необходимостта от адекватен диалог с обществото. Незачитането или подценяването на общественото мнение не решава проблемите, а само ги задълбочава.

БИЗНЕСЪТ, УПРАВЛЯВАЩИТЕ И ОБЩИНИТЕ Е ВРЕМЕ ДА ОСЪЗНАЯТ НЕОБХОДИМОСТТА ОТ **АДЕКВАТЕН ДИАЛОГ С ХОРАТА ПО ВЪПРОСИТЕ С ВИСОКА СОЦИАЛНА ЧУВСТВИТЕЛНОСТ**

ЗАПАДНИТЕ КОРПОРАЦИИ ПОД ОБСАДА

HNA Group вече има 25-процентен дял в хотелската верига Hilton (на снимката – централата на китайската компания в гр Хайку, провинция Хайнан)

Фото **http://www.hnagroup.com/**

автор: **Александър Александров**

Ако слушаме привържениците на теориите на конспирацията, те вероятно ще ни „разяснят“, че всички проблеми произхождат от Запада и вездесъщите западни корпорации. И ще посочат за пример американски компании като McDonald's или Monsanto. Никога обаче няма да им хрумне да споменат някой от големите държавноподкрепяни китайски инвестиционни фондове, петролни и финансови компании, руски олигарси или фондовете на арабските петролни кралства, които днес изкупуват западни корпорации „на килограм“. Истината е, че десетилетия наред американският и западноевропейският бизнес може и да са били синоним на капитализъм. Днес обаче те са в своеобразна кръгова отбрана, наблюдавайки как организации от други региони на света, разполагащи със значителни финансови активи, пазаруват корпорации от автомобилния, технологичния, енергийния и развлекателния бранш.

И в случая далеч не става въпрос само за „огризките“ от корпоративната трапеза. Китайски и руски инвеститори придобиват дялове във все повече знакови марки, определящи облика на своите сектори.

Съвсем наскоро група китайски инвеститори придоби легендарния футболен клуб A.C. Milan – седемкратен европейски шампион и един от най-титулуваните италиански отбори. Сумата на сделката е 740 млн. евро, включително всички дългове на Milan. Ако придобиването бъде финализирано, отборът ще се окаже един от многото

големи европейски клубове

които вече са изцяло или частично собственост на компании или бизнесмени от Поднебесната империя. Сред тях са също 100% от Aston Villa и Newcastle Jets, 55% от другия именит милански гранд – Inter Milan, 56% от испанския Espanyol, 60% от Славия Прага, 13% от Manchester City, където съсобственик на китайците е шейх Мансур бин Зайед Ал Нахиян от Обединените арабски емирства и много други.

Възможно е съвсем скоро към тази група да се присъедини и легендарният Liverpool, към който в момента проявява интерес консорциум от китайски инвеститори, воден от държавния финансов конгломерат Everbright. Не по-малко значими клубове са собственост на руски милиардери, включително 100% от Chelsea (Роман Абрамович), 30% от Arsenal (Алишер Усманов), 100% от Monaco (Дмитрий Риболовлев) и др.

И докато притежаването на футболен клуб е по-скоро въпрос на престиж, в много други сегменти китайски и руски организации стават собственици на предприятия за милиарди долари. Такива са например канадската енергийна компания Nexen, закупена от китайската CNOOC през 2013 г. за 15.2 млрд. щ. д., англо-австралийската минодобивна корпорация Rio Tinto, за която през 2008 г. държавният алуминиев конгломерат Chinalco даде 14.3 млрд. щ. д., италианският производител на гуми Pirelli, придобит през миналата година от ChemChina за 7.9 млрд. щ. д., и швейцарското предприятие за проучване на петролни залежи Addax Petroleum, закупено от Refiner Sinopec през 2009 г. за 7.3 млрд. щ. долара. А

перлата в короната

е придобиването на швейцарския производител на семена и пестициди Syngenta AG от China National Chemical Corp. (ChemChina) за 43 млрд. щ. д., което, ако бъде одобрено от всички регулатори, ще се окаже най-голямата външна инвестиция на китайска компания.

Други по-впечатляващи сделки на

компаниите от азиатската страна включват закупуването на шведската Volvo от китайската Zheijang Geely Holding Group, както и придобиването от Wanda Group на медийния гигант Legendary Entertainment, създател на популярни кинопродукции като „300“, „Батман Началото“, „Супермен се завръща“, „Черният рицар“, „Генезис“, „Човек от стомана“, „Годзила“ и др.

При туристическите услуги китайската HNA Group придоби 25% от хотелската верига Hilton от Blackstone Group, а във Франция друг китайски конгломерат - Jin Jiang, се опитва да стане собственик на Accor.

Технологичният бранш също не прави изключение. Един от най-ярките примери тук е хардуерният производител Lenovo, който след като преди години закупи бизнеса с персонални компютри, а по-късно и този със сървъри на IBM, неотдавна придоби от Google и подразделението за мобилни устройства на Motorola. Други по-значими сделки са закупуването на германския производител на чипове Aixtron от китайски инвеститори за 760 млн. евро през октомври, придобиването през юли на почти 50% от германския производител на роботи Kuka от китайската Midea Group, както и закупуването на американския разработчик на телевизори Vizio от LeEco за 2 млрд. щ. долара. Картината се допълва от листването на западни борси на китайски ИТ гиганти като Alibaba и изискването чуждестранните компании да създават смесени дружества с местни играчи при стъпването си на китайския пазар.

Не по-малко активни в дигиталния сегмент са и някои руски компании, като Digital Sky Technologies на Юрий Милнер например е собственик на 4.6% от Facebook, както и дялове в Deliveroo, Wish, Xiaomi, Zalando, Twitter, Airbnb, Spotify и др.

В началото китайските капитали бяха по-скоро добре дошли в закъсалите западни икономики. Постепенно обаче както в САЩ, така и в Европа се увеличават критиките към такива сделки, които особено в ИТ сегмента често включват придобиване на критични технологии и интелектуална собственост. А това, особено когато новите собственици са от Китай или Русия, буди притеснения.

Със сигурност засиленият ръст на сливания и придобивания през последните месеци от страна на китайски и други чуждестранни играчи поставя много въпроси. То не само изменя представата ни за големите корпорации като западно явление, а е на път да промени цели браншове. И по всичко личи, че тепърва ще трябва да свикваме с един много пошарен корпоративен свят, в който решенията ще се вземат както от Ню Йорк и Лондон, така и от Шанхай, Москва, Бомбай или Абу Даби.

КИТАЙСКИ, РУСКИ И АРАБСКИ ИНВЕСТИТОРИ ПАЗАРУВАТ „НА КИЛОГРАМ“ ЗНАКОВИ ФИРМИ ОТ САЩ И ЗАПАДНА ЕВРОПА, **ПРОМЕНЯЙКИ ЦЕЛИ БРАНШОВЕ**

Придобиването на Syngenta от China National Chemical Corp. ще е най-голямата външна китайска сделка

ИЗНЕНАДВАЩИЯТ ХОД на AT&T

автор: **Александър Александров**

През последните години една от двете водещи групи на американския телеком пазар – Verizon – направи толкова знакови придобивания на активи от онлайн сегмента, включително Yahoo и AOL, че мнозина се запитаха: какво чака нейният основен конкурент AT&T. Телекомите отдавна се притесняват, че онлайн корпорациите постепенно изяждат бизнеса им, превръщайки ги в доставчици на услуги от ниско ниво, докато сериозните приходи и добавена стойност са при онлайн услугите и екосистемите за мобилни приложения. По тази причина Verizon и редица други оператори вече започнаха активно да купуват дигитални компании или да изграждат стратегически партньорства с такива.

Съвсем логичен беше въпросът кога AT&T ще се включи в този процес. От началото на годината телекомът е направил само едно придобиване – на не особено известната компания QuickPlay Media, а през отминалата те са били три, включително на мексиканския Nextel Mexico за 1.9 млрд. щ. долара. Затова и обявената от компанията на 24 октомври сделка за 100% от медийния гигант Time Warner има ефекта на истинска бомба.

Телекомът ще заплати за него 85.4 млрд. щ. долара, което е равностойно на по 107.5 щ. долара за една акция. Тепърва предстои регулаторните органи да се произнесат по сделката, но вероятно няма да има проблеми в това отношение, тъй като бизнесите на двете страни по нея по-скоро се различават и обединението между тях няма да има монопол в нито един пазарен сегмент. След финализирането на сделката тя ще бъде най-голямото придобиване в света през 2016 г. и едно от най-големите от финансовата криза насам.

Активите

За разлика от Verizon, която се фокусира в дигиталните активи, AT&T става собственик на огромно портфолио от медийни и развлекателни бизнеси. То включва една от най-големите холивудски компании Warner Brothers, новинарската телевизия CNN, списание Time, филмовия канал HBO, студията за анимационни филми Cartoon Network, Hanna Barbera и Looney Tunes, както и комиксовото издателство DC Comics, в което са създадени образи като Батман и Суперме н. Любопитно е, че допреди седем години Time Warner и AOL бяха част от една мега корпорация, а днес се оказват в портфолиото на съперничещи си телекомуникационни групи. Налага се обаче въпросът: защо AT&T стъпва толкова сериозно в медийния сегмент.

Стратегията на телекома изглежда е да се превърне във водещ играч при телевизионните услуги, комбинирайки своята лидерска позиция при платения достъп до телевизия в САЩ с впечатляващото портфолио от медийни и развлекателни подразделения на Time Warner. Залагайки на силни брандове в сферата на съдържанието и множество филмови и комиксови вселени, компанията се опитва да отговори на възхода на онлайн услуги като YouTube и Netflix, превземащи телевизионния бранш. Стратегия, коя-

С придобиването на Time Warner (на снимката - централата на компанията) AT&T ще се превърне в една от двете най-големи развлекателни компании – Фото Wikipedia

ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННИЯТ ГИГАНТ КУПУВА МЕДИЙНИЯ КОНГЛОМЕРАТ TIME WARNER В РЕКОРДНО ПРИДОБИВАНЕ ЗА ТАЗИ ГОДИНА

то може и да се окаже по-успешна от закупуването на популярни в миналото, но слабо използвани днес онлайн услуги от страна на Verizon.

Същевременно сделката ще постави AT&T в конкурентна позиция с още един гигант от друга ключова индустрия – Disney, която от години води битка с Time Warner за лидерството във всички традиционни развлекателни сегменти. Притежаваните от Disney подразделения Pixar, Marvel Comics, Star Wars, както и собствените анимационни продукции, комикси и игрални филми на компанията, са в директна конкуренция с подразделенията Warner Brothers, HBO, Cartoon Networks и DC Comics на придобитата от AT&T група. Което означава, че плащайки 85 милиарда долара, телекомът се сдобива със сериозни позиции в още дузина сегменти, превръщайки се в една от

двете най-влиятелни развлекателни компании

Позиции, които обаче не са му гарантирани, тъй като нито Disney, нито Time Warner имат присъствие в бързо развиващи се сектори като този на видеоигрите, а структурата на развлекателния бранш тепърва ще се променя с навлизането на виртуалната реалност, разширената реалност, състезанията с летящи дрони, роботи и др.

При всички случаи обаче, придобиването на Time Warner ни доближава до един свят, в който телекомите стават медийни компании, онлайн корпорациите като Google и Facebook изграждат телекомуникационна инфраструктура и в крайна сметка повечето технологични пазари се поделят от няколко гиганта, които се конкурират във всички сегменти, независимо от кой бранш са тръгнали. Изкушаващо е да си помислим, че тези процеси ще доведат до намаляване на конкуренцията в повечето ИТ сегменти. Това обаче би било вярно само ако допуснем, че в тях няма да се появяват нови играчи или технологии. А истината е точно обратната: през последните години наблюдаваме безпрецедентен брой новосъздадени технологични фирми, а някои от най-големите участници в този сектор дори не са съществували допреди двайсетина години. Всъщност може би точно купуването на Time Warner от AOL преди шестнадесет години за умопомрачителните 164 млрд. щ. д. е показателно за това, че успехът и лидерските пазарни позиции са временни. Особено ако имаме предвид днешната пазарна стойност на двете компании.

Фото: Pixabay

КАНАДСКАТА КОМПАНИЯ СПИРА ПРОИЗВОДСТВОТО НА ТЕЛЕФОНИ И ЩЕ СЕ ФОКУСИРА ВЪРХУ СОФТУЕРНИТЕ РЕШЕНИЯ

КРАЯТ НА ЕПОХАТА **BLACKBERRY**

автор: **Александър Александров**

Допреди 11 години, малко преди Apple да представи своя първи смартфон, мобилният сектор беше различен до неузнаваемост, в сравнение с днес. Тогавашният лидер при крайните устройства Nokia все още спореше със софтуерния гигант Microsoft кой ще владее сегмента на мобилните операционни системи. И двете обаче вече бяха загубили най-апетитната хапка от този пазар – корпоративните потребители. В света на бизнеса предпочитаната марка смартфони се наричаше BlackBerry, създадена от емблематичната канадска компания Research In Motion. Тя успя да се наложи, предлагайки на клиентите цялостни решения, включващи както самите телефони, така и операционната система, редица приложения, сред които популярната й push email услуга и преди всичко – надеждност и сигурност.

Удобна физическа клавиатура, добре защитени комуникации и стил – всичко, от което бизнесът можеше да се нуждае. Това, което се случи впоследствие, обаче беше напълно неочаквано за канадската корпорация. Първо Apple, а после и Google създадоха своите отворени екосистеми за мобилни приложения, променяйки изцяло развитието на бранша. Research In Motion не успя да се приспособи към тази промяна, продажбите й спаднаха значително и се стигна до момента, в който се наложи тя да продава активи, за да не бъде

заплашена от фалит

В началото на 2014 г. компанията продаде много от своите недвижими имоти в Канада, а същото лято Volkswagen придоби нейното дъщерно звено за развойна дейност в Германия. Приблизително по същото време компанията направи опит да възстанови силните си позиции на мобилния пазар. Година по-рано тя беше лансирала новата си операционна система BlackBerry OS 10, около която възнамеряваше да създаде нова екосистема от приложения, способна да се конкурира с тези на Apple и Google. Новите смартфони BlackBerry Z10, Q10, Z20 и др., работещи с платформата, също изглеждаха доста добре на фона на актуалните тенденции в бранша. Компанията ребрандира и собственото си име, отказвайки се от Research In Motion за сметка на BlackBerry – марката, под която продава телефоните си.

Проблемът обаче беше, че колкото и да бяха добри, новите устройства всъщност се оказаха едни от многото в морето от смартфони със сходен дизайн и характеристики, вдъхновени от фамилиите iPhone на Apple и Galaxy на Samsung. В тези условия компанията просто не успя да открои своите телефони и започна да отчита спад на продажбите си. Така ако преди четири години тя беше продала 13.2 милиона устройства, то през 2015 г. техният брой вече беше 1.1 милиона. Напълно логично дойде и анонсът от последните седмици – по време на обявяването на финансовите си резултати за второто тримесечие на годината BlackBerry най-накрая съобщи, че се отказва да произвежда смартфони, признавайки, че

не може да се състезава

със Samsung, Apple, Huawei и други играчи в този сегмент. Тя ще затвори хардуерното си подразделение и занапред ще се фокусира в развитието на софтуерни решения, както и услуги за мобилни телефони. Силен акцент в дейността й ще остане и сигурността – сфера, в която тя е известна още от времето на предишните й успехи. В свое изявление главният изпълнителен директор на дружеството Джон Чен вече заяви, че очаква този ход да намали значително нуждата от капитал и да увеличи възвръщаемостта на инвестициите.

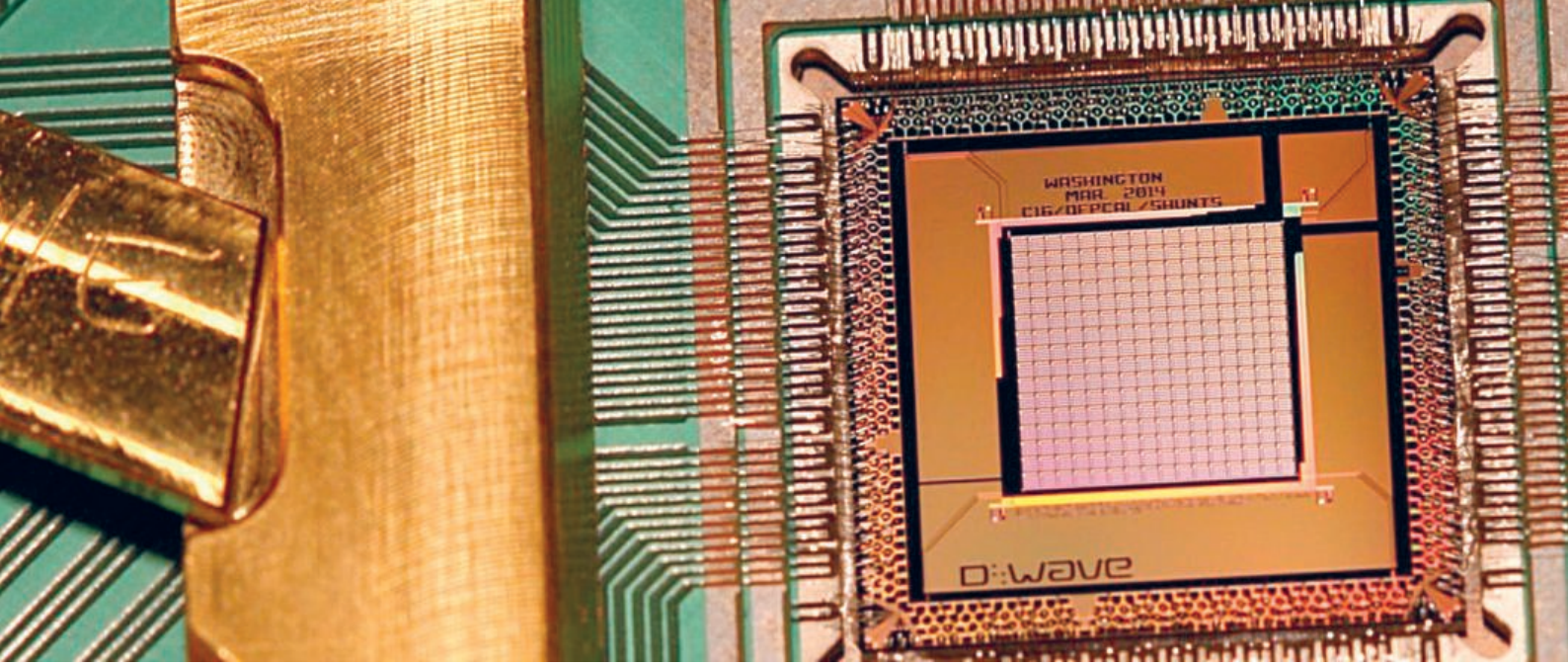
Новината със сигурност не е изненадваща. Припомняме, че преди около година канадската корпорация обяви, че ще се опита да продаде пет милиона мобилни апарата в рамките на една година и ако не успее, ще прекрати тази дейност. За да увеличи шансовете си, през миналия октомври тя пусна и своя първи модел с операционната система Android – BlackBerry Priv, с което направи завой от използването на собствената платформа BlackBerry OS към най-популярната мобилна операционна система. Моделът залага на съчетанието от характерния за новото поколение смартфони голям чувствителен на докосване дисплей и типичната физическа клавиатура, позната на феновете на BlackBerry, която се разгъва изпод корпуса му. Въпреки добрите първоначални отзиви обаче, продажбите на апарата се оказаха недостатъчни, за да спасят телефонния бизнес на канадската компания.

Същевременно, залагайки на Android, тя окончателно се примири, че няма да успее да

наложи своята операционна система

като третата значима мобилна екосистема, заедно с тези около Android на Google и iOS на Apple. Нещо, което през последните години се опитаха да направят Microsoft, Samsung, Mozilla и други играчи, но засега – също неуспешно. По всичко личи, че този пазар вече в голяма степен е разпределен и шансовете нов играч да се включи в битката на екосистемите са много малки.

Всъщност, закриването на хардуерния бизнес на BlackBerry не означава краят на телефоните с тази марка. Те просто няма да се произвеждат от компанията, а ще бъдат разработвани извън нея, по модела на аутсорсинга. Тази тактика се използва от Google още с пускането на първото й мобилно устройство под собствена марка – Nexus One, което беше разработено от HTC. Онлайн корпорацията дълго следваше този модел, дори и след като придоби закъсалия разработчик на смартфони Motorola. Това се промени едва преди няколко седмици с пускането на нейните смартфони под новия й бранд Pixel. Google обаче разполага с редица други добре разпознаваеми бизнеси и производството на хардуер никога не е било сред основните й дейности. Дали стратегията на BlackBerry да се откаже от тази дейност ще е успешна, ще зависи именно от това дали компанията ще успее да убеди света, че може да предложи достатъчно стойност в областта на приложенията и услугите. В противен случай вероятно ще потъне в забвение или скоро ще стане поредната придобивка на някой амбициозен китайски конгломерат.



ИДВА ЕРАТА на КВАНТОВИТЕ КОМПЮТРИ

автор: **Александър Александров**

От 70-те години на миналия век насам компютърният бранш се развива неизменно под влиянието на едно правило – т.нар. „закон на Муур“, наречен на съоснователя на Intel Гордън Муур. Той предрича, че производителността на процесорите (или по-точно броят на транзисторите върху чиповете) ще се удвоява на всеки приблизително две години. От първия процесор на Intel, създаден през 1971 г. с 2300 транзистора, до днешните микропроцесори с над 5 милиарда транзистора, този закон действа неизменно и именно на него дължим възможността днес да разполагаме на бюрото си с изчислителна мощ, каквато не е имало дори американското правителство в средата на миналия век. По-мощни лаптопи, смартфони и таблети, още по-сложни и ресурсоемки приложения, всевъзможни нови устройства – дължим всичко това на принципа, дефиниран от Гордън Муур.

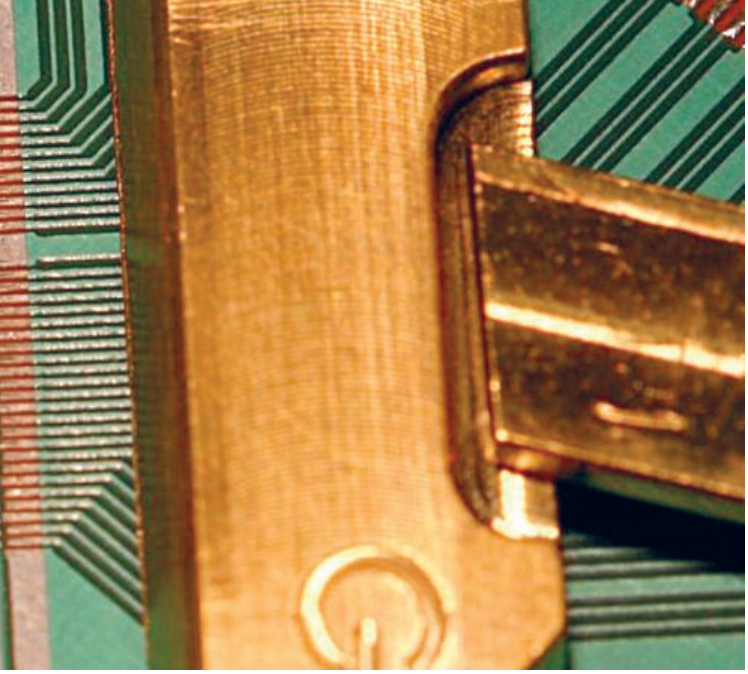
Проблемът

Днес обаче все повече учени прогнозират, че този закон ще престане да действа в близко бъдеще и ще доведе до застой в компютърната индустрия. Процес, който ще се отрази на всички ИТ подсегменти – от мобилните джаджи до софтуерните разработки. Причината за тези негативни прогнози е, че производителите на чипове изглежда са на път да достигнат лимита в опитите си да смаляват все повече и повече транзисторите. Именно тези базови компоненти на компютрите всъщност извършват изчисленията с нули и единици, чрез които работят всички езици за програмиране, операционни системи и приложения. Както можем да си представим, транзисторите не могат да се смаляват вечно и според някои прогнози компаниите за микропроцесори са на броени десетилетия от достигането на този лимит.

Спасението

на целия ИТ бранш може да се окаже странен черен хладилник, намиращ се в малко градче в покрайнините на канадския град Ванкувър, в офиса на фирма D-Wave. Макар и да не е широко известна на света, според мнозина тя има потенциала да окаже силно въздействие върху технологичната индустрия, а като доказателство за това се сочат нейните инвеститори, сред които са основателят на Amazon Джеф Безос, както и компания, свързвана с ЦРУ. Въпросното хладилно съоръжение пък представлява първият официално работещ квантов компютър – продукт на около 15-годишните разработки на екипа в тази област. Той е 100 милиона пъти по-бърз от традиционен компютър, а

Фото http://www.dwavesys.com/



ПЪРВИТЕ ТАКИВА ИЗЧИСЛИТЕЛНИ МАШИНИ ВЕЧЕ СА СЪЗДАДЕНИ, А КОРПОРАЦИИ И ПРАВИТЕЛСТВА ВЪЗНАМЕРЯВАТ ДА ИНВЕСТИРАТ МИЛИАРДИ В ТЯХНОТО РАЗВИТИЕ

възможностите му се оценяват по достойнство от корпорации като Google и Lockheed Martin, както и от Американската космическа агенция NASA, които вече са си купили по един такъв.

Мнозина очакват квантовите компютри да обезпечат развитието на хардуерния бранш за десетилетия напред, но какво всъщност представляват те? Това са изчислителни машини, които не използват двоичната система (единици и нули), подобно на обикновените компютри, а работят с три стойности (едно, нула и едно + нула). Това е възможно поради двойната същност на частиците на светлината – фотоните, които могат да бъдат едновременно частици и вълни. Това свойство на фотоните, наречено суперпозиция, позволява с тях да бъдат извършвани много по-голям брой изчисления, в сравнение с транзисторите на традиционните компютри. Ако при последните например най-малката информационна единица е един бит, то при квантовите компютри тя е един кюбит (qubit), който има три възможни положения, вместо характерните за двоичната система две. Създаденият от D-Wave квантов компютър например има изчислителна мощ от 1000 кюбита.

Възникване

Създаването на квантовите компютри е процес, който наблюдаваме в момента и дори проекти като този на D-Wave според мнозина все още не могат да бъдат наречени пълноценни квантови компютри. Самата концепция също е относително нова и датира от началото на осемдесетте години на миналия век, а като неин родоначалник се сочи американският физик и нобелов лауреат Ричард Файнман, който между другото е участвал в проекта „Манхатън“ за създаване на американската атомна бомба, а речта му „Има достатъчно място на дъното“ се сочи като основополагаща за друг перспективен сегмент – този на нанотехнологиите.

Днес квантовите компютри, по всеобщо мнение, са един от най-перспективните ИТ сегменти, а поредното доказателство за това е, че неотдавна Европейската комисия обяви намеренията си да инвестира 1.1 млрд. евро в такива проекти. При това, според мнозина, Старият континент вече е закъснял в сравнение със САЩ, Канада, Китай, Япония и други страни.

Приложенията

на квантовите компютри са практически във всички области на технологиите, доколкото те могат да доведат до ново поколение изчислителна техника от всякакъв тип. Чрез тази технология могат да бъдат създадени още по-мощни суперкомпютри, да бъдат дадени отговори на редица научни въпроси, свързани с устройството на Вселената или с тайните на човешкия мозък. Развитието на изкуствения интелект също може да бъде силно повлияно от квантовите изчислителни машини. Google, която вече закупи един компютър от D-Wave, го използва, за да ускори своите технологии за машинно обучение (machine-learning). Сред възможните приложения са също сигурността и екологията, тъй като се очаква квантовите компютри да намалят значително въглеродния отпечатък при използването на дигитални технологии.

Потенциалните рискове

също не са малки. Навлизането на квантовите компютри ще даде на техните собственици огромна изчислителна мощ, която ще позволи пробиването на практически всяка съвременна парола или криптографска защита. Мнозина вече предричат края на криптовалутата биткойн, тъй като използваните от нея публичен и частен ключ ще бъдат достъпни за собствениците на квантови компютри. А с тях те ще се окажат притежатели и на самите виртуални пари. С един пълноценен квантов компютър това ще може да стане за броени минути. Проблемът може да бъде избегнат, ако в протокола на Bitcoin бъдат внедрени нови криптографски стандарти, някои от които вече съществуват. Въпреки това потенциалните рискове от появата на квантови компютри и попадането им в злонамерени ръце си остават големи.

Днес компютрите на D-Wave все още имат нужда от усъвършенстване, а и високата им цена, достигаща милиони долари, ограничава техните продажби. Според повечето експерти от този нов сегмент обаче, е въпрос на няколко години бранша да се развие и да станем свидетели на появата на още по-мощни квантови компютри. А с тях – и на един свят на несигурност, в който никаква парола няма да е способна да предпази личната ни информация.

ДОБРЕ ДОШЛИ В МАТРИЦАТА

ВСЕ ПОВЕЧЕ ХОРА С АВТОРИТЕТ СМЯТАТ, ЧЕ НАШИЯТ СВЯТ Е КОМПЮТЪРНА СИМУЛАЦИЯ

автор: **Владимир Митев**

Западният свят все по-популярна става тезата, че живеем в компютърна симулация като от филма „Матрицата“. Доскоро „само“ учени с нестандартни разбирания я разработваха в свои научни публикации. Но напоследък все по-авторитетни хора и институции считат теорията за достоверна.

„Може да се смята, че с напредъка в изкуствения интелект, виртуалната реалност и изчислителната мощ на компютрите представителите на бъдещите цивилизации може да са решили да създадат симулация на своите предци“, се казва в доклад на Bank of America, разпространен до нейни клиенти и цитиран от британския в. Independent. Според документа вероятността да сме участници в компютърна симулация е между 20% и 50%. Изданието добавя, че през април 2016 г. изследователи са се събрали в Американския музей за естествена история, за да дискутират темата. Аргументът в подкрепа на тезата е, че вече се доближаваме до напълно реалистични като качество на образа 3-измерни симулации, в които милиони хора могат да участват едновременно.

Подобна теза взема на въоръжение и предприемачът Илън Мъск, който през това лято официално се присъедини към привържениците на хипотезата. На технологична конференция в Калифорния през юни лицето на компанията за електроавтомобили Tesla заяви, че шансът да не живеем в

Фото **Pixabay**

компютърна симулация е само „едно на милиарди“. Според Мъск е почти сигурно, че нашият живот е направляван в рамките на изкуствен свят, поддържан от изкуствен интелект и могъщи компютри.

„Според мен най-силният аргумент, че сме в симулация, е следният. Преди 40 години имахме една от първите видеоигри – Pong, където всеки от двамата играчи управляваше по един правоъгълник на екрана и трябваше да отиграва към противника си топче-точка, така че той да не успее да го върне и да загуби. Сега имаме напълно реалистични триизмерни симулации, в които милиони хора играят едновременно. Тези симулации стават по-добри с всеки изминал ден. Скоро ще имаме виртуална реалност, ще имаме т.нар. подобрена реалност (при която върху реалния образ на света се наслагват дигитални данни – бел. ред.). Какъвто и да е темпът на развитие оттук нататък, игрите ще станат неразличими от реалността“, обяснява Мъск. Той изтъква и че в последно време всеки разговор, който води, е „свързан с темата за изкуствения интелект и симулацията“.

Виртуалната реалност наистина настъпва. Според Иън Пиърсън – основател на компанията за футуристични прогнози Futurizon, между 2020 г. и 2030 г. виртуалната реалност ще замести учебниците и ще промени коренно съвременното образование. Към момента 85% от предположенията на Пиърсън са се сбъдвали. Той смята, че в бъдеще учениците ще могат да изследват исторически битки или природни забележителности, като влизат във виртуална реалност.

Всъщност Google вече предлага подобна услуга. Google Expedition App, която е достъпна без ограничение от юни 2016 г., позволява да се посетят чрез виртуална реалност места като Големия бариерен риф край Австралия.

Идеята за света като илюзия може да бъде проследена назад поне до времето на Декарт, който заключава, че осъзнаването на мисловния процес е доказателството, че сме живи. Филмът „Матрицата“ и други аналогични творения като лентите „Екзистенц“ на Дейвид Кронънбърг или „Генезис“ на Кристофър Нолън само дават визуален образ на идеи, изказвани още през XX век.

През 2003 г. преподавателят от Университета в Оксфорд Ник Бостръм заключи, че има голяма вероятност „да живеем в симулация“. В своя научна публикация Бостръм защитава тезата, че раса на технологично развити наши потомци може да ни е поставила в дигитално робство, нещо като цифров музей, в който може да се види как са живели предците.

Привърженици на концепцията има и в NASA. Според Рич Терил – директор на Центъра за еволюционен компютърен и автоматичен дизайн към американската космическа агенция, днес най-бързите компютри на неговата организация „пълзят“ със скорост два пъти по-голяма от тази на човешкия мозък. Американският учен припомня, че според Закона на Мур (според който на всеки 24 месеца изчислителната мощ на процесорите се удвоява) излиза, че в рамките на десетилетие суперкомпютрите ще могат да изчислят един цял човешки живот на 80-годишен индивид. Включително ще може за месец те да възпроизведат всяка мисъл, която е имал този човек през живота си. Тоест, човешката мисъл става изчисляема и технологично възпроизведима като симулация.

„В квантовата физика частиците нямат определено състояние, освен ако не ги наблюдаваме. Много теоретици са се опитали да разберат това явление. Нашето обяснение е, че живеем в симулация и виждаме това, което ни трябва, когато е необходимо“, заключава Терил, като явно при неговата теория и ние, подобно на квантовите частици, придобиваме определеност, когато сме наблюдавани отвън.

Дори скептиците намират смисъл в теорията за Матрицата. Професор Питър Миликън, който преподава философия и компютърна наука в Оксфорд, смята, че е „здравословно да разсъждаваме върху някои налудничави идеи“, защото те могат да доведат до нови и неочаквани постижения. „Никога не знаеш дали, мислейки извън стандартите, няма да ти дойдат наистина добри концепции. Дори и да се окаже, че няма нищо в тази идея за Матрицата, фактът, че мислиш за нестандартни неща, означава, че в някакъв момент можеш да достигнеш до мисли, които не са очевидни, но може да не са налудничави въобще“, заключава Миликън.

РЕАЛНОСТ ЛИ Е ЗАПЛАХАТА ОТ **ХАКВАНЕ НА МИСЛИТЕ**

автор: **Александър Александров**

Полицаи гонят опасен престъпник и когато го откриват, установяват, че неговите спомени са изтрити, а съзнанието му е контролирано от тайнствен хакер, наречен „Кукловода“. Това все още не е реалност, а е сюжетът на футуристичната манга продукция „Дух в броня“ (Ghost In The Shell), повлияла според мнозина развитието на киберпънк течението и на фантастиката като цяло. Някои учени и компютърни специалисти обаче вече предупреждават, че подобни сценарии могат да се окажат реалност в недалечно бъдеще. Причината е в бързото развитие през последните години на един нов технологичен сегмент, способен да свърже чо-

УЧЕНИ ПРЕДУПРЕДИХА, ЧЕ С НАВЛИЗАНЕТО НА BRAIN-COMPUTER INTERFACE ТЕХНОЛОГИИТЕ **ВЕЧЕ СЪЩЕСТВУВА ТАКЪВ РИСК**

вешкото съзнание с персонални компютри, смартфони и други машини и да ни позволи да ги контролираме само с мисълта си.

Добре дошли в света на Brain-Computer Interface (BCI)! Както вече сме писали в сп. „Икономика“, тази технология, наричана още Brain-Machine Interface или „интерфейс мозък – машина“ позволява управлението с мисъл на различни технологични продукти. Това става чрез два основни компонента – система от електроди, която улавя електрическите вълни на мозъка и съответния интерфейс, който ги превръща в команди, разбираеми за дигиталните устройства.

Когато лично аз тествах за първи път такава система преди няколко години в рамките на една TEDx конференция в София, решението позволяваше само да движим чрез мисълта си в различни посоки виртуален куб на екрана на компютъра, докато се взираме в него със странно изглеждаща „шапчица“ от електроди на главата си. Днес Brain-Computer Interface технологиите са много по-напреднали и редица американски, японски и европейски компании вече имат завършени решения от този тип. Неотдавна китайски учени дори представиха система, позволяваща управлението с мисъл на летящи дронове.

Интерфейсите „мозък – компютър“ са тук и по всичко личи, че скоро ще чуваме много по-често за тях, а приложенията им вече обхващат редица обществени сфери – от медицината, през обучението, до видеоигрите и други типове забавление. Дори Илон Мъск неотдавна заяви, че трябва да използваме тези технологии, за да подобрим капацитета на мозъка си, ако искаме да останем конкурентни на зараждащия се изкуствен интелект. Brain-Computer Interface технологиите може и да са създадени за доброто на хората, но се налага въпросът: Могат ли да бъдат опасни?

Неотдавна изследователи от Вашингтонския университет предупредиха, че този тип технологии скоро биха могли да доведат до появата на нов тип киберзаплаха, която медиите относително неточно нарекоха „хакване на мозъка“. Според научния екип, работил по въпроса, макар и днес да звучи като екзотика, до няколко години въпросът за „защита на мислите“ ще се превърне в реален проблем. Затова според тях е от ключово значение да действаме сега, създавайки необходимите регулации и политики, за да предотвратим възникването на реални заплахи в бъдеще.

Все пак е важно да уточним, че когато се говори за „хакване на мозъка“, реално не става въпрос за възможност някой да поеме контрола над нашето съзнание, да ни накара да вършим неща, които не бихме искали, да изтрие спомените ни или да добави изкуствени такива. Такава заплаха поне в обозримо бъдеще не съществува. Това, за което предупреждават учените от Вашингтонския университет, е по-скоро опасността от четене на нашите мисли чрез използваните от нас дигитални Brain-Computer Interface устройства. Това обаче може да бъде достатъчно голям проблем, защото мислите ни са нашето най-лично пространство и често те включват тайни, които държим да запазим за себе си. Както и модели на поведение, които могат да бъдат използвани от киберпрестъпниците. На теория чрез мислите си ние бихме могли да издадем какъв е нашият ежедневен режим, кога напускаме дома си, къде държим парите си, какви са паролите за кредитните ни карти или за други акаунти. Затова и опасността неоторизирани лица да се доберат до тази информация трябва да се разглежда напълно сериозно.

„Всъщност разполагаме с много малко време“ - споделя инженер Хауард Чицек от Вашингтонския университет пред сайта Motherboard – „Ако не адресираме проблема бързо, скоро ще е късно.“ Той е осъществил заедно с екипа си изследване на възможностите за хакване на интерфейс „мозък – машина“, както и за проследяване на човешките мисли чрез него. В рамките на проекта те са използвали дори сложен метод, включващ подсъзнателно съобщение, вградено във видеоигра, което е имало за цел инициирането на действия от страна на играещия, разкриващи лична информация. Докато играят играта Flappy Whale например, са им показвани за кратко лога на известни брандове на американски банки и други познати компании. Тези изображения са се появявали за по-малко от секунда и отново са изчезвали. Време, достатъчно за подсъзнанието да реагира на тях. И да разкрие несъзнателно ценна информация като например коя банка използва потребителят. В друга версия на играта пък са събирани данни за предпочитаното заведение на играещия. Може и на пръв поглед да изглежда, че това е ненужна информация за компютърните престъпници, но според екипа на Чицек методът може да бъде използван в комбинация с други фактори, застрашавайки сигурността и личната неприкосновеност на потребителите.

Така след като първоначално се наложи да свикнем с мисълта, че непознати могат да имат достъп до нашите дигитални снимки и останалите файлове на компютъра ни, а след това Едуард Сноудън ни показа, че и случващото се в дома ни може да бъде наблюдавано през камерата на нашия лаптоп или телефон, днес може би е дошло времето да се запитаме дали и мислите ни са достатъчно добре защитени или предстои да навлезем в свят на тотално наблюдение, в който личното пространство няма да съществува дори в съзнанието ни.

НАДПРЕВАРА В НЕБЕТО

автор: **Александър Александров**

Може би няма по-добър пример за градивната сила на конкуренцията от космическите полети. В продължение на десетилетия по време на Студената война САЩ и СССР осъществяват впечатляваща поредица от постижения в тази област, включително изпращането на първия изкуствен спътник, първия човек в Космоса, първите създадени от човека апарати, достигнали други планети и първата орбитална станция. Краят на геополитическата надпревара през деветдесетте години обаче доведе не само до краха на руската космическа програма, но и парадоксално - до постепенното затихване на американската. Изгубила мотивация поради липсата на конкуренция от страна на доскорошния си основен идеологически конкурент, Америка също престана да инвестира в развитието на нови космически системи и изненадващо за мнозина неотдавна се оказа, макар и за кратко, в положение да не може сама да извежда хора и товари в орбита.

Там, където държавите дават отбой обаче, традиционно се включват частните предприемачи. И Космосът изглежда не прави изключение. Както вече сме писали в сп. „Икономика“, през последното десетилетие цяла плеяда бизнесмени, направили състояние предимно от технологичния сектор, създадоха свои частни компании за космически полети. По всичко личи, че навлизаме в нова космическа надпревара, която обаче ще бъде доминирана не от държавни агенции, а от имена като съоснователя на Microsoft Пол Алън, ексцентричния британски милиардер Ричард Брансън, Джон Кармак, главен разработчик на някои от най-популярните видеоигри като Doom и Quake, руския милиардер Юрий Милнер, основателя на

ИЛОН МЪСК РАЗКРИ ПЛАНОВЕТЕ СИ ЗА УСВОЯВАНЕ НА КОСМОСА И ЦЕЛТА Е НИ ПОВЕЧЕ НИ ПО-МАЛКО КОЛОНИЗИРАНЕ НА МАРС

Колонизирането на Марс е следващата голяма цел в Космоса

Amazon Джеф Безос и, разбира се – Илон Мъск, създател на PayPal и Tesla Motors.

Именно последният разбуни духовете съвсем наскоро, разкривайки истинските мащаби на своята визия за усвояването на Космоса и за ролята на компанията му SpaceX в нея. Създавайки я през 2002 г. като алтернатива на скъпите космически полети, предлагани по онова време от NASA, той успява да я превърне във водещ играч в този сегмент, чиито ракети Falcon и кораби Dragon вече обслужват американската космическа агенция за доставка на товари до Международната космическа станция. След като премина през трудни периоди и почти фалира, днес компанията има устойчиви приходи от извеждането на телекомуникационни и научни сателити в орбита, както и от сключения милиарден договор за обслужване на NASA.

Амбициите на Мъск обаче никога не са се ограничавали само до околоземна орбита и целта винаги е била изпращането на пилотируема мисия до Марс, а в по-далечен план и колонизация на планетата. Милиардерът вече неведнъж е заявявал, че ако човечеството иска да оцелее, то не бива да се ограничава само до съществуването на една-единствена планета. Теза, която през годините са споделяли също физикът и популяризатор на науката Стивън Хокинг и редица други учени и визионери. Според тях Земята е прекалено уязвима от катаклизми с глобален обхват като сблъсък с метеорит или екологична катастрофа. Затова и за оцеляването ни е от ключово значение да намерим алтернативна опция. И Мъск вече има идея каква ще е тя. Неотдавна милиардерът представи визията си за колонизиране на Марс през следващите десетилетия на Международния конгрес по астронавтика в

Фото: Space X

Мъск не крие амбициите си за 40-100 години човечеството да изгради своя колония на Червената планета

Гуадалахара, Мексико. Тя включва създаването на новата „Междупланетна транспортна система“ (ITS – Interplanetary Transport System), която ще позволи ракети за многократна употреба да превозват по между 100 и 200 пътници едновременно до Червената планета.

В основата на новите ракети ще бъде корпусът от въглеродни влакна, които ще позволят да бъде постигнато нужното съотношение между здравина и лекота. Те ще се задвижват от по 42 двигателя от ново поколение, използващи метан. Както ракетите, така и космическите кораби ще бъдат за многократна употреба – стратегия, която Мъск вече реализира със своите ракети Falcon 9. И която има потенциала да промени космическата индустрия из основи.

Според Мъск ще е необходимо около 1000 такива кораба да стоят непрекъснато в околоземна орбита, за да може да се постигне честотата на полетите, планирана от него. Нещо, което самият той сравни с филма Battlestar Galactica. Те ще бъдат зареждани от други кораби, които ще се изстрелват през цялото време от Земята. Големият брой кораби според него ще е необходим, защото те ще осъществят по около 15 полета през 30-годишния си живот, което при около 100 души транспортирани с един полет е сериозно ограничение. Особено ако целта е колонизация на друга планета. Според Мъск ще са необходими около 10 000 полета с по 100 души на борда, за да се колонизира Марс. Друго ограничение е фактът, че разстоянието до Марс се променя непрекъснато, тъй като двете планети обикалят Слънцето по своите орбити и полетите трябва да се осъществяват тогава, когато те се доближават.

Плановете на Мъск са първите полети до Червената планета с хора на борда да се осъществят около 2025 г. - цел, която е доста амбициозна на фона на досегашните планове на NASA и други организации. Още до няколко години обаче SpaceX ще тества новата си ракетна система с безпилотен полет до Марс. Преди да започнат реалните пилотирани полети, ще трябва да се тестват също и презареждането на гориво в околоземна орбита, както и много други аспекти от мисията. Очаква се ракетите да излитат от космодрума Space Kennedy на NASA, но се обмислят и варианти за резервна площадка за излитане.

Според прогнозите на милиардера това ще позволи в рамките на между 40 и 100 години да успеем да изградим напълно независима цивилизация на най-близката планета до Земята. Прогноза, която предизвика скептични мнения, тъй като възможностите на SpaceX да прави ефективни космически ракети може и вече да са се доказали, но създаването на устойчива човешка колония на друг свят изисква много повече от това. И все още много от предизвикателствата не са преодоляни, включително въпроси като защитата от космическа радиация, изхранването, както и способността на човека да се възпроизвежда в Космоса.

Плановете на Илон Мъск са първата извънземна колония да включва около 80 000 души. Организирането на такова селище може и да не е проблем на Земята, но във враждебните условия на един друг свят със сигурност ще се окаже сериозно предизвикателство. Любопитно е също, че милиардерът планира да предлага билети за полетите, които първоначално ще са доста скъпи. Според самия него цената им в началото ще е около 500 000 щ. долара – колкото един хубав недвижим имот.

Въпросът е кой заможен човек ще изостави охолния живот и всичко постигнато на Земята, за да се отправи на пътуване, за което самият Мъск твърди, че ще има големи шансове да завърши фатално, поне за първите участници в мисията. Ако направим аналогия със заселването на Новия свят преди няколко века – тогава на корабите, потеглящи от Европа, са се качвали огромен брой бедняци, престъпници и авантюристи, които именно са оформили облика на обществата в САЩ и други новосъздадени държави. В новата колонизация, планирана от Мъск обаче, участниците ще са много по-внимателно подбирани и контролирани. Те ще разполагат с всички постижения на технологичния прогрес на своя страна, но за сметка на това ще се наложи да превърнат в свой дом един свят, напълно непригоден за живот. Дали това е възможно, вероятно ще разберем след поне десетилетие.

РУСКО-АМЕРИКАНСКИЯТ **КОСМИЧЕСКИ СБЛЪСЪК**

автор: **Владимир Митев**

Международната космическа станция (МКС) вероятно е едно от най-големите достижения на глобалната общност след края на Студената война. Тя символизира сътрудничеството на Русия, САЩ, Япония, Канада и ЕС. Затова и откритото възобновяване на глобалното противопоставяне може би поставя под съмнение съвместното начинание. В най-добрия случай двата основни поддръжника на проекта – Русия и САЩ, си разменят хибридни заплахи, че сътрудничеството им и по него ще спре. В най-лошия случай конфликтът, който тече на Земята, вече води до очертаване на лагери и в Космоса.

САЩ

През октомври NASA съобщи, че смята да даде възможност на частни космически компании да доизграждат МКС. Според администратора на NASA Чарлс Болдън мярката ще даде възможност на повече компании и хора да работят и да правят изследвания в Космоса. Това може да доведе в бъдеще и до появата на частни космически станции. Ключовата концепция за Болдън е, че трябва да възникне „жизнено потребителско общество“, свързано с Космоса.

Анонсът бе направен, след като само преди няколко месеца NASA попита частните космически компании в Щатите как биха могли да използват един от шлюзовете за скачване с МКС. Така бе установено, че съществува „силно желание“ към него да бъдат прикрепени частни модули, които да се ползват както от държавната космическа агенция, така и от бизнеса.

Стана ясно, че една от компаниите, проявили интерес в тази посока, е Bigelow Aerospace. Тя иска да скачи с МКС свой модул не по-рано от 2020 г. Дори в момента, но само експериментално, модул на компанията временно е скачен с МКС. Той бе изстрелян през април 2016 г., а мисията му е в рамките на две години да се тества технологията на Bigelow Aerospace. Официалната цел на инициативата на NASA е да насърчи частния сектор. Планираният живот на МКС е до 2024 г., а американската аерокосмическа агенция има желание до средата на 30-те години на XXI век да изстреля хора до Марс, което изисква пренасочване на вниманието и ресурсите. Необходимо е обаче МКС да продължи да бъде развивана и частната инициатива може да е решението за нея.

Международната космическа станция може да се окаже нова територия на противопоставяне между САЩ и Русия

Фото: **NASA**

Самият президент Барак Обама написа в своя статия за CNN: „За да достигнем до Червената планета, ще трябва да има продължително сътрудничество между правителството и частните иноватори и ние работим в тази посока.“ Към момента три частни космически компании периодично извършват товарни снабдителни полети до МКС. А през 2018 г. две компании от този род – Space X и Boeing, ще изпратят и астронавти от името на NASA.

Русия

Изказванията на висши администратори на NASA в подкрепа на описваната политика не споменават Русия по никакъв начин. Но изглежда логично те да представляват и своеобразен отговор на периодично появяващите се заплахи от руска страна, че ще се откаже от МКС и ще си направи собствена станция.

Още в края на 2014 г. руският в. „Коммерсантъ“ писа, че Русия ще изстреля собствена космическа станция през 2017 г. Тогава вестникът припомни по-ранно изказване на вицепремиера Дмитрий Рогозин, че Москва няма да използва МКС след 2020 г. Без да е ясно колко би струвало това начинание, в статията ставаше ясно, че модулите и средствата, използвани за руската секция на МКС, ще бъдат използвани за новата космическа станция.

„Руската секция би могла да съществува независимо от американската. Тя обаче не може да остане сама. След 2020 г. бихме искали да насочим парите, използвани за МКС, към по-обещаващи космически проекти“, заявява още през май 2014 г. Рогозин.

Официално обаче руските власти не са обявили, че напускат проекта. Анонси в този дух идват от пресата. А това лято заплахата Русия да действа самостоятелно, се завърта в медиите и с източник РКК „Енергия“ – основният руски изпълнител на дейности по МКС. Американското сп. Popular Mechanics цитира „Енергия“, че бъдещата руска космическа станция може да стартира с отделянето от МКС на бъдещия неин модул „Наука“, който се очаква да бъде изстрелян през ноември т.г. В планирания момент на отделянето – през 20-те години на XX век, към „Наука“ би трябвало да са прикрепени още два модула, първият от които вече е готов и също чака да бъде изстрелян. Вторият пък ще има големи слънчеви панели, които ще дадат пълна независимост на руската секция в МКС от останалите части. Очаква се извеждането на втория модул да стане най-рано през 2019 г.

„Тънък“ момент в публикациите в руската и международната преса е, че Русия ще остави вратата отворена за присъединяване и на други държави. Също като в шахмата в днешните времена на хибридни действия в медиите заплахата може да се е оказала по-силна от изпълнението и да е предизвикала насрещната инициатива на NASA.

Китай

Има поне още една водеща държава в световните дела с амбиции за собствена космическа станция. През септември т.г. Китай изстреля втория модул на космическата си станция „Тиенгун“, която предстои да бъде завършена в момента, когато проектният живот на МКС свърши. Изстреляният на 17 октомври пилотиран космически кораб „Шенжу-11“ се скачи с „Тиенгун“. По план китайските астронавти от „Шенжу“ ще прекарат на космическата станция 1 месец.

Фото: **NASA**

Според Sputnik на „Тиенгун“ ще се разработват нови материали в условията на микрогравитация и ще се извършват фундаментални научни изследвания. Китай щял да даде възможност на всяка друга държава да извършва опити на станцията. „Тиенгун“ ще може да подслони до 6 космонавти, а европейски интерес за сътрудничество с китайците вече има.

Настрана от цялата дискусия за руско еманципиране в околоземната орбита, през лятото руската космическа агенция реши да намали екипажа си в МКС след март 2017 г. от трима на двама души до началото на 2018 г. „Има забавяне по някои модули, които ще изстрелваме за МКС. Проверихме и установихме, че можем да завършим всички наши програми с двама космонавти. Затова решихме да оптимизираме екипажа си през следващата година“, заяви Игор Комаров – ръководител на руската космическа агенция „Роскосмос“.

Големите държави са в надпревара за овладяване и на Космоса

Очаква се по-малкият брой руски космонавти да намали броя руски товарни полети за зареждане с провизии на станцията.

Според сайта Space Flight Now обаче това намаляване на активността е временно. След 2018 г., когато бъдат възобновени американските пилотирани полети до МКС, Щатите ще изпращат там по 4 човека на курс.

От друга страна, Русия отново ще поддържа по трима космонавти на МКС, след като инсталира нови модули. Но в скоро време натам ще потегли и роботът „Спотти“. Той е разработка на руската социална мрежа „Вконтакте“, заедно с „Роскосмос“. И ще бъде връзката на потребителите на „Вконтакте“ с космонавтите. Ще предава към Земята снимки и видео от МКС и ще показва на небесните жители какво обсъждат или искат сънародниците им на Земята.

Развръзката на руско-американското противопоставяне в Космоса остава някъде в бъдещето. Междувременно двете държави маневрират и се прегрупират по отношение на МКС. Небесата не са висша реалност, а просто поредно превъплъщение на земните противоречия.

МЕЖДУНАРОДНАТА КОСМИЧЕСКА СТАНЦИЯ МОЖЕ ДА СЕ ОКАЖЕ **НОВА ТЕРИТОРИЯ НА РАЗДЕЛЕНИЕ ЗА МОСКВА И ВАШИНГТОН**

Фото http://www.mehriban-aliyeva.az/

Илхам и Мехрибан Алиеви

Фото http://leyla-aliyeva.org/

Лейла Алиева получава орден „Пушкин" от руския президент Владимир Путин

ПЪРВОТО СЕМЕЙСТВО НА БАКУ

автор: **Владимир Митев**

Тържественото откриване на обновената крепост „Трапезица" във Велико Търново в Деня на Независимостта 22 септември имаше едно бляскаво присъствие от Изтока – Мехрибан Алиева. Съпругата на азербайджанския президент Илхам Алиев е председател на фондацията, кръстена на баща му – Гайдар Алиев, която е отпуснала парите за реставрацията. Според публикация на EurasiaNet тръстът „е построил повече училища от Министерството на образованието на Азербайджан, повече болници от Министерството на здравеопазването и организира повече културни събития от Министерството на културата". Инициативите на фондацията включват още реновиране на катедралата в Страсбург или на музея „Лувъра" и на Версайския дворец.

Подобен размах е характерен за семейство Алиеви и за държавата, която управляват. През 2012 г. Азербайджан бе домакин на Евровизия. През 2015 г. Европейските игри – версията на Олимпиадата в Стария континент, се проведоха в Баку. Всеки, посетил азербайджанската столица, ще се впечатли от множество сгради в духа на тези в Дубай и ще усети „мириса на газ и пари", който се носи над града. От 1993 г. насам семейство Алиеви е начело на страната и за доброто, и за лошото, с което Азербайджан е свързван.

В началото

е Гайдар Алиев. Той се ражда през 1923 г. в град Нахичеван в семейството на железопътни работници. Учи в Баку в архитектурния факултет на Азербайджанския индустриален университет. Войната обаче не му позволява да завърши образованието си. През 40-те години вече работи в органите на сигурността – НКВД. През 1967 г. оглавява азербайджанския клон на КГБ към съвета на министрите на Азербайджанската съветска социалистическа република. Две години по-късно той е вече първи секретар на Централния комитет на комунистическата партия на Азербайджан. Вече на върха, постига успехи в борбата с корупцията, но и се обгражда от верни хора. 80-те години изстрелват Алиев още по-нависоко. Той заема различни висши съветски постове в Москва.

Зардушт Ализаде – деец на азербайджанското нацио-

Фото МС

Мехрибан Алиева с премиера Борисов във Велико Търново

РОДЪТ АЛИЕВИ СЕ ОТЪЖДЕСТВЯВА СЪС СЪВРЕМЕНЕН АЗЕРБАЙДЖАН

налнодемократично движение разказва как под контрола на Гайдар Алиев по време на перестройката се създава гръбнакът на партийно-държавния елит, оглавил страната през 90-те. Това са довереници, роднини и земляци на човека, считан днес за баща на нацията, които застават начело на държавни органи, фирми, културни и образователни институции.

Разпадът на СССР е съпроводен с много перипетии, включително въоръжени конфликти в Азербайджан между различни политически и военни сили. През 1993 г. Алиев е избран за президент на страната с лозунга: „Ще ви дам това, което искате“. Въпреки че противоборствата между различни лагери в сферата на сигурността продължават, постепенно обстановката се успокоява и независим Азербайджан свързва трайно съдбата си с тази на семейство Алиеви. През 1994 г. страната сключва „Сделката на века“ с голям брой световни енергийни компании, която води до техни сондажи в азерския сектор на Каспийско море и осигурява последващия бурен растеж на БВП. В преговорите по сделката участва и синът на Гайдар – Илхам.

Синът

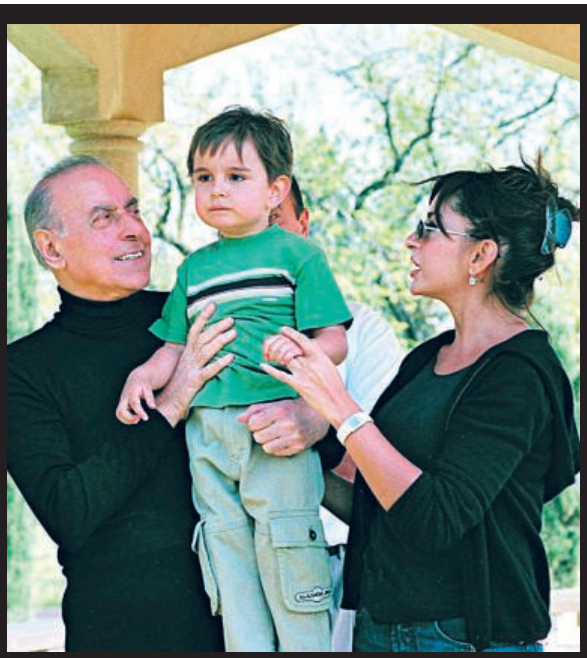
Азерите са турскоговорящи, но имат същата религия подобно на населението на Иран – те са шиити. Всъщност по-голямата част от историческите земи на азерите лежи в Ислямската република. Затова е интересно, че името на сина на Гайдар – Илхам, е пълно със значения на персийски език – вдъхновение, откровение, видение, екстаз. Той е президент на Азербайджан от 2003 г. до днес в едно упра-

Фото http://www.mehriban-aliyeva.az/

Мехрибан Алиева с баща си Ариф Пашаев

Фото http://www.mehriban-aliyeva.az/

Семейство Алиеви с единия си зет - съпруг на Арзу, Самет Курбанов (вдясно)



Гайдар Алиев със снаха си Мехрибан и внука си, който носи неговото име

вление, което носи стабилност и икономическо развитие на страната, но е и постоянно критикувано за нарушаване на човешките права.

Илхам Алиев е роден през 1961 г., като майка му Зарифа, за която се пише по-рядко, е офталмолог и университетски преподавател. Завършва Московския държавен институт за международни отношения (МГИМО) – прочутата ковачница на кадри за дипломацията и управлението в Източния блок. През 1985 г. става доктор по философия на историческите науки, след което е преподавател – отново в МГИМО. Биографията му посочва, че е полиглот. Освен азербайджански говори английски, френски, турски, руски.

В началото на 90-те Алиев-син развива бизнес в Турция. Когато баща му застава начело на Азербайджан, Илхам се завръща в родината. През 1995 г. е избран за депутат за първи път. От 1997 г. досега е начело на Олимпийския комитет на бившата съветска република. А през 2003 г., самият той става президент.

Управлението на Илхам Алиев е свързано с утвърждаването на Азербайджан в международните отношения. Петролът и природният газ на страната достигат до световните пазари, а бедността намалява. По израза на азербайджански дипломат, още през 2010 г. ако се гледа откъм Централна Азия, Баку изглежда „като смес между Франкфуртската фондова борса, дубайски шопинг и лосанджелиски забавления“.

Сегашният президент често е критикуван отвън за нарушения на човешките права, корупция и преследване на противниците си. Той обаче има свой отговор за случаите, в които държавната машина ги удря. Тогава тя противодействала на „опит да се нанесат щети по авторитета на Азербайджан“.

Дългогодишното управление на Илхам Алиев не може да бъде обяснено без ролята на жена му – Мехрибан, за която той се жени в далечната 1983 г.

Първата дама

Моминското име на Мехрибан Алиева е Пашаева. Тя произхожда от друг изключително влиятелен азербайджански род. Нейният баща Ариф Пашаев е математик, физик и ректор на Националната авиационна академия след 1996 г. Най-голямата й сестра Наргис ръководи клона в Баку на Московския държавен университет „Ломоносов“. Чичото на Мехрибан – Хафиз Пашаев, е бил посланик в САЩ и се смята, че има голямо влияние върху нея. Мехрибан е дъщеря на първата азербайджанка доктор по арабска литература и първата жена професор в Азербайджан – Аида Имангулиева.

Също като майката на Илхам Алиев Мехрибан има ме-

Фото http://www.mehriban-aliyeva.az/

Семейството преди години с Гайдар Алиев

Тримата наследници

дицинско образование. През 1988 г. тя завършва с отличие Московския държавен медицински университет. Между 1988 и 1992 г. азербайджанката работи в Изследователския институт за очни заболявания в Москва.

Още през 1995 г. Мехрибан Алиева основава Азербайджанската културна фондация, чийто ръководител е до днес. След като става първа дама, тя продължава да развива начинания и да ръководи организации, свързани със спорта и културата. На трите последни парламентарни избори неизменно печели депутатско място.

Децата

Първото семейство на Азербайджан има три деца – Лейла (р. 1984 г.), Арзу (р. 1987 г.) и Гайдар (р. 1997). Лейла се ражда в Москва, израства в Баку и също както сестра си следва висше образование в Швейцария и Великобритания. Докторантурата ѝ обаче е в Москва – по стара семейна традиция в МГИМО.

Лейла става председател на Азербайджанската младежка организация на Русия и вицепрезидент на фондацията „Гайдар Алиев“. В култа към дядо си се вписва подобаващо. Нейно стихотворение, посветено на големия държавник, се изучава в учебниците в Азербайджан.

Бракът на Лейла с естрадния певец и бизнесмен Емин Агаларов продължава 9 години. Те са бляскава двойка и символ на успеха. Раждат им се двама синове, а отделно осиновяват дъщеря. Но през май 2015 г. Лейла обявява в Instagram, че от много време с Емин са на практика разделени и че най-накрая са формализирали развода си.

Мехрибан Алиева (в средата) с децата и зет си

Имената на Лейла и Арзу се въртят често в световните медии в комбинация със снимки от светски събития с луксозни тоалети и доволни усмивки. Но за тях се заговори и във връзка със скандала Panama Papers за офшорни сметки в Панама. Оказа се, че и двете са акционерки в компанията Exaltation Limited, регистрирана на Британските Вирджински острови. Смята се, че общо държат активи за 50 млн. британски лири.

Брат им – Гайдар, се оказа, че също има собственост за милиони, макар и да е все още непълнолетен. През 2008 г., когато той е бил на 11 години, стана ясно, че е придобил 9 имота в Дубай на луксозния изкуствен остров с формата на палма в залива край града. Стойността на инвестицията е 44 млн. долара.

За богатството на родителите може да се гадае много. С имената им са свързвани златни мини или контрол върху други инвестиции. Но Илхам и Мехрибан Алиеви имат нещо, което и парите трудно купуват. Те се отъждествяват с Азербайджан. И са първото семейство в държавата.

ДЕЦАТА НА БОГАТИТЕ В КИТАЙ

За богатите азиатски наследници във Ванкувър върви една от най-популярните реалити програми

автор: **Владимир Митев**

Когато излиза от нощен клуб в близост до Работническия стадион в Пекин посред нощ през лятото на 2015 г., западен турист поръчва превоз с Uber, разказва Bloomberg. Западнякът избира най-евтината възможност и с изненада установява след малко, че пристига да го вземе автомобил Maserati. Шофьорът е млад китаец „с бебешко лице“. Местният жител очевидно няма нужда от парите, които туристът ще му плати – богат е и без тях. Но обяснява, че е шофьор на Uber, защото обича да се среща с хора, и то най-вече с момичета. Кара нощно време в квартала на забавлението в Пекин, за да попадне на жена, която да бъде пленена от 22-годишен младеж със спортна кола.

По-късно журналист на Bloomberg се свързва с шофьора. Оказва се, че той има друга, сериозна работа – като продуцент на телевизионни предавания в медия. Но според разказа на американската агенция не изглежда особено зает. Учил е в САЩ – в голф академия във Флорида, която напуска след 2-годишно следване. Има късмета да е син на богат баща, който е ръководител на една от големите агенции за подбор на персонал в Китай. Майка му е държавен служител. Споделя с журналиста на Bloomberg, че е загубил скъпия си часовник и затова на ръката му стои устройство само за 5500 долара. Когато авторът на статията го пита колко пари има, китаецът отговоря: „Не знам. Повече, отколкото мога да изхарча.“ Без съмнение шофьорът на Uber се оказва един от т.нар. фуердай или „второ поколение богаташи“ в Китай.

Много хора в азиатската държава считат фуердай за разглезени, с лоши обноски и лишени от ценностите, които „добрият стар Китай“ олицетворява. По принцип родените след 1980 г. деца – т.нар. балингхоу, живеят в едни по-охолни времена, нямат братя и сестри и като цяло са по-развалени от предишните поколения. Но докато балингхоу само понякога са разглезени и на един

Фото **HBICtv**

ТЕ СА РАЗГЛЕЗЕНИ И ЧЕСТО ИМАТ АНТИСОЦИАЛНО ПОВЕДЕНИЕ. ПРЕЗИРАНИ СА, НО СЪДБИТЕ ИМ БИВАТ ЕКРАНИЗИРАНИ

по-късен етап стъпват на краката си и тръгват напред към успеха си, на фуердай им се разминава всяка грешка, която направят, и така не успяват да научат житейските си уроци.

Родителите на фуердай – т.нар. фуйдай – първото поколение богаташи, са положили много усилия, за да се изкачат по социалната стълбица и да задържат състоянието, което са натрупали. Но родителите по правило предпазват децата си от сблъсъка с истинските проблеми в живота и оттук възниква разминаване между фуердай и техните връстници, което не е само в парично изражение, но и от гледна точка на мироглед и етика. Фуердай имат достъп до охолен живот, който в голяма степен им е подарен, и това убива в тях желанието да страдат – да учат или да работят, за да се развиват.

В случая богатството на семейството не е дошло заедно със съответните култура и мироглед, които да позволят неговото надграждане. По-скоро има опасност то да бъде разпиляно. Неслучайно в Китай има поговорка: „Богатството не трае повече от три поколения“. Може да се окаже, че има само едно нещо, което е по-лошо от фуердай – децата им – фусандай, или „трето поколение богаташи“. В случая обаче поведението на всички е обяснимо. Родителите искат да спестят на децата си тежестта на живота и скромните доходи, които са характеризирали младостта им от епохата на реформите. Децата имат своите емоционални проблеми, чувстват се отчуждени от масите в страната и намират убежище и утеха в партита и луксозен живот.

Много често именно фуердай заминават да учат в чужбина, тъй като родителите им могат да им купят апартамент в Лондон или да им платят престижен университет в Щатите, в Канада. Докато живеят в чужбина, богаташите от второ поколение продължават да го дават нашироко – купуват си най-съвременна потребителска

Синът на един от най-богатите хора в Китай Вън Цзянлин - Вън Сяконг, често е сниман на партита с красиви придружителки. Той предизвика скандал, като публикува снимки на кучето си с два скъпи часовника Apple (на малката снимка)

електроника, карат скъпи коли и се забавляват.

През 2015 г. Вън Сяконг – синът на най-богатия китаец Вън Цзянлин, сподели онлайн снимки на своето куче, което носи два златни часовника Apple. Нищо чудно, че сънародниците му се оплакват как фуердай „парадират с вещи, които не са спечелили с труд“. Дори президентът Си Цзинпин смята, че трябва „младото поколение от собственици на частни фирми да бъде насочвано да мисли откъде идват парите му и да живее позитивен живот“.

Лайфстайлът на богаташките синове и дъщери обаче буди интерес и изкушава. Някои от най-популярните китайски сериали от последните години като „Благородна съпруга: любов без угризения“ и „Лед и огън на младостта“ разказват за съдбата на фуердай, чиито любовни приключения застрашават семейното богатство, пише The New Yorker. В тази категория е и реалити шоуто „Свръхбогатите азиатски момичета на Ванкувър“, което се излъчва на мандарин и английски и приковава вниманието на китайците по целия свят. Главните героини на реалитито пръскат пари без грижа, за да демонстрират могъществото си, но и печелят порицанието на околните.

През април Xinhua съобщи, че китайската Държавна администрация за пресата, публикациите, радиото, филмите и телевизията е забранила на децата на известните личности да се появяват в реалити шоута по телевизията. Така те няма да могат да излагат родителите си, но и няма да утвърждават фуердай културата като обществена норма.

Около една трета от китайското богатство принадлежи на 1% от населението, пише The New Yorker. Създават се големи диспропорции в доходите, но много от новобогаташите нямат все още нужната култура, за да запазят и развият състоянието си. Те се чувстват реализирани, харчейки без задръжки.

Именно тук се намесва китайската държава, която очевидно се опитва да обуздае децата на богатите. През 2015 г. повече от 70 наследници на милиардери от провинцията Фудзиен са принудени да посещават уроци, които да ги възпитават в патриотизъм и социална отговорност, пише Beijing Youth Daily.

Онези фуердай, които са учили в чужбина, по правило се връщат с опит и мислене, повлияни от Запада. Според Дан Томозей – румънски журналист, който живее в Пекин, семействата на тези младежи играят голяма роля за тяхното превъзпитаване в китайски обществен дух, след като отрочетата се завърнат в родината си.

Томозей е убеден, че Китай предлага собствен модел на държавността в XXI век. Той се характеризира с мисъл за общото благо и с контрол върху негативните тенденции, които идват отвън или възникват в нея.

Фуердай изглежда са едно от предизвикателствата пред китайския модел. Те внасят смут в обществото, което традиционно търси хармонията. Конкуренцията в днешен Китай е небивала, от децата масово се очаква да показват големи резултати, а богаташките наследници просто не вървят в крак с останалите. Но всяко общество си има заможни и разглезени младежи. Възходът или падението им в Китай е просто поредният признак, че страната е част от света и преживява неговите илюзии или страдания.

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

NAVIGATION MARITIME BULGARE

1892

www.navbul.com

НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР

BŬLGARIYA

BULGARIA

В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!

КОГАТО ДЕТАЙЛИТЕ **НОСЯТ ХАРМОНИЯ**

PIXELS Е МОДЕРНО ВИНО, СЪЗДАДЕНО ЗА ЦЕНИТЕЛИ

Това е едно вино с идея, което оставя дълга диря в съзнанието на всеки, който се докосне до него. Сомелиери от цял свят го награждават за вкус, качества и дори дизайн, което доказва, че в България се правят не само отлични вина, но и напълно конкурентни по визия и стил на водещите винени марки по света.

PIXELS е вино, което има концепция и тя личи в дизайна и във вкусовете, които предлага. Pixel (Picture element) е възможно най-малкият съществуващ елемент, с променливи цвят и яркост, който изгражда всяко цифрово изображение. Множеството пиксели са подредени в правоъгълна решетка с определена разделителна способност, която позволява на човешкото око да възприема изображението в една прецизна цялост. Всеки винен познавач може да разпознае зад техническите описания идеологията на тази марка. Богатата палитра се разгръща в четири серии - Sauvignon Blanc, Rose Grenache, Glera Brut Sparkling Wine и Cabernet Sauvignon. Създадени от истински винени експерти и технолози, тези вина се превръщат в едно цялостно изображение, в което детайлите носят хармония и истинска наслада.

Това вино е прецизно във всяко едно отношение и доказателство за това е най-високият приз в елитния международен конкурс Los Angeles International Wine Competition, връчен за модерния дизайн именно на PIXELS. Виното се завръща с общо четири медала за качество от Лос Анджелис, които нарежда до десетки други златни и сребърни отличия от наложените винени дегустации по света, като само за 2016 година то задминава по оценки стотици конкурентни марки в конкурсите Vinalies Internationales и Mundus Vini.

Носителят на злато е сорт Sauvignon Blanc 2015. Свежият му цвят със зеленикав оттенък се разлива нежно по стените на чашата. С всяка отпита глътка се усеща вкусът му, който има пленяваща атака, цитрусова свежест, сферична дължина и забележителна хармония с чист финал, дъх на окосена трева и коприва, нотки манго и маракуя. То е в тъмнозелена обла бутилка и се затваря с винтова капачка, едно от изкушенията на винопроизводителите в цял свят. Освен че съхраняват добре плодовия аромат, те запазват качеството на виното подобно на класическата коркова тапа, но без риск виното да е коркнато. А и са по-удобни на самите потребители, което не е за подценяване.

www.economymagazine.com

ЗА ПОВЕЧЕ **БЕБЕТА** В БЪЛГАРИЯ

„МАЙКИ ЗА ДОНОРСТВОТО" ПОМАГА НА СЕМЕЙСТВА С РЕПРОДУКТИВНИ ПРОБЛЕМИ

Фото **Петя Николова**

В България двойките с репродуктивни проблеми са над 250 000. Тези, които се нуждаят от донор, са над 50 000.

Фондация „Майки за донорството" е неправителствена организация, вписана в ЦРЮЛНЦ, в обществена полза. Фондацията е учредена с цел информиране на обществото и инициативи в подкрепа на донорството на репродуктивен материал. Участва в социално-обществени дискусии и информационни кампании по темите донорство, асистирана репродукция, раждане, майчинство, образование, демографски проблеми, детско и майчино здраве.

„Майки за донорството" защитава правата на донорите, съдейства и придружава при донорска процедура.

Фондацията оказва подкрепа на реципиенти и пациенти, включително емоционална и финансова, както и на двойки, които се възползват от донорски материал.

От 2014 г. подкрепа да бъдат донори и съдействие от фондацията са потърсили над 2550 жени и мъже.

От юни 2015 година „Майки за донорството" финансира двойки с репродуктивни проблеми, нуждаещи се от донор, чрез благотворителен базар във фейсбук страниците си „Донорството е живот" и „Майки за донорството". Базарът функционира чрез продажбата на дарени ръчно изработени материали или продукти на фирми производители и вносители.

Фондацията е единствената в България, която предоставя финансова подкрепа на двойки, нуждаещи се от донор. Задължително е те да излизат с лицата си при старта за набиране на средства и всеки дарител да знае на коя двойка конкретно дарява. Прозрачността и целевото набиране на средства за година и половина довеждат до успешно финансиране на 16 двойки с по 5000 лева всяка, чиито истории могат да се намерят в сайта www.maikizadonorstvo.com. За изминалото време организацията вече се радва на едно родено бебе и няколко бременности при финансираните двойки.

„Майки за донорството" си партнира с медии и организира дискусионни и дарителски кампании с тях.

За информационните си кампании фондацията се нуждае от финансиране, което тя не обвързва с финансирането на двойки с репродуктивни проблеми.

Ежегодно „Майки за донорството" връчва годишните си награди „Дарител за нов живот". Носители на наградата са: д-р Марияна Симеонова - директор Изпълнителна агенция по трансплантации, Йорданка Фандъкова – кмет на Столична община, журналисти, спортисти, обществени лица, медийни лица, координатори, рецепиенти и донори на репродуктивен материал.

ИНДИВИДУАЛЕН ПОДХОД

КЪМ ВАШИТЕ КОРПОРАТИВНИ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ НУЖДИ

AIS

Advance Insurance Solutions Broker JSC

СВЪРЖЕТЕ СЕ С НАС

+359 2 963 0551 **www.ais.bg**

ул. Николай Хайтов 3А, етаж 4, София 1113

В ЦАРСТВОТО НА ЕСТЕ

ЛУКСОЗЕН СПА ЦЕНТЪР И ПЪРВОКЛАСЕН ГУРМЕ РЕСТОРАНТ **СА ПЕРЛИТЕ НА КОМПЛЕКСА**

Este Home & Spa е затворен комплекс, който съчетава лукс, комфорт и качество. Той се намира в един от най-престижните квартали на София – „Изток“, и в него са разположени 7 жилищни блока, офис сграда, модерен СПА център, красива градина и изисканият ресторант „Есте“.

В края на месец октомври отвори врати един от най-луксозните СПА центрове в страната. В ESTE Fitness & SPA се намира единственият в България кръгъл хамам с 4 легла, сауна, парна баня, шоков басейн, единични и двойни масажни стаи, релакс зона, ВИП масажна стая, голям ВИП апартамент ONYX с индивидуален хамам и отделен достъп до него, малък ВИП апартамент Adventure за двама, козметичен кабинет, студио за йога и пилатес, фитнес център, зона за релакс, СПА магазин, фреш и протеинови барове.

Гостите на комплекса могат да се насладят на богата палитра от екзотични и авторски масажи, СПА терапии и ритуали, направени от висококвалифицирани терапевти, масажисти и инструктори, сред които

автентични носители на екзотичната култура на остров Бали. СПА центърът разполага и със закрит плувен басейн и 16-местно джакузи. ESTE Fitness & SPA предлага невероятно 5-звездно изживяване, което може да задоволи и най-претенциозния вкус.

Ресторант ECTE пренася своите посетители в една изтънчена обстановка в стил Луи XIV, в която те могат да се насладят на тематични менюта, празнични вечери, гост готвачи и разнообразни мероприятия. Шеф Димитър Дамянов може да очарова всеки чрез нестандартните комбинации от ястия с продукти от цял свят.

В новото меню на ресторанта присъстват интересни предястия като кралски краб тартар с домат, бекон, бурата, кедрови ядки и пяна от босилек; октопод с тапиока, печено и опушено авокадо, синап, краставица и хайвер от сьомга; мида Сен Жак, домашно опушена змиорка, ябълка, шампанско мус и хайвер от руска есетра и др.

Сред основните ястия с месо се отличават био пилешко филе, пълнено с пилешки дробчета, ризото от лимец, кедрови ядки, тиква и сос от фурми; телешко филе по американски Black Angus, мус от домашно опушен картоф с трюфел, козя брада, патладжан тепаната и сос червено вино; телешко млечно филе с коричка от моркови и пармезан, терина от картоф с бекон, броколи, диви гъби, и чипс от пащърнак; агнешки джолан с ароматен нахут, спанак и сирене рикота.

ECTE предлага и богат избор от риба – калкан филе, филе от див лаврак, морски език филе, омар на готвача и други.

Десертите в заведението определено не са за изпускане – шоколадова вариация за двама, суфле, „Есте“ тирамису с хрупкав шоколад и марсала гел. Всеки ден има торта на деня и разнообразни сладоледи и собрета.

Специално за предстоящите коледни празници ресторант ECTE ще изненада клиентите си с истински кулинарен празник. Заведението ще предлага готови пакети за вкъщи с традиционните български ястия, които присъстват на празничната трапеза, и невероятни десерти, приготвени с много въображение.

АКАДЕМИЯ ЗА ИЗИСКАНИ МЪЖЕ

автор: **Георги Георгиев**

Дрехите са първото нещо, което другите виждат у нас. Първото впечатление оставя трайна следа в съзнанието, а се формира само за седем секунди. Ето защо облеклото има значение. Изисканият мъжки костюм привлича вниманието и оставя трайно добра представа за онзи, който го носи. Колко важни са дрехите, ще ви каже всеки моден дизайнер. Колко съществен е елегантният мъжки костюм, ушит по поръчка, в това убеждава Алберто Веделаго. Над 30 години е отдаден на разпространението на италианския стил и елегантност – от Европа до САЩ и Австралия. ACCADEMYA е брандът, с който той отскоро присъства и в България. Работи с тесен кръг от клиенти, които се отнасят с особено внимание към външния си вид.

Началото

Всяко начало е важно, но при Алберто Веделаго то се оказва определящо за цялата му кариера нататък. Преди повече от три десетилетия започва да работи за Gruppo Forall, италианска компания с голям престиж, която притежава марката PAL ZILERI. В продължение на 20 години натрупва огромен опит в сферата на мъжката елегантност, където опознава тънкостите на всеки детайл – като се започне от производствения процес, мине се през културата и традицията при продуктите и материалите, маркетинговите похвати и се стигне до стратегиите за оборудване на магазините по цял свят. Благодарение на тази дългогодишна практика опознал спецификата на мъжката мода и, утвърдил се вече като професионалист, преди около 8 години създал свой бизнес.

Марката

„Това, което правя, е изписано в името на моята марка ACCADEMYA. Академията е културна институция, която дава знания по изящество и аз се опитвам да бъда посланик на италианската елегантност по света“, уверява дизайнерът. Той обръща внимание, че в бранда се съдържа и притежателното местоимение MY (англ. - мой), тъй като изработва мъжки костюми и аксесоари, който са изцяло персонализирани.

Традиция и иновации

Работата му е колкото традиционна, толкова и иновативна. Традиционността е в методите и в материалите, които са типични за италианското шивашко изкуство, прочуто по цял свят. Използват се най-висококачествени материали. Костюмите се шият в занаятчийска работилница, която е с безспорно добра репутация. Всичко, което Веделаго сътворява, се прави на ръка - всяка отделна дреха е различна и единствена, тя е произведение на изкуството. При изработването на едно сако се извършват над 180 работни манипулации, всяка от които е много специфична. Не всеки известен бранд може да си позволи толкова внимателна и прецизна грижа към всяко изделие, уверява стилистът. Но има нещо, с което неговата работа е иновативна и уникална. Алберто Веделаго въвежда всеки свой клиент в света

ИТАЛИАНСКИЯТ СТИЛИСТ АЛБЕРТО ВЕДЕЛАГО Е НОВАТОР В **ПЕРСОНАЛИЗИРАНЕТО НА КОСТЮМА**

Алберто Веделаго:

Прецизност в работата, елегантност в облеклото

✓ *Моите правила на работа са продиктувани от професионализма и уважението към клиента и неговите изисквания. Те са наложени и от принципите, които елегантността задава - избор винаги на най-добрите материали, прецизност и внимание към детайлите, невероятен усет за красивото.*

✓ *Моят основен съвет е винаги да се опитваме да бъдем елегантни, без да прекаляваме и без да изпадаме в странности. Само тогава, когато човек наистина осъзнава тази концепция, може да си позволи определена екстравагантност или оригиналност.*

✓ *Елегантността е изкуство. Моите познания и разбирания в тази сфера са представени в книгата „Giacca e cravatta - andata e ritorno“ (итал. – Пътуване в света на сакото и вратовръзката).*

на елегантността и му дава лични указания как да поддържа свой собствен стил. Така всеки прави своята поръчка с много по-голямо разбиране. Освен това италианският дизайнер измислил метод за изработване на костюм, който да е наистина персонализиран. Той не се ограничава само с физическите мерки на клиента, а взема предвид и неговата личност и индивидуален вкус. В непринуден разговор с клиента му задава въпроси, които са добре подбрани от психолози. Така успява да получи верни ориентири как да проектира дрехата: „Костюмът, който ще му направя, ще е уникален и ще отразява човека като индивидуална естетика, но също така ще го накара да се чувства в унисон със своята личност.“

Тайният език на облеклото

Заради дългогодишния си опит Алберто Веделаго плува в мъжката мода като в свои води и навсякъде по света се среща с определен кръг от хора, които разбират стойността и предимствата на това да се обличаш изискано. Той прави срещи и организира вечери, посветени на елегантността, по време на които разкрива тайния език на облеклото. Така винаги се появяват нови клиенти, изкушени лично да се убедят дали изисканост и удобство може да се съчетаят в едно. Те поръчват по един или по няколко костюма, които се правят специално за тях. В България също организира такива вечери и по този начин страната трайно присъства в графика на неговите ангажименти.

Майсторство

Удобството на всичко с марката ACCADEMYA се дължи до голяма степен на естествените материали, подбрани сред най-доброто, което съществува по света. Висококачествената вълна, коприна, памук позволяват на тялото да диша и да се чувства комфортно. При шиенето се използват различни техники от вътрешната страна на дрехата, които служат за подсилване на платовете. Като резултат се постига елегантност, съобразена с фигурата на клиента, каквато и да е тя. Не всички мъже са като модели от рекламите - тях е лесно да ги облечеш и да изглеждат елегантно. По-трудно е да се направи това с всеки друг човек, който няма тези дадености. Но марката ACCADEMYA задължава да се намери вярното решение всеки да изглежда перфектно в един „обикновен“ костюм.

Алберто Веделаго е успешен стилист, който работи с успешни хора. Според него успехът минава през осъзнаването на самите нас, през желанието да сме по-добри в нещо и в умението да го споделим с другите. Разбира се, за италианския стилист дори дрехата, изработена с персонално отношение, е елемент на престиж в пъзела на успешната личност.

ДЕТАЙЛИТЕ ИМАТ ЗНАЧЕНИЕ

LUX4U ЕДИН МОДЕРЕН ПОГЛЕД В ОБЗАВЕЖДАНЕТО

автор: **Божидара Иванова**

Използването на метал, кристал и стъкло са сред последните тенденции в лукс обзавеждането. Те присъстват във всяка една експозиция на марката Lux4u, която отвори своя шоурум до входа на зала EFE в хотел „Маринела“, София, на 28 октомври.

Брандът е създаден с идеята да покаже едно нестандартно виждане за интериора като цялостно изпълнение, разказва пред списание „Икономика” Кристина Радулова, една от създателките на Lux4u. Съвместно с Маринела Арабаджиева решават да покажат пред широката аудитория луксозни мебели, изработени от качествени, негорими и естествени материали.

Шоурумът на Lux4u в София е втори в България. Първият е

в Пловдив, а следващото лято се очаква да отвори един и по Българското Черноморие.

Основната експозиция е на холандската марка EICHHOLTZ. В шоурума може да се види експозиция на известни италиански брандове в лукс обзавеждането, сред които VG New Trend , MYYOUR, MM Lampadari, Evy Style, SICIS и др

Lux4u изпълнява и проекти по индивидуално задание - цялостно оборудване на хотели, ресторанти, частни домове и офиси. Предлага настилки, облицовки, обзавеждане,осветление, декорация и др.

Целта ни е не само да влезем в бюджета на определен проект, но и да предложим най-доброто като дизайн и качество на материалите, споделя Кристина Радулова.

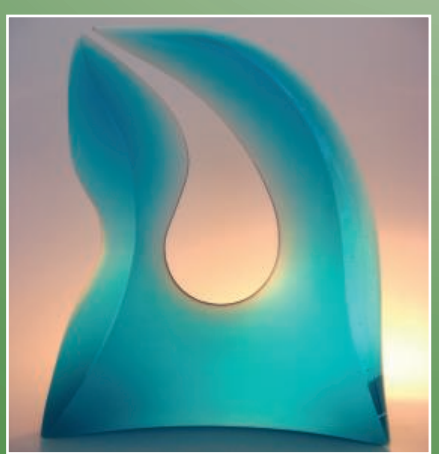
В експозицията могат да се видят полилеи с метални синджири, осветителни тела с кристал, красиви маси, огледала и всякакви интериорни модерни решения.

СТЪКЛЕНА ФЕЕРИЯ

Синеокото човече

В МОДЕРНИТЕ СГРАДИ ОТ СТЪКЛО И МЕТАЛ СТЪКЛЕНИТЕ СКУЛПТУРИ СА КАТО У ДОМА СИ, УВЕРЯВА БОБИ КОРУДЖИКОВ

Сълзата на слънцето



Докосване

Стъклото може да е главен герой в интериора, казва Боби Коруджиков

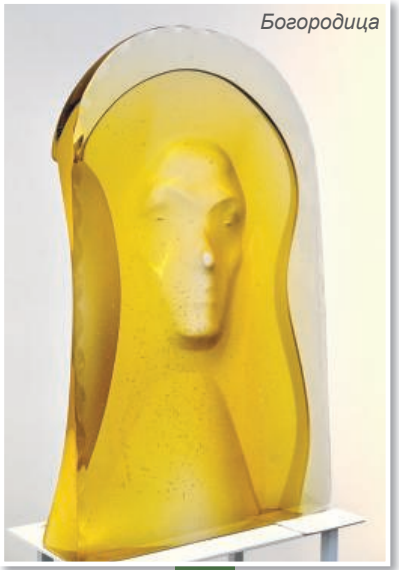
Фото: **Стоян Йотов**

автор: Татяна **Явашева**

Вази, огледала и огледални стени, бижута, пластики… Скулптури от стъкло – там сега е страстта на Боби Коруджиков. Той е минал през много творчески етапи и владее до съвършенство технологиите за работа със стъклото.

Път

Съдбата си знае работата и ако тя ти затваря едни врати, ще ти отвори други. Като ученик Боби Коруджиков два пъти кандидатствал в художествената гимназия в София. Не го приели и постъпил в Техникума за керамика и стъкло. После завършил Националната художествена академия, а сега е преподавател в катедра „Дизайн на порцелан и стъкло“: „На 16 години започнах да уча стъкло и чак след 1-2 години започнах да го усещам. Още тогава правехме много експерименти и постепенно играта прерасна в страст“.



Богородица

Инженерно виждане

Оказало се, че има и инженерни способности и повечето машини в ателиетата му са проектирани и направени от самия него. Само в едното ателие те са над 15 на брой - с прецизна центровка и инверторно управление. Предлагали са му да участва с тях на Пловдивския панаир или съвместно с мултинационални компании да разработи серийно производство. Отклонявал всяко такова предложение: „Призванието ми е да съм художник и направата на машините за мен е като хоби. Правя с удоволствие всяка машина, но само една. Оттам насетне вече не ми е интересно. Направата на една машина ми отнема около три месеца, следователно поне три години от живота ми са минали в изработване на машини“.

Изкуство и бизнес

Технологичното време за създаването на една пластика също е минимум три месеца. Шлифоването може да продължи няколко седмици. Облечен с гумени дрехи, ботуши и маска, Боби Коруджиков шлифова с нестационарна техника с водно охлаждане. Направата на стъклена скулптура изисква големи разходи. Разбира се, нужни са и твърде много умения, които се трупат с годините. За да продължава да работи, художникът трябва непрекъснато да влага нови и нови средства, без да има гарантирани продажби. Затова Боби Коруджиков с участието на съпругата и дъщеря си развил семеен бизнес, свързан с производството на бижута. В началото накитите били от стъкълца, но постепенно станали многопластови, от скъпо стъкло, в това число и от кристали, с перфектна изработка и добро окачване. Технологиите за направата им продължават да се усъвършенстват. Така дребният бизнес подпомага голямото изкуство. Дъщеря му Габи Коруджикова е била негова студентка в НХА, а сега тя е двигател на производството. Но в този бизнес никой не работи, всички се забавляват и резултатите са налице.

Във и зад кадър

„Богородица“ е пластиката, която това лято донесе на Боби Коруджиков престижна награда. Той стана победител в конкурса за произведения на изкуството „Уникати“, организиран в рамките на Международния панаир на занаятите и изкуствата „Булгарика“ във Варна. Невидимата част е многото труд и експерименти, докато създаде перфектната скулптура от лято и шлифовано стъкло. Това е твърде капризен материал, който иска специално отношение, прецизност, добри умения, техника и технологии на работа.

За ценители

Стъклените скулптури нямат гръб, те имат много лица. Най-ценното е прозрачността им, а най-красивото – играта със светлината. „Изкуството държи цена и си струва да се инвестира в него. Повечето офис сгради днес са от стъкло и метал и в тях стъклените пластики са като у дома си. Затова и ценителите на това изкуство стават все повече по света и у нас. Когато има пазар, се раждат все повече и все по-хубави творби“, уверява Боби Коруджиков. И наистина почитателите имаха възможност да се убедят в качествата на неговите скулптури по време на Фестивала на стъклото, който се проведе през октомври в София. Предстоят му нови самостоятелни изложби. Като майстор на стъклото той очаква все по-силен интерес и все повече ценители.

ФАМАГУСТА, ПРЕКЪРШЕНОТО КРИЛО НА КИПЪР

НЯКОГАШНАТА СРЕДИЗЕМНОМОРСКА ПЕРЛА, ПРЕВЪРНАТА ПРЕДИ ПОВЕЧЕ ОТ ЧЕТИРИ ДЕСЕТИЛЕТИЯ В „ГРАД-ПРИЗРАК“, ОЧАКВА НОВИЯ СИ ПОЛИТИЧЕСКИ И ИКОНОМИЧЕСКИ БЛЯСЪК

Този красив средиземноморски плаж с мек пясък и безкрайно чисто море е зад оградата и военния пункт. Тук турист не е стъпвал от 42 години

автор: **Бранислава Бобанац, Кипър**

Фамагуста е като птица със счупено крило – тя няма да може да лети, докато Вароша е под контрола на турската армия и е затворена за законните й собственици кипърски гърци, казва ми Сердар Атай, кипърски турчин, роден, израснал и живеещ във Фамагуста. Павлос Якову, кипърски грък, също родом от Фамагуста, започва всеки свой ден от другата страна на демаркационата „зелена“ линия, разделяща Кипър, с усещането, че той го доближава до края на пътя му като бежанец и завръщането му в любимия град.

Сердар и Павлос са сред най-известните в Кипър активисти на гражданското общество, които заедно с много свои съмишленици се борят за възраждането на Фамагуста отново като общ град на кипърските гърци и кипърските турци, като символ на обединения Кипър. Защото вече 42 години тя е

болка, рана, мечта и надежда

Амохостос, както е гръцкото име на Фамагуста, и както и днес го наричат кипърските гърци, означава „скрит в пясъците“. От 42 години някогашната перла на Средиземно море е наистина скрита за света - в пясъците на войната, разделението, омразата и разрухата.

След най-черното лято в историята на страната през 1974 г. – след преврата срещу правителството на архиепископ Макариос, инспириран от хунтата в Гърция, и последвалата инвазия на турската армия, Фамагуста остава в окупираните от Турция територии, отвъд 180-километровата демаркационна линия, която и днес разделя етнически острова и е под контрола на „сините каски“ на ООН. Вароша, населяваното от кипърски гърци модерно предградие, става „град-призрак“ - тягостна, печална и стряскаща с безумието си гледка.

Плетеница от бодлива тел, ръждясали стари ламарини, дървени дъски и платнища притискат и днес 6-те квадратни километра площ на Вароша от всички страни. На места самата ограда е започнала да се разпада под напора на

времето и природата. Струпани метални листове и плоскости, над които се извисява военна вишка, са се врязали болезнено в невероятно блестящия пясък и прерязват плажа чак до обливащите го кристално спокойни води на Средиземно море.

През 2-3 метра по оградата и на много места по улиците, по които обикаляме покрай Вароша, са поставени огромни знаци, които предупреждават, че това е военна зона под контрола на турската армия. Достъпът на цивилни, независимо от националността, и фотографирането са забранени. Патрулиращи въоръжени войници и военни постове следят за спазването на военния ред около Вароша. Зад оградата стърчат разпадащите се вече бетонни скелети на луксозни през 70-те години на миналия век хотели. Изоставените без стопани къщи едвам удържат откачилите се от пантите им врати и щори, а дворовете са превзети от кактусови храсти и буйна растителност.

Времето тук е спряло на 16 август 1974 г., когато във втората фаза на военната операция на Турция под кодовото название „Атила 2“ Фамагуста е завзета от турската армия. В трите дни на офанзивата над 40-те хиляди кипърски гърци, живеещи във Вароша, я напускат и стават бежанци в собствената си страна. Тръгват само с дрехите на гърба си и с една чанта багаж, защото очакват, че ще се върнат по домовете си скоро, само след дни.

„Дните станаха седмици, седмиците - месеци, месеците - година, годината – десетилетие...“, отброява вече петото десетилетие Алексис Галанос, кметът /в изгнание/ на Фамагуста. „Младостта ми остана там – бях на 34 години по време на турското нашествие, имах дом, семейство, бизнес. Вярвам, че ще бъда там и в деня, когато Фамагуста отново се отвори“, зарича се 76-годишният ветеран-политик, с 42-годишна политическа кариера. Сред нея са и 25 години като депутат, пет от които е и председател на парламента, а от 10 години е кмет на града, избиран от съгражданите си бежанци.

Градът и хората заложници

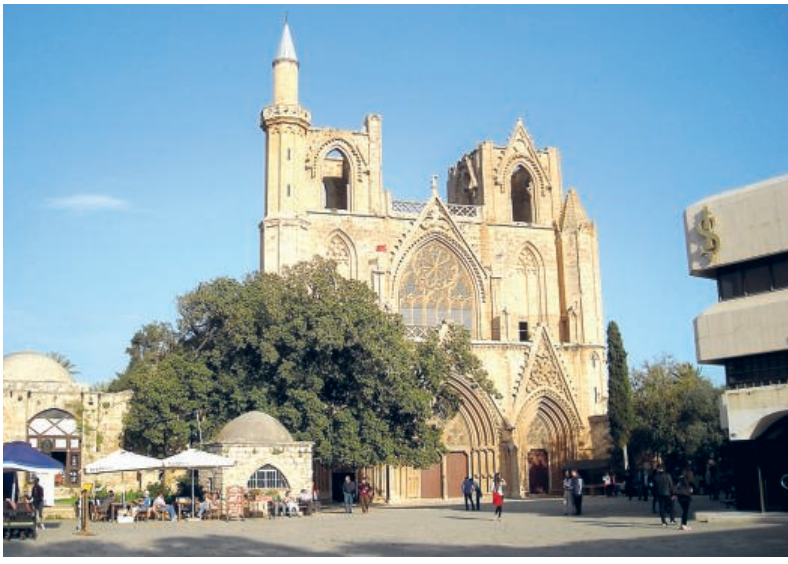
Завземането на Фамагуста от турската армия, въпреки че това не е влизало в първоначалните военни планове, успешно превръща града в „заложник“ и „разменна монета“ в започваните и прекратявани в следващите години преговори по Кипърския въпрос. В нарушение на международни споразумения и две резолюции на Съвета за сигурност на ООН от 1984 и 1992 г., армията на Турция все още е там.

Демилитаризацията на Фамагуста и предаването на Вароша на законните й собственици е една от ключовите „червени линии“ на кипърските гърци. „Поради специалния си статут Фамагуста винаги е била наш приоритет и ние настояваме за връщането на града и на мъртвата му зона на законните жители още от първия ден на решаването на Кипърския въпрос“, потвърди отново през октомври, в хода на най-интензивния кръг от мирните преговори, президентът на Кипър Никос Анастасиадис.

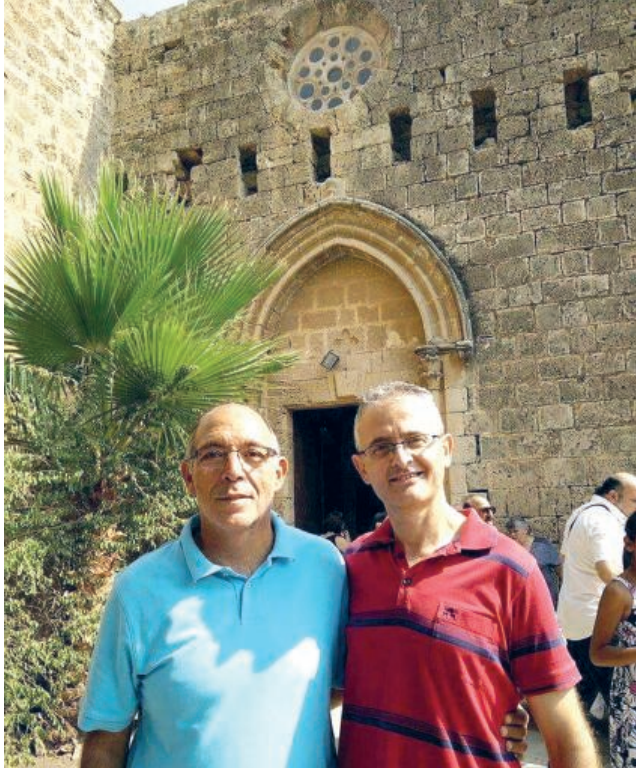
От години неправителствени организации и инициативни групи от двете кипърски общности – на кипърските турци и кипърските гърци, ентусиасти като Сердар Атай и Павлос Якову работят заедно за този „ден първи“.

Преди разделянето на Кипър през 1974 г. Фамагуста е процъфтяващ икономически център на страната. Вароша е най-престижният туристически курорт, с 12 000 хотелски стаи, генериращ близо 70% от туризма на острова. „Кипърската Ривиера“, както са я наричали, е привличала гости от Европа и Близкия изток, знаменитости като Ричард Бъртън, Бриджит Бардо, Елизабет Тейлър. Местното пристанище е било с най-голям обем дейност на острова, като през него са преминавали 75% от търговския оборот на страната. Сега то също е военна зона на турската армия. Единствените допускани в него кораби са от и за Турция заради непризнаването от международната общност на самообявилата се Севернокипърска турска република (освен от Анкара) и наложеното международно търговско ембарго върху нея.

Вече 20 години - от 1996 г., въпреки заплахите на турски крайни националисти срещу него и семейството му, Сердар е ангажиран непрекъснато с различни организации на гражданското общество, повечето от които самият той сформира. В момента името му е най-известно като лидер на изключително активната „Двуобщностна инициатива за Фамагуста“ (Bicommunal Famagusta Initiative). Тя обяви учредяването си преди 3 години, през ноември 2013 г.,



Емблемата на Фамагуста – катедралата „Св. Никола“, където са коронясвани кралете на Кипър и Ерусалим, от 1571 г. и до днес действа като джамия „Лала Мустафа паша“, наречена на името на османския военачалник, превзел града



Павлос Якову (вляво) и Сердар Атай пред църквата "Св. Георги Ексоринос" в старата част на града

Кметът на Фамагуста (в изгнание) Алексис Галанос - 42 години политическа дейност с надежда за любимия град

продължавайки с удвоени сили създадената по-рано само от кипърски турци „Инициатива за Фамагуста". Програмата на организацията, която обединява кипърски гърци и кипърски турци, иска връщане на Вароша на законните й жители, отваряне на пристанището на Фамагуста за търговия, обявяване на средновековния град, ограден от венецианските стени от XV век за част от световното културно наследство под егидата на ЮНЕСКО, демилитаризиране на целия регион на града.

Посланията й напълно съвпадат с мечтите и целите на групата „Фамагуста нашият град" („Амохостос и поли мас"), инициирана от Павлос Якову. „Ние можем да живеем и да работим заедно за възстановяването на града ни, имаме обща визия и воля за това", твърдят Сердар и Павлос.

След две години работа заедно с местни инженери и предприемачи „Двуобщностна инициатива за Фамагуста" представи проекта си за икономическо, инфраструктурно и социално възстановяване на града, наречен „Възраждане на Фамагуста". Бъдещото ново лице на обединения град се изгражда и в проекта „Фамагуста еко град" („Famagusta Eco City Project"), дело на специалисти от различни сфери. Осъществяването на плановете, дори и само в първоначалните им стъпки, опира обаче до липсата на политическа воля. До момента Турция и кипърската турска администрация отказват кипърски гръцки експерти да влязат във Вароша и Фамагуста в рамките на международен екип за извършване на предпроектни проучвания и разработване на план за реконструкцията й.

Единственият проект, който в момента съживява града, е за възстановяване на културното наследство, който се изпълнява съвместно от двете кипърски общности с подкрепата на Програмата за развитие на ООН и финансиране от ЕС. През юли м.г. бяха завършени консервационните работи по прочутата Кула на Отело в крепостта на Фамагуста, на обща стойност над 1 млн. евро. Работата по три нови проекта по стабилизиране на Венецианските стени и бастионите ще започне скоро.

Огромни табели сочат, че зоната е забранена

Пристанището също е военна зона

НОВИ КНИГИ ОТ **СИЕЛА**

„Последната територия"

Автор
Момчил Николов

Цена -
18,90 лв.

Един мъж се събужда в Барселона, без да има идея как е попаднал там. Нищо не му е познато, дори собственото му лице. Кой е този човек? Как е попаднал там, каква е жената, татуирана наскоро на ръката му, и защо поразително прилича на статуята на богиня от един барселонски площад? Много въпроси се трупат, но бързо започват да се намират отговори, след като мъжът среща мистериозната Елена и бавно започва да си спомня какви ги е вършил предната нощ…

„На западния фронт нищо ново", „Обратният път"

Автор
Ерих Мария Ремарк

Цена -
18 лв.

Две класики на Ерих Мария Ремарк отново излизат на българския пазар в общо издание и този път с твърди корици. Посветени на ужасите на Първата световна война, те отразяват човеколюбието на писателя и не спестяват на читателя нищо от тежкия живот в окопите. Това са книги за едно изгубено поколение, чийто живот е унищожен от войната. Всичко човешко им е отнето, а това, което все пак успяват да си върнат, е жестоко изкривено и обезобразено.

„Интернет безопасност"

Автор
Александър Ненов

Цена -
11,90 лв.

Всичко, което трябва да знаете, за да защитите себе си и своето дете в интернет! Време е да си дадем сметка, че в интернет човек е в опасност, също както в някой квартал с лоша слава през нощта. Александър Ненов, някогашен хакер и настоящ интернет предприемач, знае по-добре от всеки какво е нужно да правите (или да не правите), за да защитите не само себе си, но и децата си. А те са най-уязвими за безбройните опасности, които дебнат в онлайн пространството.

„Андрей Луканов. Без предразсъдъци"

Автор
Кънчо Стойчев

Цена -
16 лв.

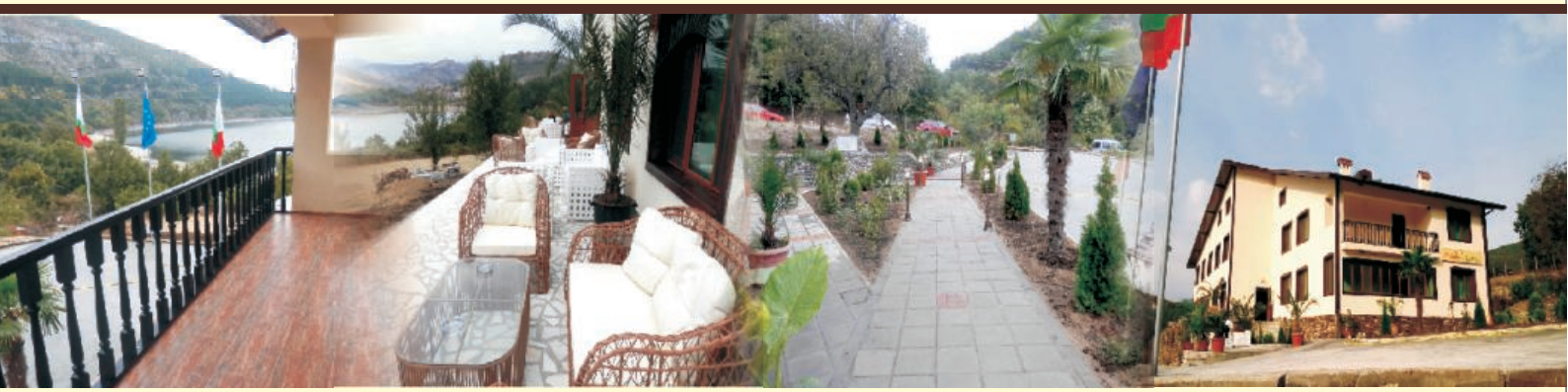
Защо преходът у нас беше мирен, а не започна кърваво като в съседна Румъния? Как беше запазен етническият мир? Как започнаха реформите в България и какви са били плановете на Андрей Луканов за страната ни след свалянето на Жан Виденов? Две десетилетия след покушението срещу бившия министър-председател на България на 2 октомври 1996 г. девет изказвания на негови съперници и приятели биват публикувани за първи път. Техни автори са Петър Дертлиев, Любомир Собаджиев, Любен Беров, Димитър Баталов, Иван Черноземски, Дончо Дончев, Иван Анастасов, секретарката на Луканов Светла Масларова, както и София Луканова.

Borovitsa
HOTEL

"Можахте ли да откриете РАЯ?"

на брега на язовир Кърджали

тел: 0878830441; 0878830442; 0878830439



RENAULT
Passion for life

Новото
Renault **MEGANE Sedan**

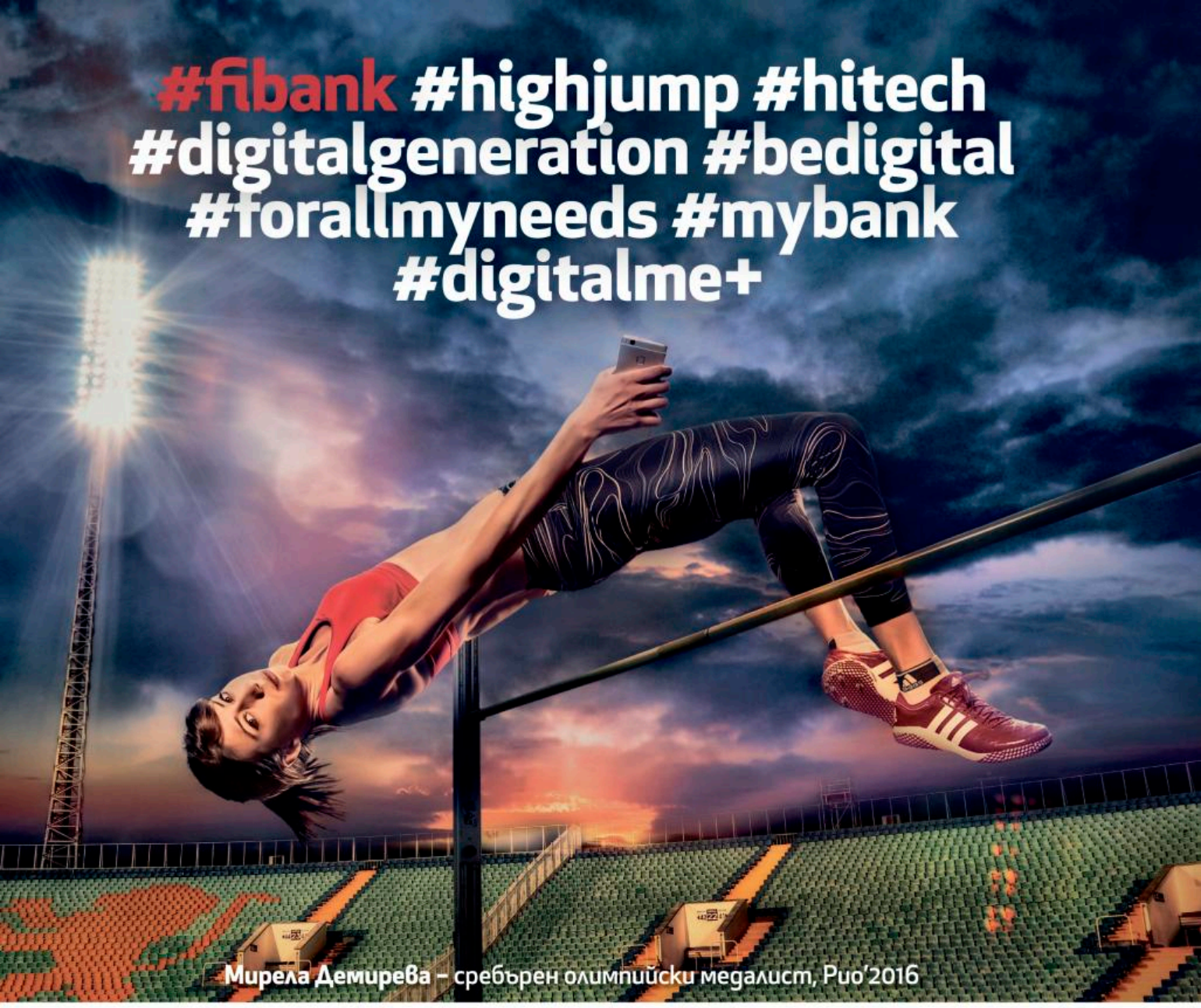
Успехът е начин на мислене

Запиши се за тестдрайв на **renault.bg**

Среден разход на гориво: от 3,7 до 6,3 л/100 км. Емисии на CO_2 при смесен цикъл: от 95 до 142 г/км. Снимката е илюстративна.

Renault препоръчва elf

renault.bg



Ако технологиите са част от начина ти на живот,
младежките пакети **Digital Me** и **Digital Me+** са точно за теб!

Пакетите включват:

- Дигитална дебитна карта – без такса издаване
- Мобилно приложение Fibank – без такса регистрация
- Електронно банкиране e-fibank или My Fibank – без такса регистрация
- Разплащателна сметка и дебитна карта по избор – без такси

Fibank Моята банка

горд спонсор на BG Team

www.fibank.bg

*bank (*2265)

Пълните условия за продукта и цената на пакетите можете да откриете на www.fibank.bg и на *bank(*2265)