

ИКОНОМИКА



Mr. & Mrs.
ИКОНОМИКА
2024

Светлин
Стоянов

Камелия
Славейкова



Reshaping expectations of care

We develop treatments that provide new options for patients and their families. Patients inspire us to pioneer therapies in new scientific spaces that deliver meaningful advances for the people who need them the most.

We are a global pharmaceutical company, working at the forefront of healthcare change to turn innovative science into value for patients.

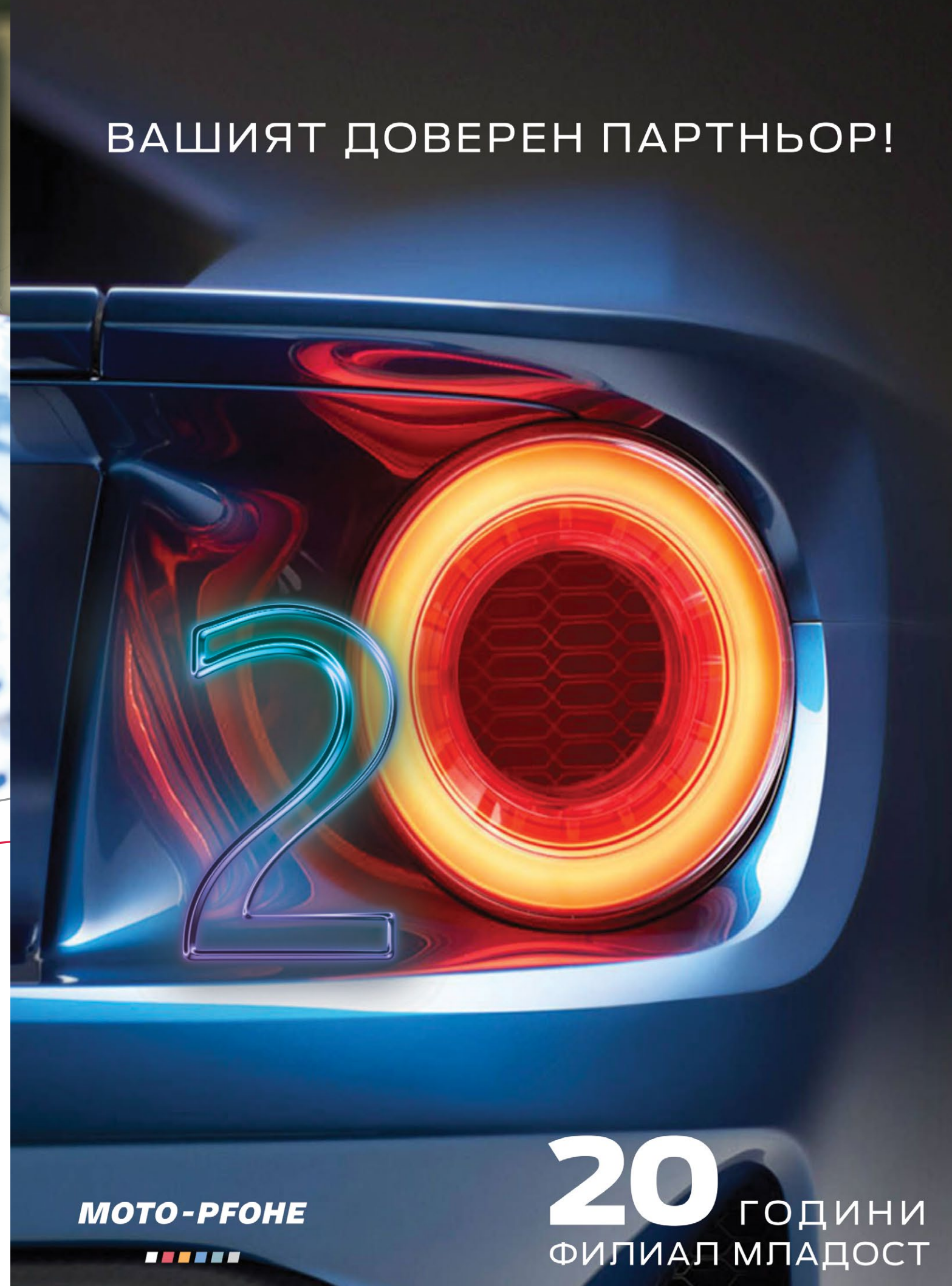
Discover more at [astellas.com](https://www.astellas.com)

Astellas Pharma EOOD, 59, G. M. Dimitrov Blvd,
NV Tower Office Building, fl. 7, 1700 Sofia, Bulgaria,
Tel: +359 2 862 53 72, Fax: +359 2 862 53 77



Date of preparation: June 2024
MAT-BG-NON-2024-00021

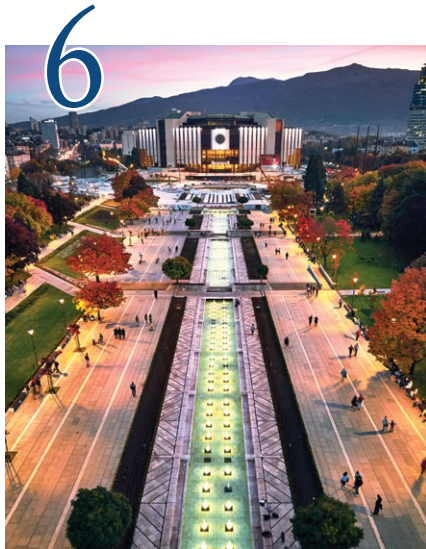
ВАШИЯТ ДОВЕРЕН ПАРТНЬОР!



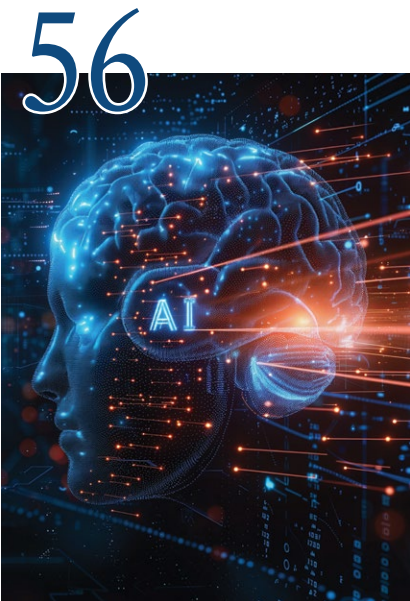
МОТО-РФОНЕ



20 ГОДИНИ
ФИЛИАЛ МЛАДОСТ



- 6.....България - магнетизмът на привличането
- 14.....Триумф на лидерите: Награди за бизнес превъзходство
Leaders Triumph: Awards for Business Excellence
- 30.....Тръмп - новото CEO на Америка
- 32.....Икономическото чудо на Южна Корея
- 34.....Адвокат г-р Цветелина Димитрова: Доверието крепи устойчивите връзки
- 36.....Меглена Михова: Помагаме на бизнеса да бъде чул в Брюксел
Meglana Mihova: We help businesses become visible in Brussels



- 40.....Златните резерви на пазара на труда
- 44.....Професия фондонабирател
- 48.....Как технологиите станаха новият господар на света
- 52.....Автоматизация и роботи: Индустрия на настоящето
- 56.....Игва ли и зкуственият суперинтелект
- 60.....Летящите коли излизат скоро



- 62.....Range Rover Sport sv Edition Two - 635 к.с. спортен лукс и нови, модерни дизайнерски решения
- 63.....Новият Discovery Sport - ексклузивни условия за ограничено количество
- 64.....Новите супергерои на софтуерната разработка
- 67.....Разцветът на дигиталните портфейли
- 70.....Vivasom - 15 години инвестиции в иновации
- 74.....Astellas и фармацевтичното лидерство
Astellas and Pharmaceutical Leadership



- 80.....Astellas в постоянна агантация към промяната
Astellas constantly adapts to change
- 84.....Стремителното разрастване на INSA OIL
- 86.....КОМСЕД - за децата, които променят света
- 90.....Кастамону - българският модел
- 92.....Пестеливото използване на ресурси
- 94.....Да развиваш устойчив и печеливш бизнес
- 96.....Ядливата козметика на Люгмила
- 98.....Cokitchen и кулинарното изкуство
- 100.....Да палиш предприемаческата искра
- 102.....Efbet - заредени с емоцията на победител
- 106.....Кривото огледало на училището
- 108.....Harrods - блясъкът на лукса
- 112.....NV Residences - лукс, качество и модерна архитектура
- 114.....Нови книги от Сиела
- 116.....Изкуството, което ни държи живи
- 118.....Тайните на Епископската базилика в Пловдив



Невена Мирчева,
главен редактор

ДА УЛОВИШ
ЗЛАТНАТА РИБКА

Златната рибка в много култури е синоним на успех и просперитет. Неслучайно символ на конкурса „Мистър и Мисис Икономика“ от 34 години вече е статуетката на рибаря, който държи в ръка този ценен улов. Също така не е случайно, че тази година златната рибка на списание „Икономика“ и най-голямата работодателска организация – КРИБ, отиде при този, който най-добре познава морето – капитан и строител на кораби - Светлин Стоянов, изпълнителен директор на „МТГ Делфин“.

Наградата „Мисис Икономика“ получи Камелия Славеикова, председател на Съвета на директорите на Shell България, посветила цялата си кариера на българския енергиен сектор, а в последните години – и на зеления енергиен преход. Нейното желание към златната рибка е да живеем в свят с по-чиста енергия, с по-чисти въздух и вода.

Като един малък свят е и корабът - сам произвежда енергия и вода, обработва отпадъците си, на него живеят хора, превозват се пътници и товари, служи за отбрана. Изграждането и управлението на кораб като принципи не се различава много от управлението на бизнес или държава. Затова „Мистър Икономика“ е убеден, че със стратегическо мислене и действие на държавно ниво и промяна на нагласата на хората, в България ще сме без конкуренция в развитието.

Ние му вярваме - ненапразно древната мъдрост гласи, че на когото се подчинява корабът, нему се подчинява и морето.

Приятно „плаване“ из нашите страници!

Приятно четене!

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11 Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699

Издател „Медия Икономика България“ ЕООД; Управител: Невена Мирчева

Главен редактор: Невена Мирчева; Счетоводство: София Стрелкова - Гечева

Редактор: Татяна Явашева; Автори: Мария Иванова, Мая Цанева

Дизайн: Бранд Медия България ЕООД; Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Борислав Данчов

Печат: Дедракс АД; Разпространение: „Медия Икономика България“ ЕООД

БЪЛГАРИЯ

магнетизмът на привличането

ВСЕ ПОВЕЧЕ БЪЛГАРИ, ЖИВЕЛИ В ЧУЖБИНА, ИЗБИРАТ
ДА ПРОДЪЛЖАТ ЖИВОТА СИ ТУК

✍ Татяна Явашева

Нямаш човек? Вече имаш! Да имаш връзки не е лошо, ако знаеш как умело да ги ползваш - свържи се с най-успешните българи, които искат да ти помагат... Това е част от посланията на „Тук-там“, глобалната мрежа за успех на хората на България. Има и други организации, които работят за каузата на свързаност на българите по света и на онези, които се завръщат. Но има и такива индивидуални играчи, които отиват да учат, да работят,

да натрупат знания и опит и които в един момент просто си купуват еднопосочен билет. Намират ново поприще за реализация в България. Някои стават част от глобални компании, други дават глобална перспектива на местни бизнеси, трети търсят и намират своето място. Има хора, които може да са и тук и там, и там и тук. Светът е голям и възможности има всякакви.

България се обновява и развива магнетизъм, който започва да привлича обратно много наши сънарод-

ници. Всеки има своите причини за едно или друго решение и всеки има своя път напред - назад - напред. Мнозина, живели години наред в чужбина, когато погледнат България отново, я виждат променена и променяща се. Осъзнават, че всички заедно можем да градим тук и своето, и общото по-добро бъдеще.

Представяме петима българи, учили и работили в чужбина. Общото между тях е, че всички те са видели нова житейска и кариерна перспектива и отново са избрали да дават своя принос тук:



Късче, пренесено от най-добрата Германия

МАРТИН ПАВЛОВ И КРИСТИЯН ДИМОВ ОТ QINLOX РАБОТЯТ И ЗА ПОЗИТИВНИЯ ИМИДЖ НА БЪЛГАРИЯ

Компаниите са място, в което хора се срещат и обединяват усилията си, за да създадат продукти или услуги или да вървят заедно напред в изпълнението на конкретни бизнес цели. Пътищата на Мартин Павлов и на Кристиан Димов се пресичат в Qinxlo. Ще представят историята и гледната точка на всеки от тях:

МАРТИН ПАВЛОВ е на 24, завършил ТУЕС в София, поради интерес към компютри и софтуер. След това се насочил към образование в Нидерландия, воден от възможността да натрупа и практически опит. По време на обучението били ангажирани с проекти за разработване на различни приложения – например медальон с QR код за хора с епилепсия. Успоредно със следването работил като зам.-шеф на автоматизиран склад на голяма логистична компания. Запален е по логистиката по семейна линия, тъй като неговата майка е бивш митнически директор на FedEx. После Мартин работил и в компания, която участва в роботизирано производство на микрочипове. След като става бакалавър, избира да се върне в България – заради климата, относително

по-добрия доход и редица други удобства

които ще има тук. Като катерач предпочита нашите планини за това свое хоби. След 6 месеца почивка започва да търси работа. Попада на Qinxlo, която плаща европейски заплати в България, но и екипът е от висококвалифицирани и позитивни хора. Като по-малка компания, в нея липсват тежките корпоративни процеси.

В България го връща и усещането за развитие и про-

грес на страната. С нидерландски готвач започват износ на вино от изба „Старосел“. По време на откриването на новия му ресторант в Нидерландия правят проучване на нагласите към България и резултатът е, че представите им са за бедна и корумпирана страна, в която много хора крадат. Това още повече го мотивира да работи за подобряване имиджа на страната. Бързо свиква и с политическата

криза тук, тъй като и Нидерландия е в подобна ситуация. Днес казва, че „България е

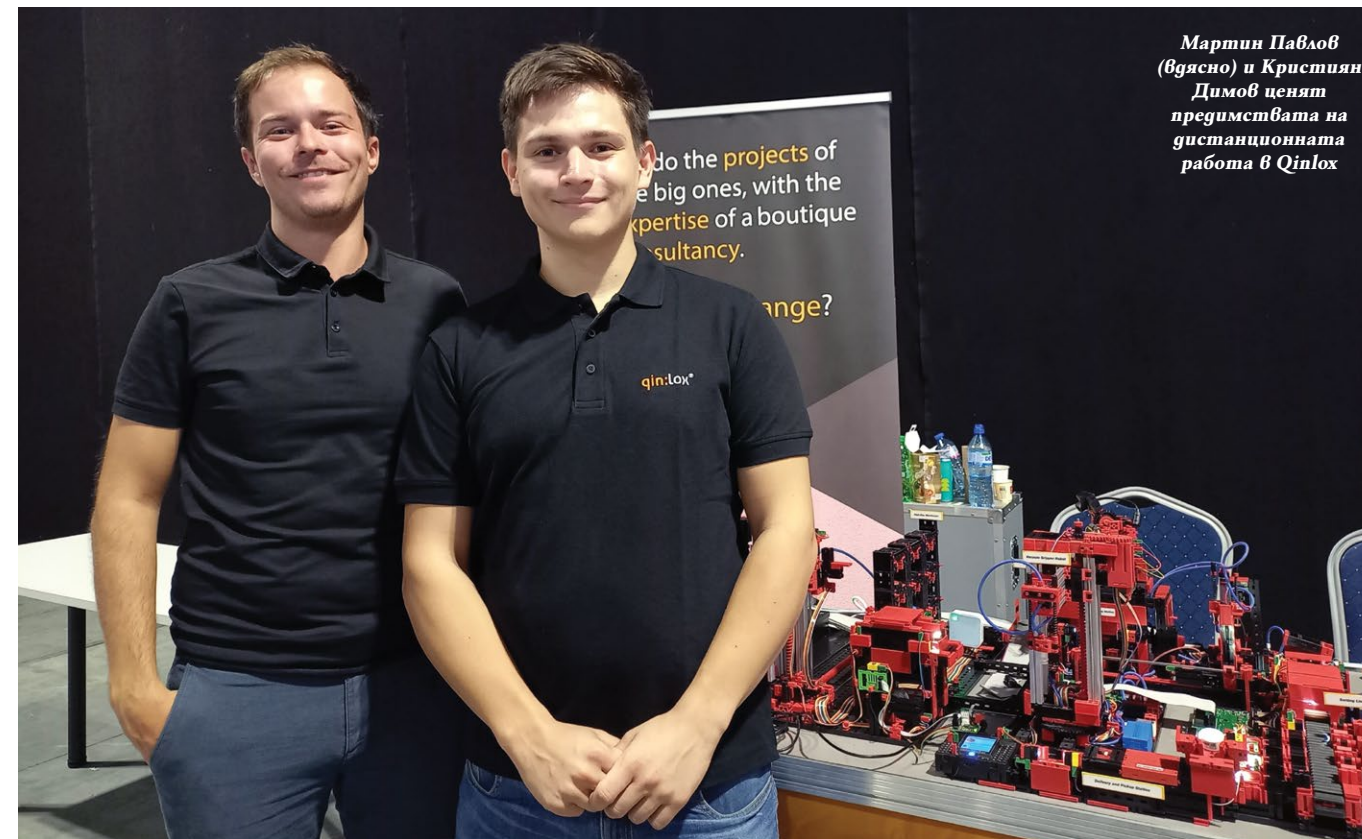
чудесно място за живеене

и работа, което има и своите достоинства, и своите минуси. И ако имаш добре платена работа, то наистина си заслужава да си тук“.

Плюсът на местния Qinxlo офис е, че в екипа са предимно българи, които са имали възможност да черпят опит от чуждестранни университети и компании. Това помага за по-добрата организация на българския клон, тук е IT центърът на компанията майка, която не е голяма, но екипът ѝ е международен. Друг плюс е, че съставът не е голям, всички се познават и са готови да си помагат. Има гъвкавост за работното време и добър баланс между служебните ангажменти и личния живот. Има възможност професионалисти от цялата страна да работят от дистанция и да са в международен бизнес с отлично заплащане. Това позволява те да остават по родните си места. Привлечен от по-екологичния начин на живот, Мартин също замисля изтегляне към село, което е недалеч от София. „Имаме

неповторима природа

и нека си дадем сметка и за това. Оформят се IT селища, населени с амбициозни млади хора, които искат да живеят извън мегаполисите“. В тази компания няма тежка йерархия, управленската структура е „плоска“ и всеки е чул, комуникацията е лека. Освен управителя, всички са равни. Свободата също се цени високо от служителите. Подходът в Германия е същият и по думите на Мартин на българска земя е пре-



Мартин Павлов (вдясно) и Кристиан Димов ценят предимствата на дистанционната работа в Qinxlo

несено „късче в България от най-добрата Германия“. И още: „Най-важното за всяка компания е да има хора, вдъхновени от работата. Когато им дадеш и свободата да правят най-доброто според тях, то успехът е гарантиран. Всеки добър професионалист цени свободата на вземане на решения“.

Мартин избира България и защото тук има много млади и образовани хора, които са заети да правят яки неща. В страната се произвеждат

стоки и изделия на световно ниво

но проблемът на България е имиджът. Като цяло за хората с образование и визия за живот и кариера тук става все по-добро място за реализация.

КРИСТИЯН ДИМОВ е също от София. Завършил немската гимназия, след което учил компютърни системи и технологии в Техническия университет в София. На разменни начала е изкарал един семестър в Германия по програма на Германското културно министерство. Още в трети курс потърсил работа по специалността и започнал в компания, която наема IT специалисти с немски език. След пет години имал нужда от промяна и така попаднал в Qinxlo. Управителят на българския клон също е завършил съ-

щата немска гимназия, а по традиция нейните възпитаници много се подкрепят. Вече близо четири години е в Qinxlo. Задържа го фактът, че екипът не е голям и човекът в нея не се „губи в корпорацията“. Възнаграждението е конкурентно, фирмата се разраства и за хора, които са от повече време, има възможност да изграт по-ключова роля.

С квалификация, която му позволява да работи от всяка точка на света, Кристиан предпочита България. В предишната компания живеял на територията на три страни в Западна Европа с цел да усети ритъма в Шотландия, Германия и Швейцария. „Приятелите и близките ми хора са в България и разбрах, че тук си е най-хубаво за нас. България вече е

съпоставима с другите страни от ЕС

и си струва да оставаме тук и да помагаме страната ни да се развива. Все пак тя е спомогнала да станем това, което сме. Всички ние, които сме имали възможност да живеем в чужбина, е добре да вземем от там добри модели и практики и да ги пренесем тук. Хората правят държавата. Много от съучениците ми заминаха в чужбина, но немалка част от тях вече се завръ-

щат“.

Как България да стане по-добро място: „Нека всеки да дава положителен личен пример – от спазването на закона до активното отношение към политическата обстановка. Нека да се откриват повече работни места от предприемачи със знания, умения, визия и контакти. Бизнес климатът може да се подобри чрез стартиращи инициативи, опити за привличане на инвестиции, но големите решения опират до управляващите и до политическата класа.

Движим се във върна посока

но е нужна подкрепа от страна на държавата. Изсветляването на доходите и на финансовите потоци и контролът върху разходването на публичните средства ще допринесат за подобряване на средата за живеене. Корупцията повече не бива да се толерира“.

Кристиан вярва, че „всичко зависи от мен, всичко зависи от човека“. С постъпките и действията си заслужаваме своя късмет. За да живеем добре, трябва всички да правим добро. Когато всички правим само добро, в обществото и сред нас ще се върти само добро.

Страна на неограничените възможности

МАГИ СТАНЧЕВА И АДВ. ГЕРГАНА ГЕОРГИЕВА ИМАТ СВОЙ ЖИТЕЙСКИ ПЪТ, НО ЧРЕЗ VEDA ТЕ ПОЛУЧАВАТ НОВА ПРОФЕСИОНАЛНА ПЕРСПЕКТИВА

VEDA е иновативна и гъвкава компания в сферата на счетоводните услуги. Тя е и разрастване се бизнес, който стого включва нови дейности, нови пазари, а и нови съдружници, както и нови хора в екипите. Представете две дами, ангажирани с каузата на тази успешна „счетоводна котуна“, както я определя основателят Данаил Коев.



Маги Станчева



Гергана Георгиева

Труд, усилия, безсънни нощи, много мечти и вяра, че ще ги осъществя, и после нови цели, съпътствани от още повече мечти – това е сила, която движи **МАГИ СТАНЧЕВА** напред. Тя е съосновател на VEDA Accounting UK: „Прекарвам времето си там, където съм щастлива. За колко време ще остана някъде, има много „зависи“. Родена е в Долни чифлик. На 14 години отива да учи във Варненската търговска гимназия и минава през много изпитания на порастването далеч от родителите. Там получава

добри основи

по икономика и счетоводство. Продължава образованието си в УНСС с бизнес икономика, тъй като заръката на нейната майка е в никакъв случай да не започва счетоводство. Маги я послушала, но Съдбата имала друг план и години по-късно тя започва да се занимава със счетоводство. Именно онова, което не е харесвало на нейната майка, като кратките срокове и постоянните промени, точно то на нея ѝ допада – винаги има нови казуси, законите и правилата се променят. След университета Маги взема решение да замине за Великобритания с пари, спестени от работа по време на следването. Пътува с автобус три дни. Шест месеца търси работа и урежда документи. Парите свършват, надеждата – също. Маги споделя за пробала си на петимата души, които познава в Лондон, открива

подкрепа и работа като сервитьорка. Един ден човекът, който ѝ подава ръка тогава, ще стане и първият клиент на нейната счетоводна кантора. Продължава да търси работа и става стажант на позиция финансов анализатор в стартър от развлекателната индустрия. Но

финансирането се изчерпва

и основателят на този бизнес моли Маги да поеме счетоводството. Тогава тя записва да учи в АССА, за да опознае спецификите на счетоводството в Англия. В стартърна няколко месеца е без заплаща, но в замяна получава дялове от компанията. За да има доход, вечер работи като сервитьорка, а през другото време учи. Остава в този стартър, водена от мечтата всички заедно да осъществят разработването на иновативна платформа за продажбата на билети. Когато постигат напредък, компанията бива продадена на корпорация. При подписването на сделката Маги се разплаква заради усещането, че „дават гетето си за осиновяване“. Тя знае, че компанията повече няма да е същата. Започват етапи на съкращения и Маги напуска. Става счетоводител в строителна компания, после се насочва към пенсионния фонд на голяма банка, за да почувства корпоративния свят. След време се организира вътрешно събитие с екипи, които се надпреварват да създават

нови продукти. Техният екип

печели състезанието

с идеята за подпомагане на млади хора да си купят имот във Великобритания. Следва участие в акселератор в Оксфордския университет. После идват големите трудности по осигуряване на финансиране от банката. Бавните темпове на развитие на новата идея в корпоративната среда я мотивират да направи крачка встрани и в края на 2019 г. тя се присъединява към друг стартър по покана на свой бивш колега. Но идва пандемията и спонтанно Маги взема решение да се върне в България. Прибира се с последния полет за София. През пролетта на 2020 г. намира работа като счетоводител в клон на английска компания. Но

мечтата да има свой бизнес

отново оживява. Един ден попада на публикация на счетоводната компания VEDA Accounting, която отива на тиймбилдинг на Малдивите и кани кандидати да работят в нея. Тогава се свързва с нейния основател. Двамата установяват, че имат обща визия и решават да основат VEDA Accounting във Великобритания. Маги стига до пресечната точка, в която целият ѝ прецизен опит дава сила на един нов бизнес: „Плюсът на това начинание е, че не стъпвам на бял лист хартия, а имам подкрепа от хора, които

вече вървят по този път. По-силни сме заедно“. Това, което винаги ѝ помага, е адаптивността. Тя не се бои от новите неща и промяната: „Умение е от „лимона“ на всяка ситуация да направиш лимонада. Важно е, когато се появят възможности, те да не се изпускат“. При завръщането си Маги Станчева изпитва културен шок, но с радост установява, че тук се развива предприемаческа среда. Осъзнава, че България е място на неограничените възможности. Мечтае да има по-силна подкрепа за хората с иновативни идеи, които може да подобрят живота. Споделя, че САЩ е новата дестинация, която VEDA ще покори.

ГЕРГАНА ГЕОРГИЕВА се присъединява към VEDA Legal в началото на 2024 г., след като получава покана от съоснователката Николеа Рачева. Завършила право в България и работила като адвокат, през 2017 г. заминава за Холандия, за да специализира в Ротердам гружествено и

търговско право. Среща хора с друго мислене и с безбрежен потенциал, и въпреки трудностите на това да си съвсем сам и да започваш от нулата, се вдъхновява, че всеки може да следва мечтите си. Получава друга перспектива. Започва стаж, после и работа в една от най-големите компании за тв формати с представителство в над 25 страни. Гергана е част от отдела за сливания и придобивания. Компанията е придобита от конкурент и тя е включена в процеса по консолидацията. След това напуска и се отдава на сабати-кал, или

кариерна пауза с време за себепознание

Търси своето място в света, кара курс по йога, пътува. В Южна Америка среща своя партньор в живота, също българин. Двамата имат много приключения заедно, като само за една година посещават 22 страни. Поканата към Гергана да

работи в България и за двамата се превръща в нова възможност, в която те ще интегрират двата свята – българската реалност и свободата на духа, плюс натрупания професионален опит. След 6-7 години живот извън България Гергана вижда страната променена. Работата с технологични стартърни за нея е зареждаща. Сега пред адв. Гергана Георгиева се разкрива глобална картина, в която България е страна на иновации, интегрирана с глобалната реалност – и често – пионерстваща и предизвикваща статуквото. Тук е място с неограничени възможности, защото имаме потенциала, средата и смелостта да следваме мечтите си. В България може да си иноватор и лидер, който разгръща потенциала си. Гергана Георгиева очаква тук да се развива общност на осъзнати хора и съмишленици със споделена визия и сходство в ценностите, които работят за изграждането на нещо по-добро.



Част от екипа на VEDA

Живот извън зоната на комфорт

ИВАН КОРЧЕВ Е СВИКНАЛ ДА ПЛУВА СРЕЩУ ТЕЧЕНИЕТО И ДА РАБОТИ НА МЕСТА, КОИТО ДРУГИТЕ СМЯТАТ ЗА ОПАСНИ

ИВАН КОРЧЕВ заминава за Великобритания през 2010 г. По онова време имал малка фирма за поставяне на топлоизолации, в която работел с още двама алпинисти. Големите компании започнали да изискват сертификат за извършване на такава дейност и той решил да го придобие в Англия. За да опознае живота там, намерил работа и станал куриер на донорска кръв, но пазел парите за курса. След около година го изкарал, придобил желаната квалификация и получил документ, който му позволява да е обучител, спасител и консултант. Избрал

да мие прозорците на големи сгради

Опитал различни дейности в разнообразни индустрии. Укрепвал например скални и свлачищни маси. Занимавал се с монтирането на вятърни турбини и други ВЕИ източници: „Височинният достъп, извършван от т. нар. индустриални алпинисти, не е рискова дейност, тъй като ползваме специална методология и устава, което го прави безопасен“.

Станал собственик на малка компания за вертикално озеленяване, регистрирана в Англия. Но Съдбата решила отново да го изпита и именно

афинитетът към безопасните условия на труд

и натрупаната експертиза го довеждат в България. Потърсен е след сериозен инцидент в компания. По лични причини темата за инцидентите силно го възмуща, правил е проучвания на статистиката и е разбрал, че винаги причината е човешка грешка, понякога просто е серия от неблагоприятни фактори. На въпроса какво е безопасността, той отвръща с „Health Is Wealth“ (Здравето е богатство).



© Кристиан Сираков

Амбицията на Иван Корчев е да насочи вниманието към връзката между работния процес, здравословните условия на труд и застраховането. Прогнозата му е, че и София по подобие на други големи мегаполиси ще расте „нагоре“. Високото строителство създава по-голям марж за инвеститорите, но това поставя и въпроса за безопасността при пожари и инциденти в такива сгради. Убеден е, че има начини да се реши проблемът с евакуацията на хора в сложни ситуации. Другото му намерение е да допринесе сивотата на София и контрастът между старо и ново строителство да се намали с

вертикални ггадини

Има идея и за монтиране на соларни панели по южните какани на блоковете. С инвестиции в батерии отоплението и осветлението може да е евтино.

„Вече сме хора на света, Лондон е на 3 часа полет“... Но голямата му лична болка е, че синът му, роден в Англия, дете на двама българи, не знае български. Надява се Кевин един ден да дойде тук и да научи езика на своите родители.

Иван Корчев казва, че е професионалист, който може да свърши работа на места, на които други не биха си и помислили да се озват.

„Страхът от високото“

го е отвел и на върха на 200-метрова кула. Работил е в Австрия и Литва, наскоро е бил част от голям проект в Северно море за създаването на най-големия вятърен парк. Приел за нормално да живее отвъд зоната си на комфорт: „Нищо интересно не се случва, ако плуваш по течението. Излизайки отвъд познатото, опитваме нови неща и откриваме нови възможности“. Живял е няколко седмици в кемпера си. Така спестявал по три часа път до работата. Тогава осъзнал колко е полезно да се излиза от територията на удобствата. В онези дни разполагал с повече време, чел много, слушал подкасти и аудио книги. Силен мотиватор за него се оказали книгите „Шлифованият диамант“, „Силата на навиците“, биографията на Ричард Брансън. Сега с работа, заетост и креативност не позволява на удобствата или на съмненията да пренаредят живота му. ☺

Телефонът ти вече е POS терминал

с услугата

Smart POS by Postbank



ИЗТЕГЛЕТЕ ОТ Google Play

Научи повече на *7224 www.postbank.bg

Postbank

Smart POS by Postbank дава възможност за приемане на плащания с карти чрез собствено мобилно смарт устройство. Услугата се предоставя на търговци при условията на сключен Договор за ПОС с Пощенска банка, след успешно регистриране и инсталиране на съответното приложение. Пълна информация може да бъде намерена на www.postbank.bg.



Големите победители за 2024 г. / The Big Winners of 2024

ТРИУМФ НА ЛИДЕРИТЕ: Награди за бизнес превъзходство

ЗА ДЕСЕТИ ПЪТ СПИСАНИЕ
„ИКОНОМИКА“ И КРИБ ВРЪЧИХА
ЗАЕДНО ОТЛИЧИЯТА ЗА НАЙ-УСПЕШЕН
БИЗНЕС В 34-ГОДИШНАТА ИСТОРИЯ
НА КОНКУРСА

По добра традиция в края на всяка година най-заслужилите получават награди. И през 2024-а конкурсът „Мистър и Мисис Икономика“ бе чакан с голям интерес и наистина силно бе възбудено на всички онези, които на 19 ноември излязоха на празничната сцена, за да получат или да връчат отличията и да са в светлините на прожекторите пред тази високопоставена аудитория. Тържествената церемония по обявяването на победителите в конкурса, организиран от списание „Икономика“ и най-голямата работодателска организация - Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ), се проведе в София Тех Парк. От 34 години насам „Мистър и Мисис Икономика“ отличава български предприемачи, бизнес лидери и визионери, мениджъри, икономисти и финансисти, допринесли за високите успе-

Leaders Triumph: Awards for Business Excellence

FOR THE TENTH TIME, ECONOMY
MAGAZINE AND KRIB JOINTLY
PRESENTED THE AWARDS FOR THE MOST
SUCCESSFUL BUSINESS IN THE 34-YEAR
HISTORY OF THE COMPETITION

According to tradition, at the end of each year, the most deserving receive awards. And in 2024, the Mr. and Mrs. Economy Awards were once again awaited with great interest and all those who on November 19 stepped on the festive stage to receive or present the awards and to bask in the spotlight before the high-profile audience felt the excitement of the occasion. The glamorous ceremony announcing the winners of the competition, organized by Economy magazine and the largest employers' organization - the Confederation of Employers and Industrialists in Bulgaria (KRIB), was held in Sofia Tech Park. For 34 years, "Mr. and Mrs. Economy" has distinguished Bulgarian entrepreneurs, business leaders and visionaries, managers,

хи и развитието на българската икономика. Те помагат на българската икономика да е по-конкурентоспособна и да създава ползи за хората. Символ на конкурса е статуетката „Рибарят и златната рибка“ на маестро Ставри Калинов, който вече не е сред нас, но с труда и с креативността си продължава да присъства.

И тази година номинациите за конкурса се подаваха до Управителния съвет на КРИБ.

10 години под егидата на КРИБ

„Много ми е приятен моментът, когато трябва да открия този форум, в който ние връчваме нашите „Бизнес Оскари“ на най-заслужилите, на най-успешните през тази година“, коментира председателят на УС на КРИБ Кирил Домусчиев. По думите му е било доста трудно да се определят победителите в различните категории, тъй като в работодателската организация членуват 12 хил. компании. Домусчиев заяви, че българската икономика се развива успешно и това е забелязано от Европейската комисия: „Гледах статистика и дори ЕК счита, че следващата година ще сме сред водещите държави по ръст на икономиката. Всичко това е свързано с инвестиции, с много добър мениджмънт и тази вечер трябва да поздравим и да наградим тези хора“. Той благодари на сп. „Икономика“ за доброто партньорство, както и на всички спонсори, за да може събитието да се провежда вече 10 години под егидата на КРИБ.

По пътя към еврозоната

На фона на глобалните икономически и политически предизвикателства, които оказват влияние и в България, тези награди показват, че в нашата страна има успешни мениджъри, които знаят как да създават устойчив бизнес, прилагайки най-новите постижения в научната и техническата област. Отличията се дават за тези добри практики, които допринасят за развитието на държавата и за осигуряването на сигурност и стабилност на десетки хиляди работни места, коментира служебният финансов министър Любмила Петкова. Тя подчерта усилията на служебното правителство за създаване на предвидима и спокойна икономическа среда, която да подкрепя бизнеса и да осигурява стабилност на работните места: „В непрекъснат диалог сме с работодателските организации, синдикатите и професионалните сдружения, за да може заедно и в ефективно сътрудничество да насърчаваме икономиката чрез осигуряването на условия за икономически растеж и развитие. Колкото повече вашите усилия се материализират, толкова повече взаимно си помагаме. Предиостат ни нови предизвикателства и едно от най-важните е въвеждането на еврото в България. Нямам съмнение, че бизнесът е готов на тази стъпка отдавна. Това е промяна, която ще осигури нови възможности за страната, ще ускори икономическото развитие, ще подобри конкурентоспособността на българския бизнес



Българската икономика се развива успешно и според ЕК догодина ще сме сред водещите държави по ръст, заяви Кирил Домусчиев
The Bulgarian economy is developing successfully and, according to the EC, next year we will be among the leading countries in terms of growth, stated Kiril Domuschiev

economists and financiers who have contributed to the success and development of the Bulgarian economy. These people help the country to become more competitive while creating value for its people. The symbol of the business competition is the "The Fisherman and the Golden Fish" statuette sculpted by the legendary Stavri Kalinov, who while no longer with us, lives on with his work and creativity.

Once again, this year, the nominations for the competition were submitted to the KRIB Board of Directors.

10 years under the aegis of KRIB

"I savour the moment when I have to open this event, in which we present our so-called "Business Oscars" to the most deserving, to the most successful this year," said Kiril Domuschiev, the Chairman of the Board of KRIB, in his welcome speech. According to him, it was quite difficult to determine the winners in the various categories, since the employers' organization counts 12 thousand companies as its members. Domuschiev stated that the Bulgarian economy is developing superbly, and this has not escaped the attention of the European Commission: "I looked at statistics and even the EC believes that next year we will be among the leading countries in



Вицепрезидентът Илияна Йотова връчва статуетката „Рибарят и златната рибка“ на Мистър Икономика Светлин Стоянов
Vice President Iliana Yotova presents "The Fisherman and the Goldfish" statuette to Mr. Economy 2024 Svetlin Stoyanov

и ще увеличи влиянието на българската икономика при вземането на решения и при определянето на паричната политика в еврозоната. Вярвам, че този е пътят към по-добър живот за всеки български гражданин, осигурявайки му икономически и социален просперитет. В лицето на всички вас – предприемачи и работодатели, съм уверена, че правителството има съмишленици за плавната и навременна подготовка за приемането на страната в еврозоната. Поздравявам ви за постигнатите успехи през годината и ви благодаря за усилията за развитието на модерна и стабилна българска икономика“.

Признание

Изпълнителният директор на „МТГ Делфин“ Светлин Стоянов е носителят на голямата награда „Мистър Икономика“ за 2024 г. Отличието „Мисис Икономика“ 2024 заслужи Камелия Славейкова, председател на Съвета на директорите на Shell България. Наградата „Мистър Икономика“ връчи вицепрезидентът на Република България г-жа Илияна Йотова: „Чест е за мен за пореден път да споделя с вас този голям празник на успеха на българския бизнес. Напоследък в България много обичаме да измерваме рейтинги. Сигурна съм, че ако измерим рейтинга на българския бизнес, той ще бъде далеч по-висок от този на редица институции и политически партии в страната. Обясняваме си този парадокс с вашия кураж, с вашата

terms of economic growth. It's all about investment, about very good management, and tonight we have to congratulate and reward these people." He thanked Economy magazine for its good partnership, as well as all sponsors that make it possible for the event to be held for 10 years under the auspices of KRIB.

On the road to the Eurozone

Against the background of global economic and political challenges that have an impact in Bulgaria, these awards show that in our country there are successful managers who know how to create a sustainable business by applying the latest developments from the scientific and technical fields. The distinctions are given for those good practices that contribute to the development of the national economy and to the provision of security and stability of tens of thousands of jobs, commented Lyudmila Petkova, the Interim Finance Minister of Bulgaria. She emphasized the caretaker government's efforts to create a predictable and calm economic environment that supports business and ensures job stability: "We are in continuous dialogue with employers' organizations, trade unions and professional associations so that together and in effective cooperation we can we promote the economy by providing conditions for economic growth and development. The more your efforts materialize, the more we help each other. We face new challenges and one of the most important is the introduction of the euro in Bulgaria. I have no doubt that the business was ready for this step long ago. This is a change that



Мисис Икономика 2024 Камелия Славейкова получи наградата си от министъра на енергетиката Владимир Малинов
Mrs. Economy 2024 Kamelia Slaveikova received her award from the Minister of Energy Vladimir Malinov

амбиция и воля. Въпреки всичко, което се случва в държавата в последните няколко години, вие развивате себе си модерно, иновативно. Развивате българската икономика и България. Благодаря на КРИБ за тяхното постоянство и за подадената ръка, защото е общност, която не само събира резултати и успехи, а подпомага българския бизнес. Поздравявам колегите от списание „Икономика“ за дългогодишната им работа, защото нека да си помислим колко са нещата в страната, оцелели цели 34 години. Желая им дълголетие, устойчивост и амбиция да правят все така тези вечери, тъй като това е не просто жест, а е признание и мотивация за българския бизнес“. Г-жа Йотова се обърна към ръководството на КРИБ с думите: „Имате още много работа, защото в България има много способни хора, които мислят иновативно и искат да са в крак с времето. Знаем колко трудности трябва да преодолеем и с колко предизвикателства трябва да се сблъскаме. Вашата устойчивост и постоянство заслужават аплодисменти. Вие сте хората, които не чакате да уловите златната рибка, а знаете как да стане това, търсите, хващате и продължавате напред“. Тя обърна внимание, че президентската институция иска стабилност и се навява на стабилно правителство, но не на всяка цена и с всички компромиси. „Надявам се да преодолеем зависимостите, да има правила, защото вие се нуждате от тях, нуждате се от прогноза и предвидимост, нуждате се от помощта на

will provide new opportunities for the country, accelerate economic development, improve the competitiveness of Bulgarian business and increase the influence of the Bulgarian economy in decision-making and in the determination of monetary policy in the Eurozone. I believe that this is the path to a better life for every Bulgarian citizen, ensuring economic and social prosperity. I am confident that the government has the entrepreneurs and employers as like-minded partners for the smooth and timely preparation for the country's admission to the Eurozone. I congratulate you on the successes achieved during the year and thank you for your efforts to develop a modern and stable Bulgarian economy".

Recognition

The executive director of MTG Dolphin Svetlin Stoyanov was the winner of the grand prize "Mr. Economy" for 2024. Its female equivalent - "Mrs. Economy" 2024 - was awarded to Kamelia Slaveikova, Chairman of the Board of Directors of Shell Bulgaria. The "Mr. Economy" award was presented by the Vice President of the Republic of Bulgaria, Mrs. Iliana Yotova: "It is an honor for me once again to share with you this great celebration of the success of Bulgarian business. Recently, in Bulgaria, it's become trendy to measure popularity ratings. I am sure that if we measure the rating of Bulgarian businesses, it will be far higher than that of a number of institutions and political parties in the country. Your courage, with your ambition and will are easy explanations for this paradox.

гържавата. Нужни са стабилни хора, които мислят за бизнеса и за България“, подчерта Илияна Йотова.

Големите победители

Според вицепрезидента Йотова в тези трудни времена на предизвикателства да се занимаваш с корабостроене е велико дело, без корабостроене великите мореплаватели нямаше да имат своите открития. По нейни думи при тези несигурни пазари и войни, неяснота за икономическата и финансовата стабилност на света, е нужен хъс, кураж и постоянство да се занимаваш с такъв бизнес. Носителят на приза „Мистър Икономика“ Светлин Стоянов, изпълнителен директор на „МТГ Делфин“ АД, каза: „Приемам тази награда от името на целия ни екип, който продължава да пише корабостроителната история на България. Ние сложихме нашата страна на военното корабостроене, което е изключително постижение. Преди 33 г. един корабостроител започна да мечтае да изгражда кораби на място, различно от държавния завод, и се радвам, че успяваме да сбъдваме неговите мечти и мечтите на следващите поколения“.

„Енергетиката е гръбнакът на българската икономика, а моторът на българската икономика е нейният мениджмънт. В случаите, когато моторът е задвижван от женско сърце с типичния и специфичен женски дух, прагматизъм и шесто чувство, това е гаранция за успех и просперитет. Затова за мен е чест да връча наградата „Мисис Икономика“ и още по-голяма чест е тя да отиде при една дама, която е дългогодишен партньор на българската енергетика в целия ѝ преход, осигуряващ нейната диверсификация, сигурност и успех“, отбеляза



Приемането на еврото ще увеличи влиянието на българската икономика, коментира служебният финансов министър Людмила Петкова

The adoption of the euro will increase the influence of the Bulgarian economy, commented the Interim Minister of Finance Lyudmila Petkova

Despite everything that has been happening in the country in the last few years, you have been developing in modern, innovative ways. You are developing the Bulgarian economy and Bulgaria itself. I thank KRIB for their persistence and for their helping hand, because it is a community that not only collects results and successes, but also supports Bulgarian business. I congratulate Economy magazine for their long-term work, because think about it - how many things can we name that have survived for 34 years in this country? I wish them longevity, sustainability and ambition to keep doing events like this one, as this is not just a gesture, but recognition and motivation for Bulgarian businesses". Vice-President Yotova addressed the KRIB leadership with the words: "You still have a lot of work to do, because there are many capable people in Bulgaria who think innovatively and want to keep up with the times. We know how many difficulties you have to overcome and how many challenges you have to face. Your resilience and persistence are to be applauded. You are the people who don't wait around to catch the goldfish, but actually know how to do it, by looking for it, catching it and moving on." She pointed out that the Bulgarian presidential institution wants stability and hopes for a stable government, but not at all costs and all compromises. "I hope that we will overcome dependencies, and that there will be rules, because we need them, we need forecasts and predictability, we need the help of the state. We need stable people who think about business and about Bulgaria," stressed Iliana Yotova.

The big winners

According to Vice President Yotova, in these difficult times engaging in shipbuilding is a great business, since without

служебният министър на енергетиката Владимир Малинов. Мисис Икономика 2024 Камелия Славейкива благодарно за високото признание. Тя подчерта, че го приема като награда за усилията на целия екип на Shell България. В условията на политическа несигурност и динамична среда според нея бизнесът е единственото стабилно нещо, той демонстрира устойчивост и поддържа високи нива на доверие: „Бизнесът в България продължава да е силен двигател на икономическото развитие на страната и създава възможности за просперитет. Приносът се изразява в инвестиции, но и във въздействието за промяна на бизнес средата. Към по-голяма прозрачност, устойчивост, адаптиране към изискванията за енергиен преход, прилагане на политиките на многообразие и приобщаване. Shell работи активно по всичко това и съм щастлива, че то е високо оценено. Радвам се да съм част от тази общност, която се стреми към икономическо развитие“.

Дигитализация и иновации

В категория „Дигитализация и иновации“ призът отиде при доц. д-р Светослав Ценов, директор на Astellas Pharma за България, Унгария, Румъния и Гърция. Отличието връчи Виолета Коритарова-Касабова, служебен министър на регионалното развитие и благоустройството, като уточни: „Традицията за тези годишни награди показва просперитет. Вие, хората от бизнеса, сте креативни, създавате и творите, така че държавата да се развива. Дигитализацията е ключ към движението на страната ни напред“. Доц. Ценов отбеляза: „Медицината напредва, говорим за персонализирано лечение и лечение на нелечими заболявания. Основна причина това да се случва е симбиозата между технологии и медицина. За нас като компания е важно да поставим технологиите по начин, при който пациентът е в центъра на цялата система. Това приемаме за иновации. Наградата ни дава сили да продължаваме напред и да вярваме, че това е правилната посока“.

Инвестиции и растеж

Заради високата конкуренция журито реши да присъди две награди в категория „Инвестиции и растеж“. Отличията получи Петя Димитрова, главен изпълнителен директор и председател на УС на Пощенска банка, и Димитър Бакалов, финансов директор на VP Brands International. Отличията връчи проф. г-н инж. Николай Вълканов, зам.-председател на УС на КРИБ и председател на борда на „Минстрой холдинг“. Петя Димитрова се обърна към гостите: „Иновации и растеж е нещо, към което в нашата банка се стремим и, надявам се, постигаме. Благодаря на моите колеги от Пощенска банка за всеотдайната работа. Надявам се, че министрите и останалите политици ще направят така, че бан-

shipbuilding, the great navigators of the past would not have made their discoveries. She added that in these uncertain markets and wars, and uncertainties about the economic and financial stability of the world, it takes zest, courage and persistence to deal with this type of business. The winner of the "Mr. Economy" award Svetlin Stoyanov, executive director of MTG Dolphin AD, said: "I accept this award on behalf of our entire team, which continues to write the shipbuilding history of Bulgaria. We put our country on the military shipbuilding map, which is an outstanding achievement. 33 years ago, a shipbuilder began to dream of building ships in a place other than the state-owned shipyard, and I am glad that we are able to fulfill his dreams and the dreams of future generations."

"Energy is the backbone of the Bulgarian economy, whereas the engine of the Bulgarian economy is energy management. In cases where the engine is steered by a female heart with its specific female spirit, pragmatism and sixth sense - this is a guarantee of success and prosperity. Therefore, it is an honor for me to present the "Mrs. Economy" award, and it is an even greater honor for it to go to a lady who has been a long-term partner of the Bulgarian energy industry throughout its transition, ensuring its diversification, security and success", declared the Interim Minister of Energy Vladimir Malinov. The recipient of Mrs. Economy 2024 - Kamelia Slaveykova - thanked everyone for the high recognition. She emphasized that she accepts it as a reward for the efforts of the entire Shell Bulgaria team. In the conditions of political uncertainty and a stormy environment, according to her, business remains the only stable pillar by demonstrating resilience and maintaining high levels of trust: "Bulgarian business continues to be a strong driver of the country's economic development and creates opportunities for prosperity. The contribution is expressed in investments, but also in the impact of the changing business environment. Greater transparency, sustainability, adaptation to the requirements of energy



Министър Виолета Коритарова-Касабова връчи приза на доц. д-р Светослав Ценов

Minister Violeta Koritarova-Kasabova presented the "Digitization and Innovation" prize to Dr. Svetoslav Tsenov



Съзателят на ESGNews.bg Боян Томов отличи д-р инж. Боряна Манолова за устойчивия бизнес на Siemens България

The creator of ESGNews.bg Boyan Tomov awarded Dr. Eng. Boryana Manolova for the sustainable business practices of Siemens Bulgaria

ковият бизнес да не е наказан за това, че расте и иновира, а по-скоро ще бъде подпомогнат и насърчен. Ние ще продължим по нашия път, вярвам – все така успешни, иновативни и с растеж“. Димитър Бакалов на свой ред подчерта, че инвестициите и растежът са едно от най-важните неща за успешен бизнес, който е основата на всяко проспериращо общество.

Модерна индустрия

Изпълнителният директор на „Нестле България“ Петър Стоилов получи наградата в категория „Модерна индустрия“. Отличието бе връчено от Зарина Генчева, член на УС на КРИБ, изпълнителен директор на „Моушън Артс“ и „Метрореклама“ и носител на отличието „Мисис Икономика“ за 2022 г.: „Тази категория се разви, когато се разви и рекламният бизнес, който е моята сфера. Днес всички в тази зала сме пораснали – заедно. Вярвам, че конкуренцията е условие да пораснеш, тя те кара да бъдеш първи. Ето защо е огромен успех да спечелиш приза в категорията „Модерна индустрия“. Петър Стоилов възкликна, че това е награда, която отива в компания с над 1000 работници и служители. „Преди време бях попитан как виждам следващата ни еволюционна стъпка в рамките на 5 години. Казах, че това е достатъчно време да удвоим нашите производствени мощности и обема на готовата продукция, която произвеждаме в нашата любима фабрика в София. Нямам търпение да покажа тази награда на моите колеги“.

Специална награда

Стоян Ставрев, член на УС на КРИБ, напомни, че връчането на награди е признание за дългогодишните усилия на някои от членовете на КРИБ. Вече 30 години ИНГ Банк България подпомага бизнеса и е негов устойчив партньор. Затова специалната награда отиде в ръцете на Марина Кобакова, главен изпълнителен директор на ИНГ Банк България, по случай 30-годишното присъствие на финансовата институция в страната: „ИНГ Банк е глобална финансова институция, която у нас предпоставя пълната гама от ус-



Отличието в категория „Модерна индустрия“ отиде при изпълнителния директор на „Нестле България“ Петър Стоилов, връчено от Зарина Генчева, Мисис Икономика за 2022 г.

The award in the "Modern Industry" category went to the executive director of Nestle Bulgaria Petar Stoilov, presented by Zarina Gencheva, Mrs. Economy for 2022.

transition, implementation of diversity and inclusion policies. Shell is actively working on all of these, and I am happy that it is highly appreciated. I'm glad to be a part of this community that strives for economic development."

Digitization and innovation

In the "Digitization and Innovation" category, the award went to Dr. Svetoslav Tsenov, director of Astellas Pharma for Bulgaria, Hungary, Romania and Greece. Violeta Koritarova-Kasabova, Interim Minister of Regional Development and Public Works, presented the award to him, stating: "The tradition of these annual awards shows prosperity. You, the businesspeople, are creative, you create so that the country can develop. Digitization is a key to moving our country forward." Dr. Tsenov noted: "Medicine is progressing; we are already talking about personalized treatment and treatment of previously incurable diseases. A major reason for this has been the symbiosis between technology and medicine. It is important for us as a company to position technology in a way where the patient is at the center of the entire system. This is what we consider innovation. The award gives us the strength to move forward and believe that this is the right direction."

Investment and growth

Due to the strong competition, the jury decided to award two awards in the "Investment and Growth" category. The awards went to Petya Dimitrova, CEO and Chairman of the Board of Postbank, and Dimitar Bakalov, CFO of VP Brands International. The awards were presented by Prof. Dr. Sc. Nikolay Valkanov, Deputy Chairman of the Board of KRIB and Chairman of the Board of Minstroy Holding. Petya Dimitrova addressed the guests saying: "Innovation and growth is something we strive for, and I hope, we also achieve in our bank. I thank my colleagues at Postbank for their dedicated work. I hope that the ministers and other politicians will make sure that the banking business is not punished when it grows and innovates, but rather it will be supported and encouraged. We will continue on our path, which I believe is still a successful, innovative and growing one." Dimitar Bakalov, in turn, emphasized that investments and growth are one of the most important things



Стоян Ставрев, член на УС на КРИБ, връчи специалната награда на КРИБ и списание „Икономика“ на Марина Кобакова, изпълнителен директор на ИНГ Банк България

Stoyan Stavrev, member of the Board of Directors of KRIB, presented the Special award of KRIB and Economy magazine to Marina Kobakova, executive director of ING Bank Bulgaria



Главният изпълнителен директор на Пощенска банка Петя Димитрова и Димитър Бакалов, финансов директор на VP Brands International (вдясно) с наградите в категория „Инвестиции и растеж“, връчени от проф. д-н инж. Николай Вълканов

Postbank Chief Executive Officer Petya Dimitrova and Dimitar Bakalov, CFO of VP Brands International (right), with the awards in the "Investments and Growth" category, presented by Prof. Dr. Sc. Nikolai Valkanov

луги на нашите корпоративни и институционални клиенти. Екипът ни е всеотдаен, в него са и хора, които вече 30 години са в банката. Всички ние водим икономиката към устойчиво развитие“.

Устойчив бизнес

От името на ESGNews.bg – първата специализирана медия за популяризиране на ESG в България, бе дадена и наградата „Устойчив бизнес“ на д-р инж. Боряна Манолова, главен изпълнителен директор на Siemens за България, Северна Македония и Украйна. Отличието връчи Боян Томов, създател на ESGNews.bg, като изтъкна: „34 години не е малък период от време. Наградите „Мистър и Мисис Икономика“ са устойчиви и станаха още по-устойчиви благодарение на партньорството с КРИБ. Устойчив бизнес не се прави лесно, но се доказва с ясни и точни проекти“. Д-р Манолова я прие с радост: „Чест е да получа тази награда, защото е приятно, когато се забелязват усилията да съчетаем инвестициите с устойчивия бизнес. Работим да постигнем по-зелено, по-устойчиво, по-приобщаващо бъдеще“.

Водеща на официалната церемония бе Филипа Огнянова от Българската национална телевизия. По традиция БНТ е медиен партньор и излъчва церемонията на големите победители „Мистър и Мисис Икономика“. За настрояването на гостите се грижиха две от звездите на българската музикална сцена - Теди Кацарова покори с чар и финес, Васил Найденов показа великолепно присъствие и супер класа.

for a successful business, which is the basis of any prosperous society.

Modern industry

Petar Stoilov, CEO of Nestle Bulgaria, received the award in the "Modern Industry" category. The award was presented by Zarina Gencheva, member of the KRIB Board of Directors, executive director of Motion Arts and Metroreklama and winner of the "Mrs. Economy" award in 2022. She said: "This award category was created when the advertising sector, which is my sphere, was also developing. Today, all of us in this hall can say that we have grown up together. I believe that competition is a condition to grow, it makes you strive to be first. That's why it's a huge success to win the award in the Modern Industry category." Petar Stoilov exclaimed that this is an award that goes to a company with over 1,000 workers. "Some time ago I was asked how I saw our next evolutionary step within 5 years. I said that this was enough time to double our production capacity and the volume of finished products that we produce in

our beloved factory in Sofia. I can't wait to show this award to my colleagues."

Special award

Stoyan Stavrev, a member of the KRIB Board of Directors, reminded the audience that the presentation of awards is a recognition of the long-term efforts of some of the KRIB members. ING Bank Bulgaria has been supporting businesses for 30 years and is their reliable partner. As such, the Special Award went to Marina Kobakova, CEO of ING Bank Bulgaria, on the occasion of the 30-year presence of this bank in the country: "ING Bank is a global financial institution that provides the full range of services to our corporate and institutional customers. Our team is dedicated and includes people who have been with the bank for 30 years. We all lead the Bulgarian economy towards sustainable development".

Sustainable business

On behalf of ESGNews.bg - the first specialized media for promoting ESG in Bulgaria, the "Sustainable Business" award was given to Dr. Eng. Boryana Manolova, CEO of Siemens for Bulgaria, North Macedonia and Ukraine. Boyan Tomov, creator of ESGNews.bg, presented the award, pointing out: "34 years is not a small period of time. The Mr. and Mrs. Economy awards are sustainable and have become even more sustainable thanks to their partnership with KRIB. A sustainable business is not an easy thing to do, but it can be done with clear and precise projects". Dr. Manolova accepted the award with joy: "It is an honor to receive this award, because it is nice when our efforts to combine investments with sustainable business are noticed. We are working towards a greener, more sustainable, more inclusive future."

The host of the ceremony was Filipa Ognyanova from the Bulgarian National Television. By tradition, BNT is the media partner of the event, and it will broadcast the ceremony of awarding the big winners of "Mr. and Mrs. Economy". Two of the biggest stars of the Bulgarian music scene took care of providing a joyful atmosphere to the event - Teddy Katzarova conquered the audience with her charm and finesse, whereas Vasil Naydenov showed magnificent presence and superb class.

МИСТЪР ИКОНОМИКА 2024

СВЕТИЛИН СТОЯНОВ, изтъняителен директор на „МТГ Делфин“:

Грижим се за всеки наш кораб и за всеки наш клиент

- Г-н Стоянов, колко тежка е статуетката „Рибарят и златната рибка“ и каква стойност има за вас това отличие?

- Статуетката има своята тежест и за нас е радост да сме удостоени от сп. „Икономика“ и УС на КРИБ с тази чест. Това е признание за целия ни екип, който успява за първи път в България да прави определени неща. Не приемам наградата като мое индивидуално отличие. За 33 години от гола поляна успяхме да изградим най-модерния корабостроителен завод в България, съизмерим с най-добрите аналози в Западна Европа. Баща ми започна всичко това през 1991 г., а аз съм второто поколение – присъединих се през 1997 г.

- Как у вас се появи тази любов към корабостроенето?

- Готвех се за капитан на кораб, а станал капитан на корабостроителница. Корабостроенето е много сложна индустрия, която си съперничи със самолетостроенето. Корабът е самостоятелен град, който сам произвежда енергия и вода, сам обработва отпа-

КИТАЙ СУБСИДИРА РАЗВИТИЕТО НА ТАЗИ ИНДУСТРИЯ И СТАНА НОМЕР ЕДНО, А ЕС ИЗОСТАНА ЗАРАДИ НАЛАГАНИ ОГРАНИЧЕНИЯ В ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ЕВРОПЕЙСКИ ПРОГРАМИ И ДЪРЖАВНИ ПОМОЩИ

дъците си, за да не вреди на околната среда. На него живеят хора, а освен това той има роля да превозва пътници и товари, може да подпомага и отбранителните способности. Корабът е комплексно инженерно съоръжение.

- По какъв начин „МТГ Делфин“ стигна това високо ниво?

- Корабостроенето и кораборемонтът имат традиции в България. Варненската и Русенската корабостроителница се помнят. Стремим се да се равняваме по най-добрите в света и ако има нещо, което да направи производството по-лесно, по-ефективно, по-практично и ресурсоспестяващо,

ние го въвеждаме под формата на автоматизация, нови технологии и системи. В момента при нас работят на постоянен договор над 560 души. Преди 33 г. започнахме с кораборемонт, а преди 18 г. построихме първия наш кораб, а вече имаме цяло портфолио. Най-сложни са корабите, които строим в сътрудничество с NVL за Българския военноморски флот.

- През какви трудности минавате, докато построите един кораб?

- Има много регулации, които стриктно трябва да се спазват. Има правила за здравината, военните кораби са с още по-високи изисквания от тези за граждански цели. Изискванията са много. Най-важното обаче, когато се строи кораб, са хората. Той се прави от хора за хора. Същето на всеки кораб са хората. Грижим се за всеки наш клиент и за всеки наш кораб.

- Каква е силата на конкуренцията?

- Ние сме в Европа. В последните 30 г. Старият континент загуби своето превъзходство в корабостроенето. Например изграждането на

контейнеровози и танкери остана в миналото. Позволихме на Китай да иземе доминиращата роля. Само преди 15 г. страната обяви, че ще стане номер едно в света в корабостроенето и го постигна при стандартните кораби. Вече гледа към по-сложните модели. Китай субсидира развитието на тази индустрия, докато ЕС налагаше ограничения в използването на европейски програми и държавни помощи. Около 80% от превозите в света се извършват по море. Корабостроенето и кораборемонтът са стратегически сектор и не бива да зависиш от някого друго. Европа загуби и цената „война“, тъй като корабите, произвеждани на Стария континент, са с около 50% по-скъпи от китайските.

- Какво желание ще отправите към „Златната рибка“?

- Шегата настрана, но най-последно да се създаде стабилно правителство. В последните 4 г. на всички ни омръзна това управленско безвремие. Бизнесът се развива по добър начин, но липсва стратегическото мислене и действие на държавно ниво. И още нещо - ще ми се хората в България най-сетне да си повярват и да започнат да ценят това, което се прави у нас. Имаме сериозни постижения и ако променим нагласата, ще сме без конкуренция в развитието.



MR. ECONOMY 2024

SVETLIN STOYANOV, Executive Director of MTG Dolphin:

We take care of our every ship and our every customer

Mr. Stoyanov, what's the significance of "The Fisherman and the Goldfish" statuette and what value does this award hold for you?

The statuette has its symbolic weight, and we are happy to be honored by Economy magazine and the Board of Directors of KRIB. This is recognition for our entire team, which has succeeded in being the first to do certain things in Bulgaria. I am not receiving the award as my own individual distinction. In 33 years, starting from the bare ground, we managed to build the most modern shipbuilding plant in Bulgaria, comparable to the best in Western Europe. My father started it all in 1991 and I represent the second generation – as I joined in 1997.

How did you develop this love for shipbuilding?

I was training to be a ship captain, but then I became a shipyard captain. Shipbuilding is a very complex industry that rivals aircraft construction. Every ship is an autonomous city that produces its own energy and water, and processes its own waste so as not to harm the environment. People live on it, it has to carry passengers and cargo, and it can also support defense capabilities. The ship is a complex engineering facility.

How did MTG Dolphin reach this high level?

Shipbuilding and ship repair have traditions in Bulgaria. The Varna and Ruse shipyards have memorable legacies. We

strive to be equal to the best in the world, and if there is anything to make production easier, more efficient, more practical and resource-saving, we introduce it in the form of automation, new technologies and systems. At the moment, more than 560 people work for us on a permanent basis. 33 years ago, we started with ship repairs, and 18 years ago we built our first ship. Now we have a whole portfolio. The most complex ships are the ones that we build in cooperation with NVL for the Bulgarian Navy.

What difficulties do you go through while building a ship?

There are many regulations that must be strictly followed. There are rules for strength, military ships have even higher

CHINA SUBSIDIZED THE DEVELOPMENT OF ITS SHIPBUILDING INDUSTRY TO BECOME NUMBER ONE, WHILE THE EU LAGGED BEHIND DUE TO IMPOSED RESTRICTIONS ON THE USE OF EUROPEAN PROGRAMS AND STATE AID

requirements than those for civilian purposes. The requirements are many. However, the most important thing when building a ship is the people. It is made by people for people. The heart of every ship is the people. We care about each of our customers and each of our ships.

How strong is your competition?

We are in Europe. And in the last 30 years, the Old Continent has lost its superiority in shipbuilding. For example, the construction of container ships and tankers is now a thing of the past. We have allowed

China to seize the dominant role. Only 15 years ago, that country announced that it would become number one in the world in shipbuilding and it has already achieved it in the field of standard ships. The Chinese are now looking at more complex models. China subsidized the development of this industry, while the EU imposed restrictions on the use of European programs and state aid. About 80% of the world's transport is carried out by sea. Shipbuilding and ship repair is a strategic sector, and we should not depend on anyone else. Europe also lost the "pricing war", as ships produced on the Old Continent are about 50% more

expensive than Chinese ones.

What's one wish that you would ask the Goldfish to grant you?

It's no joke that we finally need to have a stable government here. In the last 4 years, we all got tired of this governance void. Business is developing in a good way, but there is a lack of strategic thinking and action at the state level. And one more thing - I would like people in Bulgaria to finally believe in themselves and start appreciating what is being done in our country. We have serious achievements and if we change the attitude, we will be unrivalled in our development.

МИСИС ИКОНОМИКА 2024

КАМЕЛИЯ СЛАВЕЙКОВА, председател на Съвета на директорите на Shell България:

Всички заедно да ускорим прогреса

- Г-жо Славейкова, как приемате статуетката „Рибарят и златната рибка“ и отличието Мисис Икономика 2024?

- Това е невероятно усещане. Високото признание е огромна отговорност към всички наши клиенти и бизнес партньори, към обществото, защото и очакванията стават още по-високи. Shell е глобален лидер, който налага стандарти и те стриктно се следват в нашата страна. Да, Shell България безкомпромисно прилага световните стандарти и начинът на обслужване, качеството на горивата и на продуктите, които предлагаме, е често много по-високо, отколкото в други държави. Това го твърдят много наши клиенти.

- Като бизнес лидер кое е това, с което според вас наистина заслужавате този приз?

- Това е награда, за която стои дългогодишният ми опит като лидер в Shell България. В компанията съм от над 30 г., като в 13 г. от тях съм изпълнителен директор, а през последните 3 г. съм председател на Съвета на директорите

НАЙ-ГОЛЯМОТО
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО Е
НЕ КАК БИЗНЕСЪТ, А КАК
ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ДА НАМАЛЯТ
СВОЯ ВЪГЛЕРОДЕН ОТПЕЧАТЪК

и активно налагам положителната визия на компанията за бъдещето. Този приз е и признание за сплотения и целенасочен екип на Shell България, който продължава да поддържа високо качество на горивата и обслужването, да прилага последните иновации в развитието на горивните технологии, които са в полза на клиентите. На локално ниво пренасяме световния опит на този глобален лидер.

- Над 30 години в една и съща компания – какво ви свърза за такъв дълъг период?

- „Тайната“ е в това, че ценностите на компанията съвпадат с моите лични ценности. Работа с удоволствие.

- Времената са много динамични, кои са основните предизвикателства за Shell на национално и на глобално

ниво?

- Трябва да сме приспособими към големите трансформации в икономиката, в политиката, в социалния живот. В самата компания също има постоянни промени. Необходимо е да развиваме адаптивна интелигентност за всички нас. Предизвикателствата са много, но Shell има ясна визия за развитието напред. На глобално ниво компанията си е поставила за цел да стане въглеродно неутрална до 2050 г. и всяка организация в рамките на корпорацията трябва да допринесе за тези резултати. Shell България също прави своите стъпки в енергийния преход. Но никоя компания не може сама да постигне такива глобални цели, тъй като роля има партньорството с други бизнеси, нужен е широк диалог и сътрудничество с различни заинтересовани страни за изпълнение на световната амбиция за въглеродна неутралност.

- Какъв е стремежът на Shell в този енергиен преход?

- Да ускорим прогреса всички заедно.

- Какви стъпки са нужни за постига-

нето на въглеродна неутралност?

- Компанията има своята визия, цели и набелязани стъпки. Големото предизвикателство обаче е да накараш потребителите да намалят своя въглероден отпечатък. Тук е ролята на бизнеса, на медиите, на правителствата – те трябва да образоват, да информират обществото за приноса, който всеки може да даде с намаляването на своя личен въглероден отпечатък.

- Има стремеж фосилните горива да слязат от своя пиедестал. Как виждате тяхната роля напред?

- В условията на икономически растеж и при нарастване търсенето на енергия ще има нужда от все повече горива. В следващите десетилетия те ще присъстват в енергийния микс. Shell ще предлага все повече алтернативни източници на енергия и ще оставя на клиентите да решат кое да използват. Потребителите продължават да търсят по-добрата цена.

- Вашето едно желание към „Златната рибка“?

- Да живеем в свят с по-чиста енергия, с по-чисти въздух и вода. Всички компании, също като нас, да са силно ангажирани и да работим заедно в тази посока.

MRS. ECONOMY 2024

KAMELIA SLAVEYKOVA, Chairman of the Board of Directors of Shell Bulgaria:

Let's all accelerate progress together

Mrs. Slaveykova, how do you feel about winning the "Fisherman and the Goldfish" statuette and the Mrs. Economy 2024 award?

It's an amazing feeling. High recognition means a huge responsibility to all our customers and business partners, and to society, because then expectations from us become even higher. Shell is a global leader that sets standards which are strictly followed in our country. Yes, Shell Bulgaria uncompromisingly applies world-level standards and the level of service, the quality of the fuels and the products we offer is often much higher here than in other countries. Many of our customers

have said so themselves.

As a business leader, what do you think makes you truly deserving of this award?

This is an award backed by my many years of experience as a leader in Shell Bulgaria. I have been with the company for over 30 years, 13 of which I have been an executive director, and for the last 3 years I have been the Chairman of the Board of Directors actively enforcing the company's positive vision for the future. This award is also a recognition of the united and driven team of Shell Bulgaria, which continues to maintain high quality of fuels and service, to apply the latest innovations in the development of

fuel technologies that benefit customers. We bring the worldwide experience of this global business leader to the local level.

Over 30 years in the same company - what has kept you connected to Shell for such a long period?

The "secret" is that the company's values match my personal values. I work here with pleasure.

Our times are very dynamic. What are the main challenges for Shell nationally and globally?

We must be adaptable to the great transformations in the economy, in politics, in social life. There are also constant changes in the company

THE BIGGEST CHALLENGE IS NOT HOW BUSINESSES, BUT HOW CONSUMERS REDUCE THEIR CARBON FOOTPRINT

itself. We need to develop adaptive intelligence for all of us. The challenges are many, but Shell has a clear vision for the way forward. Globally, the company has set itself the goal of becoming carbon neutral by 2050, and every organization within the corporation must contribute to these results. Shell Bulgaria is also taking its steps in the energy transition. But no single company can achieve such global goals alone, as partnerships with other businesses play a role, broad dialogue and collaboration with various stakeholders is needed to fulfill the global ambition of carbon neutrality.

What is Shell's ambition in this energy transition?

Let's accelerate progress together.

What steps are needed to achieve carbon neutrality?

The company has its vision, goals and defined steps. The big challenge, however, is getting consumers to reduce their carbon footprint. Here comes the role of business, the media, and governments - they must educate and inform the public about the contribution that everyone can make by reducing their personal carbon footprint.

There is a drive to get fossil fuels off their pedestal. How do you see their use going forward?

In conditions of economic growth and increasing demand for energy, more and more fuels will be needed. In the coming decades, they will be present in the energy mix. Shell will offer more and more alternative energy sources and let customers decide which ones to use. Consumers continue to look for the best price on the market.

If The Goldfish could grant you one wish what would that be?

To live in a world with cleaner energy, cleaner air and water. All companies, just as we do, should be strongly committed and work together in this direction.



Категория „ИНВЕСТИЦИИ И РАСТЕЖ“ / INVESTMENT AND GROWTH Category

ПЕТЯ ДИМИТРОВА, главен изпълнителен директор и председател на УС на Пощенска банка:

Това отличие е ярко доказателство за нашата ангажираност към иновациите и стратегическите инвестиции, които трансформират не само нашата организация, но и банковия сектор в България. То подчертава нашия дългосрочен ангажимент към внедряването на съвременни дигитални технологии, които не просто отговарят на изискванията на днешния ден, но и предначертават посоката на бъдещето. Ние разбираме, че успехът не идва само от приспособяване към промените, а от активното създаване на нови възможности.

PETYA DIMITROVA, CEO and Chairman of the Board of Postbank:

This distinction is a clear proof of our commitment to innovation and strategic investments, which transform not only our organization, but also the banking sector in Bulgaria. It underlines our long-term dedication to deploying advanced digital technologies that not only meet the demands of today, but also chart the direction of the future. We understand that success doesn't just come from adapting to change, but from actively creating new opportunities.



ДИМИТЪР БАКАЛОВ, финансов директор на VP Brands International:

Приемам този приз като заслужено отличие, защото VP Brands International не е спирала да инвестира в производство, човешки ресурс и иновации вече над две десетилетия. Тази награда е за целия екип на компанията, който направи всичко това възможно. Приемаме я и като ангажимент да продължим да бъдем двигател на положителна промяна в българската икономика. Защото успехът на бизнеса е успех за цялото общество.

DIMITAR BAKALOV, CFO of VP Brands International:

I accept this award as a well-deserved honor because VP Brands International has not stopped investing in production, human resources and innovation for over two decades. This award is for the entire team of the company who made all of this possible. We also accept it as a commitment to continue being an engine of positive change in the Bulgarian economy. Because business success means success for the whole society.



Категория „ДИГИТАЛИЗАЦИЯ И ИНОВАЦИИ“ / DIGITIZATION AND INNOVATION Category

Доц. д-р СВЕТОСЛАВ ЦЕНОВ, директор на Astellas Pharma за България, Унгария, Румъния и Гърция:

Наградата е много силно мотивиращ фактор, който показва, че сме поели по правилен път. Комбинацията между модерни технологии, медицина, здравеопазване допринесе за бързото развитие и намери конкретен израз в лечението на много заболявания. Осигуряване на медицинска грижа в твърде отдалечени райони до ранната диагностика на заболявания, които звучат като научна фантастика, но все по-често са факт. Медицината се развива и ние инвестираме в технологии и дигитализация в здравеопазването.

Dr. SVETOSLAV TSENOV, director of Astellas Pharma for Bulgaria, Hungary, Romania and Greece:

The award is a very strong motivating factor showing that we are on the right path. The combination of modern technology, medicine, and healthcare has contributed to a rapid development and found concrete expression in the treatment of many diseases. From providing medical care in very remote areas to the early diagnosis of diseases, these are things that sound like science fiction but are increasingly a reality. Medicine is evolving and we are investing in technology and digitization in the healthcare field.



Категория „МОДЕРНА ИНДУСТРИЯ“ / MODERN INDUSTRY Category

ПЕТЪР СТОИЛОВ, изпълнителен директор на „Нестле България“:

Тази награда е спечелена с усилията на над 1000 души, които допринасят за постиженията на нашата компания. Приели сме ролята на добър и грижовен работодател. Имаме ангажимент и на социално отговорен бизнес с инициативите ни за добруването на хора, общество и природа. Надявам се, че предстоят още 30 години устойчиво развитие на „Нестле“ на българския пазар.

PETAR STOILOV, Executive Director of Nestlé Bulgaria:

This award is the result of the efforts of over 1,000 people who contribute to our company's achievements. We have adopted the role of a good and caring employer. We are also committed to being a socially responsible business with our initiatives for the betterment of people, society and nature. I hope that there will be another 30 years of strong development of Nestlé on the Bulgarian market.



„УСТОЙЧИВ БИЗНЕС“ - ОТЛИЧИЕ ОТ ESGNEWS.BG / "SUSTAINABLE BUSINESS" - ESGNEWS.BG AWARD

Д-р инж. **БОРЯНА МАНОЛОВА**,
главен изпълнителен директор на Siemens
за България, Северна Македония и Украйна:

Полагаме дългогодишни усилия да съчетаваме иновации-
те с отговорност, като гарантираме, че прогресът е от
полза не само за индустриите, но и за хората, и за нашата
планета. Тези усилия не остават незабелязани. Наградата
е признание и за споделената визия на нашите партньори,
клиенти и екипи, които работят за по-зелен и по-интели-
гентен свят. Устойчивостта и прогресът вървят ръка за
ръка. Вдъхновени сме да разширяваме границите на възмож-
ното и да изграждаме заедно по-добро бъдеще за всички.

Dr. Eng. **BORYANA MANOLOVA**,
CEO of Siemens for Bulgaria,
North Macedonia and Ukraine:

We have made a long-standing effort to combine
innovation with responsibility, ensuring that progress
benefits not only industries, but also people and our
planet. These efforts do not go unnoticed. The award is
also a recognition of the shared vision of our partners,
customers and teams working for a greener and smarter
world. Sustainability and progress go hand in hand. We are
inspired to push the boundaries of what is possible and
build a better future together for all.



СПЕЦИАЛНА НАГРАДА „30 ГОДИНИ УСТОЙЧИВ ПАРТНЬОР НА БИЗНЕСА“
SPECIAL AWARD "30 YEARS OF RELIABLE BUSINESS PARTNER"

МАРИНА КОБАКОВА, главен изпълнителен
директор на ИНГ Банк България:

Отличието идва в специален момент за мен и ИНГ
Банк – нашата 30-годишнина. Като част от нидерландска-
та ING, една от най-големите банки в света, целият ни
екип е горд, че пренасяме успешно на местно ниво богата-
та международна експертиза. Стремехът да се развива-
ме непрестанно ни позволи да се утвърдим сред лидерите
на пазара на финансови услуги в корпоративния сегмент,
като фокусът ни е върху устойчивото развитие и ино-
вациите, които подпомагат бизнеса да се адаптира към
променящата се среда. ①

MARINA KOBAKOVA,
CEO of ING Bank Bulgaria:

The award comes at a special time for me and ING Bank –
our 30th anniversary as a business. As part of the Netherlands-
based ING, one of the largest banks in the world, our entire
team is proud to successfully bring our rich international
expertise to the local context. Our desire to constantly improve
has allowed us to establish ourselves among the leaders of
the financial services market in its corporate segment where
our focus on sustainable development and innovations help
businesses adapt to the changing environment. ②



ТРЪМП

новото CEO на Америка

КАТО ВСЕКИ АГРЕСИВЕН МЕНИДЖЪР, И ТОЙ ЩЕ АТАКУВА ПО-СЛАБИТЕ „ИГРАЧИ“ В ИКОНОМИЧЕСКАТА И ГЕОПОЛИТИЧЕСКАТА СРЕДА. СПЕШНО СЕ ТЪРСЯТ АДЕКВАТНИ ЕВРОПЕЙСКИ ЛИДЕРИ



Бисер Манолов

Изключително трудно е да се направи анализ без емоции на резултатите от президентските избори в САЩ. Съвсем аргументирано мога да кажа, че американците гласуваха по-скоро за своето CEO (главен изпълнителен директор на компания), отколкото за президент. Политическите анализатори са категорични в едно обаче - демократите се провалиха тотално по време на тези избори, което изтиква Тръмп напред. Камала Харис бе повече от нелепа по всички икономически теми, на които отговаряше предимно с цидотски кикот и опит за „дъвкане“ на зле научени елементарни икономически определения от началните курсове по икономика. Това уплаши американците. Повярвайте ми, когато отвсякъде се говори за икономическо забавяне и предстояща рецесия, тях не ги интересува нищо друго, освен как да оцелеят в условия на стопански съ-

тресения. Точно поради тази причина те предпочетоха „новото си старо CEO“ - Доналд Тръмп.

В щаба на Тръмп бяха „уцелили ваксата“ перфектно този път и бомбардираха хората по митингите право в целта с икономически послания. Акцентите в програмата му бяха точно три: 1. Намаляване на корпоративните и индивидуалните данъци; 2. Дерегулации за бизнеса; 3. Увеличаване на вносните мита, най-вече за китайските стоки.

Още в първия ден след победата на Тръмп фондовата борса полуля от екстаз след направените заявки и най-популярният фондов индекс S&P 500 изхвърча с 2,5% нагоре. Bitcoin се запъти към заветното ниво от 100 000 долара (както знаем, Тръмп прекрасно се справи с флирта по отношение на крипто обществото, обещавайки им нереалистични глупости, които те приеха с възторг).

И, разбира се, най-много се възползва въздесъщият, извънземен предприемач, гениален шмекер - Негово превъзходителство Илон Мъск. Защо ли? Както винаги той много добре изигра картите си, надувайки отрано накъде духат ветровете, и се залепи плътно до осанката на бъдещия президент. Както знаем, Мъск изключително добре се възползва от „бюджетните пари“ и точно сега бе моментът му за действие. Да напомня, че космическите му начинания през неговата компанията SpaceX изцяло се финансират от НАСА. Няма лошо, парите не миришат, а най-малко миришат парите на данъкоплатците. Е, така интерпретираха нещата и любители на ак-

циите на Tesla, които направиха само за два дни Мъск с няколко десетки милиарда долара по-богат, купвайки книжа френетично. Явно и в Америка най-слабко е да правиш бизнес с държавата.

В подкрепа на думите си ще дам още един пример. За финансов министър се спряга Джон Полсън. Той идва като мениджър от хедж фонд с огромна експозиция в акции на двата ипотечни гиганта Фреди Мак и Фани Мей. Спомнятели си ги? Това бяха ноторно известните държавно-частни компании по време на кризата от 2008 г., които бяха основните виновници за случилите се сътресения на финансовите пазари. Впоследствие и двата ипотечни гиганта бяха национализирани. По време на предишния си мандат Тръмп обеща да приватизира двете компании отново, най-вече по съвет на самия Полсън. Та, само за два дни след изборите стойността на акциите на Фреди и Фани се повишиха с над 50%. Няма да броим сега печалбите на бъдещия финансов министър, нали така? Както е казал мъдрият българин - могъл-направил.

Не всичко обаче е толкова розово на финансовите пазари. Американските държавни облигации бяха подложени на масирани разпродажби след победата на Тръмп. Защо? Според Комисията по бюджета към Конгреса през следващите десет години средногодишният бюджетен дефицит ще се движи около 6% спрямо БВП на страната. Желанието на Тръмп да намали рязко данъчните ставки обаче може да отвори бюджетния дефицит до 12%. Точно това е причината, която може



и да възпре републиканците от реализацията на амбициозните планове на Тръмп.

Бих желал само да вметна, че Тръмп планира да назначи приятеля си Мъск като шеф на комисията, която ще наблюдава „как ефективно ще се управлява бюджетът“. Сега, като знаем, че на корпоративно ниво Мъск е много по-добър в разходната чест на Tesla, отколкото в приходната, някак си приемам с чувство за хумор тази „идея“.

Интересно поведение имаше амер-

канският долар, който отлетя в небесата спрямо основните валути. Това бе госта неочаквано, защото знаем, че Тръмп ненавижда високите лихвени проценти, и че ще упражни цялата си власт за намаляването им (без да има законово право да влияе на Федералния резерв). Председателят на ФЕД Джей Пауъл обаче този път показа железни нерви и кратко заяви, че няма никакво намерение да се поддава на натиск. Нали си спомняте как по време на предишния си мандат Тръмп се беше

изказал, че Пауъл е най-големият враг на американския народ, защото не намалявал лихвите?!

Започва интересен период за глобалната икономическа и геополитическа среда. Европа трябва да се събуди от административно-безпътната си летаргия. Тръмп ще атакува. Така прави всеки агресивен CEO на компания - превзема слабите и те му плащат. Този път цената ще бъде прекалено висока. Търсят се спешно нови европейски лидери! ☸

Икономическото чудо на ЮЖНА КОРЕЯ

СТРАНАТА СЛЕДВА СВОЙ МОДЕЛ НА РАЗВИТИЕ, ТЯ ИМА ЕКСПОРТНА ОРИЕНТАЦИЯ И УСПЯВА ДА ЗАЕМЕ МЯСТО СРЕД СВЕТОВНИТЕ ЛИДЕРИ ПО НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ

Яна Колева

В последните няколко години България е в политически блокаж, поради което и икономиката е по-скоро на автопилот. Действа принципът „Каквото – толкова и колкото – толкова“. Но това не е само наша болест с локален периметър на действие, а е общо-европейска инфекция. Лекарството има, но трябва някой да го търси. А и всяко тежко заболяване преминава през фаза на генерална промяна на мисленето, навиците, нагласите. Без тази първа и основна стъпка никаква терапия не би дала желаните резултати. Преди години, когато се задаваше въпросът „Как и накъде да се развива българската икономика“, се даваха за пример азиатските тигри и се правеха кроежи как и България да стане балкански тигър. Този ентусиазъм отмина. Сега от време на време се случва някой да заговори колко е важно да има инвестиции, как икономическият растеж зависи от инвестиционната активност. Думи, думи и пак всичко заглъхва. Но да проследим основни щрихи от развитието на един азиатски „тигър“ – Южна Корея, наричана чудото на река Хан, защото претърпява бурно икономическо развитие, въпреки оскъдните си ресурси и малката територия, почти колкото тази на България.

От 1960 г. Южна Корея е в устойчив процес на растеж в икономиката и затова се говори за корейско икономическо чудо. Същата година е дадено началото на новия основополагащ икономически модел, който трансформира страната, като е въведена своеобразна форма на капитализъм, в която държавата играе силна регулаторна роля. Наблюдава се последователност

в управлението, въпреки политическите предизвикателства. Изготвят се планове за устойчиво развитие, сред които и пословичните за Южна Корея петгодишни планове. Те имат голям успех и се изпълняват независимо от политическата ситуация. Държавна помощ се оказва приоритетно на определените за

стратегически сектори

Иновационни политики мотивират компаниите да инвестират в наука, образование и модернизация на производството. Фирмите, които изпълняват зададените цели, биват субсидирани и получават държавна подкрепа. Още в самото начало на тази експанзия се създават т. нар. чеболи, с които се поставя новият модел на финансово-промишлени групи. Чеболът е конгломерат от формално самостоятелни фирми, принадлежащи на определени семейства, и поставени под единен административен и финансов контрол. Това са големи частни конгломерати, подкрепяни от държавата, които групират компании, извършващи разнообразни дейности. През 1998 г. всички те заедно са формирали 46% от продажбите в индустриалните отрасли на Южна Корея, а днес десетте най-големи създават над 75% от БВП на страната. Чеболите продължават да съществуват, тъй като стават

мотор за бурното развитие

на страната след продължителния застои и факта, че традиционната селска икономика е опустошена от японската окупация и по-късно от

гражданската война. В света са известни около тридесет чебола, а над 10 са сред 500-те най-големи корпорации в света, като Samsung, LG и Hyundai са добре познати и у нас.

В началните години се инвестират приоритетно в отраслите с висока трудова заетост, текстилната и шивашката промишленост са сред тях. Ниските производствени разходи и работната етика спомагат за успешното налагане на местните стоки по света. През 70-те години на миналия век южнокорейската икономика уверено тръгва да се разраства, започвайки цикъл на растеж, който въпреки някои прекъсвания продължава и до днес. Тежката и химическата индустрия стават основни, а десетилетие по-късно Южна Корея е достатъчно напреднала технологично, за да се преориентира към автомобилостроене, телекомуникации, създаване на полупроводници и други високотехнологични производства. Тогава започва отказ от ценовия контрол и протекционизма, вместо това се

насърчава свободата в бизнеса

във финансите и заетостта. Всичко това превръща Южна Корея в икономика, отворена за света, все по-фокусирана върху промишления и технологичния износ. Азиатската криза от 1997 г. засяга тежко банковия сектор, влошава кредитния рейтинг на страната и я принуждава да вземе 57 млрд. долара заем от МВФ, но икономиката се възстановява бързо. По-късно Южна Корея е една от малкото страни, които не изпадат в рецесия след световната финансова криза от 2007 г.

Резултатът от този засилен растеж е очевиден: ако през 1960 г. БВП на глава от населението е бил само 932 долара, през 2022 г. е нараснал до близо 35 хил. долара според данни на Световната банка. По паритет на покупателната способност данните



Оживените улици на Сеул

са още по-добри, като доходът на човек е над 53 хил. USD. По-високите нива на инвестиции може да обяснят нарастващата производителност на труда, което често води до

по-конкурентен износ

и по-високи заплати. През последните десетилетия БВП на глава от населението в Южна Корея расте с много по-висок темп от този на Франция например. Ако тенденцията се запази, възможно е само след няколко години доходите тук да надхвърлят нивата във Франция. И двете икономики са отворени за чуждестранна конкуренция. Корея е силно ориентирана към своите партньори в региона на Тихия океан, докато Франция е интегрирана в обширната зона за свободна търговия на Европейския съюз. Теглото на износа над БВП е сходно в двете страни. И в двата случая разглеждаме пазар-

на икономика с високи темпове на повешко развитие и силно присъствие на големи бизнес групи. Въпреки тези прилики обаче резултатите са много различни. От средата на 70-те години на миналия век южнокорейската икономика отдава по-голяма роля на инвестициите в сравнение с Франция. Азиатската държава дава по-голяма свобода по отношение на пазара на труда, възможността за правене на бизнес и е по-отворена за инвестиции и нов бизнес.

Южнокорейската поп култура

завладя света с яркия си стил. Развлекателната индустрия е във възход и К-поп музиката и корейските телевизионни сериали К-драми се радват на огромна популярност в чужбина. Групи като BTS и BLACKPINK са световни звезди. Киното има своите постиже-

ния – черната комедия „Паразит“ през 2020 г. получи четири награди „Оскар“. Голям успех жъне и южнокорейската козметика, която за кратко време стана друг световен хит. Известна като „К-бюти“, чрез брандове като Innisfree, Etude House и Missha тя предлага не просто продукти за грижа за кожата, а залага на иновативни технологии, съчетани с традиционни методи. Южнокорейската кухня също привлича лобопитството на чужденците, например с местните ястия кимчи и булгоги. Здравословното меню включва ферментирани храни, риба, ориз и водорасли. Казват, че предприемчивостта на хората и приятелският дух правят Южна Корея интересно място за изучаване и за туризъм. Сигурно и ние можем да намерим вдъхновяващи модели и идеи, за да се сбъдним от икономическата си дрямка. ①

Адвокат д-р ЦВЕТЕЛИНА ДИМИТРОВА:

ДОВЕРИЕТО

крепни устойчивите връзки

ТЪНКАТА ГРАНИЦА МЕЖДУ СПРАВЕДАЛИВО И ЗАКОННО Е, ЧЕ ПОНЯКОГА ЗАКОНИТЕ СЕ ОТКЛОНЯВАТ ОТ ЖИТЕЙСКОТО УСЕЩАНЕ НА ХОРАТА КАКВО Е ЧЕСТНО И ПРАВИЛАНО

Татяна Явашева

- **Добрият адвокат** изслушва клиента и дава конкретни решения, а не просто тълкуване на закона.

- **Качества, които всеки адвокат трябва да притежава:** Правни знания, но и комплекс от други качества като комуникативност, търпение, красноречие, логическа мисъл.

- **Професионализмът на адвокатата се измерва** с броя доволни клиенти.

- **„Изгряваща звезда“ в правото се става**, когато се работи с постоянство, упоритост, търпение и най-вече с умение да се учим от грешките и да не ги повтаряме.

- **Линията, която се стремя да държа в моята работа** - професионално отношение към всяка задача и стремеж към лично усъвършенстване.

- **Правило при подбора на клиентите** - всеки клиент заслужава защита от адвокат, но в основата на връзката „Адвокат - клиент“ е доверието, затова ако няма доверие, няма да има и устойчива връзка.

- **В международни сделки и дела е важно да сме способни да погледнем отвъд** нашите хоризонти, правни прин-

ципи и съдебна практика и да погледнем с очите на насрещната страна на ситуацията, за да намерим работещо за всички страни решение.

- **Най-добрият способ за уреждане на инвестиционни спорове** е доброволното извънсъдебно уреждане на отношенията.

- **Слабото място на нашата съдебна система е в** нееднаквото прилагане на закона при сравними казуси, което е от естество да създаде чувство за несправедливост у хората.

- **Очите на българската Темуга са затворени** заради това, заради което са затворени навсякъде по света: да бъде безпристрастна и еднакво отдалечена от страните по спора и да постанови справедливо решение.

- **Тънката граница между справедливо и законно е, че** понякога законите се отклоняват от житейското усещане на хората какво е честно и правилно. Работата на адвокатата е да защити и обясни тези неща на своя клиент, а на цялата юридическа общност - ако се засече сериозен дисбаланс, да се предложи изменение на закона, за да бъде той по-справедлив.

- **Като чуя „реформи в съдебната система“**, ставам скептична, защото вече дълги години се говори за такава реформа, но всеобхватна такава реформа, по мое мнение, и до днес не се е осъществила.

- **От позицията на моята практика ще обърна внимание** на значението на извънсъдебното уреждане на спора, защото когато страните влязат в един съдебен процес, независимо кой ще спечели накрая, неизбежно ще загубят много време, ресурси, нерви и пр. В техен интерес е да се опитат да го избегнат.

- **Картината на обществените отношения през призмата на правото е динамична**, повлияна от цялост-

Кристиан Сираков



ните тенденции и процеси в обществото, и еволюираща под напора на сериозни фактори като вътрешна и външна политика, развитие на технологиите, баланс между енергетика и опазване на околна среда и т. н.

- **Правото ме привлече и му се посветих** заради стремежа на правото да постигне хармония и баланс в отношенията между хората.

- **Оставам в тази професия**,

защото смятам, че съм на точното си място.

- **Като особен успех в моята кариера ще открия** спечелването на някои знакови дела в областта на енергетиката.

- **Най-важният урок, който искам студентите ми да научат:** Да не се предоверяват на авторитети и винаги да мислят критично.

Адвокат Цветелина Димитрова е съдружник в Адвокатско дружество „Георгиев, Тодоров и Ко.“ Присъединява се към екипа на кантората през септември 2015 г., като преди това пет години практикува в друга адвокатска кантора с профил в съдебните производства. През 2019 г. защитава докторска степен в катедра „Международно право и международни отношения“ в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ с тема на дисертационния труд „Способи за уреждане на инвестиционни спорове“. От октомври 2019 г. е главен асистент в СУ, където преподава на български и чуждестранни студенти дисциплини в областта на международното частно право, чуждестранните инвестиции, защитата на интелектуалната собственост, бизнес договаряне и др. Член е на Управителния съвет на сдружение „Институт по международно частно право“ и е арбитър към неговия Арбитражен съд, назначавана е за вещо лице за установяване на чуждо право в съдебни производства пред български съдилища, лектор е в Курса за подготовка за изпита за адвокати и младши адвокати, организиран от ЦОА „Кръстю Цончев“, треньор е на студентски отбори, представлящи СУ в най-голямото състезание по международно частно право в света – RAX Moot, които през 2024 г. спечелиха и престижното първо място на състезанието. Редовно е отличавана от независимите международни класации на Legal 500 и Chambers като водещ адвокат в сфери като процесуално представителство, корпоративно и търговско право, интелектуална собственост, медицинско право. През 2024 г. е избрана за член на Дисциплинарния съд на Софийската адвокатска колегия. Участва в редица научни проекти, автор е на множество публикации в наши и чуждестранни издания в областта на частното право и решаването на спорове.

- **Латинската сентенция, с която често си служи** - избягвам използването на подобни сентенции, защото са далеч от хората и могат да създадат повече барieri, отколкото да помогнат за изграждането на връзка.

- **Твърдение за адвокатите, което приемам с усмивка**, е, че хората си представят професията ни като американски филм. ☺

Фирмен профил

Адвокатско дружество „Георгиев, Тодоров и Ко.“ е основано през 1991 г. и днес е една от най-големите правни кантори в България. Тук работят професионалисти, които предоставят отлични юридически услуги на своите клиенти. Успешната дългогодишна и ефективна практика е например в областта на процесуалното представителство в страната. Ключови за адвокатското дружество са също корпоративното и търговското право, като има акцент върху чуждестранните инвестиции във финансовия сектор, енергетиката, недвижимите имоти и телекомуникациите. Натрупан е значителен международен опит. Адвокатската кантора е призната във всички международни юридически справочници като една от най-добрите в България в множество сектори.

Меглена Михова: Помагаме на бизнеса ДА БЪДЕ ЧУТ в Брюксел

ПРОФЕСИЯТА НИ Е ВИСОКООТГОВОРНА И ВОДЕЩА Е ДОБРАТА РЕПУТАЦИЯ

✍ Ния Илиева

- Г-жо Михова, извън клишетата и негативните конотации, какво всъщност не знае публиката за професията на лобиста?

- Да, за широката аудитория професията на лобиста е обвита в тайнственост. А всъщност това е отговорна професия, която работи по важни стратегически въпроси, оказващи влияние върху нашето всекидневие. Добрата репутация е ключова за успеха на нашата дейност. Определяме себе си като мост между европейските институции, бизнеса и обществото. Задачата ни е да подпомагаме намирането на трайни решения по сложни проблеми. Стимулираме конструктивния диалог, с правилните участници в него, за да се постигне балансиран резултат. Институциите на ЕС имат нужда да чуят бизнеса, защото те често правят предложенията за нови регулации с благородни намерения. Но липсата на разбиране за последващите въздействия може да доведе до катастрофа. Бизнесът също трябва да е проактивен в процеса и да информира и подкрепя позициите си със солидни доказателства и анализи.

- По-структурна регулация и по-голяма публичност ще помогне ли за положителния образ на професията? Или друго?

- Важно е да имаме ясна рамка за упражняване на професията на лобиста. Ние в ЕРРА имаме строг етичен кодекс, който спазваме. На ниво ЕС няма ясна рамка, освен Регистъра за прозрачност. Както във всяка друга сфера, и в професията на лобиста доброто име е много важно. Дори бих казала, че наред с нужния професиона-

лизъм, репутацията е ключова, за да бъде работата ни ефективна. Тези, които държим на нея, се движим по правилата и това е широко известно и за клиентите ни, и за представителите на институциите. Взимането на решения в Брюксел е сложен процес и клиентите ни имат нужда да се доверят на специалист, който може да ги преведе успешно през този лабиринт.

- Как лобистки компании като вашата, работещи с европейските и други международни институции, могат да са в помощ на българския бизнес, за да защитава интересите си в Брюксел?

- Ние успешно работим с български клиенти и искам да им благодаря за доверието. Можем да предложим на българския бизнес широк спектър от подкрепа - информация, анализи, стратегически препоръки, можем да идентифицираме възможностите за фирмите да допринесат за процесите на консултации и да направим така, че техният глас да бъде чул в Брюксел. Много фирми разчитат на българските национални асоциации, които обикновено са добре информирани, но на свой ред разчитат на европейските асоциации да защитават техните интереси. Често обаче позициите на професионалните съюзи в Брюксел се свеждат до общия знаменател, като невинаги отразяват специфичната ситуация и предизвикателствата на национално ниво. А българските бизнес асоциации имат своето място в европейските дебати. Особено сега, когато сме в началото на новия политически цикъл. И тук е времето и мястото ЕРРА да им помогне да станат видими за институциите в Брюксел, с конкретните

важни въпроси и в търсенето на решения.

- Кои положителни примери от вашата работа като консултант бихте изтъкнали като ключови за защита на българските интереси по важни теми?

- Интересен пример е нашата помощ при организирането на конференция за евродепутати и служители на ЕК през май 2023 г. в Казанлък. Темата беше изключително сложна и техническа и се отнасяше до преразглеждането на регламента за класифициране, етикетуване и опаковане на химикали (CLP). Предложените законодателни промени застрашаваха производството на етерични масла. Българската индустрия, заедно с други производители от Франция и Испания, прояви изключителна активност, за да се привлече политическото внимание към този въпрос от национално значение. Ние помогнахме да се идентифицират членовете на ЕП и длъжностните лица в ЕК, които бяха важни за решаването на този въпрос, подготвихме конференцията и основните послания, подчертаващи важността на темата и въздействието върху българските производители. Резултатът беше положителен и благодарение на всички съвместни усилия, на равнище ЕС и на национално равнище, текстът беше изменен.

- По-необходими ли са днес лобистките дейности с оглед тежките бюрократични процедури в европейските институции и сложността и динамиката на процесите по вземане на решения?

- Определено да. За да участвате проактивно във формирането на политиката и законодателството на ЕС, е важно да познавате добре

този процес, да знаете към кого да се обърнете и с какви аргументи. Не е лесно, но ние помагаме на бизнеса в тази насока. Нашият Европейски институт (ЕТИ) е посветен на обучението на професионалисти за работа в лабиринта на ЕС. За съжаление, сложността на законодателството на ЕС е такава, че за компанията е много трудно да следят всички политически и законодателни промени. Много фирми не са напълно информирани или пропускат важни законодателни предложения, които, след като влязат в сила, оказват силно въздействие върху техния бизнес. Ние предлагаме изчерпателен и съобразен с нуждите на нашите клиенти мониторинг, за да гарантираме, че важните предложения няма да бъдат пропуснати. И това не е достатъчно. Текстове са истински пъзел, който много често е свързан с други законодателни актове. За една малка и средна фирма всичко това е трудно за разбиране. Дори компании с големи екипи изпитват затруднения. И тук е нашата роля да им бъдем в помощ.

- Наскоро в България излезе книгата „Европейски лобисти“ на Даниел Геген,

наричан „най-дълго служил лобист в ЕС“, а вие сте автор на предговора. Кои са ценните уроци от нея?

- Имам удоволствието от години да работя с Даниел и да черпя от неговия богат опит. Още от първите редове книгата ни потапя в сърцевината на предизвикателствата, които стоят пред ЕС, и предлага проникателен анализ на неговата еволюция. Книгата е едно искрено четиво, което признава положителните аспекти, но не спестява и критиките, включително към институциите и индустрията. „Европейски лобисти“ е истинско практическо ръководство за професията - как да станете ефективен лобист, като се учите от грешките и черпите вдъхновение от добрите примери. За българските читатели е важно да осъзнаят, че представителите на индустрията и неправителствените организации, големи и малки, имат своята важност и роля на европейско ниво. Всички, които проявяват интерес към темата, ще имат възможност да обсъдим тези въпроси на среща с автограф и приятен разговор с автора на 2 декември от 18,00 ч. в Гранд-хотел „София“. ☎

Меглена Михова е управляващ партньор на ЕРРА - една от най-авторитетните и ефективни лобистки компании, акредитирани в Брюксел. ЕРРА е основана през 1987 г. и непрестанно награжда предлаганата експертиза. Успешно работи за намиране на траен консенсус по важни въпроси между бизнеса, европейските институции и правителствата на страните членки.





Meglana Mihova is a managing partner of EPPA - one of the most authoritative and effective lobbying companies accredited in Brussels. EPPA was founded in 1987 and is constantly building on the expertise it offers. It successfully works to find lasting consensus on important issues between businesses, European institutions and member state governments.

Meglana Mihova: We help businesses BECOME VISIBLE in Brussels

OUR PROFESSION IS HIGHLY RESPONSIBLE, SO A GOOD REPUTATION IS PARAMOUNT

Ния Илueva

Mrs. Mihova, let's go beyond the clichés and negative connotations. What should the public really know about the lobbying profession?

Yes, to the general public, the lobbying profession is shrouded in mystery. In reality, it is a responsible activity that works on important strategic issues affecting our

daily lives. A good reputation is key to the success of our business. We define ourselves as a bridge between European institutions, the private sector and society. Our task is to help find lasting solutions to complex problems. We encourage constructive dialogue, with the right participants in it, to achieve a balanced outcome. The EU institutions need to listen to businesses, because they often make proposals for

new regulations with noble intentions. But a lack of understanding of the aftereffects can lead to disaster. Businesses must also be proactive in the process and inform and support their positions with solid evidence and analysis.

Will stricter regulation and greater publicity help lobbying acquire a more positive image? Or is something else needed?

It is important to have a clear framework for exercising the lobbying profession. We at EPPA have a strict code of ethics that we adhere to. At EU level, there is no clear framework apart from the EU Transparency Register. As in any other field, a good name is very important in our sector. I would even say that along with the necessary professionalism, reputation is key for our work to be effective. Those of us that adhere to this principle follow the rules, and this is widely known both to our clients and to the representatives of the institutions. Making decisions in Brussels is a complex process and our clients need to trust a specialist who can successfully guide them through this maze.

How can lobbying companies like yours, working with European and other international institutions, help Bulgarian businesses to protect their interests in Brussels?

We successfully work with Bulgarian clients, and I want to thank them for their

trust. We can offer Bulgarian business a wide range of support - information, analyses, strategic recommendations, we can identify opportunities for companies to contribute to consultation processes and make their voice heard in Brussels. Many companies rely on the Bulgarian professional associations, which are usually well informed, but in turn rely on the European professional associations to protect their interests. Often, however, the positions of these entities in Brussels are reduced to the average common denominator, not always reflecting the specific situation and challenges at the national level. Bulgarian businesses and professional associations have their place in European debates though. Especially now, when we are at the beginning of the new political cycle. And here is the time and place for EPPA to help them become visible to the institutions in Brussels, with their specific important issues searching for solutions.

What positive examples from your work as a consultant would you point out as key to protecting Bulgarian interests on important topics?

An interesting example is our help in organizing a conference for MEPs and European Commission staff in May 2023 in the city of Kazanlak. The topic was highly complex, technical and related to the revision of the Classification, Labeling and Packaging (CLP) regulation of chemicals. The proposed legislative changes threatened the production of essential oils. This Bulgarian industry, together with other producers from France and Spain, undertook extraordinary activity in order to attract political attention to this matter of national importance. We helped to identify the MEPs and EC officials who were important in solving this issue, prepared the conference and the keynote messages highlighting the importance of the topic and its impact on Bulgarian producers. The result was positive and thanks to all joint efforts, at EU and national level, the text was amended.

Are lobbying activities more necessary today in view of the heavy bureaucratic procedures in European institutions and the complexity and dynamics of decision-making processes?

Definitely yes. In order to proactively

participate in the formation of EU policy and legislation, it is important to know this process well, and to know whom to approach and with what arguments. It is not easy, but we help businesses in this direction. Our European Training Institute (ETI) is dedicated to training professionals to orient themselves in the EU labyrinth. Unfortunately, the complexity of EU legislation is such that it is very difficult for companies to keep up with all the political and legislative changes. Many businesses are not fully informed or miss out on important legislative proposals that, once enacted, have a major impact on their business. We offer comprehensive and tailored monitoring to our clients to ensure that important offers are not missed. And that's not enough. The texts are a real puzzle - very often referring to other pieces of legislation. For a small and medium-sized company, all this is difficult to understand. Even companies with large teams are struggling. And here comes our role in helping them.

The book "European Lobbyists" by Daniel Guèguen, called "the longest-serving lobbyist in the EU", was recently published in Bulgaria, and you are the author of the foreword. What are some valuable lessons contained within?

I have had the pleasure of working with Daniel for years and draw from his wealth of experience. From the very first lines, the book plunges us into the heart of the challenges facing the EC and offers an insightful analysis of its evolution. The book is a sincere read that acknowledges the positive aspects, but does not spare the criticisms, including towards the institutions and the industry. "European Lobbyists" is a true practical guide to our profession - how to become an effective lobbyist by learning from mistakes and drawing inspiration from good examples. It is important for Bulgarian readers to realize that industry representatives and non-governmental organizations, large and small, have their importance and role at the European level. All those who are interested in the topic will have the opportunity to discuss these issues at a book signing and a pleasant conversation with the author on 2 December at 6:00 p.m. at the Grand Sofia Hotel. ☺



ЗЛАТНИТЕ РЕЗЕРВИ на пазара на труда

**БИЗНЕСЪТ
ОБРЪЩА
ВСЕ ПОВЕЧЕ
ВНИМАНИЕ НА
„СКРИТИТЕ ТАЛАНТИ“
СРЕД РАБОТНАТА
СИЛА - МЛАДИ
РОДИТЕЛИ, ЗРЕЛИ
ПРОФЕСИОНАЛИСТИ
И ЧУЖДЕНЦИ**

Мая Цанева

Вече няма идеален кандидат за работа, нито неустойчиво работодателско предложение. При повече обяви за работа, отколкото подходящи кандидати, въпросът пред бизнеса е „къде се разминават“? Кризата е за кадри с традиционно висше образование – учители, инженери, специалисти в сферата на услугите, медицината и индустрията, с високи лични и дигитални компетенции, със силен самоконтрол и трудова дисциплина. Тя изисква свеж поглед върху скритите или недоразвити таланти и потенциал.

Бизнесът заявява нужди от 262 000 кадри през следващите 12 месеца (9,3% от заетата в момента работна сила, по данни на Агенцията по заетостта) и е време да се огледа за „своите хора“ извън обичайния си радар. А той се разширява

отвъд младежката заетост – до насоченото търсене на зрели професионалисти (хора над 50-годишна възраст), които може лесно да изпадат от пазара на труда, ако не са подкрепени. Големите компании, предимно международни, инвестират също и в устойчива заетост при гъвкави условия на амбициозни родители с малки деца. Чужденците все още заемат повече високи и средни позиции и имат висока добавена стойност за икономиката. И в трите групи българският бизнес ще открие по нещо от традиционното, новото и стабилното, от което се нуждае.

Как българският бизнес се ориентира в новия хоризонт на работна сила, споделят Смилен Вълков, изпълнителен директор на Агенцията по заетостта, както и експертите Силвия Трифонова и Бисер Кунчев.

СМИЛЕН ВЪЛКОВ:

Професиите на бъдещето са тези от настоящето

- Г-н Вълков, как се променя начинът, по който търсещите работа и бизнесът срещат интересите си?

- Ефективността на пазара на труда се измерва чрез усвоеността на свободните работни позиции и устроените търсещи работа. В тази връзка доближаването на гледните точки на бизнеса и работната сила е наложително.

Проучването на потребностите от работна сила показва, че през 2024 г. всеки четвърти работодател посочва личностната и социалната, езиковата, предприемаческата и цифровата компетентност сред най-важните. АЗ предоставя възможност за обучения с ваучери за професионална квалификация по ключови (например езикови умения) и дигитални умения. Те са безплатни за безработни и заети хора в присъствена или в онлайн форма. Записването става чрез сайта на агенцията. В бюрата по труда има и други възможности за обучения.

- България държи ниска безработица. Кои бизнес сектори са най-уязвими и кои се справят с намирането на кадри?

- Да, нивото на регистрираната безработица в страната е сравнително ниско, като заслуга имат бюрата по труда. Всеки може да се запише в тях лично, чрез единния портал за електронни услуги, а предстои и дигитализация.

Равнището на безработицата през септември 2024 г. се е понижило до 5.2%, а над 14 000 безработни са започнали работа. Тази добра моментна картина е на фона на намаляване на населението в трудоспособна възраст, навлизането на цифровите технологии, изкуствен интелект и др. Има и междурегионални различия и структурни несъответствия в търсенето и предлагането на труд, както и предпазливост да се създават нови и по-качествени работни места. Затова АЗ работи за поддържането на достатъчен резерв от работна сила с нужния набор от умения.

- Кои са професиите на настоящето и на бъдещето?

Смилен Вълков е изпълнителен директор на Агенцията по заетостта (АЗ). Работи в системата на заетостта от 2005 г.

- Данните през август 2024 г. показват, че 98.5% от заявените свободни работни места в реалната икономика са в сектор „Услуги“ (70.4%) и в сектор „Индустрия“ (28.1%). Като професии на настоящето можем да определим тези, изискващи правоспособност или висше образование. Това са преподавателите и педагозите, следвани от медицинските специалисти – лекари, медицински сестри, и се стигне до рехабилитатори, диетолози, фармацевти, парамедици. Търсят се строителни специалисти и работници.

Професиите на настоящето скоро ще станат и професии на бъдещето, като се имат предвид ускорените темпове на развитие на дигиталните технологии и високата степен на автоматизация. Поддръжката на технологично обновения машинен парк ще изисква работници от категорията „сини якички“, високообразовани компютърно ориентирани специалисти. С навлизането на изкуствения интелект традиционни професии като счетоводители, правни консултанти, застрахователи, трябва да се адаптират. Застаряването на работната сила ще ускори този процес.

В следващите 3-5 г. ще се нуждаем от близо 230 000 специалисти с висше образование. Бизнесът още не е готов бързо да внедрява новите технологии и ще разчита на добре обучени специалисти, а не толкова на системи с изкуствен интелект.

- Расте „гладът“ и за професионалисти на възраст над 55 г. Как бюрата по труда работят за тази заетост?

- Хората в по-напреднала възраст са потенциален резерв на пазара на труда, който поне частично да отговори на потребностите от специалисти. Част от тях са с висока квалификация,



но понякога възрастта им е непривлекателна за работодателите. Законът за насърчване на заетостта поставя категорични ограничения по отношение на дискриминацията при обявяването на свободните работни места, включително възрастовата. Водещи са опитът, уменията, квалификацията и в тази посока хората над 55 г. има какво да предложат. Но те следва да придобият нови умения. От свободните позиции на пазара на труда 40% изискват професионална квалификация.

По Националната програма „Помощ за пенсиониране“ за безработни лица над 60 г. хората с висок образователен статут и квалификация могат да се назначават като консултанти за подпомагане на работодателите и за предаване на опит. Така им се осигурява заетост за срок 3-24 месеца.

- Вносът на кадри променя ли перспективата пред търсещите работа?

- От началото на годината АЗ е допуснала на пазара на труда повече от 29 500 граждани на трети държави, което е с 5000 повече за година. Тяхната численост е сравнително малка и не оказва особено въздействие върху пазара на труда.

БИСЕР КУНЧЕВ:

Липсват наистина подготвени кадри

- Г-н Кунчев, как се промени начинът, по който професионалистите търсят работа?

- Наблюдават се промени в нагласата и в настройката на хората в процеса на откриване на подходящата за тях работа. Епидемията от COVID-19 показва, че има и друг начин за реализиране на трудовете ни ангажименти. Всеки търси отговор на въпроса „Каква работа искам?“. Настъпиха и промени в очакванията на хората за пътя, който извървяват от процеса на кандидатстване до интервюто и вземане на решение дали да приемат позицията или не. Някои пожелаха това да става по-бързо и лесно, други потърсиха начини да се представят по-пълноценно и да спечелят конкурентно предимство.

Много компании прилагат и изкуствен интелект в различни процеси за оптимизация на заетостта и по-бързото и за качествено реализиране на трудовете ни ангажименти. Появиха се платформи за търсене и предлагане на работа, насочени пре-

Бисер Кунчев е идеен архитект на платформата за търсене и предлагане на работа и стаж WorkTalent.com. Заетал е високи мениджърски позиции в сферата на маркетинг и рекламата и в „Човешки ресурси“

гимно към нуждите на младите хора. Платформата WorkTalent.com е една от тях.

- Сближават ли се, или се отдалечават гледните точки на работодатели и търсещи работа?

- Работодателите стават по-взискателни към кандидатите. Не искат да допускат грешки и да губят време, а и бизнес. Това се оказва много трудно, тъй като пазарът на труда не предлага толкова много наистина подготвени кадри. И тук не става дума само за хора на средни до високи позиции, а за всякакви професии, които изискват кандидати с внимание към детайла,



сериозен подход към работните ангажименти, честност и почтеност, организираност и самоконтрол. В период на осъзнаване на големите технологични промени сме.

- Кои въпроси на интервю за работа са вечни и кои са новите важни?

- Винаги актуален е въпросът за месечното възнаграждение. Все по-важни стават тези за гъвкавото работно време, възможността служителът да разпределя качествено и количествено професионалните и личните си ангажименти. Все повече се говори за перспективите на развитие, а не за „просто работа“. Кандидатите са по-смели да поставят своите изисквания и очаквания. Убеден съм, че повечето от тях са наясно какво точно и защо го искат.

Интервюто за работа не е изпит. Служителите не трябва да се приемат като роби, нито те самите да тръгват с такава нагласа. Те са значителна част от общото послание, което компанията иска да предаде на своите потребители и партньори.



СИЛВИЯ ТРИФОНОВА:

Младите родители активно търсят допълнителна работа

- Г-жо Трифоновна, какви са вашите наблюдения при mom friendly компаниите?

- Вече сме общност от почти 40 000 членове, но по-важното е, че все повече български компании споделят отворени позиции, като интересът е голям. Младите родители, особено майките, търсят по-активно допълнителна работа, по възможност от вкъщи. Те имат постоянна трудова заетост, отглеждат децата си, но семейните им доходи не достигат. Тази тенденция се засили с ръста на инфлацията. Това доведе до повече стрес и по-лошо осъществяване на работа и личен живот сред младите родители, на увеличение на случаите на бърнаут. Голяма част от българските работодатели, особено в по-малките компании, все още не толерират отсъствия поради болно дете.

- Има ли достатъчно mom friendly компании?

- Те са много повече от преди 8 г., когато дадох началото на онлайн общността „Mom-friendly компании в България“. Все повече български фирми въвеждат придобивки за баланс работно-личен живот. Онлайн каталогът

Силвия Трифоновна е създател на общността Mom-friendly компании в България, която събира работодатели и търсещи работа с условия, подходящи за родители. Тя развива и бранда Her Startup за обучения по маркетинг

ни се увеличава. Бизнесите с повече придобивки са големи международни компании с представителство у нас. Те се адаптират към най-новите и „модерни“ придобивки в тяхната индустрия и, ако са приложими, ги въвеждат.

- Сближават ли се, или се отдалечават гледните точки на работодатели и търсещи работа?

- Младите родители са разочаровани от голяма част от процесите на подбор, с прекалено много етапи, които не са съобразени със спецификите, качествата и уменията на конкретната личност, а са общи. Някои са разочаровани и от липсата на човешки контакт на интервюта, при които се ползва изкуствен интелект.

- Какво предстои на пазара на труда при mom friendly компании?

- Много родители с малки деца вече имат желание да се върнат към рутината в офиса. Работата вкъщи е много стресираща и невинаги толкова продуктивна. Разбира се, трябва да намерят помощ за вкъщи. Друга тенденция сред големи международни компании, например HPE, IBM, е да заплащат допълнителна отпускат не само за майчинство, но и за бащинство. Забелявам и въвеждането на 4-дневната работна седмица. ☺



Професия ФОНДОНАБИРАТЕЛ



ДЕЙНОСТТА НА СПЕЦИАЛИСТИТЕ, СВЪРЗВАЩИ БИЗНЕСА С КАУЗИТЕ, СЕ УТВЪРЖДАВА ВЪПРЕКИ ЛИПСАТА НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И ИНСТИТУЦИОНАЛНА РАМКА

Мая Цанева

Знаете ли кой свързва бизнеса и организациите, които се занимават с финансиране и подпомагане на каузи? Фондонабирателите са професионалистите, които „превеждат“ нуждите и добротворчеството на езика на бизнеса, така че компаниите да ги припознаят като част от своята мисия и да вложат финанси и ресурси за социална промяна.

Рамка, която (не) съществува

Работата на фондонабирателите

няма образователна рамка както у нас, така и в голяма част от Европа. Не съществува в Националната класификация на професиите и длъжностите на НСИ, нито има къде да се учи. Развива се чрез обучения и обмяна на добри практики на проектен признак между организациите. Но ако в държава със силна държавна политика в подкрепа на НПО сектора тя няма такава обществена тежест, у нас, където институционалната подкрепа за неправителствените организации е повече чрез проектно финансиране, се налага като професия с големи негласни отговорности. Уроците от провала на дарителски платформи, които зло-

употребиха с общественото доверие, правят предварителното проучване за мнения на хора или други бизнеси, които са работили преди с дадена фондация, и в обратната посока – от организацията към бизнеса, още по-важни. Това насърчи и появата на няколко големи фондации към български компании.

На пръстите на двете ръце може да се преброят професионалните фондонабиратели у нас. Те боравят в полето на публичните комуникации, маркетинга, обвързан с кауза, проектната дейност, корпоративното и индивидуалното дарителство. Видимите резултати са разпознаваеми кампании и събития, безвъзмездно предоставяне на стоки и услуги; въвлечане на служителите в доброволчество; дългогодишни програми в подкрепа на различни каузи.

Как се „продава“ социална промяна

Това е повече от маркетинг, връзки с медиите, отлично управление на финанси, публична достоверност и прозрачност, бизнес мислене с кауза. Изисква се въображение, гъвкавост, дългосрочно стратегическо мислене, умение за създаване на общност, която споделя мисия. Организациите „продават“ социална промяна. Целта на фондонабирателите е освен чрез финансов ангажимент, да ангажират подкрепата на бизнеса стратегически на по-високо ниво – чрез съвети, менторство, лично ангажиране на служителите, което да увеличи ефективността на каузата и осигури устойчивост.

Пазар на каузи в развитие

„Пазарът“ на каузи у нас е богат, а компаниите търсят win-win отношения с добавена стойност при взаимодействието си с неправителствения сектор в реалност, която е частично регулирана. От една страна, имаме европейски регулации на политици по корпоративна социална отговорност, а екологични и социални стандарти за устойчив бизнес стимулират фирмите да търсят дългосрочни възможности за дарителство и добротворчество. От друга страна, особено за малките и средните предприятия, данъчните облекчения не са фактор, за да ги насърчат.

В същото време фондонабирателската дейност отбелязва успехи заради обществената и личен отзвук. Според национално представително проучване за дарителството през 2023 г. на Българския дарителски форум, 66% от българите са дарявали поне веднъж през 2023 г. Подкрепата от компаниите е нараснала до 66.3 млн. лв. по данни на НАП, ръст от 18% спрямо 2022 г. Най-интересни за предприемачите са каузи в образоването, социалната подкрепа, общностното развитие, здравеопазването, екологията.

Защо има нужда от правна рамка и образователна основа за професията на фондонабирателя, какви са предизвикателствата, за какво да внимава бизнесът, споделят няколко български професионални фондонабиратели:

АЛЕКСАНДРА ПОПОВА:

Създаваме по-добра дарителска култура



Александра Попова е експерт „Фондонабиране и комуникации“ във фондация „Сийдър“, която 19 години подкрепя живота на деца в риск и на младежи с увреждания и с интелектуални затруднения - Снимка Фондация „Сийдър“

дем наясно, че не си общуваме с компанията, а с хората, които стоят зад нея. За да спечелим доверие на фирмата, първо трябва да спечелим доверието на тези, които я представляват. И второ, доброто взаимодействие между бизнеса и НПО сектора се случва тогава, когато има диалог, откритост и взаимно уважение.

Най-добрите корпоративни партньорства са тези, при които има ангажираност с каузата не само от страна на компанията, но и от страна на служителите ѝ. Тази колективна ангажираност води до по-голямо чувство за принадлежност и мотивация и заздравява партньорството.

Предизвикателствата са много. Започвайки от намирането на правилните хора, които вземат решенията, преминавайки през откazi или през липсата на отговор, до убеждаването от какво имаме истинска нужда. Основна част от фондонабирането е промяната на нагласи и изграждането на по-добра дарителска култура в страната.

- За какво бихте посъветвали един предприемач да внимава, когато му предлагат да се включи във фондонабиране?

- Да се запознае добре с дейността на организацията и да е убеден, че каузата е в съответствие с неговите лични ценности, както и да проучи по какъв начин ще бъдат разходвани и отчетени набраните средства.

Г-жо Попова, какво е да си фондонабирател?

- Добрият фондонабирател трябва да бъде добър комуникатор, да успява да увлича хората и да бъде истински ангажиран с каузата. Но най-важни остават емоционалната интелигентност и междучелностните умения за изграждането и поддържането на дългосрочни взаимоотношения с дарителите. В България да си фондонабирател е по-скоро непозната професия, но средата е подкрепяща. Честният обмен на опит между организациите в България допринася за по-доброто разбиране на контекста и адаптацията на подходите към местните условия.

- Как се „продава“ дадена кауза на бизнеса и какво е важно, за да бъде мисията успешна?

- Успешното партньорство с бизнеса се основава на два ключови принципа. Първо, трябва да бъ-



От ляво надясно: Веселина Василева, мениджър „Развитие на партньорства“, Венета Милева, мениджър „Маркетинг и фондонабиране“, и Дарина Райкова - мениджър „Проекти“ на Карин дом. Организацията с нестопанска цел е основана през 1994 г. от дипломата и филантроп Иван Станчов. От 1996 г. Карин дом стартира работата си като Център за социална рехабилитация и интеграция на деца със специални потребности

Карин дом:

Фондонабирането е ключово за НПО сектора

- Какво е да си фондонабирател?

- **ДАРИНА РАЙКОВА:** Фондонабирателите в България се разпознават по имена или по организациите, за които работим, защото споделяме еднакви очаквания и обменяме сходен опит. Въпреки суровата, бих казала, среда, в която съществуват гражданските организации, има положително усещане за повече действия в тази посока и за обособяването на общност. Все още възможностите за финансиране са по-скоро циклични, ограничени или ограничаващи, което е предпоставка и за конкуренция. Предвид начина, по който се финансират организациите на гражданското общество в България, фондонабирането играе ключова роля за тяхното развитие и устойчивост. През него не само събираме средства, но създаваме партньорства, привличаме съмишленици, създаваме предпоставка и условия за бизнеса да развива своята корпоративна социална отговорност.

ВЕСЕЛИНА ВАСИЛЕВА: Презизвикателство е да си фондонабирател, особено извън София, защото културата на дарителството е нарушена през годините на социализма и се възстановява бавно. Но работата е

интересна и вълнуваща. Ако вземем примера на основателя на Карин дом - Иван Станчов - той беше харизматичен, умееше да вдъхновява, да мотивира и привлича дарители.

- Има ли образователна/законодателна основа за тази професия у нас и в Европа?

- **ВЕСЕЛИНА ВАСИЛЕВА:** Образователната рамка е областта на маркетинга, като уменията се доразвиват чрез допълнителни обучения, както се развива и самият маркетинг. Законодателната основа - следва да има спазване на закона за мерките срещу изпирането на пари и познаване на закона за счетоводството, който регулира данъчните облекчения за дарителите.

ДАРИНА РАЙКОВА: Съществуват предпоставки за извеждането на „фондонабирател“ като отделна професия. При срещи с организации от европейски страни, където държавната помощ е съществена, се налага да обясняваме с какво се занимаваме.

- Как се „продава“ кауза на бизнеса?

- **ВЕНЕТА МИЛЕВА:** Никога не съм „продавала“ кауза, стремя се да разкажа на достъпен език какво можем да по-

стигнем заедно, да включат партньорите в това, което правим. А бизнесът иска да е полезен, но понякога не знае как. Това е моята работа - да намерим допирни точки. За мен презизвикателството е „първата среща“ - трудно е да ти се доверят веднага. Затова е много важен добрият имидж на организацията, непрекъснатата комуникация и включването на общността в събития и инициативи. Задължително е организацията да има сайт и да поддържа актуално съдържание в социалните мрежи, да споделя целите и успехите си. Компанията трябва да припознае каузата на организацията и да я споделя.

ВЕСЕЛИНА ВАСИЛЕВА: В България каузите и фондонабирателните кампании станали много и предполагам, че бизнесът получава немалко искания за финансиране. Затова, когато фирмата е изградила политика за корпоративна социална отговорност с ясно зададени цели по отношение на дарителството, е по-лесно, отколкото постоянно да отсява предложения. Затова мечтая държавата да въведе повече стимулиращи мерки за насърчване на дарителството.

ВАСИЛЕНА ИРИНЧЕВА:

Целевите кампании са най-успешни

- Г-жо Иринчева, как се прави успешна една дарителска кампания?

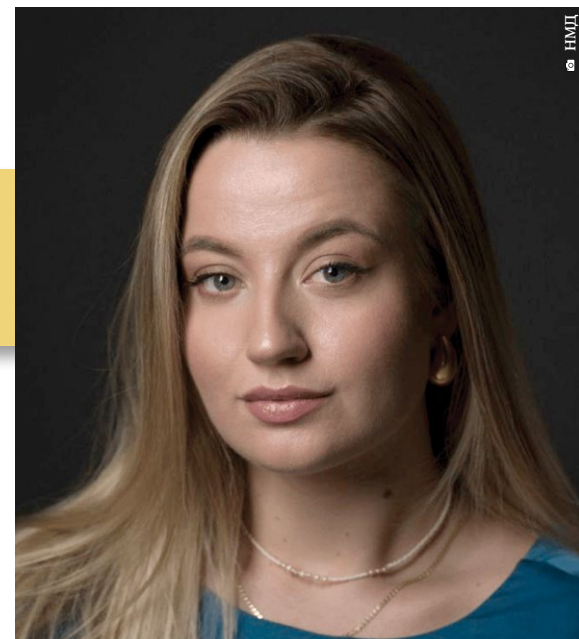
- Фондонабирането е форма на продажба - продажба на идея, мисия или социална промяна. Формулата за успешно реализиране на дарителска кампания е една кауза да се „облече“ като продукт, да се визуализира, така че да се предложи на правилната аудитория чрез комуникация.

Винаги съм се стремяла да предлагам на бизнеса не просто кауза, а ясен план с измерими резултати. Компаниите очакват да знаят как техните средства ще бъдат използвани и какви конкретни цели ще постигнем. Прозрачността е от ключово значение - всяка стотинка от дарението им да бъде използвана по предназначение.

Василена Иринчева е експерт „Комуникации и фондонабиране“ в Национална прежа за децата (НМД)

чение.

Без тази яснота е много трудно да се изгради дългосрочно доверие. Към неправителствените организации в България има много строги изисквания за ясна отчетност, именно с цел гарантиране на почтеното функциониране на този сектор. Но има липса на



доверие и развита култура за редовно, устойчиво дарителство и социална ангажираност у българина.

Изграждането на взаимна полза е ключът към устойчивото партньорство. Когато бизнесът се включва в кауза, трябва да има едно наум за това как да участва не само финансово, но и да допринесе на по-високо ниво - чрез съвети, менторство, лично ангажиране на служителите.

- Кои кампании са успешни и кои са презизвикателни?

- Целевите кампании за набиране на средства са най-успешни. Например с кампанията ни за набиране на средства за пострадалите от с. Воден успяхме да съберем над 12 хил. лева за изграждането на нова къща за едно семейство. Голямото презизвикателство е как да привлечем дарители за застъпническите ни каузи. Много е трудно да обясниш и остойностиш нещо нематериално, каквото е именно застъпничесството. ①

Една от актуалните кампании на Национална мрежа за децата, в която всеки може да даде

ЕДНО ДЕТЕ ЧАКА МАГИЯ.

СТАНИ МАГЬОСНИК - ПОДАРИ МУ КНИГА!

www.npravimagia.nmd.bg

23.11-15.12, 2024 г.

Как технологиите станаха новият

ГОСПОДАР НА СВЕТА

ЗАГЛЕДАНИ В ЕКРАНИТЕ И УСТРОЙСТВОТА, РАЗВИВАЙКИ И
УСВОЯВАЙКИ НОВИТЕ УЛЕСНЕНИЯ, НЕУСЕТНО ПОПАДНАХМЕ В
КЛОПКАТА НА СЪВРЕМЕННИТЕ ДИГИТАЛНИ ВЛАДЕТЕЛИ

▲ Георги Георгиев

В наши дни хората не могат да си представят живота без невероятните технологии и чудните устройства, които само преди десетилетия се срещаха единствено на страниците на научнофантастичните романи. Компютри, социални мрежи, цифрови фотоапарати, аудиоплеъри, видеоразговори – всеки от нас ежедневно използва тези „плодове на научно-техническия прогрес“ – това се казва в публикация от 2014 г. През 2017 г. IT професионалист констатира, че хората до някаква степен вече са роб на технологиите и проблемът е, че вместо те да се адаптират към нас, на нас ни се налага да се адаптираме към технологиите. През 2019 г. се вижда, че тепърва предстои

истинският прогрес

на изкуствения интелект, както и масовото навлизане на устройствата от Интернет на нещата, които ще автоматизират още повече ежедневието, и така за хората ще останат още по-малко причини да мислят, поради което оглушаването ще продължи с още по-голямо темпо. През 2020 г. констатацията е, че в последното десетилетие компютърните технологии се промениха повече, отколкото през предходните три десетилетия. През следващите 10 г. още 3 млрд. души ще се присъединят към другите 2.5 млрд. души, които вече имат достъп до интернет... През 2023-а представител на технологичен гигант уверява: Технологията е движеща сила за напредъка на човешкото общество и развитието на икономиката, тя не прави разлика

между националните граници. Какво обаче се случва отвъд еуфорията на технологичния устрем?

Технологичните гиганти сринаха капитализма, в това е категоричен бившият гръцки министър на финансите Янис Варуфакис в книгата си „Технофеодализъм. Какво уби капитализма“, написана като писмо до неговия любовник към технологиите баща. В нея той разглежда

еволуцията на капитализма

от рекламния бум през 60-те години на миналия век, Уолстрийт през 80-те, до финансовата криза през 2008 г. и пандемията. Неговата хипотеза е, че капитализмът е мъртъв, т.е. че движещите му сили вече не ръководят икономиките. В тази си роля той е заменен от нещо коренно различно, което нарича технофеодализъм. Убиецът на капитализма е... самият капитал. Не познатият ни от зората на индустриалната епоха капитал, а неговата нова форма или мутация, възникнала през последните две десетилетия, много по-могъща от предшественика си, която подобно на упорит вирус убива носителя си. Каква е причината за това? Две основни събития: приватизацията на интернет от страна на американските и китайските технологични гиганти, както и начинът, по който правителствата и централните банки на Запада отговориха на голямата финансова криза от 2008 г. Книгата е за вече случилото се с капитализма – и следователно с нас – благодарение както на свързаните с облака устройства, които всички ние използваме, така и на действията на

централните банки и правителствата след 2008 г.

Мутацията на капитала

с историческо значение е нещо вече случило се – но познати от драматични събития, разтревожени от своята задължителност и пандемията, от войните и климатичните промени, сме пропуснали да я забележим. Крайно време е да ѝ обърнем внимание!

Преминали сме напред към нова система, която има много от характеристиките на феодализма, но е една крачка пред капитализма. И за да подчертае това, Варуфакис е добавил думата техно. Когато говорим за тези дигитални владения, идеята е по-лесна за разбиране по отношение на платформите, които вземат дял от продажбите. Facebook за него е класически облачен феод: „Тя създава облачен капитал, който е привлекателен за вас, за мен, за други хора, които искат да общуват помежду си – да си намерят приятели, да публикуват своите възгледи или новини за кучето или котката си. И така вие сте привлечени в тази крепост, а следващата стъпка на Зукърбърг беше да привлече в същата крепост издатели и рекламодатели, за да им продаде

вниманието на потребителите

Вие сте издател, чувствате се чудесно, защото продажбите ви се увеличават чрез Facebook. Но изведнъж откривате, че трябва да плащате по-висок наем за облака и да плащате за реклами, за да може клиентите да намерят продукта ви. Това е типичен облачен капитализъм, който



произвежда технофеодализъм“.

Компанията, която прави електрически велосипеди, продавани в Alibaba или Amazon, според Варуфакис, е васален капиталист. По-голямата част от маржа на печалбата на тази компания се удържа от Джеф Безос, основател и изпълнителен директор на Amazon, под формата на наем на електронния облак. На второ място са облачните проли, или облачните пролетарии. Работниците в складовете на Amazon са наблюдавани от алгоритми. Бившият финансов министър е нарекар потребителите

облачни поданици

И паралелът му с крепостните селяни е, че се полага доброволен безплатен труд. Всеки път, когато качвате видеоклип в Tik-Tok, във Facebook или в Instagram, вие увеличавате капитала на тези компании: „Ние добавяме нещо към него директно чрез нашия труд или нашето движение, или нашето съществуване. по този начин сме крепостни селяни, но сме и нещо повече – ние сме облачни селяни,

които произвеждат капитал. А това никога не се е случвало в световната история. Отиваме в търговския център и наемаме магазин, като наемът е фиксиран. Той не е пропорционален на нашите продажби. Колкото повече пари печелим, толкова по-висок е маржът на съотношението цена/наем. При Apple Store ме получават 30% от всички продажби, което е еквивалент на поземлената рента, която феодалят е извличал от васалните капиталисти. Когато имате такава голяма сума, извлечена под формата на облачен наем, тези пари изчезват от кръговия поток на доходите. Така между 35-40% от БВП се изсмукват чрез

облачната рента

а това означава, че в икономиката има по-малко средства. Следователно инвестициите са по-малко, което означава по-малко качествени работни места в останалата част на икономиката. Този облачен капитал е създаден да се възпроизвежда чрез нашето внимание и чрез нашия безплатен труд. Тези платформи много бързо от-

криха, че ако сме ядосани, прекарваме повече време в тяхната среда. И по този начин произвеждаме безплатен облачен капитал за собствениците на облачния капитал. Алгоритмите са предварително подготвени да отровят разговорите ни. Това е изключително вредно за нашите демокрации, защото консенсусът е наистина лош за облачния капитал. Той не го иска и никак не го обича“.

Мутацията на капитала в това, което Варуфакис нарича облачен капитал, вече е съборила двата стълба на капитализма:

пазарите и печалбите

Пазарите и печалбите продължават да са навсякъде около нас, но не те ръководят парадата. През последните две десетилетия печалбите и пазарите са изхвърлени от епицентъра на икономическата и социалната система, те са маргинализирани и заменени с цифрови търговски платформи, които изглеждат като пазари, но не са. Те са по-скоро феодални владения или феоди. А печалбата, която е двигателят на

• ПРОЦЕСИ •

капитализма, е заменена с феодалния си предшественик рентата, дължима за достъп до въпросните платформи и облака изобщо. В резултат истинската власт вече не принадлежи на собствениците на традиционния капитал от машини, сгради, железопътна и телекомуникационна мрежа, индустриални роботи. Те продължават да извличат печалба от работниците, от наемния труд, но не държат юздите както преди. Те са станали васали на

нова класа от феодални повелители

– собствениците на облачния капитал, а всички останали имат статута на крепостни, които допринасят за богатството и властта на новата управляваща класа с безплатен труд в допълнение на наемния.

В най-завладяващите части на книгата се твърди, че Apple, Facebook и Amazon са променили икономиката

готовалкова, че тя вече прилича на средновековната феодална система в Европа. Технологичните гиганти са господарите, а всички останали са селяни, които работят земята си без никаква особена компенсация. Според Варуфакис всеки път, когато публикувате в X, преди това Twitter, вие се трудите в името на Илон Мъск като средновековен крепостен. Мъск не ви плаща. Но безплатният ви труд му се отплаща чрез увеличаване стойността на компанията му. В X колкото повече са активните потребители, толкова повече хора може да бъдат рекламирани или да им бъдат продадени абонаменти.

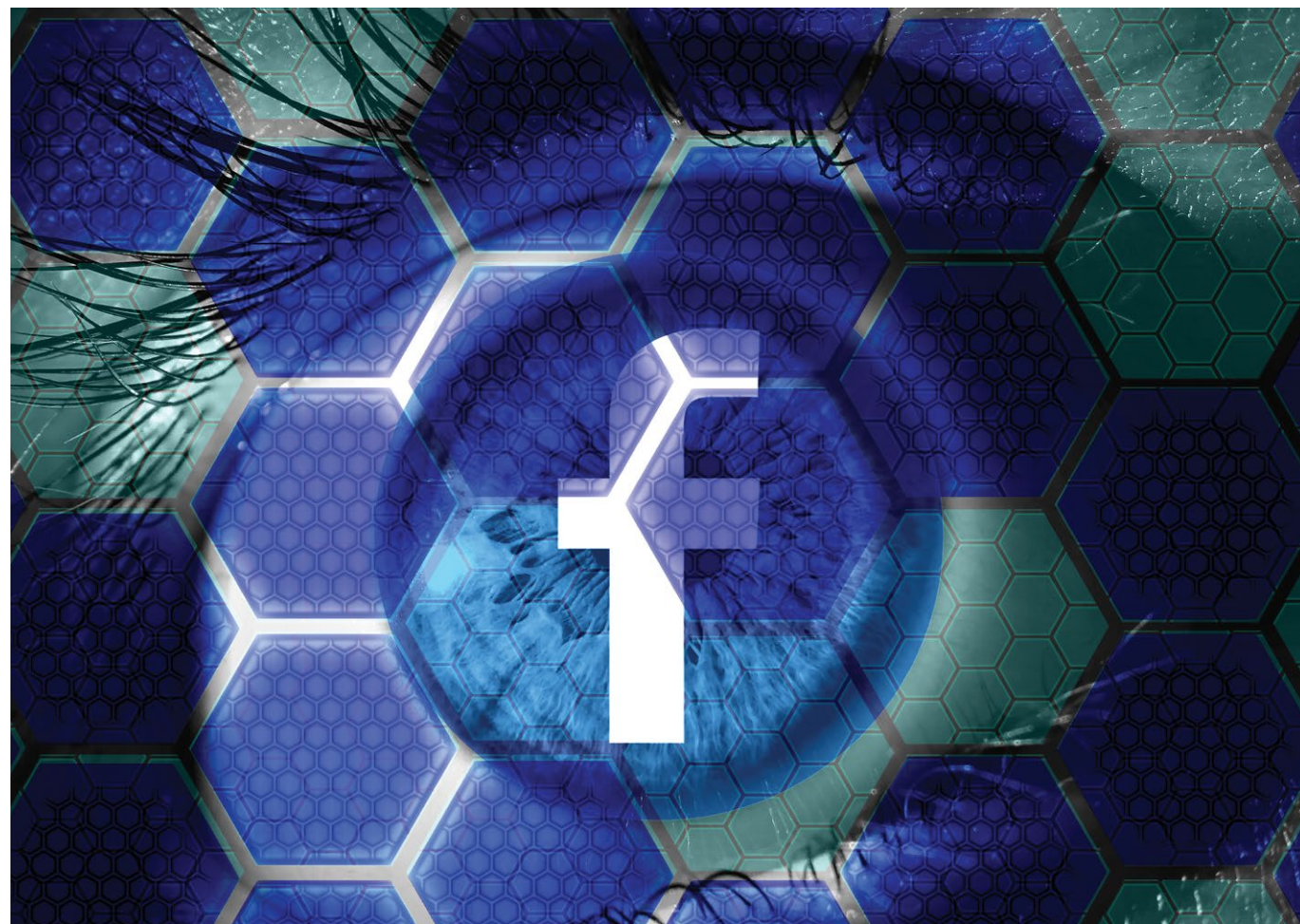
Янис Варуфакис поставя множество наболели въпроси. Един от тях е свързан с

нашата цифрова идентичност

Не бива чрез Google или Facebook

да гарантираме кои сме в интернет. Наличието на цифрова идентичност, издавана от държавата, ще допринесе много за възстановяването или предаването на правото на собственост върху нашите данни, каквото в момента нямаме. Осъзнаването, че светът е станал технофеодален, според Варуфакис ни помага в решаването на малки и големи загадки: от изплъзващата ни се зелена революция, смъртта на либералната личност и невъзможността за социалдемократия до неизпълнимите обещания на криптовалутите и належащия проблем как да възстановим автономността си, а може би и свободата си...

Струва си да се осъзнаем как технологиите станаха новите господари на света. Книгата „Технофеодализъм“ на Янис Варуфакис е добър инструмент в разбирането кому принадлежи лъвският пай на технологичната промяна. ①



**НАШИЯТ ПРИОРИТЕТ СИ ТИ.
ПРИЯТНО БАНКИРАНЕ.**

Кредити, депозити и дигитални решения.
Банкирай с Priority, Premium и другите услуги
на Пощенска банка.



Научи повече на postbank.bg

Подробна информация за актуалните предложения, свързани с услугите Priority, Premium и другите услуги на Пощенска банка, можете да откриете на www.postbank.bg. Отпускането на кредит подлежи на одобрение от банката. Пълна информация за приложимите условия е налична на официалния сайт на банката – www.postbank.bg, както и във всеки офис на банката.

АВТОМАТИЗАЦИЯ И РОБОТИ

Индустрия на настоящето

✍ Тони Григорова

Автоматизираниите системи и роботиката са технологии, които правят истинската индустриална революция. По-големите предприятия, а вече и по-малки компании търсят начини, технологии и процеси за автоматизация, с която да улеснят своята работа. Индустриални и колаборативни (коботи) роботи с машинно зрение и изкуствен интелект, дигитални близнаци, AI, IoT, cloud, big data стават част от производствената реалност. Накъде вървим и с каква крачка?

Добрата новина е, че постоянно расте броят на разработките и на компаниите, които са в сферата на автоматизацията и роботиката. Те все повече са свързани с конкретни нужди.

Сред ключовите реализации заслужава да се отбележи пускането в експлоатация на новото разширение на умната фабрика на Schneider Electric в България и откриването на високотехнологич-

ната лаборатория за изпитване и калибриране на Фесто. Може да открием първия български колаборативен робот Анимото на „Гига Автомата“, мобилния робот МИТО на „Симоботикс“, RoboAiWeeder – иновацията на „Смарт Фарм Роботикс“, която ще замени хората в плевенето.

Винаги може повече

Правят се разработки и за медицински цели – например рехабилитационния екзоскелет Re4Life и трансформиращия се робот за пълноценен живот при хора с парализи 4Freedom,

създавани от инж. Петко Стоев и неговия стартъп Re4Life, а също OMNIBOT: революционния български робот, полезен при гръбначни увреждания. Свое място на пазара има и фирма „Сивико“ от Русе, специализирана в индустриалните роботи и системи. Тя проектира и създава 4-лентова машина, предназначена за производство на опаковки тип „Торба в кутия“, които обикновено се използват за съхранение на вино, натурални сокове и други напитки. Важна тенденция в българската индустрия е, че у нас се увеличават производствата с висо-

ка добавена стойност. Невероятно, но факт: България за втора поредна година е една от 15-те държави в света, която изнася повече промишлени роботи, отколкото внася, твърдят от Професионалната асоциация по роботика и автоматизация PARAI, като се позовават на данни на World's top exports. Създават се иновативни фабрики и иновации за роботизация и автоматизация в тях. В тази сфера са компании като Behr-Hella Thermocontrol, BTL Industries, Bulmint one, Witte Automotive, Latecoere, Sensata Technologies и Standard Profil.

Как се движи развитието

Нека да направим едно уточнение: Според специалистите автоматизацията се отнася до използването на технология за изпълнение на задачи без необходимост от човешка намеса, докато роботиката създава машини за работа, която обикновено се изпълнява от хора. Заедно тези технологии променят начина, по който работят предприятията, и допринасят за повишаване на ефективността и производителността, а също за спестяването на разходи. Развитието на

гвете технологии зависи от креативността на хората и от наличието на компании, които да ги разработват и произвеждат. Но пък обемите на продукцията, които те ще създават, се определят главно от търсенето и внедряването им.

Територия

Когато има често повтарящи се или опасни дейности, това става основна причина дадена компания да автоматизира свои процеси, казва Кристиан Михайлов - съосновател и член на УС на PARAI. В тази организация са обединени над 90 компании, работещи в редица технологични области - роботика, решения с изкуствен интелект, автономни системи, складова автоматизация, разработка на софтуер, киберсигурност, индустриална и потребителска електроника, производство на металоурежачи и промишлени машини, доставка на компоненти, гронове и авиационни решения, както и обучителни организации. Според данните на годишна база автоматизацията расте с около 10%, като тя е насочена към различни индустрии - например хранително-вкусова промишленост, производители на мебели, логистика, тежка индустрия. Често компаниите автоматизират процеси заради липсата на кадри, но и заради все по-високите разходи за труд и нуждата от предвидимост на произвежданата продукция. Автоматизация се въвежда в широк кръг дейности, като боядисване, опаковане, палетизиране, интеграция на робот със CNC машина (т. нар. Machine tending), а също в най-различни производствени операции. Всяка компания в зависимост от своите нужди решава кои да бъдат следващите процеси за автоматизиране.

Тенденции

Три са очакваните световни тенденции, които движат автоматизацията - развитието на технологиите, застаряването на населението, увеличаващата се цена на труда. Хуманоидните роботи са все по-гореща тема за производствата по света. С развитието на изкуствения интелект и новите материали ще видим производителите на хуманоиди да навлизат в нови и все по-сложни процеси за роботизация. Друг пример са колабора-



България разполага с
**ГОЛЯМ
ИНЖЕНЕРЕН
ПОТЕНЦИАЛ**
за разработки
в областта на
автоматизацията и
роботиката

Кристиан Михайлов

тивните роботи, които подпомагат операторите в производството или напълно заменят тяхната роля на поточната линия и в други дейности.

На глобално ниво върви процес на засилен автоматизация и роботизация, като към това се добавя и изкуствен интелект.

На локално ниво

В България виждаме няколко специфики: Поради все по-доброто осъзнаване на българските производители как позитивно влияе автоматизацията на дейностите им, имат по-добро разбиране какво искат да се автоматизира и подпомагат системните интегратори. Самите интегратори пък са в състояние да внедряват все по-сложни проекти. Тези процеси дават отражение и върху подготовката на инженерни кадри на следващ етап, твърди Кристиан Михайлов. България е напред в развитието на технологията „Дигитални близнаци“ - това е цифрово представяне на обект или система от реалния свят. Технологиите позволява да се прави симулация на средата или обекта, така че да се подпомогне по-доброто управление, оптимизирането на процеси, намаляването на разходи, създаване на нови продукти и услуги.

Безопасност и хора

Страхът от роботите, които може един ден да ни превземат, на този етап изглежда неоснователен. Виждат се ползите, когато робот се внедри в производството и рязко увеличи производителността на труда и замени хората в редица тежки, натоварващи или опасни дейности. С това хората не стават ненужни, просто те се пренасочват към други дейности. „В процеса на автоматизация и интеграция на роботи е важно да се преразгледат критериите и стандартите за безопасност“, напомня Кристиан Михайлов. Той обръща внимание на нарастващата нужда от инженери в тази променяща се индустриална картина. Според него е важно интересът на младите хора да бъде насочен към тази перспективна сфера, която ще има все по-важно място в близкото бъдеще. Искат ли да са създатели и да решават реални проблеми, желаят ли да са връзката между технологиите и реалната индустрия, нека да се развият като инженери и хора с техническа компетентност. Технологичното бъдеще се нуждае от хора, които да умеят да го управляват и развиват, но и от такива, които знаят как да поддържат наличните автоматизирани и роботизирани системи.

Как се модернизира производството на храни

За да видим по-ясно какво се случва с автоматизацията и роботизацията, ще дадем пример от конкретен сектор - хранително-вкусовата промишленост (ХВП). Следвайки развитието на технологиите, тази индустрия се променя с бързи темпове. Новите технологии навлизат в тази промишленост, но тя в същото време е изправена пред доста предизвикателства, които ще се решават с иновативни подходи - така ще се постига баланс между стандартите в сектора на ХВП и специализираните технологични решения.

Факторът Кадр

Инж. Андрей Савчев - управляващ партньор във Visioners Concepts, акцентира върху безопасността на храните и необходимостта от добро познаване на технологичните процеси за производство, за да може те да бъдат автоматизирани, роботизирани и оптимизирани в цялост. Той уверява, че роботизацията и автоматизацията са в състояние да гарантират най-високото възможно качество на даден

продукт. Ключов приоритет за предприятията от ХВП е намаляването на труда, разходите и себестойността на продукцията. Но роботизацията не може да елиминира необходимостта от човешка работна ръка. Недостигът на персонал и на квалифицирани кадри тласка към решения, свързани със замяната на определени функции на служителите с автоматизиран визуален контрол. Посока на развитие на решенията за бранша в бъдеще е все по-масовата интеграция на роботи, както и технологиите за обмен на данни и мониторинг, облачните услуги и техническият анализ.

Специфични условия на работа

Тончо Тончев от Ехнатон България насочва фокуса на вниманието върху роботите, специализирани да работят в агресивна среда и специфични условия, каквито често са налице в предприятията от ХВП, включително висока влажност, ежедневно измиване с препарати. Той уверява, че машинното зрение има стотици приложения в ХВП, вклю-

чително за инспекция, проверки за дефекти, за цялост и завършеност на изделията. Технологиите върви ръка за ръка с интегрирането на роботизирани решения и дава възможност за надежден автоматизиран контрол на качеството - направление, в което проблемът с работната ръка все по-силно се усеща във всички индустрии. Осигурява се водене или насочване на роботите, така че те да имат координатите, до които да достигнат, а съответно да извършат необходимите манипулации и това да става достатъчно прецизно, така че да се гарантира качеството, но и безопасността на оборудването, а също и на хората наоколо. От Мултивак обръщат внимание, че при конструирането на машини компанията се ориентира към модулни и интелигентни концепции, базирани на нови технологии, които позволяват значително по-лесно разглобяване, почистване и поддръжка. В контекста на дигитализацията и защитата на генерираните данни киберсигурността ще става все по-важна тема и в ХВП компаниите. ①



Игва ли изкуственият СУПЕРИНТЕЛЕКТ

ОЧАКВАНИЯТА НА РЕДИЦА ВОДЕЩИ ТЕХНОЛОГИЧНИ
ВИЗИОНЕРИ СА ПОВЕЧЕ ОТ ПРОТИВОРЕЧИВИ

Мария Иванова

Наскоро изпълнителният директор на популярния стартап за изкуствен интелект OpenAI Сам Алтман взриви мрежата с твърдението, че създаването на супер изкуствен интелект е по-близо от всякога. Според сензационното изявление на създателя на ChatGPT, в рамките на няколко хиляди дни можем да очакваме появата на машини, способни да надминат човека. Нещо повече - Алтман прогнозира, че следващите години ще бъдат белязани от бърз напредък, който коренно ще промени начина, по който живеем и работим.

Смелото твърдение на технологичния лидер повдига въпроси както за потенциалните ползи, така и за рисковете от създаването на суперинтелигентен изкуствен интелект. Преди да се спрем на евентуалните положителни и отрицателни страни на технологията, нека разгледаме фазите на развитие на изкуствения интелект (AI - Artificial Intelligence), които предстоят според Сам Алтман.

Фази на
интелигентност на
машините

В своето изявление предпри-

емачът разяснява, че развитието на изкуствения интелект преминава през три основни етапа, всеки от които приближава технологията все по-близо до човешките способности и отвъд тях.

Първа фаза - стандартен AI

Стандартният изкуствен интелект, който съществува в момента, е базиран на машинно обучение, което му позволява да извършва конкретни задачи. Това го прави ограничен в своите способности. Тези AI системи се използват за автоматизация на рутинни процеси, анализ на данни и подобряване на ефективността в различни индустрии.

Втора фаза - общ изкуствен интелект (AGI)

Следващата стъпка в еволюцията на AI е общият изкуствен интелект (Artificial General Intelligence - AGI). Той, на теория, ще може да мисли и разсъждава като човек, като се учи и адаптира към различни дейности самостоятелно. Това би означавало, че AGI системите ще могат да изпълняват широк спектър от задачи, без да са ограничени до конкретна функция. Прогнозите за развитието

на изкуствения интелект сочат, че можем да достигнем до AGI в рамките на следващите няколко десетилетия.

Трета фаза - изкуствен суперинтелект (ASI)

Суперинтелектът (Artificial Superintelligence - ASI), според Алтман, е крайната цел в развитието на изкуствения интелект и в тази фаза се очаква той значително да надвишава човешките способности в интелектуален аспект. Според прогнозите, този футуристичен AI ще може да решава сложни проблеми, да предсказва бъдещи събития и дори да създава нови научни открития. Алтман прогнозира, че суперинтелектът може да бъде реалност в рамките на следващите от 5000 до 10 000 дни, или за около от 13 до 27 години.

Основателят на OpenAI не е единственият технологичен лидер, който говори за ASI. Димитрис Цименис, ръководител на екипа по приложен изкуствен интелект в инженерния отдел на Goldman Sachs, също разкрива какво за него представлява изкуственият суперинтелект. Експертът посочва, че понятието изкуствен интелект се отнася до система, която преминава теста на Тюринг, т.е. тя успява да убеди човек, че разговаря с друг човек, а не с AI.



Общият изкуствен интелект (AGI) от своя страна има превъзходство във всички човешки области на знанието.

Изкуственият суперинтелект, според Цименис, би била следващата стъпка – AGI, който превъзхожда човешките способности във всички или повечето когнитивни задачи, като решаването на математически загадки, прогнозиране на времето с голяма точност, както и създаване на молекули за лечение на всяка вирусна или генетична болест.

Не е ясно обаче дали големите езикови модели, които имаме в момента,



могат да бъдат основа за създаване на суперинтелигентен изкуствен интелект. Много експерти са на мнение, че ще са нужни нови прозрения, за да стигнем до такъв тип технология. Въпреки това, постигането на безопасна суперинтелигентност остава важен технологичен и изследователски проблем, който вероятно ще бъде изследван от водещи учени и предприемачи в бъдеще.

Предизвикателства и възможности

След като разяснихме предстоящите фази на развитие на изкуствения интелект, нека да разгледаме рисковете и ползите от тях. От една страна, възможността за значителни технологични пробиви с развитието на AGI и ASI е голяма, но също така съществува и опасност от неконтро-

лируемо развитие на тези технологии.

Според Сам Алтман ние вече сме в началото на „Ерата на интелекта“, която ще преобрази цивилизацията, както са го направили открития като оръдията на труда, земеделието и индустриалната революция. Той подчертава, че машинното обучение е в основата на големия успех на изкуствения интелект и очаква, че AI асистентите ще се подобряват и обединяват в екипи, които ще могат да изпълняват все повече задачи за своите потребители. Тези системи ще специализират в различни области като образование, здравеопазване и други.

Влияние върху професиите и обществото

Алтман признава, че изкуственият интелект ще има значително влияние върху професиите. Според него това е част от прогреса и въпреки че просперитетът не гарантира щастие, той ще подобри значително живота на хората по света. Той също така отбелязва, че много от днешните професии биха се стрували на хората отпреди няколко века като ненужно губене на време, но те са ключови за днешния просперитет.

Подобно на Алтман, основателят на Facebook Марк Зукърбърг също вярва, че AGI може да доведе до значителни промени на пазара на труда. Според него някои професии може да бъдат автоматизирани, докато други ще се развиват и ще се наложат нови уме-

ния.

Технологичният ентузиаст Илон Мъск обаче е критичен към идеята за развитието на суперинтелигентен изкуствен интелект и счита, че това е опасно. Той е убеден, че вместо върху развитието на прозрачни и управляеми технологии, които могат да помогнат за решаване на реални проблеми. Милиардерът е критичен и към идеята за общ изкуствен интелект (AGI) и счита, че той може да доведе до сериозни етични и социални проблеми. Мъск подчертава важността на регулирането и отговорността при разработката на интелигентни системи, за да се избегнат потенциалните рискове.

Други водещи личности в света на технологиите също споделят противоречиви мнения за AGI и суперинтелигентността. Известният британски физик и астроном Стивън Хокинг например е предупреждавал в миналото, че AGI може да бъде по-опасен и от ядрено оръжие. А основателят на Microsoft Бил Гейтс е критично настроен към идеята, че суперинтелигентността ще бъде постигната скоро.

За разлика от него, технологичният визионер Масайоши Сон, основател на японския холдинг SoftBank, вярва, че до 2035 г. ще се появи изкуственият суперинтелект (ASI), който ще бъде 10 000 пъти по-умен от човешкия мозък. За реализирането на тази цел обаче според Сон са необходими стотици милиарди долари инвестиции.

Като цяло прогнозите на едни от най-умните хора на планетата остават разнопосочни по отношение на технологията, която мнозина наричат най-важната стъпка в човешкия прогрес. Развитието на AGI и изкуствения суперинтелект би могло да донесе както големи възможности, така и значителни рискове. Дали оптимистите, или алармистите ще се окажат прави и дали изобщо машините ще поумнеят, обаче тепърва предстоят да разберем. ⑩



PRINT YOUR BRIGHT IDEAS



billboard

www.billboard.bg



ЛЕТЯЩИТЕ КОЛИ

излитат скоро

БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА
Е СРЕД ЛИДЕРИТЕ В
ПРОЦЕСА, ВМЕСТО ДА
Е СРЕД ДОГОНВАЩИТЕ
ТАЗИ ТЕХНОЛОГИЧНА
ВЪЛНА

▲ Георги Георгиев

Летящите коли вече не са фантастика, а съвсем скоро ще са превозно средство в реалния живот. Около 200 компании по цял свят са в трескава надпревара за разработването на новите летящи машини, направени са прототипи, извършват се тестове и дори са осъществени полети с хора в тях. Концепцията неизменно е те да са с вертикално излитане и кацане, без да е нужна писта, за разлика от самолетите. Къде е Европа в този процес, има ли визия страната ни как да стане част от задалата се вълна? Тодор Иванджиков, председател на Асоциацията на българската авиационна индустрия, ни въвежда в темата:

Сертификацията в отделните континенти върви по различен на-

чин. Напредъкът в Европа е най-бавен, тъй като сме най-стриктни на тема безопасност. Китай е твърде напред в развитието на тези возила. Три са концепциите за захранване – с електрически батерии, хибриди, или с водород. Регулациите са в напреднал стадий. Развиват се технологиите за производство на eVTOLs (Electrical Vertical Take off and Landing) коли, има напредък и в това как ще се лети, какви да са изискванията за пилотите, как да се определят зоните за летене.

Инвестициите

за разработването на такива превозни средства са изключително високи, затова някои от компаниите фалират, но се появяват и нови ентусиасти. Всяка година забавяне на сертифицирането и регулациите води до забавяне на възвръщаемостта на инвестицията. В някои от компаниите работят стотици хора и не излязат ли скоро на пазара, те са обречени.

Затова разработчици, които са в напреднал стадий, се насочват към Близкия изток, където Саудитска Арабия и ОАЕ са широко отворени към такива технологии. Те имат капитал и се ориентират към развитие на туризма и високите технологии, тъй като отчитат зелената трансформация и разбират, че не бива да разчитат само на петрола. В някои китайски градове тестово се пускат летящи коли и се очаква

първият сертифициран превоз на пътници

да е през 2025 г. В Дубай имат намерение през 2026 г. да бъдат пуснати въздушни таксита. Американската администрация FAA вече е започнала да сертифицира такива превозни средства на своя територия. Очаква се най-късно през 2026 г. в Америка да има полети с летящи коли. Тойота инвестира в Joby Aviation и постига напредък в нововъзникващата област

на градската въздушна мобилност. Тойота се стреми да затвърди позицията си на основен играч в разработването на електрически летящи коли.

Човечеството бърза. Затова и

Летище София крои планове

за въздушни таксита през 2030 г. Това показват оповестени намерения за строителство на портове за летящи коли на новия трети терминал на аеропорта. Но те трябва да имат и къде да кацат. Ето защо общинските власти е належащо да се включат в процеса на изграждане на нужната инфраструктура, след което тя трябва и да се сертифицира. Общините и държавата няма как да не са част от целия този нов процес. Идеята при проектирането на сгради архитектите да предвиждат „вертипорт“ за летящи превозни средства. Софтуер и цялостна система за достъп и управление на полетите ще ги регулира по подобие на РВД. Очаква се да има коли с пилоти, но също ще има и безпилотни таксита. Ще се определят най-безопасните коридори за летене, за да се гарантира минимум на пострадалите, ако се случи инцидент.

Мобилните оператори също ще са част от новата летателна мода. Пилотите ще трябва да са добре обучени, а после и контролирани. Киберсигурността естествено ще бъде заложена и наложена като задължителна. Застрахователите неизменно ще имат своя роля.

Интересът

към тези превозни средства е глав-



Появата на летящите коли вече изглежда НЕИЗБЕЖНА

Тодор Иванджиков

но заради спестяването на време за придвижване, но и с цел опазване на природата. Електрическите коли се оказаха надценени в екологичните им ползи, тъй като рециклирането на батериите и на самите коли е доста натоварващ процес. Сега голямото



предизвикателство е да се намерят по-леки батерии. Ще е нужно да се намали времето за тяхното зареждане. Търсят се леки материали, от които да се изработват колите на бъдещето. Финансирането е важна част от реализирането на тази нова вълна. Големите компании, които разработват новите возила, трябва да имат солидна визия и реалистични планове, за да привлечат финансиране.

Министерството на транспорта се е заело с въвеждането на нужните регулации, които ще са общи в цяла Европа. Комисията по транспорт в парламента, министерствата на икономиката и на иновациите е належащо да включат в своя дневен ред

ангажираността си към тази новост

в обществения живот, която става все по-близка като реализация. Държавата и общините е време да съдействат за навлизането на новата технология и да не чакат чудото само да стане. Нека да си дадат сметка, че далечната 2030 г. е утре.

България може да стане център за производство на такива коли, тъй като разполагаме с потенциал. Има чуждестранни инвеститори, които обмислят къде и как в страната да организират създаването на завод. Те имат нужда да получат съответни дълготрайни гаранции на държавно и общинско ниво. Бързината може да даде на България

конкурентно предимство

прег цяла Европа.

Трафикът в градовете е натоварен, времето е ценно, борбата за опазване на природата и мобилността са все фактори, които тласкат създаването и навлизането на летящите коли. Няма връщане назад от тази все по-близка картина на бъдещето. Липсата на работна ръка в авиацията, а и изцяло в транспорта, както и развитието на технологиите ще насочват колите към безпилотно придвижване по суша и по въздух. Това също е все по-близка реалност.

Появата на летящите коли вече изглежда неизбежна. По-добре да сме сред лидерите в процеса, отколкото да сме догонвачи. ☺



RANGE ROVER SPORT SV EDITION TWO

635 k.c. спортен лукс и нови, модерни гизайнерски решения

Range Rover Sport SV поставя еталон в своя сегмент с несравними за първи път в света технологии и динамични възможности в една уверена, модерна визия за спортен лукс.

Днес Range Rover обявява продължението на своя високопроизводителен флагман SUV, представяйки Range Rover Sport SV EDITION TWO.

Новият Range Rover Sport SV EDITION TWO предлага драматично усъвършенстван екстериор с четири нови теми, обявени за 2024 г. Всяка тема е внимателно подбрана, за да гарантира уверено присъствие и спортна индивидуалност на пътя: Blue Nebula Matte, Ligurian Black Gloss, Marl Grey Gloss и Sunrise Copper Satin.

Всяка конфигурация съчетава уникални цветове на екстериорната боя с нов завършек от въглеродни влакна и седалки SV Performance в гама от цветове, които предлагат на клиентите избор от иновативен плетен текстил или кожа Windsor за динамичен, техничен и

изискан интериор. Range Rover Sport SV EDITION TWO разполага и с ексклузивно брандиране на предния сплитер, централната конзола, праговите лайсни и лампите за пода – белег за спортен лукс, който го прави мигновено разпознаваем.

Range Rover Sport SV е най-мощният и динамичен Range Rover Sport досега, съчетаващ върховна производителност и динамика с несравними възможности, финес и минималистичен дизайн на Range Rover. Неговият набор от технологии за подобряване на производителността включва най-модерната система за окачване в своя клас и сензорна аудио система с ползи за благосъстоянието.

Присъщ на високата производителност на Range Rover Sport SV, ексклузивен дизайн с подобрена аеродинамика осигурява уверен и стабилен естетичен вид, с функционални, леки и технически материали, които подсилват високопроизводителните му възможности.

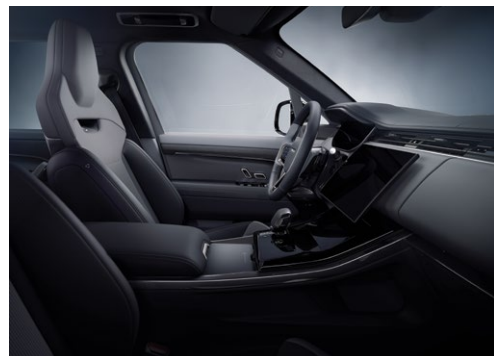
Интериорният дизайн на Range Rover Sport SV усилва връзката между авто-

мобила и водача, отразявайки неговия по-целенасочен, спортен характер, без да прави компромиси с лукса или изтънчеността.

Range Rover Sport SV, захранван изцяло от 4.4-литров V8 бензинов двигател с Twin-Turbo MHEV, който генерира 635 k.c. и 750 Нм¹, е способен да ускорява от 0 до 100 км/ч за само 4 секунди² и да достигне максимална скорост от 290 км/ч.

Тази изключителна производителност се постига чрез набор от характеристики, които осигуряват спестяване на тегло до 76 kg³, включително опция за карбонови керамични спирачки и стандартни аеродинамични подобрения като карбонов капак.

Клиентите вече могат да изберат и специално проектирана лятна гума⁴ за Range Rover Sport SV, която разширява възможностите на автомобила за взимане на завои, като се постига до 1,2G стабилно странично ускорение, постижимо на сухо (0,1G увеличение спрямо стандартно монтираните всесезонни гуми).



¹800 Nm комбинирана мощност на двигателя/МHEV при използване на Dynamic Launch Mode. Сертифицирани 750 Nm.

²При инсталирани всички опции за леко тегло.

³В сравнение с Range Rover Sport P530 в най-близката еквивалентна спецификация.

⁴Летни гуми ще бъдат налични за поръчка в ограничени пазари – юлия, свържете се с вашия индивидуален търговец.

НОВИЯТ DISCOVERY SPORT

ЕКСКЛУЗИВНИ УСЛОВИЯ ЗА ОГРАНИЧЕНО КОЛИЧЕСТВО



МОДЕРЕН ЛУКСОЗЕН ИНТЕРИОР

Discovery Sport е с функционален дизайн, до седем места и готов за семейни приключения. Впечатляващо изтънченият нов интериор излъчва модерен лукс, сред който нашите клиенти могат да се възползват от най-новата информационно-развлекателна



система **Pivi Pro** на елегантен, извит, стъклен сензорен екран, както и от цялото практично пространство за вещи, конфигурации на седалките и технологии за благосъстояние, които правят автомобила предпочитан от активните, съвременни семейства.

С до седем места, Discovery Sport съчетава гъвкавост, производителност и проходимост с гама практични аксесоари, осигуряващ щедро пространство и комфорт за всички, с до 24 възможни конфигурации на седалките и електроуправляема задна врата – за лесно товарене и разтоварване.

Изтънченият интериор на Discovery Sport се отличава с нов скоростен лост с рамка от тъмно анодизирано алуминиево декоративно покритие и елегантен мултифункционален волан с три спици.

Най-новата информационно-развлекателна система **Pivi Pro** извежда постоянно достъпни странични ленти, които осигуряват преки пътища до ключови контроли и функции на автомобила, като медии, сила на звука, климатик и навигация. Това позволява на потребителите достъп до 90% от задачите с две докосвания от началния екран. Удобството е налице с гласовия изкуствен интелект **Amazon Alexa** и безжичен **Apple CarPlay™** за лесно управление на основните функции. **Android Auto®** също е стандартно

оборудване за максимална свързаност.

Discovery Sport съдържа една от най-усъвършенстваните налични технологии за качество на въздуха благодарение на **Cabin Air Purification Plus**. С PM2.5 филтрация и управление на CO₂, системата подпомага благосъстоянието на цялото семейство и същевременно повишава бдителността на водача чрез слеене и контролиране на CO₂ нивата в купето.

Discovery Sport предлага също един от най-пълните набори от свързани с камерата технологии в този клас. По-голямата сигурност на водача идва благодарение на 3D пространствени камери и функцията **ClearSight Ground View™**, които излъчват на 11,4-инчовия сензорен екран, както и на огледалото за обратно виждане **ClearSight Rear View Mirror™**, което осигурява неограничен изглед зад автомобила, независимо какво има отзад.

ОБНОВЕН ЕКСТЕРИОР

Новият Discovery Sport се отличава също с фини обновявания на екстериора, които подчертават характерното ДНК на Discovery. Моделите Dynamic



са по-изявени и целеустремени, с контрастен покрив и екстериорни акценти. Дръзките нови опционални алуминиеви джанти включват 21-инчов вариант в цвят Gloss Black и 19-инчов в цвят Gloss Black или с ефект „гуамант“. Към подбраната цвятова палитра за екстериора е добавен цвят Varesine Blue.

Discovery Sport продължава да предлага гама от икономично plug-in електрическо хибридно и „меко хибридно“ електрическо захранване, предоставяйки ефективност и производителност. Новата батерия

на P300e осигурява подобрен пробег в реални условия до 47 км. Клиентите също могат да бъдат спокойни, че зареждането на техния електрически хибрид е бързо и лесно – зареждане от 0 до 80% е възможно само за 30 минути с постоянно токово зареждане, предлагано като стандартно оборудване.



Бензиновите двигатели P250 и P200 Ingenium и дизеловите D200 и D165 Ingenium горят гамата. И при двата вида гориво усъвършенстваната електрическа технология „мек хибрид“ осигурява плавна работа на функцията старт-стоп за спокойно градско шофиране.

ПЕТ ЗВЕЗДИ ЗА БЕЗОПАСНОСТ ОТ EURO NCAP

Discovery Sport дебютира през 2014г. с пет звезди. Тестван отново през 2022 г. по още по-строги стандарти и изисквания, универсалният семеен SUV си осигури още една оценка от пет звезди, с подобрени показатели от 89% резултат за защита на деца пътници, 71% за уязвими участници в движението и 85% за асистент за безопасност. Защитата на възрастни пътници отбеляза 84%.

Усъвършенстваните системи за подпомагане на водача, предлагани на Land Rover Discovery Sport, включват **Автоматно аварийно спиране (AEB)**, **Lane Keep Assist**, **Аварийен асистент за поддържане на лентата**, **3D Surround Camera** и **ClearSight Ground View** и **Агониен круиз контрол**.

Научете повече на landrover.bg

MOTO-PHONE



НОВИТЕ СУПЕРГЕРОИ на софтуерната разработка

КАК LOW CODE
ПЛАТФОРМИТЕ
СЪЗДАВАТ НОВИ
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА
БИЗНЕС РАСТЕЖ

✍ Мария Иванова

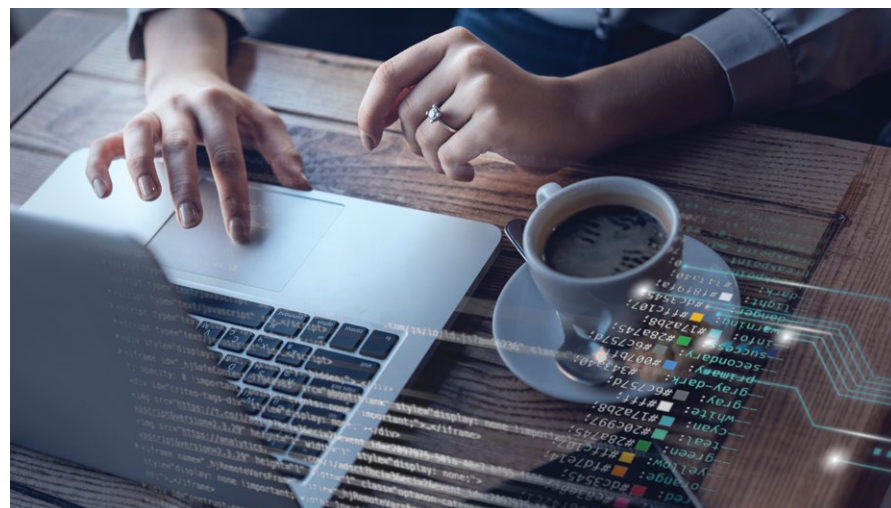
Представете си свят, в който всеки може да разработи собствено мобилно приложение, да създаде персонализиран уебсайт или да автоматизира рутинни задачи в бизнеса, без да е необходимо да пише сложен код. Ще попитате как е възможно това? Отговорът е в един бързоразвиващ се нов сегмент, наречен Low Code / No Code. Той включва множество нови платформи, които

превръщат разработката
в детска игра

позволявайки на всеки да създава персонализирани решения. Ще могат ли обаче тези инструменти да заменят напълно професионалните разработчици? Ще разгледаме последните тенденции в развитието на платформите за разработка на софтуер с малко или без никакво програмиране, ще представим най-използваните сред тях и ще разгледаме как те ще променят начина, по който създаваме софтуер.

Как работят?

Те позволяват на хора с различен професионален опит и знания да създават мобилни приложения, чатботове и други иновативни решения. С помощта на средства като Bubble, Webflow и Airtable, независимо от знанията и уменията си за програмиране, всеки вече може да решава предизвика-



телствата на бизнеса си като създаде свое технологично решение, отговарящо на спецификите му.

За разлика от традиционния начин на програмиране, при който целият код се пише от разработчици, при този нов модел се използва графичен интерфейс, който не само намалява времето за разработка, а и позволява на по-широк кръг от хора да създават софтуерни приложения. Друго ключово предимство за бизнеса е, че Low Code платформите намаляват разходите както за висококвалифицирани специалисти, така и за внедряване и поддръжка.

Ефектите за икономиката

са на много нива. От една страна, в Low Code/No Code сектора се появяват множество новостартиращи фирми, някои от които растат с бързи темпове. От друга - около тях се създават нови екосистеми с множество възможности за развитие на бизнес и разкриване на нови работни места. А от трета - огромен брой компании от не-технологични сектори могат по-лесно да се сбоят с необходимите им софтуерни решения,

което да ускори бизнеса им.

Нека си припомним как платформата WordPress либерализира изработката на уебсайтове и заедно с това спомогна за появата на цяла нова екосистема от плагини и теми. И също както WordPress не доведе до изчезването на уеб разработчиците, които днес имат повече работа от всякога, Low Code платформите имат своите ограничения и едва ли ще застрашат работата на програмистите.

А ето и кои са най-популярните Low Code/No Code платформи за 2024 г., които помагат за бързото създаване и внедряване на приложения.

Мощни уеб приложения
без програмиране

Low Code платформата Bubble позволява създаването на мощни уеб приложения, дори и без наличието на задълбочени знания по програмиране. Чрез нея малки бизнеси, стартиращи компании и дори отделни предприемачи могат да създават свои собствени проекти, без да правят големи инвестиции в екип от разработчици. С тази платформа компанията лесно


МЕТРОРЕКЛАМА
☎ +359 882 425 848 ✉ office@metroreklama.com

Рекламни съоръжения
в цяла България!

www.metroreklama.com

ОТКРИЙТЕ
НЕОГРАНИЧЕНИТЕ
ВЪЗМОЖНОСТИ НА
ВЪНШНАТА РЕКЛАМА!

- » в Софийското Метро
- » Брандиране на Автобуси
- » Видимост в големите
Търговски Вериги
- » Билборд съоръжения
в Градска среда и
по Републиканските
пътища

Защото е важно рекламата да е на правилното място!

могат да автоматизират процесите си, да създават свои онлайн магазини, различни прототипи на продукти, както и да разработват вътрешни инструменти.

Бъдещето на уеб дизайн е визуално

Webflow е платформа за уеб дизайн без писане на код. Тя предлага мощни инструменти за създаване на персонализирани уебсайтове. Със своите интуитивност и достъпност този инструмент може да помогне на компаниите да създадат уникално онлайн присъствие, да увеличат продажбите и да подобрят имиджа си. В допълнение, платформата има вградени SEO инструменти, които помагат на уебсайтовете да се класират по-добре в търсачките.

Всеки може да анализира данни

Платформата Airtable превръща сложните данни в интуитивни и лесни за разбиране таблици и бази. Освен това, тя може да автоматизира рутинни задачи, като създаване на отчети, изпращане на напомнания и управление на проекти. Airtable може да намали времето за изпълнение на задачите, увеличавайки точността на данните и подобрявайки вземането на решения.

Автоматизиране на рутинни задачи

Zoho Creator е друг Low Code инструмент, с който могат да се създават бизнес приложения, дори и от хора без технически умения. Платформата позволява на компаниите да събират, организират и анализират информация по ефективен начин, както

и да автоматизират рутинни задачи, като например обработка на данни, генериране на отчети и изпращане на уведомления.

Инструментът, който превръща идеите в мобилни приложения

Appy Pie е друга Low Code платформа, подходяща за малки бизнеси и стартапи. Тя предлага планове и функции, които са специално разработени за тях и значително намалява времето за пускане на сайтове и мобилни приложения на пазара.

Ускоряване на дигиталната трансформация

OutSystems е идеално решение за бизнеси, които искат да ускорят дигиталната си трансформация и да създават иновативни решения. Подобно на останалите Low Code платформи, и тази позволява разработването и пускането на пазара на приложения много по-бързо в сравнение с традиционните методи за разработка.

В добавка, приложенията, създадени с OutSystems, са високопроизводителни и могат да се справят с големи обеми от данни и потребители. Те също могат лесно да се променят и адаптират към новите бизнес изисквания.

Инвестиция в бъдещето на бизнеса

Mendix позволява на потребителите да създават приложения, които точно отговарят на техните бизнес процеси, без да се ограничават от стандартни шаблони. А това води до създаване на персонализирани работни потоци, които оптимизират проце-

сите и увеличават ефективността. В резултат намалява времето за разработка, увеличават се приходите, както и се подобрява удовлетвореността на клиентите.

Автоматизация на бизнес процесите

Платформата Appian позволява на бизнеса да анализира големи обеми от данни в реално време и да взема информирани решения. Тя позволява създаването на интерактивни табла за визуализация на данни и проследяване на ключови показатели. По този начин може да помогне на компании от различни индустрии, като финанси, здравеопазване, производство, търговия и др., да автоматизират процесите си на продажби, както и да оптимизират веригите си за доставки.

GenAI променя правилата на Low Code

С нарастване популярността на генеративния изкуствен интелект (GenAI), който предоставя още един лесен начин за разработка на софтуер, Low Code/No Code платформите започнаха да го добавят в своите предложения. Според експерти това по-скоро ще доведе до тяхната еволюция, а не до тяхното елиминиране. Тази интеграция ще направи Low Code платформите още по-мощни, достъпни и ефективни, разширявайки обхвата от приложения, които могат да правят. Бъдещият пейзаж на разработката ще бъде синергия между „цивилни“ разработчици, професионални програмисти и изкуствен интелект, прогнозиран още специалистите.

Въпреки това, тази интеграция може да доведе и до нови предизвикателства по отношение сигурността на данните, управлението на потенциални грешки в конфигурациите, необходимост от непрекъснато обучение на моделите, за да се адаптират към променящите се изисквания, както и решаване на етичните въпроси, свързани с използването на изкуствен интелект в процеса на разработка.

Независимо от изброените предизвикателства, сътрудничеството между изкуствения интелект и Low Code платформите прокарва пътя към достъпната софтуерна разработка, отваряйки нови хоризонти за създаване на иновативни уебсайтове и приложения. ⑩



РАЗЦВЕТЪТ на дигиталните портфейли

СИГУРНОСТТА И ТЕХНОЛОГИЧНАТА СЪВМЕСТИМОСТ ОБАЧЕ СИ ОСТАВАТ ГОЛЕМИТЕ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

✎ Мария Иванова

Ако някога ви се е случвало да забравите парите и банковите си карти, отивайки на пазар, трябва да знаете, че това вече не е пречка да направите желаните от вас покупки. Всичко, от което се нуждаете в такава ситуация, е вашият смартфон или умен часовник с активиран дигитален портфейл.

Пазаруването с електронни пари е бързо и лесно, като може да се извършва във всички търговски обекти, приемащи безконтактни плащания, само чрез доближаване на телефона или часовника до техния POS терминал. Електронните портфейли имат и много други предимства - от безкасови трансакции, през повишена сигурност на плащанията, по-ниски такси и възможност за проследяване на разходите, до безпроблемна интеграция с други финансови услуги. С тези свои предимства те все повече се превръщат в удобна алтернатива на традиционните начини на плащане, като премахват необходимостта от наличието на пари в брой или физически банкови карти. Нещо повече - поява-

та и бързият растеж на дигиталните портфейли се определя като един от най-големите инфраструктурни успехи в света през последното десетилетие. Те вече въвеждат милиони хора във финансовата система за първи път, като по този начин

отключиха достъпа

до множество финансови услуги и възможности.

По данни на Statista през 2021 г. плащанията с дигитални и мобилни портфейли са 29% от общите трансакции във физически магазини по света, като се очаква този процент да достигне 39% до края на 2024 г. А до 2025 г. глобалните трансакции с мобилни портфейли ще достигнат 1,8 трилиона долара, сочат още проучванията на международната онлайн платформа. Тази тенденция се дължи на дигитализацията на услугите от страна на финансовите институции, на пандемията от COVID-19, която ускори приемането на дигитални решения, както и на нарастващото удобство и сигурност, които тези нови технологии предлагат.

В следващите редове ще разгледаме какви са предимствата и рисковете при използването на мобилни пари; кои са най-разпространените дигитални портфейли в България, кои европейски държави имат най-развити цифрови инфраструктури; както и как да се защитим от хакерски атаки. Но нека преди това дефинираме какво е цифров портфейл?

Цифровите портфейли са онлайн услуги или софтуерни приложения, които дават възможност на потребителите да извършват електронни трансакции с помощта на своите смартфони, умни часовници, компютри и други устройства. Те съхраняват по сигурен начин платежната информация, като позволяват бързи безконтактни плащания, без да са необходими физически пари или карти.

Едни от най-използваните дигитални портфейли в световен мащаб са Apple Pay, Google Wallet, PayPal и Samsung Pay. В допълнение към извършването на плащания те могат и да съхраняват важна информация, като карти за лоялност, билети и дори документи за самоличност.

Предимства

Удобство, сигурност, екологичност - това са само малка част от предимствата, характерни за диги-



малните портфейли. За разлика от портфейла в джоба или чантата, който лесно може да бъде изгубен или откраднат, електронният често използва криптиране, идентификация с пръстов отпечатък или лицево разпознаване, което го прави по-сигурен и защитен.

Освен че са по-трудни за ограбване, средствата ви в дигиталния портфейл могат лесно да бъдат проследени, което помага за по-разумното управление на разходите и личните финанси.

В добавка, цифровите портфейли улесняват онлайн пазаруването, тъй като много лесно взаимодействат с електронни магазини, програми за лоялност, както и транспортни системи. Често те имат по-ниски такси за управление в сравнение с традиционните банкови услуги, което улеснява осъществяването на международни плащания и преводи. Не на последно място сред предимствата на дигиталните портфейли е елиминирането на необходимостта от хартиени документи, което е щадящо за природата и околната среда.

Предизвикателства

Едно от най-дългогодишните предизвикателства пред световните платежни екосистеми, особено за тези, които са се появили през последните 60 години, е оперативната съвместимост. Тя се дължи на новите поколения все по-сложни технологични решения. И включва необходимостта от стандартизирането им по такъв начин, че да се осигури безпроблемно взаимодействие помежду им.

Въпреки технологичния напредък напоследък, сигурността продължава да бъде друго сериозно предизвикателство пред дигиталните портфейли. Кибератаките, нарушаването на сигурността на данните и кражбата на самоличност са постоянни проблеми за доставчиците на тези услуги и техните потребители.

Ако хакери откраднат дигиталния ви портфейл например, може да загубите достъп до вашите средства, докато не възстановите акаунта си. Освен това, за да го използвате, обикновено ви е необходим достъп до интернет, което може да бъде проблем в райони с лоша свързаност. В допълнение - не всички търговци приемат плащания чрез цифрови портфейли, което може да ограничи обхвата на тяхната употреба.

За да се справят с изброените пре-



дизвикателства, много от европейските държави предприемат строги мерки за сигурност при използването на дигитални портфейли, като например въвеждане на криптиране от край до край и многофакторна автентификация. Все още обаче съществуват проблеми, свързани с различните регулации на цифровите портфейли сред държавите членки на Европейския съюз (ЕС), което затруднява доставчиците да предлагат безпроблемни трансгранични услуги. В тази връзка експертите са категорични, че хармонизирането на нормативната уредба може да улесни разпространението на цифровите портфейли в световен мащаб.

Лидерите в ЕС

Сред страните в ЕС с най-развити цифрови инфраструктури са Финландия, Швеция, Естония, Дания и Нидерландия. Финландия е известна със своята висока степен на дигитализация и иновации. Правителството на страната активно подкрепя развитието на финтех сектора, с което създава стимулиращи условия за развитието на дигиталните портфейли.

Швеция има силен фокус върху безкасовите плащания, които са добре познати и често използвани от гражданите ѝ. Страната участва в множество международни проекти за развитие на цифровите портфейли, което води и до по-добра информираност относно предимствата и безопасността на цифровите плащания.

Дания също е сред лидерите в дигитализацията и има добре развита ин-

фраструктура за цифрови плащания. Със силна икономика и високо ниво на дигитализация, Нидерландия предлага отлични условия за използване на цифрови портфейли. През последните години Естония също постигна значителен напредък в областта на цифровите технологии и предлага удобни и сигурни решения за дигитални плащания.

България

У нас дигиталните портфейли стават все по-популярни, като се предлагат както от банки, така и от различни финансови институции и компании. Сред най-известните решения са A1 Wallet, Phyre Digital Wallet, iCard и Vivasom Pay. Наскоро и Viber, притежаван от японския гигант Rakuten, добави дигитален портфейл към своите услуги.

Няколко банки също развиват собствени дигитални портфейли. КВС предлага DigiPay, Уникредит - Булбанк Мобайл, ПИБ - MyFin, а БАКБ - ВАСВ Pay. Освен това, много от останалите банки у нас поддържат популярни международни решения като Apple Pay и Google Pay.

С развитието на финтех индустрията и увеличаването на доверието в безконтактните плащания, потребителите, които се възползват от удобствата на дигиталните портфейли, стават все повече. Бъдещите перспективи пред тези услуги са още по-обещаващи, като се очаква интеграцията им с носими технологии като фитнес тракери и нови модели смарт часовници да предостави още по-голяма гъвкавост и удобство. ☺

ESG & FRIENDS

BUSINESS FORUM

Sustainable.
Resilient.
Competitive.

FEBRUARY 18TH 2025
HILTON SOFIA



MEET OUR SPEAKERS



Ellen Wasylina

President and Founder,
Trocadero Forum
Institute, France



Zsófia Beck

Managing Director
& Partner,
Boston Consulting Group



Sven Gentner

Head of unit for
corporate reporting,
audit and credit rating
agencies,
European Commission



Ivan Angelov

Vice Dean MBA
Programs and Executive
Education Member,
Sofia University
Standing
Sustainable Committee

VIVACOM

3 МАРД. ЛВ. СА ВЛОЖЕНИ В РАЗВИТИЕТО НА ТЕХНОЛОГИИТЕ И ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ, А НАД 2 МЛН. КЛИЕНТИ ПОЛЗВАТ НАД 5,5 МЛН. УСЛУГИ ОТ VIVACOM

Георги Георгиев

Най-характерно за Vivacom през тези 15 години са инвестициите в иновации, в най-модерните технологии и възможно най-добрите продукти и услуги, базирани на най-новите технологии. Тези инвестиции са допринесли не само за ускореното развитие на Vivacom, но и за утвърждаването на компанията като иноватор и двигател в развитието на целия телеком сектор.

Постижения

„За 15 години името Vivacom се превърна в символ на иновации, революционни решения за потребителите и най-високи технологични стандарти в телекомуникациите. През тези 15 години заедно с клиентите и партньорите навлязохме в дигиталния свят. Превърнахме се не само в движеща сила за развитието на целия сектор в страната, но преди всичко спечелихме ключова роля в ежедневието на нашите потребители, които могат да се свързват, да работят, да се забавляват и общуват свободно. Този успех се дължи на

постоянния ни фокус върху иновациите и грижата за клиентите. Изградихме първата 5G мрежа с най-голямо покритие в България¹ и първата 10 GIGA мрежа, лансирахме първите неограничени планове и направихме революция в телевизионното из-

живяване с EON. Благодаря на целия екип и на всички клиенти и партньори, които ни мотивират да разширяваме границите на възможното в потребителските технологии и да предоставяме продукти, които не само отговарят, но и надхвър-

¹Най-голямо покритие на 5G мрежа след сравнение по публично достъпна информация към 21.05.2024 г. за покритието на операторите по брой населени места и курорти. Повече на vivacom.bg

С портфолиото си от устройства компанията прави иновациите още по-достъпни за всеки

15 години инвестиции в иновации



лят очакванията“, казва Николай Андреев, главен изпълнителен директор на Vivacom.

Трансформацията

Vivacom е един от малкото успешни примери за пълна трансформация от държавен монополист във водещ модерен телеком. Компанията постига впечатляващ успех в резултат на колосални инвестиции в иновации и бързо развитие и авангардни технологии, насочени към все по-нарастващите нужди на потребителите. Ускореното развитие на иновациите и най-мощните инвестиции на Vivacom са най-видими през последните 5 години, откакто компанията се присъедини към голямото семейство на United Group – водещия телекомуникационен и медиен оператор в Югоизточна Европа. „Правим инвестиции и предоставяме на бизнеса инструменти за максимална продуктивност, на българските общини – път към дигитализация и модернизация, а на потре-

бителите – неограничена свобода в общуването и забавлението навсякъде, от всяко устройство и по всяко време. Винаги първи в иновациите, с действията си не само издигнахме нивото на телекомуникациите в страната, но и позиционирахме България сред лидерите в този сектор на европейския пазар“, посочва още Николай Андреев.

Над 1 млрд. лв.
инвестиция в мобилни мрежи

От общо 3 млрд. лв. инвестиции, над 1,1 млрд. лв. са вложени в мобилната мрежа на Vivacom. Тя е първата търговска 5G мрежа в България и днес по данни на компанията е с покритие от 85% от населението (изчисление на дружеството на база на покритието от 5G мрежата на Vivacom брой населени места и курорти и статистическите данни за население в тях на НСИ) и с планирано разширение до 90% до края на 2026 г. „Когато разви-

За 15 години името Vivacom се превърна в символ на иновации, РЕВОЛЮЦИОННИ РЕШЕНИЯ ЗА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ и най-високи технологични стандарти в телекомуникациите

Николай Андреев

ваме телекомуникационния пазар, расте и българската икономика. Покри-тието на 5G мрежата на Vivacom и предимствата ѝ, които осигурихме на достъпна цена, дават възможност и на слабо населени и икономически изоста-нали райони да наваксат в развитието си. Вече има повече възможности за обучение, за работа от разстояние, за телемедицина, за забавление – всичко, което има пряко отношение към качеството на живот и намалява неравенствата между хората в градските и селските райони“, коментира Николай Андреев.

Високоскоростен оптичен интернет до 1,5 млн. адреса

Vivacom е инвестирал над 700 млн. лв. в изграждането на оптична мрежа и развитието на телевизията. Благодарение на това оптичната мрежа на Vivacom е най-голямата в страната и по данни на компанията покрива 1,5 млн. адреса. Така свърх-бързият интернет стана още по-достъпен за хората, бизнеса и критични приложения. Целта е до края на 2026 г. да са осигурени гигабитови скорости на 1,8 млн. адреса. Телевизията EON, която Vivacom представи през 2021 г., е с модернизиран

ни функционалности, конкурентни на тези на стрийминг гигантите, а вече и с подобрен изкуствен интелект. Тя практически промени начина, по който потребителите гледат съдържание навсякъде, по всяко време и на всяко устройство и само за първите 6 месеца от годината е гледана от над 1 млн. устройства.

В ТОП 10 на най-бързо развиващите се в света

В резултат на инвестициите от над 44 млн. лв. за сателитни комуникации, Vivacom е сред 10-те най-бързо развиващи се оператори за сателитни услуги за бизнеса в света. Днес компанията излъчва над 700 телевизионни канала на 4 континента и предлага сателитен интернет дори до Антарктида.

Над 5000 служители

През тези 15 години телекомът се утвърди като един от водещите партньори на местната власт, като със своите интелигентни решения създаде възможности за високоскоростна цифровизация и модернизация на над 130 общини в България. За постиженията на Vivacom стоят хиляди часове усилия на отдаден екип от над 5000 служители, почти 40% от които работят в



Компанията отбеляза 15-годишнината си с изискано тържество

компанията от 15 години. За обучения и програми за развитие компанията е инвестирала над 21 млн. лв. И така неслучайно се е наложила като най-големия работодател в телеком сектора, но и като един от най-големите в страната.

Пълна свобода в общуването

Според световните проучвания потреблението на мобилни данни продължава да се увеличава. Само в рамките на 2024 г. Vivacom очаква използваният мобилен интернет в мрежата да достигне до близо 400 млрд. мегабайта. „Ние знаем от какво имат нужда нашите клиенти и винаги се стремим да им предлагаме възможно най-добрите услуги. Преди по-малко от две години променихме пазара в България с първите наистина неограничени тарифни планове – и така дадохме възможност за пълна свобода в общуването. Но не спряхме дотук и отново променихме дефиницията за неограничено общуване с въвеждането на ново, специално разработено и допълнително надградено Unlimited портфолио, със значително по-голяма добавена стойност за клиентите ни“, обяснява Николай Андреев. Новото Unlimited портфолио е с двойно по-високи скорости от досегашното и включени роуминг MB дори и в 13 държави извън ЕС. Към него през септември Vivacom добави уникалните за пазара т. нар. бустери за скорост, или допълнителни пакети, валидни ексклузивно за новите Unlimited планове. С тях потребителите сами могат да персонализират мобилните си пла-

нове според собствените си нужди и така получават пълна свобода в общуването.

Първото Vivacom портфолио от устройства

През септември 2024 г. Vivacom издигна портфолиото си от устройства на ново ниво, като прави иновациите още по-достъпни за всеки. В месеца, в който отпразнува 15-годишнината на марката Vivacom, телекомът представи първото си портфолио от устройства. То е разработено специално за нуждите на всички потребители, дори и най-малките, и съчетава едни от най-добрите характеристики и достъпна цена. В него са включени три нови смарт продукта: Vivacom 5G Pro – следващо поколение смартфон, висококачествени безжични слушалки Vivacom Buds и умни детски часовници Vivacom Kids Watch, които се предлагат в розово и синьо. „Устройствата обединяват иновации, стил и невероятна цена и неслучайно ги наричаме „Идеалното трио“, защото с тях не само отговаряме на клиентските нужди, но и надхвърляме очакванията им. Новите модели са перфектно синхронизирани и с Unlimited плановете ни, за да предложим на клиентите изключително

изживяване в най-голямата 5G мрежа в България и пълна свобода в общуването. Така направихме иновациите още по-достъпни и зададохме за пореден път нов стандарт в мобилните технологии и комуникации“, допълва Николай Андреев.

Празнично продължение

На празник като на празник. Vivacom отбеляза 15-ата си годишнина и с празнична томбола с над 250 награди и страхотни промоционални оферти за мобилни и фиксирани услуги. В томболата участваха над 130 000 клиенти, 255 от които спечелиха като подарък 75 абонамента за услуги за цели две години и 180 устройства от най-висок клас – включително 5G смартфони, различни смарт аксесоари, телевизори, плейстейшъни и много други.

Напред

Със сигурност Vivacom вече гледа напред в дигиталното бъдеще на неограничените възможности и свобода в общуването, на която технологиите не поставят лимит. Vivacom продължава напред, като внимателно следи пулса и потребностите на своите потребители и бизнес клиенти. Компанията запазва фокус върху иновациите, силно мотивирана да продължава да разширява границите на възможното. 📶

Vivacom гледа към ерата на 6G

С поглед напред към дигиталния свят, компанията вече разглежда възможността за внедряване на 6G през 2030 г. През юни 2024 г. Vivacom обяви следващата огромна крачка в развитието на телекомуникационния сектор, като първи в България и един от първите оператори в света стартира тестове на най-новата мобилна технология 5.5G. Технологията е следващият важен етап в ерата на 5G и се базира на последния стандарт за мобилни мрежи 5G Advanced (Release 18), който бе финализиран само месец по-рано. Тази стъпка поставя Vivacom сред водещите оператори в света, които надграждат непрекъснато възможностите на мобилните си мрежи чрез нови функции в полза на бизнеса и крайните потребители. „С първите тестове



постигнахме 10 пъти по-висока скорост в сравнение с 5G стандарта и така увеличихме капацитета на мрежата над 10 пъти. Имаме готов-

ност да надградим първите ни базови станции до 5.5G веднага щом тестовете покажат устойчив успех“, отбеляза Николай Андреев.

ASTELLAS

и фармацевтичното лидерство

ТЪРГОВСКОТО СЪВЪРШЕНСТВО
И ЕФЕКТИВНОСТТА КАТО
КАТАЛИЗАТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ НА
ПРОДУКТИВНОСТТА И ИНОВАЦИИТЕ



Динамиката на съвременния свят не подминава и фармацевтичната индустрия. През последните две десетилетия фарма компаниите се превърнаха в сложни структури, обединяващи различни функционални звена и екипи, работещи не само вътре в отделите, но и между държави. Паралелно с това портфолиото се разширява, а персонализираните терапии, биомаркерите и генната терапия заемат все по-централно място. Това нарастващо многообразие рискува да направи всяка организация тромава и неадаптивна.

На този фон концепцията за търговско съвършенство се утвърди като ключов фактор за повишаване на оперативната ефективност във фармацевтичните компании. Макар да липсва общоприета дефиниция, търговското съвършенство обхваща координацията на всички търговски операции, гарантирайки стандартизацията на практиките и поддържането на високи критерии за качество и производителност във всяко звено.

В глобална фармацевтична компания с международни екипи и разнообразни продуктови линии необходимостта от единни процеси и ясна комуникация е от решаващо значение. Екипът за търговско съвършенство играе стратегическа роля, като ръководи процесите, които оформят краткосрочните и дългосрочните приоритети на организацията. За да бъде ефективен, този екип трябва да има дълбоко разбиране на вътрешните процеси, което позволява да се идентифицират слабите и силните страни и да се управляват промени с оглед на повишаване на ефективността.

Правене на повече с по-малко

Това, което отличава екипа за търговско съвършенство, е способността му да предлага цялостен поглед върху процесите, без да бъде ограничен от тясно специализирана област. Той не е обвързан с конкретно звено, а работи с фокус върху общата продуктивност на

компанията. Освен вътрешната координация този екип осигурява и последователност във взаимодействието с външни партньори, като създава по-плотна оперативна среда. В съвременната фармацевтична индустрия, която търси начини за „правене на повече с по-малко“, стремежът към гъвкавост и висока производителност е водещ.

Предизвикателствата пред екипа за търговско съвършенство изискват разнообразен набор от умения и опит. Членовете му идват от различни сфери като маркетинг, търговски операции и стратегическо управление, често с ръководен опит на национално или международно ниво. Този мултидисциплинарен подход гарантира по-широка перспектива при вземане на решения и възможност за нестандартно мислене.

Екипът има водеща роля в определянето на структурата на компанията и разпределението на ресурсите между различни дейности. Това се базира на задълбочени пазарни анализи и прогнози и може значи-

телно да повлияе върху стратегическото развитие на организацията.

Ролята на търговското съвършенство непрекъснато се разширява и излиза извън традиционните рамки. Това позволява на екипа да предоставя добавена стойност за различни бизнес приоритети, превръщайки го в ключов елемент от стратегическата структура на организацията. Фокусът върху непрекъснати подобрения и иновации помага на фармацевтичните компании да се адаптират към променящите се пазарни условия и изисквания на клиентите.

Стратегическото мислене: двигател на успеха

Стратегическото мислене е неизменна част от търговското съвършенство. То включва проактивно размишление за развитието на организацията и сектора с дългосрочен поглед напред. Това позволява предвиждане на бъдещи тенденции и свързване на идеи за вземане на ин-

формирани решения в настоящето. Хората, които практикуват стратегическо мислене, откриват закономерности, оспорват предположения и генерират нови възможности.

Но стратегическото мислене не трябва да бъде ограничено само до ръководството на компанията – то е умение, което всеки член на организацията може да развива. За да бъдат подготвени за бъдещите предизвикателства, служителите трябва да се научат да разширяват перспективата си отвъд ежедневните задачи и да виждат по-голямата картина.

Наблюдавайки както вътрешни, така и външни тенденции, всеки може да допринесе за стратегическото мислене в компанията. Проследяването на клиентски обратни връзки, продажбени данни и дейността на конкурентите са само част от възможностите за развитие на този критичен начин на мислене. Този цялостен подход подпомага не само личното развитие, но и повишава гъвкавостта и устойчивостта на организацията.

Ускоряване на фармацевтичните иновации

Екипът за търговско съвършенство има също така ключова роля в стимулирането на иновациите, които са в сърцевината на фармацевтичната индустрия. Иновациите разширяват границите на науката, за да предложат нови терапии и ваксини на световната обществено-борбата с глобални здравни предизвикателства като рак, антимикробна резистентност и пандемии изисква креативност и научен пробив.

Превръщането на научна идея в лекарство или ваксина изисква дългогодишен опит и значителни инвестиции. През 2022 г. бяха въведени 64 нови активни вещества, а над 6147 продукта бяха в процес на разработка. В момента има над 9 000 лекарства и 260 ваксини в процес на клинични изпитвания, които ще променят бъдещето на медицината.



Иновационната екосистема

За да се постигнат тези резултати, здравата иновационна екосистема е от първостепенно значение. Екипът за търговско съвършенство подпомага тази екосистема, като гарантира, че ресурсите се насочват към най-перспективните проекти. Това стратегическо разпределение на средства не само подкрепя разработката на нови терапии, но също така оптимизира процесите за по-бърз отговор на нововъзникващите здравни предизвикателства.

Фармацевтичната индустрия успя да разработи над 470 нови лекарства и ваксини за повече от 30 заболявания през последните десет години, включително за COVID-19, малария и Ебола. Здравната рамка, включително защитата на инте-

лектуалната собственост, осигуряват стабилна основа за научните проби и управляват свързаните с тях рискове и разходи.

Екипът за търговско съвършенство не само управлява ресурсите, но и изгражда култура на иновации в организацията. Насърчавайки сътрудничество между различните отдели, те създават среда, в която новите идеи могат да процъфтяват. Това не само повишава иновационния потенциал на компанията, но и привлича таланти, готови да работят за значими промени в здравеопазването.

Дългосрочният успех

Търговското съвършенство е двигател на ефективността и иновациите във фармацевтичната индустрия. Като гарантира правилното разпределение на ресурсите

и предлага цялостен поглед върху дейността на компанията, този екип създава устойчиви конкурентни предимства. Тяхната роля в стратегическото управление и непрекъснатото усъвършенстване на процесите е ключова за бъдещето на компаниите.

Приемането на търговското съвършенство и иновациите като интегрални части от стратегията на организацията е от съществено значение за дългосрочния успех в индустрията. Ангажиментът към подобрене и стратегическо управление на ресурсите ще допринесе не само за конкурентоспособността на компаниите, но и за по-доброто глобално здравеопазване. В тази посока екипът за търговско съвършенство има водеща роля в мисията на фармацевтичната индустрия да предлага решения, които променят живота на пациентите. ⑩

ASTELLAS and Pharmaceutical Leadership

COMMERCIAL EXCELLENCE: ELEVATING PHARMA OPERATIONS AND FUELING INNOVATION

We live in a fast-paced world and pharmaceutical industry makes no exception. In the last 20 years pharma companies have developed into complexed structures consisting of many different functional units and teams that collaborate not only cross-functionally but in many cases cross-country. In addition, the portfolios are getting broader, we talk more and more about personalize therapies, biomarkers, and gene therapy. This complexity can make any organization slow and

unadaptable to the changes.

In the dynamic landscape of the pharmaceutical industry, the concept of commercial excellence has emerged as a critical element for organizations striving to enhance operational efficiency and effectiveness. While there is no universally accepted definition of commercial excellence, it generally encompasses the oversight of all commercial functions and operations within a company. This oversight ensures that practices are standardized

across various affiliates or franchise units, maintaining the highest standards of quality and performance.

In a global pharmaceutical company with teams operating in multiple countries and managing various portfolios, the need for uniformity in processes and communication becomes paramount. The commercial excellence team has a highly strategic role and is the owner of key processes that determent the short and long-term development of the organization. To do so, the Commercial excellence team must have full knowledge and understanding of processes and the way the company functions, to be able to identify both strengths and weaknesses within





the organization and to effectively managing change that aims to achieve excellence across all units.

Doing More with Less

One of the significant advantages of having a dedicated commercial excellence team is their ability to provide an all-around perspective on existing processes. Unlike traditional departmental teams, the commercial excellence team operates without allegiance to any specific area, focusing solely on enhancing productivity and efficiency across the organization. In addition to the internal collaboration, the commercial excellence team ensures that projects and interactions with external stakeholders are aligned, fostering a cohesive operational environment. As the industry shifts toward a model of „doing more with less“, there is an increasing emphasis

on leaner operations that prioritize systemic excellence, ultimately leading to enhanced operational efficiency.

The Commercial excellence team faces different challenges and typically this requires a very diverse set of skills. Members come from different professional backgrounds with experience in marketing, commercial operations, medical and strategic management, often with history of managing teams at a country level or higher. This guarantees the holistic approach when it comes to planning and decision making and a broader view with out-of-the-box thinking.

Commercial Excellence team has a leading role when it comes to determining the structure of the organization and the resources allocated to different roles and activities. This is done based on deep market analyses and trends and can significantly

influence the course of development of the company itself.

The role of the commercial excellence function within the pharmaceutical industry is getting broader and broader and this evolution spreads scope beyond traditional boundaries. This expansion allows the commercial excellence function to deliver distinctive value across diverse business priorities, making it an integral part of the organization's strategic framework. By focusing on continuous improvement and innovation, the commercial excellence team helps organizations adapt to changing market conditions and consumer needs.

The Importance of Strategic Thinking

Strategic thinking is a vital component of commercial excellence.

It involves intentionally exploring the organization, industry, and broader business world with a long-term focus. This proactive approach is essential for anticipating future trends and connecting ideas to inform smart actions today. When individuals engage in strategic thinking, they actively look for trends, identify relationships and patterns, challenge assumptions, and generate new possibilities by seeking diverse perspectives.

Strategic thinking is not limited to senior executives; it is a skill that everyone in an organization can and should cultivate. While executing day-to-day responsibilities is important for meeting short-term goals, it is equally crucial to zoom out and gain a broader perspective on the organization and its environment. This broader view enables individuals to prepare themselves and their companies for future challenges

and opportunities.

To foster strategic thinking, individuals should observe both internal and external trends. Internally, they can identify recurring issues that colleagues face, review data from customer surveys and sales reports, and stay alert to changes in resource allocation. Externally, individuals should keep abreast of industry news, competitor activities, and macro-level trends that may impact the business landscape. This holistic approach to strategic thinking not only enhances individual capabilities but also contributes to the overall agility and resilience of the organization.

Accelerating Pharmaceutical Innovation

The commercial excellence team also plays a vital role in driving pharmaceutical innovation, which is at the core of the industry's mission. Innovation relies on pushing the limits of scientific knowledge to advance new medicines and vaccines for the benefit of people everywhere. Whether addressing cancer, antimicrobial resistance, Alzheimer's, or potential future pandemics, the world faces significant global health challenges that require innovative solutions.

Turning a scientific idea into a new medicine or vaccine demands significant expertise, time, and investment. The innovative pharmaceutical industry consistently invests more in research and development (R&D) than any other sector. In 2022 alone, 64 novel active substances were launched globally, with over 6,147 products in active development. Today, there are more than 9,000 medicines in development across all therapeutic fields, alongside 260 vaccines in the pipeline.

The Innovation Ecosystem

A robust innovation ecosystem is essential for global health progress, and the commercial excellence team is integral to this ecosystem. By ensuring that the correct resources are allocated to the most appropriate parts of the business, the team enables enhanced investment in innovation and R&D. This strategic allocation of resources not only supports the development of new treatments but also optimizes existing processes, allowing for a more agile response to emerging health challenges.

In the last decade, the pharmaceutical industry has developed over 470 medicines to treat diseases such as cancer, cardiovascular diseases, and diabetes, as well as vaccines for more than 30 diseases, including recent vaccines for meningococcal diseases, Ebola, malaria, COVID-19, and human papillomavirus (HPV). A strong legal framework, including intellectual property (IP) protection, underpins these medical advancements, allowing researchers to pursue new medicines while managing the associated risks, costs, and time.

Moreover, the commercial excellence team plays a crucial role in fostering a culture of innovation within the organization. By promoting collaboration and knowledge sharing among different departments, they help create an environment where new ideas can flourish. This culture not only enhances the organization's ability to innovate but also attracts top talent who are eager to contribute to meaningful advancements in healthcare.

Sustained Success

In conclusion, the commercial excellence team is a vital component of the pharmaceutical industry, driving operational efficiency and effectiveness across various functions while also contributing significantly to innovation. By providing an impartial perspective and ensuring that resources are directed toward the most impactful areas, they help organizations navigate the complexities of a global market. Coupled with strategic thinking, the commercial excellence function can deliver substantial value, ensuring that companies are well-prepared for the future.

As the industry continues to evolve, embracing both commercial excellence and innovation will be essential for sustained success and improved health outcomes worldwide. The commitment to continuous improvement, strategic resource allocation, and fostering a culture of innovation will not only enhance the organization's competitive edge but also contribute to the broader goal of advancing global health. In this way, the commercial excellence team stands at the forefront of the pharmaceutical industry's mission to deliver life-saving and life-enhancing solutions to patients around the world. ¹⁰

ASTELLAS в постоянна адаптация към промяната

ЕКИПЪТ ЗА ТЪРГОВСКО СЪВЪРШЕНСТВО И ОПЕРАТИВНА ЕФЕКТИВНОСТ ПОМАГА НА КОМПАНИЯТА ДА ИМА ЕФЕКТИВНА ОРГАНИЗАЦИЯ НА РАБОТА, АДЕКВАТНА НА НУЖДИТЕ НА ПАЗАРА, КАЗВА КОНСТАНТИН ИВАНОВ

Яна Колева

- Г-н Иванов, как се въвежда и развива концепцията за търговско съвършенство?

- Организацията трябва обективно да анализира и да прецени къде се намира в настоящия момент и какво иска да постигне, за да начертаем реален път до целта. Много често корпорациите са в състояние на „покой“ по отношение на процесите. Често чуваме „ако работи, не го пипаме“. Обикновено в такива случаи промените биват провокирани от външни фактори - Ковид 19 беше катализатор на редица „нежелани“ промени в корпорациите. Когато пандемията започна, компаниите във фармацевтичната индустрия искаха да запазят контакт със здравните специалисти и повечето започнаха да развиват дигиталните подходи на комуникация. Данните показват, че има скок с между 300 и 3250% на участието във виртуални събития от страна на здравните специалисти през 2020 г. спрямо 2019 г. В началото компаниите опитваха да „настигнат“ времето и да въведат тези подходи. В строго регулирана среда като фармацевтичната индустрия това е труден процес, който освен технологични иновации изисква и спазване на регулаторните рамки. Инвестициите са огромни и е важно всяка промяна да е добре планирана и да се работи с мисъл за утрешния ден.

- Кажете как Astellas чрез своя екип в България въвежда и прилага търговското съвършенство?

- Тук Astellas влага много усилия, за да сегментира здравните специалисти, с които работи, и да предостави на всеки от тях медицинската информация по най-предпочитания начин. Портфолиото на Astellas се разраства и става все по-комплексно. Същевременно поддържа оптимална структура на екипите, за да постигаме нашите резултати днес, но и да гледаме в бъдещето. По отношение на вътрешната среда в компанията една от основните роли на екипа ни е да ревизираме, променяме или въвеждаме процеси, които са ефективни и улесняват работата. Въпреки че нашият екип беше сформирен в началото на тази година, ние успяхме да променим няколко ключови процеса.

- Споделете нещо от конкретните стъпки...

- Важен момент при предстоящото навлизане на нови продукти е организирането на два отделни екипа, фокусирани върху продажбите. Именно подходът за „търговско съвършенство“ беше водещ по време на този процес. Целяхме запазване на силното си представяне в областта на онкологията и изграждане на стабилен екип в новите терапевтични области, в които ни предстои да навлезем. Нашият екип имаше нелеката задача да направи анализи, базирани на продажби, брой здравни специалисти, посещавани от всеки мениджър „Ключови клиенти“, и географско разпределение, но и да предложи нова структура. Разнообразният професионален опит на колегите от екипа за търговско съвър-

шенство направи този анализ възможен и базиран на правилно таргетиране и сегментиране. Astellas България е част от клъстерна структура и ние сме във филиал с Унгария, Румъния и Гърция. Затова всички вътрешни процеси, които анализираме и променяме, трябва да са приложими не само на нашата територия, а до голяма степен и в тези четири държави. В подобни клъстерни структури ролята на екипа за търговско съвършенство е ключова за унифицирането на процесите между различните държави.

- Търговско съвършенство - кои проявления са показателни, че една компания го е постигнала при постоянно променящите се пазарни условия и потребителски нужди?

- Динамиката на „постоянно променящите се пазарни условия и потребителски нужди“ показва, че постигането на „търговско съвършенство“ е временно и никога не трябва да спираме да се адаптираме към промените. Един опитен и отдаден екип трябва да предугажда какви промени ще са необходими и да прилага нови подходи предварително, а не след като външната или вътрешната среда ни „принуди“. Компаниите имат свои краткосрочни и дългосрочни цели - печалба, намаляване на разходи, оперативна печалба и други. Оперативната печалба е важен показател, който може да свидетелства за „търговско съвършенство“ и правилно насочени ресурси и усилия. Това е ясен показател за ефективни процеси и работещи екипи.

- Как Astellas прилага модела „Правене на повече с по-малко“, така че с устойчиви практики да се гарантира и устойчивост на бизнеса?

- Всеки разглежда „Правене на повече с по-малко“ по различен начин. Какво е „повече“ и какво е „по-малко“ - за мен това определено не значи намаляване на инвестиции и активности. Найценният ресурс винаги е времето на хората. Правилното разпределение на



времето може да даде най-добри резултати. Това, което нашият екип цели, е да оптимизира времето на всички колеги в организацията - независимо дали става дума за вътрешната колаборация или опериране във външната среда. При комуникацията със здравни специалисти трябва да ценим тяхното време и да имаме правилен подход в правилното време с правилната продължителност и с правилната информация. В основата на това е правилното таргетиране на здравните специалисти, с които компаниите работят. След това е важно да се приложи правилно сегментиране, с което да осигурим правилен начин на поднасяне на релевантна за определен специалист информация. Оптимизирането на тези процеси води и до правилно разпределение на времето на търговските екипи. Именно този подход ни помогна да реструктурираме екипите за продажби - сега имаме ефективна организация, адекватна на нуждите на пазара в терапевтичните области, където сме наложени от години и сме готови да посрещем бъдещите предизвикателства в нови обла-

Константин Иванов е ръководител на отдел „Търговско съвършенство и оперативна ефективност“ на фармацевтичната компания Astellas България, Унгария, Румъния и Гърция. Притежава магистърска степен по фармация от Медицинския университет София и магистърска степен по маркетинг от УНСС. Има 15 години опит във фармацевтичната индустрия, като е заемал позиции в няколко отдела - продажби, медицински и маркетинг. Има опит като лидер на екип на международно ниво за България, Сърбия, Хърватска и Словения. Ръководил е анализа на пазари и конкуренцията на ниво Европа.

сти. Дигиталните подходи ни дават възможност по-бързо да достигаме до повече здравни специалисти.

- За кои глобални здравни предизвикателства напоследък вашите екипи за изследвания и развитие търсят и намират иновативни решения?

- Медицината се развива динамично. Има заболявания, които доскоро се смятаха за нелечими, а сега говорим за хронифициране. Има хематологични заболявания, при които средната обща преживяемост се е увеличила в пъти. Много хора не осъзнават този прогрес и това беше част от негативното възприятие на бързото разработване на ваксините срещу Ковид. Новите технологии навлизат все

повече в медицината и от години се говори за персонализирана терапия, за генна терапия и наночастици. Днес изкуственият интелект участва в разработването на редица нови лекарства, което ускорява разработването им. По данни на IQVIA през 2022 г. над 7000 лекарствени продукта са изминали пътя от клиничните проучвания до пациентите - през 2007 г. те са били 3000. И конкретно за Astellas - това е водеща иновативна компания с развиващо се портфолио. Скоро в България жените с менопауза ще имат ново решение за техните симптоми, в близко бъдеще ние ще помогнем и на много хора с други заболявания. Занапред Astellas ще се фокусира в генните терапии. ®

ASTELLAS

constantly adapts to change

THE COMMERCIAL EXCELLENCE AND OPERATIONS TEAM HELPS THE COMPANY TO HAVE AN EFFECTIVE WORK ORGANIZATION THAT MEETS THE NEEDS OF THE MARKET, SAYS KONSTANTIN IVANOV

✍ Yana Koleva

Mr. Ivanov, how can an enterprise introduce and develop 'commercial excellence'?

Any organization must objectively analyze and assess its position at the moment and what it wants to achieve in order to chart a real path to achieve the goal. Very often, corporations are in a state of "rest" when it comes to their processes. We often hear the principle "if it works, don't touch it" at play. Usually, in such cases, new changes are provoked by external factors - Covid 19 was a catalyst for a number of previously "unwanted" changes in corporations. When the pandemic began, companies in the pharmaceutical industry wanted to keep in touch with healthcare professionals, and thus began to develop digital approaches to communication. Data shows that there is between a 300% and 3250% jump in virtual event participation on part of the healthcare professionals in 2020 compared to 2019. Initially, companies were trying to "catch up" with the times and implement these approaches. In a highly regulated environment such as the pharmaceutical industry, this is a difficult process that, in addition to technological innovation, also requires compliance with regulatory frameworks. The investments are huge, and it is important that every change is well planned and future-proof.

Tell us how Astellas introduces and implements commercial excellence through its team in Bulgaria?

In our country, Astellas puts a lot of effort into segmenting the healthcare

professionals it works with and providing each of them with medical information in their preferred way. The Astellas portfolio is growing and becoming more complex. At the same time, we maintain an optimal team structure to achieve our results today, but also to look to the future. Regarding the internal environment in the company, one of the main roles of our team is to revise, change or introduce processes that are efficient and make work easier. Although our team was formed at the beginning of this year, we have already managed to change several key processes.

Can you share some of these specific steps?

An important point in the upcoming introduction of new products is the organization of two separate teams focused on sales. That's where the 'commercial excellence' approach was at the forefront throughout this process. We aimed to maintain our strong performance in oncology and build a strong team in the new therapeutic areas we are seeking to tap into. Our team had the difficult task of analyzing (based on sales and geographical distribution) the number of healthcare professionals visited by each Key Account manager, but also proposing a new structure. The diverse professional experience of the commercial excellence team members made this analysis possible and based on proper targeting and segmentation. Astellas Bulgaria is part of a cluster structure, and we are affiliated with Hungary, Romania and Greece. Therefore, all the internal processes that we analyze and change must be

applicable not only on our territory, but also to a large extent in these four countries. In such cluster structures, the role of the commercial excellence team is key to unifying processes across countries.

What are the indications that a company has achieved commercial excellence in the context of ever-changing market conditions and consumer needs?

The dynamics of "ever-changing market conditions and consumer needs" show that achieving "commercial excellence" is only temporary and so we must never stop adapting to change. An experienced and committed team must anticipate what changes will be needed and implement new approaches proactively and not after the external or internal environments have forced us to do it. Companies have short-term and long-term goals - profit, cost reduction, operating profit and others. Operating profit is an important indicator that can testify to "commercial excellence" and properly directed resources and efforts. This is a clear indicator of efficient processes and working teams.

How does Astellas implement the "Doing more with less" model so that sustainable practices can also ensure business sustainability?

Everyone views the "Doing more with less" model differently. What is "more" and what is "less"? For me, this definitely does not mean a reduction in investments and activities. The most valuable resource is always people's time. Proper time management can yield the best results. What our team aims for is to optimize the time of all employees in

Konstantin Ivanov is the head of commercial excellence and operations for Bulgaria, Hungary, Romania and Greece as Astellas. He holds a master's degree in pharmacy from Medical University Sofia and a master's degree in marketing from UNWE. He has 15 years of experience in the pharmaceutical industry, holding positions in several departments - sales, medical, marketing. He has experience as a team leader at the international level for Bulgaria, Serbia, Croatia, and Slovenia. He has led the competitive intelligence and filed insight at the European level.

the organization - whether we're speaking of internal collaboration or operating in the external environment. When communicating with healthcare professionals, we must value their time and have the right approach at the right time with the right duration and with the right information. At the heart of this is the correct targeting of the healthcare professionals with whom we work. It is then important to apply proper segmentation to ensure the right way of presenting information relevant to a particular specialist. Optimizing these processes also leads to a proper distribution of sales teams' time. It is this approach that has helped

us restructure the sales teams - we now have an efficient organization adequate to the needs of the market in the therapeutic areas where we have been established for years and ready to meet future challenges in new areas. Digital approaches enable us to reach more healthcare professionals faster.

For which global health challenges are your R&D teams currently seeking and finding innovative solutions?

Medicine is developing dynamically.



There are diseases that until recently were considered incurable, and now we are talking about their chronification. There are hematological diseases for which the average overall survival rate has increased several times. Many people are unaware of this progress, and this played part in the negative perception of the rapid development of Covid vaccines. New technologies are increasingly entering the medical field and for years there has been talk of personalized therapy, gene therapy and nanoparticles. Today, artificial intelligence is involved in the

development of a number of new drugs, which accelerates their development. According to IQVIA data, in 2022 more than 7,000 new medicinal products completed the road from clinical trials to patients while in 2007 this number was 3,000. As for Astellas - we are a leading innovative company with a developing portfolio. Soon, menopausal women in Bulgaria will have a new solution for their symptoms, and in the near future we will also help many people with other diseases. Going forward, Astellas plans to focus on gene therapies. ⑤



Стремителното разрастване на INSA OIL

ВЕРИГАТА ОТ БЕНЗИНОСТАНЦИИ
НА БЪЛГАРСКАТА ПЕТРОЛНА
КОМПАНИЯ ВЕЧЕ С ОБЕКТИ И
НА АМ „ТРАКИЯ“

Ако пътувате често по магистрала „Тракия“, вече сте забелязали новите бензиностанции на 89-и километър. Освен в големите български градове, INSA OIL вече очаква своите клиенти и на най-натоварения скоростен път в страната.

Обектите на българската петролна компания изненават с умерен лукс и чистота. Сред шофьорите бензиностанции INSA OIL се славят с висококачествените си горива и оптимални цени.

Към рафинерията на компанията в Белозем работи високотехнологична лаборатория, която непрестанно следи параметрите на горивата, както тези, които се произвеждат, така и на тези, които се предлагат във веригата. Контролът е ежедневен, за да могат клиентите да бъдат сигурни и защитени по време на пътуването си.

Освен качествената енергия за автомобилите, в новотворените обекти за шофьорите и техните спътници се предлага и вкусна храна и топли напитки. В магазина на бензиностанциите има голямо разнообразие от стоки, дори и подходящи за подарък. Бензиностанции INSA OIL са ново по-високо ниво, различен стандарт на обслужването на пътуващите хора. За феновете на веригата има и много програми с отстъпки в цените на горивата.



Кауза

Томболи с награди и търговски отстъпки очакват клиентите и в предстоящите коледни празници, когато пътуванията ще бъдат по-интензивни. През предстоящите празнични дни INSA OIL кани всички свои клиенти да подкрепят една от социалните кампании на фирмата. Тя е озаглавена „Купувай със сърце“. Знакът на инициативата ще бъде на специален щанд в обектите от веригата. На него ще бъдат изложени изделия, произведени в различни български социални предприятия от цялата страна. Всички средства, които бъдат събрани от продажбите, ще бъдат предоставени на предприятията, които са участвали в инициативата. Щандовете с техните произведения ще останат през цялата следваща година. Така всички пътешественици, които спрат в INSA OIL, за да си починат или да презаредят, ще могат да подкрепят и благотворителната инициатива на българската петролна компания. ①



INSA OIL®
bulgarian petroleum company

КОМСЕД за децата, които променят света

С ХОРА, СИЛНО АНГАЖИРАНИ В РАБОТАТА СИ, КОМПАНИЯТА ПОСТИГА ВСЕ ПО-ДОБРА ПОТРЕБИТЕЛСКА УДОВЛЕТВОРЕНОСТ И ВСЕ ПО-ВИСОКИ РЕЗУЛТАТИ



Екипът на КОМСЕД. В средата е изпълнителният директор Галина Гавраилова

Татяна Явашева

Вече 35 години КОМСЕД има присъствие в живота на децата. Днес това е верига за бебешки продукти и детски играчки и принадлежности, която продължава да пише своята история, да проектира своето оптимистично бъдеще, като носи все повече усмивки и радост. КОМСЕД АД има 4 регионални центъра в София, Пловдив, Варна и Слънчев бряг, както и 27 ритейл магазина в София, Пловдив, Велико Търново, Плевен, Варна, Бургас, Сливен, Слънчев бряг, Стара Загора, Казанлък, а също и 99 миниобекта „КОМСЕД - Детски магазини на път“ в ОМВ бензиностанциите. Конкуренцията в сферата на детските играчки се засилва, особено в онлайн търговията. Надпреварата е и технологична, затова компанията се развива

чрез гъвкавост и иновативност. Постоянно има нови предложения и промоции, които да улесняват достъпа до играчките за повече деца.

Когато се наливаха основите

РОСЕН ФИЛИМОНОВ е съосновател на КОМСЕД. Той и до днес е визионер и двигател на новостите и на технологичното обновяване на компанията. И ето как изглежда развитието през неговия поглед: „Преди 35 г. частният бизнес едва прохождаше, а със съдружника ми Огнян Гавраилов бяхме аспиранти. Финансирането беше много трудно да се осигури. КОМСЕД всъщност е Computer Sistem for Education и първите продукти бяха насочени към образованието. Започнахме с Лего, първият ни магазин

беше на площад „Славеилов“ в София. Постепенно разширявахме портфолиото и магазините, влязохме и в молетите, когато те се появиха. Пазарът сега е съвсем различен. Някога имаше глад за продукти, а нямаше парите да набавим нещата, които се търсят. Сега пък е трудно да се ориентираш в морето от предложения. Електронната търговия бурно се развива. Онлайн маркетингът много бързо се променя“.

С нюх за бъдещето

Когато преди десетина години Росен Филимонов настоявал да се разработва и разраства платформата за онлайн продажби, повечето му колеги смятали, че живият контакт във физическите магазини продава най-добре, тъй като може да видиш, да пипнеш,



Бъди в крак с времето Росен Филимонов

да почувстваш и да избереш. И давали приоритет на продажбите на живо. С търпение и разбиране Росен Филимонов успял да излекува „детските болести“ на е-търговията на КОМСЕД. Сега по Коледа изпълняват около 15-20 хил. поръчки на кампания и се справят. През март 2020 г., когато пандемията затвори хората вкъщи и физическите магазини спряха работа, именно добре развитият канал за онлайн продажби спасява компанията от фалит. Галина Гавраилова, съсобственик и изпълнителен директор, признава, че се е навявала в света на детските играчки „класиката“ да остава модерна, но животът и нагласите на хората се променят. Днес онлайн продажбите са растящ търговски канал. Сайтът е проектиран по начин, който да е удобен при избора на детски играчки. Търсенето на подходящ продукт може да става според годините на детето, анимационен герой, ключова дума, предвидени са и други критерии, които да улеснят родителите в стремежа да отговорят на желанията на своите деца, които често не могат точно да назоват мечтаната играчка, вдъхновена от анимационен филм.

Традиция и технологии

МИЛА ДИМИТРОВА е тър-

Всяко дете е вселена и ние имаме отговорност да допринасяме за по-доброто развитие на заложите
Мила Димитрова



Преобразяваме света на детските играчки с усмивка Камелия Кънева

митрова.

Дух и ценности

говският директор на компанията, работи още от самото ѝ създаване. По нейни думи стремежът на екипа винаги е бил да направят технологичните и постиженията с тях да са по-близки до децата. Целта е да се намираят способи, чрез които да се запалва любопитството у пограстващите, те да са мотивирани да намират решение на всеки възникнал проблем и да постигат и дребните цели по пътя си. Чрез игрите и играчките децата се насърчават да са успешни, инициативни, окриени от всяко свое малко откритие, от всеки свой напредък. В КОМСЕД те са приемани като мъничка вселена, способна да промени света. Децата са център на бизнеса на КОМСЕД, а това е голяма отговорност. Запазването на традиционните играчки и постигането на баланс с технологичните забавления остава важно. Да са актуални, адаптивни, да интегрират новите технологии в своя асортимент, но и в самия бизнес – така КОМСЕД остават търсени и конкурентоспособни, казва Мила Ди-

В КОМСЕД работят над 250 души, организирани в различни екипи. Всеки ден работа в КОМСЕД е интересен и провокативен. В тези 35 г. неизменно екипът се формира и разраства с грижа и разбиране. Всеки идва със своя си потенциал, но тук го и развива. Всеки нов член на екип бива въвеждан, интегриран, но и мотивиран да приеме ценностите на компанията, за да намери своето място и работата да му носи удовлетворение. Екипният дух се усеща, но той се познава и по високите резултати. Да, търговските постижения са важни, но децата остават най-важните. Затова днес има много родители, израснали с играчките на КОМСЕД, които искат да предадат удоволствието и на своите деца. Когато малчуганите видят символа на КОМСЕД, знаят, че там ги чакат хубави играчки. Компанията е разбрала, че за да е успешна, тя трябва винаги да е усмихната и усмихваща.



Всеки ден постигаме малки мечти, които водят до големи резултати

Калина Димитрова



Само гледаният навътре може да развие потенциала си, тъй като с поглед навън може да се натрупат само опит и знания

Виолина Тодорова



• ЕКИП •

Все повече и все по-добре

КАМЕЛИЯ КЪНЕВА е от 10 г. в дружеството и е ръководител на екипите, отговорни за физическите магазини - има ангажираност по темите визуална идентичност на бранда, човешки ресурси, подбор на персонал, дизайн, мърчандайзинг и други активности в тях. Във веригата цари екипност и всички заедно срещат много трудности и преодоляват всякакви препятствия. Променят визията на магазините с намерението те да изглеждат все по-добре. Процесът на работа се улеснява и чрез внедряването на софтуер, който позволява да се проверява и наличността на стоките: „Екипът е най-важното нещо. Хората дават лицето на компанията. Когато клиентите са удовлетворени от пазаруването, те отново се връщат при нас. В КОМСЕД няма текучество, тъй като сме едно голямо семейство, това ни сплотява. Работим в прекрасна сфера, която дарява радост не само на децата, но и на техните родители“. Камелия вижда как разнообразието от играчки нараства, увеличават се и образователните функции, които носят.

Най-добрият избор

КАЛИНА ДИМИТРОВА е от 15 г. в КОМСЕД. Завършила международни икономически отношения в УНСС, идва с намерение временно да поработи тук, но установява, че това е добро за нея място. Тя е мениджър „Покупки и продажби“, като ангажиментите ѝ включват също договаряне, логистика, реклама и още много други неща. Калина развива постоянство, натрупва много нови знания и ги затвърждава чрез опита в компанията: „Икономическата среда поражда много трудности, но с адаптивност те се преодоляват. Следването на простите правила и пречупването им през собствена визия водят до най-правилните стъпки“. Постоянно променящата се среда и непрестанната динамика в работата поддържат у нея живец. Всяка година излизат нови колекции от детските играчки и това е голяма професионална тръпка. Наблюденията ѝ сочат, че децата в България предпочитат комплексни играчки, които ги развиват. КОМСЕД и Калина Димитрова избират най-добрите играчки на най-добра цена, които да са и добре приети.

Творчество във всеки процес

ВИОЛИНА ТОДОРОВА е главният счетоводител на компанията. Тя е в екипа от 2008 г. Поканена е първо като консултант при внедряването на счетоводен софтуер, след което получава и предложението да стане главен счетоводител. Остава в КОМСЕД, въодушевена от иновативността, която витае тук. Намира работата за интересна и разнообразна. Има много творчество при всеки процес. Добавят нови стимули за лоялност на клиентите, както и нови практики: „Привлекателни за работа са компании, които непрестанно се развиват, имат грижа за клиентите и за персонала си, имат и визия за своето бъдеще. КОМСЕД е точно такава“. Образно казано, Виолина е прагматикът във фирмата. Другите действат със замах, а тя ги приземява и задава правилата, по които да се реди „пъзелът“. И ето как вижда тя ролята на някои от другите участници в екипа: „Галина Габраилова определя каква да е картината на пъзела, Камелия Кънева задава цветовете на гамата. Мила Димитрова избира доставчика на най-подходящия картон. Росен Филимонов се грижи за „кръвоносната система“ чрез IT осигуряването. Той казва на каква резолюция е най-добре да се разпечата този пъзел, за да може картината да се възприема цялостно. Калина Димитрова ще намери пазар за тези пъзели и ще убеди клиентите, че имат нужда точно от тях“.

Хората задават посоката

Търси ли нови хора за счетоводния отдел, Виолина Тодорова залага на професионалисти, които виждат творческия момент в работата си и не им е скучно да работят с числа. Те трябва да обичат да учат нови неща, да са адаптивни и гъвкави. Мечта на Виолина е скоро да се направи стъпка към създаването на удобен електронен архив на компанията.

Идеите в КОМСЕД се раждат в дискусии и спорове, но винаги движещата сила е да се предложи най-добрата услуга, най-високото качество, клиентите да са доволни и да се върви напред. Важен момент е всичко да е така организирано, че неизменно да поражда потребителска удовлетвореност. И в резултат всяка година продажбите бележат ръст. Числата показват, че КОМСЕД се движи напред с много големи крачки. ①

V O L V O

Устойчиво бъдеще с Volvo

Вижте нашите електрически модели
на volvocars.bg



МОТО-ПФОНЕ



КАСТАМОНУ

българският модел

ЗАВОДЪТ КРАЙ С. ГОРНО САХРАНЕ Е ЕДНО ОТ ШЕСТТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ТУРСКИЯ ГИГАНТ ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА ПДЧ И ЛАМИНИРАНИ ПЛОСКОСТИ

▲ **Татяна Явашева**

Хубаво е да влезеш в завод, в който се работи всеотдайно и с ентузиазъм. Работата в „Кастамону България“ е тежка, но това предприятие е точно такъв пример. Хората са вдъхновени от това, че трудът им се цени и към тях има добро отношение и грижа. Те не се чувстват просто като работна ръка, а са част от голямото семейство на този завод, който е в постоянно развитие. „Кастамону“ отвори врати за журналисти в рамките на кампанията „Мебелите на България: Традиции и иновации“, организирана от Браншовата камера на дървообработващата и мебелната промишленост. И ето какво научихме...

„Кастамону България“ АД е в с. Горно Сахране, недалеч от Павел баня, и е на площ от над 250 дка. Този подем започва през 2000 г., като по онова време това е втората чуждестранна инвестиция на турската група Kastamonu Entegre, предприела международна експанзия. Предприятието произвежда плоскости от дървесни частици (ПДЧ) и ламинирани плоскости. От откриването му преди 24 г. до момента са инвестирани около 204 млн. лв. През последните години се прави много за изпълнението на инвестиционната програма, свързана с нови производствени мощности. Първият етап от нея е завършен през 2019 г. и е на стойност 100 млн. лв. Тази инвестиция значително подобрява качеството на продуктите и модернизира производството. Вторият етап от програмата ще внесе нови подобрения, чрез които производството ще



Компанията за плоскости използва и рециклирани суровини



стане още по-ефективно.

Пазари

Продукцията на фирмата е сертифицирана и е в съответствие с европейските норми и стандарти.

Компанията разполага с много добре развита дистрибуторска мрежа на територията на страната. Техни клиенти са производители на мебели и веригите магазини „Направи си сам“. Освен у нас, продукцията се реализира

в Северна Македония, Косово, Гърция и Кипър, а също в Мароко, Саудитска Арабия и Израел.

Приоритети

Социалната отговорност и кадровият потенциал са приоритет за „Кастамону България“ и в тази посока се полагат целенасочени усилия. Работниците и служителите се ползват от редица социални придобивки. Компанията подкрепя и различни инициативи на местната общност. За да е възможно всичко това, се инвестира в развитието на човешкия капитал, като има възможности за кариерно израстване и професионално усъвършенстване. Kastamonu Entegre се развива в посока устойчивост и иновации, като през 2018 г. в Истанбул е създаден Център за научноизследователска и развойна дейност, който две години по-късно е сертифициран. Иновациите дават възможност да се добави стойност не само към продуктите, но и към процесите и бизнес моделите. От 2022 г. е в действие глобална стажантска програма в компаниите на Kastamonu Entegre с цел да се привличат способни и амбициозни нови кадрови попълнения. Чрез нея заводът у нас ще се опитва да реши проблема с липсата на интерес у младите хора към този бизнес.

Устойчивост

Предприятието в Горно Сахране следва зелените политики на Kastamonu Entegre и осигурява контейнери за отпадна дървесина от мебелното производство, като ги доставя до свои клиенти, а после рециклира събраното. Фирмата осъществява проект в рамките на Националния план за възстановяване и устойчивост по европейската програма „Подкрепа за преход към кръгова икономика в предприятията“, който допринася за засилване темпа на рециклиране в производствения процес. Използваната от компанията преработена дървесина за последните 5 г. е над 186 хил. т, а от 2020 г. с около 10% се е увеличило използването на рециклирани суровини. Компанията насърча своите хора да дават иновативни идеи, като най-приложимите от тях се реализират. Фирмата е коректен платец на данъци и осигуровки.

Искрено и лично

Живея на километър от завода, в

двора си отглеждам зеленчуци, посадил съм плодни дървчета - райски ябълки, круши, имам и лозе, а на земеделие се уча от YouTube. Две от трите ми деца са родени в България, всички знаят по няколко езика, харесва им в страната и като се пенсионирам, възнамерявам да остана тук - споделя Чаатай Пийагеджи, изпълнителен директор на „Кастамону България“, който вече 17 г. работи в България. Според него основна

формула на успеха е усещането за общност: „Успяваме да задържим хората си най-вече с цялостното отношение и с различните социални придобивки, но и с многото обучения за повишаване на квалификацията“.

От завода си тръгваме с увереност, че работниците и служителите начело с мениджърския екип са най-големият капитал на „Кастамону България“, и то не само на думи.



Изпълнителният директор на „Кастамону България“ Чаатай Пийагеджи умее да мотивира хората в завода

От малък магазин до глобален лидер

Kastamonu Entegre е част от Hayat Holding. Всичко започва през 1937 г. със създаването на малък магазин за платове в Турция от двама братя. В началото компанията е работила в текстилния сектор. С качества като решителност, почтеност, стремеж към обществена отговорност Hayat успешно навигира бизнеса през годините. Kastamonu Entegre е основана през 1969 г. като играч в сферата на дървообработващата промишленост, а през 1987-ма със създаването на Hayat Chemical компанията навлиза в сектора на потребителските стоки. В наши дни холдингът има над 17 хил. служители и е глобален лидер в областите, в които се развива, като със своите 67 компании, 49 търговски марки и 41 производствени мощности има присъствие в 17 държави. Kastamonu Entegre има консолидиран оборот от 1,9 млрд. долара, производство в шест държави и експорт към над сто страни. Осигурява работа на над 7500 служители, а производственият капацитет от дървесни плоскости е 6,5 млн. куб. м. Компанията е направила големи инвестиции в България, Румъния, Италия, Босна и Херцеговина, Русия и Турция, а в САЩ притежава дружество, което осигурява доставки и осъществява логистични процеси. Kastamonu Entegre заема пето място в света в дървообработващата индустрия и е сред трите най-големи производители в Европа. Осигурява 6% от световното производство на ламинирани подови настилки. ⑩

ИСТОРИЯ

Пестеливото използване на РЕСУРСИ

БЛИЗКОТО БЪДЕЩЕ Е СВЪРЗАНО С МНОЖЕСТВО КЛИМАТИЧНИ ПРОМЕНИ И МИРЧО МИРЕВ ОТ SHELLEY GROUP РАЗЯСНЯВА КАК С ПОМОЩТА НА ТЕХНОЛОГИИТЕ ДА СЕ АДАПТИРАМЕ КЪМ ПОСЛЕДСТВИЯТА ОТ ТЯХ

✍ Тони Григорова

Климатичните промени поставят на дневен ред необходимостта от пестеливо използване на ресурсите и намаляване на разхищението им. Технологиите се развиват, но имаме ли нужната информация за тяхното съществуване, знаем ли какви са техните възможности и ползи, има ли кой да ги въведе по подходящ начин в нашия дом, в конкретен бизнес и след това да им осигури адекватната поддръжка... Мирчо Мирев, ръководител „Интеграции“ в Shelly Group, дава своя професионален поглед към темата:

Преди да мислим как напред да използваме ресурсите, е добре да имаме поглед как точно сме свикнали да ги изразходваме. Говорим със загриженост за климатичните промени, но ако голямата картина не се сведе до малки части, върху които да се въздейства, ако не се създаде план с конкретни мерки, няма да успеем да повлияем позитивно. Направим ли го обаче, подобен подход ще даде възможност на всеки потребител сам да избира в какво да насочи своите усилия. Мисленето как глобално да постъпим не дава решението, тъй като битките са всекидневни. Важно е всеки да участва

и да дава своя мълничък принос

Тази година имаше засушаване в Южна Европа. Това наложи да работим с неправителствена организация, която се е наела да популяризира сред фермерите в района на Барселона различни механизми за автоматизация. Направихме всичко възможно да обясним на повече заинтересовани как да използват водата по-пестеливо. Да, с наши устройства, но веднъж придобити, те стават техни, без абонамент. Даваме шанс всеки да проектира своята част от спестяването. Процесът е демократичен, а не



Shelly Group

Мирчо Мирев има 25 години опит в софтуерния бранш, работил е на 4 континента. Започва професионалния си път като разработчик, достигайки високи управленски нива, сред които директор на развойната дейност в Atadeus - една от утвърдените софтуерни компании. Той е съосновател на проекта „Lipix за българи“ и в продължение на 12 години го развива, като води лекции и организира събития. През 2021 г. се присъединява към екипа на Shelly Group

по-прецизно управление

на радиаторите, отопляване, когато хората са налични, пренасочване на енергията от фотоволтаици към батерии. Има множество малки стъпки, които домовете може да направят, ако им се създадат добри условия – цената да не е прекалено висока и зад нея да не стои преразход на материали някъде по света. Другото е ресурсите да не се разпиляват. За да спестят повече и да оптимизират потреблението, хората ще наемат специалисти, които да инсталират при тях такива решения.

Добре е да се мисли по нов начин за децентрализацията и излизането от големите градове. Но повечето хора търсят удобствата на града. При централизирани решения има много „удобни моменти“ за създаване на добри условия за „интересни“ отношения, заради невъзможността за фино измерване на разхода на ресурси, а и заради невъзможността по-прецизно да се влияе върху потреблението.

Умният дом става все по-достъпен

Неща, които се правеха от инженерингови компании само за големи предприятия, сега благодарение на компании като Shelly Group стават възможни за много хора и отделни домакинства. Пестене на електрическа и топлинна енергия, локално

съхраняване на електричество, добро управление на водни ресурси – това е тенденция в някои страни. В България няма такъв натрупан опит. Нужно е да се създадат специалисти, които да помагат на крайния потребител. Техният недостиг е проблем не само у нас, но и в цяла Европа. Има оттегляне от техническите и инженеринговите занимания. Техникумите са малко и не създават достатъчно кадри. С цел да се преодолее този дисбаланс, развиваме

Акагемия Shelly

В нея се провеждат широк кръг от специализирани обучения. Не разчитаме на външно финансиране и в рамките на възможностите си създаваме партньорска мрежа в Европа. Работим с доказали се образователни организации, сред които СофтУни.

Shelly Group е българска IoT компания, работеща по световни стандарти, посветена на това да улесни живота на съвременния човек. Решенията ѝ вече са достъпни на над 100 пазара. Компанията създава лесни за използване продукти и IoT решения и за отделни потребители, и за индустриални клиенти – те може да са насочени към нещо малко от всекидневието, но може да са за цяло производство или завод, за склад или дом.

Заедно с тях организираме обучения и ги предлагаме на добра цена, за да осигурим посещаемост. Даваме възможност и на ученици в страната да се докоснат до това знание и до тази нова реалност. Разчитаме да създадем интерес и търсене сред хората и бизнеса и не се опитваме да решим проблема глобално и революционно. Предлагаме нещо, което, ако се хареса като модел, ще просъществува.

Хората е добре да знаят, че има лесни средства за разумното и пестеливо управление на ресурси като

вода, топлина, електричество. Засага виждаме подем по отношение на локалното генериране на електроенергия най-вече чрез фотоволтаици и разумно съхранение, консумация и преразпределяне към отопление, охлаждане, превозни средства.

Близкото бъдеще е свързано с адаптация към множество промени. Хората имат гъвкавост и могат да се справят. Адаптирайки се към промените, вероятно ще постигнем и това да сме по-малко разточителни и разрушителни. ☞



Да развиваш устойчив и печеливш БИЗНЕС



3 АЩО „ЛИНДСТРЪОМ БЪЛГАРИЯ“ СПЕЧЕЛИ ПРЕСТИЖНО ОТЛИЧИЕ В КОНКУРСА ESG AWARDS 2024

Татяна Явашева

„Линдстръм България“ бе отличена като „Устойчив лидер“ в първото издание на конкурса ESG AWARDS 2024, организиран от ESGNews.bg през септември. Призът е за визия и ангажираност към внедряването на устойчиви практики. Венцислав Бояджиев, управляващият директор на „Линдстръм България“, ни запознава с компанията, която вече 15 г. е на българския пазар. Устойчив и печеливш бизнес са възможна комбинация и тази организация е пример за това. Тя предлага работно облекло и изтривалки под наем, услуга с индустриални кърпи за автосервизи и предприятия от машиностроенето и абсорбиращи

подложки също под наем.

Обхват

Компанията осигурява сертифицирани облекла за определен вид индустрии – например за заварчици и за работещите в електрониката или в хранително-вкусови предприятия. „Линдстръм“ има грижата да набави съответното облекло и да предвиди складова наличност, да го персонализира за всеки конкретен ползвател, да го пере и поддържа. Използват иновативна технология за пълен контрол и проследяване на всяка греха и винаги се знае дали тя е в сервизния център, дали е при клиента, или е поета от логистиката, знае се колко често е почиствана. Компанията е с национално покритие. Ползите за клиентите са в пълния аутсорсинг на тази непроеизводствена дейност и в грижата за всеки комплект на всеки работник. От 3 г. насам негодните за употреба облекла се рециклират. Гъвкавостта е важна част от бизнес модела и при сезонна натовареност на даден бизнес веднага откликват на съ-

ответните нови потребности.

Оценка

Отличието „Устойчив лидер“ се приема от компанията като комплексна оценка на общите им усилия за устойчив бизнес. Стремят се да правят малки стъпки към по-добро бъдеще, като имат грижа и за служителите на компанията. Бонусите зависят от изпълнението на конкретни ангажименти в сферата на ESG. Поставили са си за цел да получат платинен сертификат от „ЕкоВадис“ – онлайн платформа за сертифициране на устойчив бизнес.

Личен път и пример

Венцислав Бояджиев е строителен инженер по образование, но малко се е занимавал с това. Бил е управляващ в „Макдоналдс“, заемал е поста изпълнителен директор на „София Ленд“, работил е в сферата на телекомуникациите. От 2009 г. е в „Линдстръм България“: „Не работя това, за което

ПРОЗРЕНИЯ

на бизнес лидера Венцислав Бояджиев

1. Водя политика на отворени врати за моите колеги, без значение на какво ниво в йерархията се намират.
2. Обграждам се с компетентни и интелигентни хора, които са достатъчно окужени да изразяват собственото си мнение.
3. Доколкото е възможно, опитвам да не съм най-умният човек в стаята.
4. Стремя се да говоря последен на срещи, за да не наложат мнението си и да изкривят дискусията.
5. Доверявам се на модела „Развитие на хората отвътре“ – мениджърският екип в „Линдстръм България“ е от 70-те години, израснали в компанията.
6. Нашата компания дава възможности за развитие и на регионално, и на международно ниво, но едно от прозренията ми е, че не всеки очаква израстване във вертикална посока. За мнозина развитието в хоризонтална посока чрез смяна на отдели е напълно удовлетворяващо. За всеки човек трябва да се намери мотивиращият фактор.



Красимир Свракоб

съм учил, но през годините натрупах богат мениджърски опит, правил съм грешки, но постигнах и много успехи. Всичко опира до личностни ценности, които трябва да съвпадат с фирмените. Причина да съм от толкова време в „Линдстръм“ е именно това съвпадение на ценностите“. По негови думи за всяка компания е важен балансът между устойчив и печеливш бизнес. Може да се направят чудеса в сферата на устойчивостта, но ако компанията е на загуба, тя ще избере друг лидер. Според Бояджиев е важно с какви хора се обгражда лидерът: „Стремя се в моя екип да има повече характер, отколкото експерти, тъй като експертността се развива“.

Отговорност

Устойчивостта изисква реални, практични и измерими действия всеки ден, казва Венцислав Бояджиев. Не само на думи „Линдстръм България“ щади природата и пести ресурсите. Но суровата истина на пазара е, че повсеместна практика у нас е парцалите да се купуват по най-ниска оферта и след използването им да се изхвърлят в кофите като боклук. Те са пропигирани с петролни продукти и трябва да се третират като опасен отпадък, който е нужно да се съхранява и изхвърля от сертифицирани фирми по подходящ начин. Малко са обаче бизнесите с

отговорно отношение към този опасен отпадък, сочи опитът на фирма „Линдстръм България“. Компанията има свой способ, по който те се перат и отново се връщат при клиентите за следваща употреба. Прилага се технология за улавяне на маслата, отделини при прането на силно замърсените индустриални кърпи, а след това водата преминава през пречиствателна станция.

Как щадим природата

„Линдстръм България“ се стреми да оптимизира маршрутите за доставка до клиентите. Засега имат един сервизен център в София, който вече изчерпва капацитета си и предстои отварянето на нов в Южна България през 2025 г. Този бизнес модел пести вода, препарати, енергия. „Време е държавата да започне да оказва по-добър контрол върху опасните отпадъци и да налага сериозни санкции“, препоръчват от компанията. И напомнят, че идва моментът да се въведат реални измерители на устойчивостта на всички практики, прилагани от компаниите. Вече има много примери за корпоративен цинизъм с високи намерения и обещания за устойчивост, съпътствани от нелицеприятни действия.

Бързата мода

Взискателността кара компа-

ниите да стават по-устойчиви. Обществото трябва да полага повече грижи за информираността на крайните ползватели. Добре е да се разбере какъв замърсител е т. нар. бърза мода, която в целия цикъл на производство и доставка до потребителя генерира огромно количество въглеродни емисии и отпадъци и замърсява околната среда. Необходимо е всеки да си даде сметка за това и да увеличи жизнения цикъл на дрехите, които ползва. Това се отнася и за работните облекла, които е нужно да са максимално издръжливи.

Силата на намеренията

„България е добро място за правене на бизнес, с либерално данъчно законодателство, което би трябвало да стимулира чуждестранните инвестиции. Но това не се случва, големите инвестиции заобикалят нашата страна и отиват например в Румъния. Там данъчната тежест е по-висока за бизнеса, но инвеститорите получават нужното им внимание и подкрепа. Румънската агенция за чуждестранни инвестиции проявява силна активност“, коментира Венцислав Бояджиев. Той вярва, че винаги може повече и по-добре, стига да осъзнаем тази потребност за себе си, но и за общото благо. ☺

ЯДЛИВАТА КОЗМЕТИКА на Людмила



„Лидкор“ е ЯРКО
ДОКАЗАТЕЛСТВО, ЧЕ НИКОГА
НЕ Е КЪСНО ДА НАПРАВИШ
РЯЗЪК ЗАВОЙ И ДА СЕ
ЗАХВАНЕШ С НЕЩО НОВО

*Показах, че на 45 години
може да предприемеш
рестарт и животът
да бъде още
по-удоволстворяващ,
казва Людмила
Стойчева*

Яна Колева

Ние сме различни и нашите продукти се отличават - твърди Людмила Стойчева, основател на „Лидкор“. Това е малка бутикова компания за натурална козметика, в която работят вече петима души, станали част от това вълнуващо „пътуване“. Ето как започва то...

27 години Людмила Стойчева е в печатарския бранш, от тях 16 е съсобственик на печатница за етикети. През 2018 г. продава на своя съдружник дяловете си. За около 6 месеца установява, че не е типичната домакиня. За да е ангажирана, а и за да реши свои проблеми, започва да си прави кремове и сапуни. После и приятелите пожелават да се възползват от тези нейни продукти. Така се ражда идеята да създаде свое малко бутиково производство за натурална козметика. Преди това се е интересувала от билки и масла, правилата е неща по най-прости формули. Когато започва да се вглежда в малките букви на етикетите на козметиката, осъзнава колко много дестилирана вода се съдържа в тях. Това още повече усилва нейния интерес и на 45 г. през 2018 г.

тя става студентка. Три години в академия в Англия онлайн учи „Формулиране на органична козметика“. Обучението е с голяма практическа насоченост, правят курсови работи и ги изпращат на преподавателите, за да ги тестват. В една от задачите е трябвало да създаде продукт с българска съставка и тя прави серум с розова вода, който се оказва твърде сполучлив. На финала има теоретичен и практически изпит със създаване на продукти. Междувременно Людмила купува помещение във Варна, през 2019 г. преминава през всички необходими процедури, за да получи нужните лицензи и сертификати.

Право на избор

Има три типа козметика, обяснява създателката на „Лидкор“. „Едната е химическата - тя съдържа над 70% вода, поради което в продуктите селагат консерванти, стабилизатори и емулгатори. Натуралната козметика е с консерванти, извлечени от растения с химични реактиви. Произвежда се и козметика, наречена ядлива - в нея няма съставка, която да не може да изядете. Японците препоръчват да не слагаме по кожата си нищо, което не е годно

за ядене. Кожата е най-големият орган в човешкото тяло и през нея се поглъщат много вещества, които попадат директно в кръвта. Затова е важно да подбирате добре козметиката си“.

Формула

Разполагат със собствени насаждения на безсмъртниче в района на Генерал Тошево. От всяка реколта правят флорална вода и етерично масло. Държат на качеството и прилагат технология, която не изисква да се влагат спирт или консерванти. Ползват суровини, които са най-добрите на пазара. Кремове също не съдържат синтетични съставки. Сапуните са с рН под 8, щадят кожата, запазват полезните бактерии и така се поддържа здравословен микробиом. За по-добро дозиране на пастите за зъби пресоват съставките и ги оформят като таблети. После е достатъчно само четката да се намочи. Идеите за новите продукти идват с много четене и проучвания, понякога те просто идват. Какво ни липсва в ежедневието - често това е подтикът за нов продукт. От срещите с клиенти също получават ценни препоръки, но и насърчение.



Сапуните и кремове не съдържат синтетични съставки

Когато бъдат създадени, мострите първо се тестват в приятелския кръг, правят се лабораторни анализи, а после се нотифицират чрез външен орган и чак тогава се появяват на пазара. Създаването на нов продукт обикновено отнема между 6 месеца и една година.

Мисия „Здраве“

Създаването от „Лидкор“ не поглежда на съпоставка с масовата козметика. Людмила се е уверила, че българските потребители все по-внимателно подбират продуктите, които ползват, в това число и козметиката. „Имаме мисионерска роля, стремим се да сме близо до своите клиенти. Даваме информация за ползите от различни натурални съставки, особено когато пускаме нов продукт. Затова при нас идват осъзнати потребители. Нашата козметика може да се разбере по-добре през следния пример - пили сте пряно изцеден сок от портокал, добре познавате вкуса на портокалов сок от картонена кутия. Продуктите на „Лидкор“ са като предпочитан фреш“.

Близо до клиента

Прецизността и чистотата на изработката на продуктите впечатлява. Маниерът и подходът в работата са образец за студентите от Медицинския университет и от Медицинския

колеж във Варна. Чистота на помещенията, високо изискване към суровините - така се стига до създаването на чист продукт. Нови клиенти привличат на събития и на фермерски пазари, което им дава възможност за пряк контакт с тях. „Нашата козметика не би била успешна, ако просто е поставена на някой рафт в аптека или биомагазин. Има я и на такива места, но само там, където онзи, който продава, я ползва и има лична удоволненост от нейната употреба“.

Направете мой продукт

Освен под своя марка работят и за външни клиенти от България и чужбина. Така например за производител на орехи и мурсалски чай разработили маслен извлек на мурсалски чай в орехово масло. За човек, който отглежда охлови, стабилизирани слюз и я вложили в серия от продукти. Правилата са козметика с дехидратирано магарешко или пряно козе мляко. Като цяло създаването на рецептите е труден и дълъг процес, в който първо има много въпросителни, после постепенно конкретиката започва да изкрystalизира с много търсене и четене за ползите от дадена суровина. След това се създават формулите, правят се пробни партиди, те се подлагат на тестове. Накрая формулата се подава на козметик оценител и ако е нужно, се коригира. Иде



Лидкор

ред да се нотифицира, като минава и през лабораторни изпитвания. Отказват на всички потенциални клиенти, които не са готови да минават през този дълъг процес на анализи и документация, за да официализират продуктите си. Людмила Стойчева е противник на неконтролираното „правене“ на несертифицирана козметика в домашни условия, предлагана на пазара. Тя не мечтае да разраства своя бизнес, а държи компанията да остане малка бутикова фирма, която произвежда висококачествени чисти продукти.

Още „тайни“

Когато си вискателен към себе си и си дисциплиниран, това става модел и на самата компания, уверява Людмила Стойчева. За работа в „Лидкор“ търсят качествени и отговорни хора, а не толкова кадри с конкретна специализация. Онлайн продажбите достигат 60-70% от общия обем на реализираната продукция. Този висок дял се дължи на комбинация от личните им срещи с клиенти и на персонализиран маркетингов микс в дигиталната среда. Признават, че голяма част от успеха се дължи на младия маркетингов екип на „Самгрия“, на който са се доверили. Без съмнение качественият продукт има нужда от професионално представяне. Както и от човешкото „Благодаря“ на доволените клиенти. ☺



Яна Петрова препоръчва да обърнем внимание как оползотворяваме храната, която купуваме

Красимир Свраков

МИСИЯТА НА КОМПАНИЯТА Е НЕ САМО ДА ПРАВИ ВКУСНАТА ХРАНА ДОСТЪПНА, НО И ДА ПРОМЕНЯ ОТГОВОРНОСТТА КЪМ ХРАНИТЕ И ХРАНЕНОТО

Яна Колева

По-важно от храната е добрата храна. В Sokitchen са осъзнали това и вече години наред множат основанията за своето съществуване. Яна Петрова, основател и двигател на компанията, признава, че е намерила своето призвание: „Мисията ни, освен да правим вкусната храна достъпна, да увеличаваме информираността за нея и да събираме добри хора около нея, е свързана и с това да създадем процеси за спасяването и оползотворяването на хранителни продукти с кратък срок на годност - като приготвим топла храна за някой дневен център или чрез консервиране“.

Път и посока

Ето как Яна стига дотук. Докато следва журналистика в София, тя създава блога Sweet Things („Сладки неща“). Паралелно с това учи и международни отношения с надеждата да се занимава с политическа комуникация. Заминава

за магистратура в Нидерландия, но започва работа в американски стартъп. След известно време решава за малко да се върне в България и бива привлечена в холандска компания в сферата на телекомуникациите с офис в София. Става част от екип, организиращ пътуващи IT конференции из България, чиято цел е да се споделят знания и да се прави обмен на контакти. Това ѝ носи удовлетворение, но не и нужната пълнота. През 2014 г. е отново на кръстопът - дали да остане тук, или да замине да работи в чужбина. Избира да опита нещо ново, така на 27 г. заедно с приятел създават Sokitchen и получават финансиране от фонда Eleven. Хора и компании, с които е работила преди това, стават първите им клиенти.

Идеята

Нищо случайно не е случайно. Яна Петрова е натрупала разочарование от храна, доставяна по поръчка, и затова решава да заложат на качеството. Идеята е да осигурят прос-



транство, което притежава всички разрешителни, и в което хората да може да се събират, да имат професионалното оборудване, за да споделят и обменят опит. В село Свобода край Чирпан като дете е наблюдавала естествения цикъл на живеене на свои-

те прабаба и прадядо, в него няма „празни ходове“ и всичко, което се прави, има връзка с другото. Тя иска да приложи това по нов начин в новите условия.

Устойчивост

Първоначално канят гост-готвачи и кулинарни блогъри, с тях всеки ден приготвят различно меню, като Sokitchen имат ангажимент храната да бъде продадена. Още тогава виждат възможността да предлагат офисен обяд и изграждат онлайн магазин, през който реализират продукцията си. През 2020 г., когато пандемията наложи сериозни рестрикции, търсенето на готова храна намаля. В отговор започват да пакетират повече сурови продукти, заедно с малък набор от готвени ястия. В тежките месеци на голямата неяснота екипът успява да съхрани бизнеса и да намери верния път, по който да премине през трудностите. Тогава активно започват да готвят за „Розовата къща“ - дневен център за хора със зависимости. С дарени продукти всеки ден осигуряват топло меню за тях. И досега продължават с това партньорство.

Територия и екип

Когато тръгва процес на връщане обратно в офисите, те подновяват предлагането на храна за обяд. Приготвят кетъринг за специалните събития на своите клиенти. А откакто са на новия си адрес на ул. „Добруджа“ 10 в София, организират демонстрации, тиймбилдинги, вечери или срещи, на които храната е важна част от обмена на информацията и споделянето на знания. Има възможност гостите да си сготвят сами, разбира се, с помощта на екипа на Sokitchen. В него са хора с различни предишни професии - от проектен мениджър до софтуерен инженер. Обединява ги това, че са все ентузиастични, които имат специално отношение към храната, като за повечето от тях готварството е просто страст. Всички те са вдъхновени от идеята, че храната събира хората и нейното споделяне, храненето заедно ще става все по-търсено преживяване.

Отговорност

В Sokitchen внимават с количеството на продуктите, които купуват. За тях е въпрос на ценност и

морал храната да се оползотворява, след като за производството ѝ е вложен огромен ресурс: „Ако всеки ден изхвърляме по малко, то на годишна база се събира голямо количество. От всеки от нас зависи да се научи да оптимизира храната чрез подходящо отношение към нея. Ние не сме традиционен ресторант и затова приготвяме количество, за което сме сигурни, че ще се реализира през нашия онлайн магазин“. В Sokitchen се придържат към формулата „Хубаво, чисто, справедливо“, създадена от Карло Петрини, основателя на движението Slow Food. Това и за тях е устойчивият модел. И също като Петрини са на мнение, че ако храната е прекалено евтина, или някой по веригата не е получил колкото заслужава, или продуктът не е качествен.

За по-добро здраве

Храната зависи от четири сили, които създават вкуса ѝ - сол, мазнина, киселина и топлина. Тази формула е заета от „кулинарната библия“ на Самин Носрат. Яна Петрова обяснява, че вкусовете, които да се харесват от повечето хора, в тяхната кухня се създават с хубави продукти от различни доставчици. Ползват фермерска продукция, флорални води за готвене и други прецизно подбрани съставки. Защото са убедени, че чрез добрата храна си осигуряваме и по-добро здраве.

Още повече

Компанията продължава да се развива. Предстои да пуснат нови продукти, които в момента се разработват и се тества как ще се приемат на пазара. Ще дадат нов живот на традиционни ястия. Имат и свободата да експериментират с нови идеи и нови подходи. Екипът на Sokitchen знае, че винаги може повече, по-добре и по нов начин. Търсят варианти, чрез които да предложат още възможности за всички, които ги предпочитат като доставчик, но се стремят да привлекат и нови клиенти. Поставили са си задачата да умножат събитията, в които да популяризират своето отношение към храната и нейното приготвяне.

С бизнес визията си Sokitchen затвърждава казаното от Ларошфуко, че да ядеш е необходимост, но да се храниш интелигентно - това е изкуство. И умело превръщат добрата храна и храненето в изкуство. ❶

Визия и действие

1. Стремежът е кухнята на Sokitchen да не генерира отпаднак.
2. Все повече работодатели се включват в осигуряването на по-добрата храна за своите служители. Проучванията потвърждават ползите екипът да се храни заедно.



3. Винаги е по-добре хората да са наясно каква е храната и какви са нейните съставки, как са набавени. Sokitchen включва продукция от своята градина - билки и подправки, плодове и зеленчуци.
4. В Sokitchen обичат „вкусните“ експерименти. Добрата храна е изкуство и затова винаги се придържат към точното съотношение на съставките, заложили в конкретна рецепта.
5. Рецептите, по които Sokitchen готвят, не са търговска тайна и те с удоволствие се споделят.





Мира Кръстева
е избрала да
развива финансова
грамотност у
децата

© Красимир Обрадов

Да палиш предприемаческата

КОЛКОТО ПО-РАНО, ТОЛКОВА
ПО-ДОБРЕ, КОЛКОТО ПОВЕЧЕ,
ТОЛКОВА ПОВЕЧЕ – ТОВА СА ДВЕ
ОТ УСПЕШНИТЕ ФОРМУЛИ НА МИРА
КРЪСТЕВА В РАБОТАТА С ДЕЦАТА

ИСКРА

▲ Тони Григоров

Образованието е най-мощният инструмент, с който може да променим света... С усилията си да развие у децата финансова грамотност и да ги срещне с предприемачеството Мира Кръстева все повече доказва, че това наистина е така. Тя е социален предприемач с мисия да подобрява живота на хората чрез знание. Съосновател е на Сдружение Инкреда, което е създавало и продължава да развива инициативата „Предприемачи в клас“. Тя е двигател и на проекта „Финансова грамотност с Мира“.

Предприемачеството не е успех след успех.

Трудностите и провалите

са част от този път – е послание към децата от Христо Борисов от Payhawk. Вярно, не всички деца ще станат предприемачи, но е добре всички да разберат що е то предприемач и предприемчивост. Младите хора ще научат, че може да развият свой бизнес, че не е изключено да не успеят от първия път, но след това може отново да започнат с нещо друго. Тези нагласи най-добре се формират в училищната възраст, сочат проучванията. И вместо да учат само на теория що е то актив, бюджет, юридическо лице, личният пример и историите, разказани от първо лице, имат силно

въздействие върху децата. Успешни предприемачи споделят как са тръгнали, през какво са минали, в какво са се провалили, как са постигнали напредък и развитие, разказва Мира. Тя уточнява, че „Предприемачи в клас“ е национална платформа, развивана от нестопанска организация. Училища и учители канят „Предприемачи в клас“. Историята може да е предварително записана, може срещата да е на живо или през Zoom. Интерес има от 1. до 12. клас. Финансирането става чрез спонсорство, дарения и училищен абонамент. А що се отнася до обучението по финансова грамотност, те са нейна частна инициатива, насочена

към ученици, но все повече и към родителите.

Наблюденията на Мира Кръстева показват, че децата

променят нагласите си

към предприемачеството дори само от една среща. Те се впечатляват от това, че се говори и за неуспехи. В тези срещи разбират какъв е предприемаческият път, осъзнават, че богатството и успехът имат своята висока цена. Проучванията на Глобалния предприемачески мониторинг показват, че с времето предприемаческата екосистема се развива, средата се променя позитивно, но бавно. Децата още в училище научават, че предприемачеството е дейност, която е в полза на хората. Добрите примери са важни за тях. Важна е и констатацията, че към момента много от предприемачите остават в неиновативни сфери и само на българския пазар, което създава ограничения.

Подборът

на предприемачите за участие в този формат е на база лична почтеност, харизма, комуникативност, опит, разбираемост на бизнеса. Собствениците на компании са в широк възрастов диапазон и са от най-различни сфери. Чрез „Предприемачи в клас“ децата биват подпомогани и в избора на професия. Личните срещи са чудесен начин и децата, и предприемачите да получат импулс и вдъхновение. Водени от тази идея, в седмицата на предприемача в края на 2023 г. организират маратон от 10 събития. Един от учениците задава въпроса „Колко най-много пари сте губили?“. Предприемачеството не се побира в конкретни рамки. Добре е децата да не го възприемат, сякаш един човек ще командва едни хора и ще печели много пари. Полезно е отрано да знаят, че има акселератори, че може да се набира финансиране, че е добре да се сформирана работещ екип и да не са сами, че трябва да валидират идеята. Така един ден по-подготвени те ще направят първите стъпки към създаването на свой бизнес.

Задължняването, зависимостта от хазарт, липсата на финансови резерви води до трудности

в домакинството. Много хора не знаят

как да направят личния си бюджет

и как по най-добър начин да го управляват. Може да насочим децата от малки да спестяват, като им дадем базови знания за парите и тяхното управление. В обучението по финансова грамотност се залага на практически упражнения. Децата учат и чрез лично преживяване, през реални случки, в група, чрез игри. Мира задава например въпроса „Как се печелят пари?“. Някой казва, че може да се кара такси. С каква кола, как може да си я купим, ако нямаме и не разполагаме с нужните средства? Темите и игровизацията са на разбираем за децата език, съобразен с възрастта и нивото на познания.

Изборът на професия

и доброто управление на финансовите потоци е важно, за да живеем добре. Но как младите хора да направят своята вярна професионална ориентация? Съветът на Мира Кръстева е постоянно да си задават въпроса „В какво е моята сила, какви са моите интереси, развивам ли се, в добра среда ли съм?“. И когато вече работим, нека от време на време да се питаме дали да не добавим нещо ново към нашата квалификация, дали не е време и за втора работа, или пък за нова работа, за развиване на нови умения. „Няма една най-подходяща професия. Предприемачеството често включва различни професии. Всеки има право да опита с една професия и може да остане в нея, докато тя му носи финансова осигуреност и удовлетворение. Затова има само подходяща за момента професия“, уточнява Мира Кръстева.

Важно е нивото на финансовата грамотност в семейството, обсъжда ли се бюджетът, какви земи има, правят ли се застраховки. Може да се слушат подкасти, да се посещават карриерни изложения, не би да се различа само на училището, има различни извънкласни форми. За предприемачеството и финансовата грамотност в училищна възраст важи изразът „Колкото повече, толкова повече“. Широко е полето за работа по тези теми. ☐



Опитът на едно семейство

„Аз съм многодетен родител и със семейството ми сме живели в чужбина в различни периоди. Когато се завърнахме в България, попаднахме в среда на предприемачи. Направихме изследване по методологията на Глобалния предприемачески мониторинг и се установи, че един от сериозните дефицити е нивото на предприемаческото обучение в училище. Скоро след това решихме да допринесем за решаването на проблема чрез платформата „Предприемачи в клас“, разказва Мира Кръстева. Тя и съпругът ѝ Искрен Кръстев, с когото са партньори в Инкреда, имат интерес към опознаването на нови култури. Живеят първо във Великобритания, после в Ирландия. Там създават българско училище. След това се появява възможността да заминат за Обединените арабски емирства, където прекарват три години. Когато отново се връщат в България, най-често задаваният към тях въпрос е „Завинаги ли се прибрахте?“: „Нямаме категоричен отговор. Развиваме своите проекти и избираме да сме тук. Във всеки момент ние се питаме дали ни е добре на това място, има ли нужда нещо да променим“.

efbet - заредени с емоцията на победител

СПОРТЪТ НИ УЧИ НА ДИСЦИПЛИНА,
ПОСТОЯНСТВО И СТРЕМЕЖ КЪМ
САМОУСЪВЪРШЕНСТВАНЕ – КАЗВАТ ОТ
КОМПАНИЯТА, КОЯТО Е СПОНСОР НА
МНОЖЕСТВО ФЕДЕРАЦИИ, ОТБОРИ,
СЪСТЕЗАНИЯ, СЪСТЕЗАТЕЛИ И ЛИГИ

✍ Георги Георгиев

Българският спорт днес през погледа на efbet

Не само днес, но и през годините назад във времето безспорно efbet играе изключително важна роля в съществуването, развитието и успехите на българския спорт в качеството си на основен спонсор на множество федерации, отбори, състезания, състезатели и лиги. Сред всички тях най-забележим и гледаем е футболът, където родното ни първенство efbet Лига е водещото първенство в нашата страна. Вече 6 години сме надеждни партньори на футбола в България, през които в лигата се наблюдава госта оспорвана и атрактивна битка между водещите отбори като „Лудогорец“, „ЦСКА 1948“ и „Левски“. Ангажиментът ни за подкрепа на футбола не спира от тук.

За да се поддържа
високото ниво на
българския спорт

Безкрайно щастливи и горди сме от факта, че получихме задължаваща-

та възможност да бъдем генерален спонсор на българския национален отбор чрез партньорството си с Българския футболен съюз. Естествено, че корените на най-практикувания и обичан спорт в България са в неговото аматьорско ниво, там където се откриват и изграждат неговите таланти. Това е и причината, която ни кара да не сме безразлични и към най-ниските нива на българския футбол. Подкрепяме отборите от областните първенства, като им предоставяме безплатна екипировка. Друго направление на аматьорския спорт, което е достъпно и популярно, е мини футболът. Разбира се, че няма как да останем без участници и към техните проблеми. Генерален спонсор сме на Българската асоциация по мини футбол. Освен футбола, efbet също така подкрепя под формата на генерален спонсор и Българската федерация по волейбол, Българската федерация по баскетбол, Българската федерация по тенис на маса, Българската федерация по хангбал. Отзоваваме се на призивите за помощ на Българската федерация по бокс и на Българската федерация по кану-кайак при провеждането на техните престижни национални и меж-

дународни състезания. Обиколката на България в колоезденето също е част от идеята ни да бъдем полезни на спорта в България. Вярваме и сме убедени, че нашата финансова подкрепа може да представлява и да бъде приета като безценна част от помощта за поддържане високото ниво на българския спорт.

Историята на отбор
и на спортист, която
зарежда efbet с емоцията на
победител

Историята на Футболен клуб „Лудогорец“, често свързвана с едни от най-значимите успехи на българския футбол през последното десетилетие, е изпълнена с емоцията на победителя, която вдъхновява efbet. От малък отбор от Разград, състезаващ се в Трета аматьорска лига, „Лудогорец“ успява да достигне само за 3 години до най-високото футболно ниво, да спечели шампионската титла на България и да я задържи безапелационно цели 13 години по-горе. Респектиращ рекорд, достоен за уважение не само в нашите географски ширини.

Историята на Григор Димитров, най-успешния български тенисист, категорично носещ духа на победителя, е пример, който няма как да не зарежда екипа на efbet с емоция. Григор многократно е показвал своята постоянна воля за победа на световната сцена. Дори в най-трудните си моменти той успява да ни накара да се чувстваме горди българи. Двубоите му срещу именити съперници като Новак Джокович и Рафаел Нагал винаги са демонстрирали неговата решителност, непримиримост и борбен дух.

Най-големите спортни
постижения на български
състезатели в миналото
и сега, които
вдъхновяват екипа на
efbet

Забележителните спортни постижения на български спортисти, които вдъхновяват хората на efbet, включват както успехи от миналото, така и текущи постижения:

- **ЙОРДАН ЙОВЧЕВ** – един БЪЛГАРИН, който е блестящ пример за борбеност, непримиримост и демонстрация на непобедимия български дух – участник на цели шест олимпиади, световен шампион на земя и халки, последното му участие на олимпиада е на 39-годишна възраст;

- **СТЕФКА КОСТАДИНОВА** – една БЪЛГАРКА, за която най-подходящата дума е феноменална – нейният рекорд, направен през 1987 г., се задържа цели 37 години;

- **БЪЛГАРСКИЯТ НАЦИОНАЛЕН ОТБОР ПО ФУТБОЛ** и заво-

юваното четвърто място на Световното първенство в САЩ през 1994 г. е пример за себеподдаване и воля за победа;

- **ХРИСТО ПРОДАНОВ** – първият българин, изкачил осемхилядник, и първият българин, изкачил Еверест през 1984 г. – изключителен алпинист, притежаващ невероятно висока степен на подготовка, воля, смелост и издръжливост.

Постиженията на тези велики български спортисти са гордост и вдъхновение не само за екипа на efbet, но и за целия български народ, защото олицетворяват безкрайната целеустременост и вяра във възможностите за високи спортни постижения и просперитет на нашата нация.

Това, което спортът
дава и на което ни учи

Ако трябва да обобщим всичко казано за качествата, които притежават нашите най-успешни спортисти, то изводите са категорични, че спортът ни учи основно на дисциплина, постоянство и стремеж към

Подкрепата
на efbet в числа

10+
години efbet подкрепя
българския спорт

20+
милиона лева
средногодишни
инвестиции

450+
спонсориран отбора
и федерации



Мач между
„Лудогорец“ и
„ЦСКА 1948“ от
националната
efbet Лига

самоусъвършенстване. Той определено развива безценното умение да преодоляваме трудности, да се борим с тях, да вървим неспирно напред и нагоре, но и да приемаме пораженията като незаобиколими и преодолими стъпки към успеха. Освен чисто физическата сила, спортът със сигурност изгражда и така необходимата ментална устойчивост, като помага на спортистите да останат мотивирани дори в най-трудни моменти.

Спортът и любовта към него се преплитат в ДНК-то на efbet

Вплетени са в ДНК-то на efbet,

защото компанията ни се е насочила и изградила своята идентичност във времето около подкрепата, развитието и популяризирането на българския спорт. Чрез спонсорствата на спортни федерации, клубове и събития efbet допринася за стабилизирането и развитието на различни видове спорт, като футбол, волейбол, баскетбол, бокс, хандбал, тенис на маса, колоездене. Те също като нас вярват, че успехът в спорта, както и в бизнеса, изисква истинска страст, много постоянство, ежедневен неуморим труд и всеотдайна екипна работа – качества, които са основни както за успешните спортисти, така и за нашия бранш.

Спонсор на отбори, подкрепа за клубове и партньорство с федерации

Правим това, водени от нашата голяма и незатихваща страст към спорта, както и от социално отговорния ангажимент и амбиция да развиваме спортната насоченост и култура в ежедневието на българите. В efbet вярваме в силата и възможностите на спорта да вдъхновява, обединява, да представя правилните пътища за развитие на младите хора и таланти.

Със специално отношение към футбола

Да, отношението ни към футбола е специално, тъй като е най-популярният и обичан спорт в България. Успява да акумулира и да разпространява огромна и взаимно споделена емоционална енергия както сред многобройните му фенове, така и сред самите спортисти. Чрез подкрепата ни за efbet Лига, аматьорските клубове, мини футбола и множество други футболни състезания расте нашето желание да успеем да допринесем за още по-голямата популяризация на този спорт, да осигурим ресурси и база за едни по-устойчиви и престижни успехи на българските отбори, както и да създадем условия и възможности за нови по-големи спортни победи.

С efbet - емо каква е спортната емоция

С efbet тя определено достига нови висоти. Компанията активно подкрепя спортната страст, която всеки от екипа носи, тя съчетава емоции и усет за победа, правейки всяко събитие уникално и запомнящо се.

Духът на efbet

Високият дух в компанията се изразява в широкомащабната подкрепа на разнообразие от спортове, като всеки един от тях допринася за изграждането на силна, устойчива и успешна спортна общност в България. Чрез ангажимент към екипност, всеотдайност, страст и успех, efbet не е само букмейкър, а и надежден партньор на спортистите и феновете. 🏆



Йордан Йовчев на олимпиадата в Лондон през 2012 г.

ТРЕВОЖНОСТ

Кривото огледало на УЧИЛИЩЕТО

СИСТЕМАТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО РАЗПОЛАГА С ИНСТРУМЕНТИ
ЗА МАСОВО ОБЕЗЛИЧАВАНЕ, ТВЪРДИ ДЖОН ГАТОУ

Кажем ли училище и веднага следващата дума е реформи. Но дали точно от реформи или от изцяло нова концепция се нуждае училището днес? Американският преподавател Джон Гатоу, роден през 1935 г., има над 30 г. стаж в системата на образованието. Наричат го най-смелият учител, а през 1990 г. получава награда „Учител на годината на Ню Йорк“. На церемонията по награждаването Гатоу произнася болезнено шокираща реч.

Според него училището като система, институция и подход преживява една от най-тежките си кризи, а училищното образование става все по-неадекватно на сериозните аспекти на човешката дейност. Джон Гатоу също е писател и публичен лектор, има няколко награди от либертариански организации за отлични постижения в развитието на образователната свобода. Автор е на книгите „Затъпяване: Скрытата цел

на държавното образование“ и „Оръжие за масово обезличаване“, издадени и у нас. След толкова години, прекарани в образователната система, американският преподавател е убеден, че основното предназначение на училищата е да произвеждат по шаблон човешки същества с предсказуемо поведение и податливи на контрол. Колкото и реформи да са правени, много от констатациите на Джон Гатоу не губят актуалност.

**Каквото и да е образованието,
то трябва да ви направи уникален
индивид, а не конформист.**

*Деца научават това, което
преживяват на практика.*

*Помислете само какви последствия ще има,
ако не научим децата да са зависими и ако
училищата не продължават редовно да бъдат
безпомощни хора.*

*Никой не ви дава образование. Ако искате такова,
трябва да го вземете.*

*Всеки, който се интересува повече от хората,
отколкото от правилата, представлява
заплаха за системата.*

*Реформата на училището трябва да се занимае
именно с неговите абсурди. Абсурдно и
противно на живота е да си част от система,
която те задържа да седиш
на стол, затворен единствено с
хора на същата възраст.*

**Уча как да се впиша в свят, в който не искам да
живея. Просто не мога да го правя повече.**



Магията на СПА...

www.estespa.bg



Ресторантът на Harrods

HARRODS

блясъкът на лукса

В СВОЯТА 175-ГОДИШНА ИСТОРИЯ ЛОНДОНСКИЯТ УНИВЕРСАЛЕН МАГАЗИН МИНАВА ПРЕЗ ИЗПИТАНИЯ И СМЯНА НА СОБСТВЕНОСТТА, НО ПОСТОЯННО РАЗВИВА УМЕНИЕТО ДА ОСТАВА НОМЕР ЕДНО ЗА НАЙ-БОГАТИТЕ

✍ **Георги Георгиев**

Вечният стил, иновативните детайли и изключителното качество – върху това се фокусира британският луксозен универсален магазин Harrods по случай своята 175-а годишнина. Колекциите със собствена марка, създадени по този повод, подчертават принципите на бранда, като много от продуктите имат за цел да отдадат почит на емблематични аспекти от наследството и творчеството на Harrods – например детайли с логото, както и архитектурните особености на магазина в Найтсбридж. Майкъл Уорд, управляващ директор на Harrods, казва: „Името Harrods е символ на най-високите стандарти за лукс, а продуктите с нашата собствена марка са отражение и представяне на тези стандарти. Независимо дали купувате най-добрия чай за подарък или чанта Harrods като ежедневен лукс, нашите собствени марки трябва да отговарят на същите стандарти,

които очакваме от всяка друга марка в магазина. Всеки елемент от новите линии е с акцент върху качеството на материалите, дизайна и креативността и е разгледан през призмата на лукса“.

Символ

Harrods - лукс, блясък на бижута, ухания на парфюми, кожа, скъпи материали... Harrods е сред символите на Лондон. Той е сред най-големите и най-известните универсални магазини в света и се посещава от над 15 млн. души годишно. Незовото мото е Omnia Omnibus Ubique, което означава „Всичко за всеки и навсякъде“. Разположен е на около 100 000 кв. м и на неговите 330 щанда може да намерите всичко. Собственост е на Harrods Ltd, компания, която в момента е притежание на държавата Катар чрез нейния суверенен фонд Qatar Investment Authority. Марката Harrods се прилага и за други предприятия, развивани от групата компании Harrods, включи-

телно Harrods Estates, Harrods Aviation и Air Harrods.

Мечтаната Коледа

Някои от отделите на този универмаг са световноизвестни, например за коледни стоки и за хранителни продукти. Тук Колегата е винаги мечтана и възможна, а ограниченията са само от личния портфейл и консуматорската настройка. Мнозина идват в Лондон заради големия празник, привлечени от специалното настроение, което тук поддържат. Много ефектно е също нощното осветление на фасадата и то през цялата година.

Началото

През 1824 г., на 25-годишна възраст, Чарлз Хенри Харод основава бизнес и развива търговия с грехи, храни, различни стоки и галантерия. През 1834 г. създава магазин за хранителни стоки на едро, дейността постепенно се разраства. В очакване на Голямото изложение, което ще е през 1851 г. в Хайг парк, в близост до това място през 1849 г. Харод поема малък магазин в квартал Бромптън, на мястото на сегашния гигант. Той наема двама асистенти и куриер, включва и сина си Чарлз Дигби Харод и така започва стремежът за разви-



Пекарната

Салонът за красота

тие на Harrods. През 1860 г. бизнесът е поет изцяло от Чарлз Дигби Харод и тогава за първи път са въведени брандирани пазарски торби, както и специално отношение към специалните клиенти.

Пожарът и новият път

До 1881 г. продажбата на лекарства, парфюми, канцеларски материали, плодове и зеленчуци процъфтява. Купени са съседни сгради и са наети сто души. В началото на декември 1883 г. обаче магазинът изгаря до основи. Но експертът успява да изпълни всички поети ангажименти към клиентите си за извършване на коледни доставки и реализира рекордна печалба. Скоро на същото място е построена нова сграда и Harrods започва да отпуска за първи път кредити на най-добрите си клиенти, сред които Оскар Уайлд, Чарли Чаплин, Лорънс Оливие, Вивиан Лий, Зигмунд Фройд, Елън Тери, А. А. Милн и много членове на британското кралско семейство.

Дом за изкуството

Беатрикс Потър, която става прочута писателка и художничка, още от 17-годишна възраст често посещава магазина. Публикувана за първи път през 1902 г., нейната детска книга „Приказката за заека Питър“ започва да се продава и в Harrods, придружена от първия в света лицензиран герой - заека Питър като мека играчка. В каталозите на Harrods от 1910 г. влизат и играчки на други герои на Потър. През 1921 г. Милн купува от магазина плюшено мече за сина си Кристофър Робин Милн и това ще даде вдъхновяващ тласък за героя Мечо Пух (Winnie-the-Pooh). Магазинът намира място в различни произведения, например 2-н Бийн (изигран от Роуън Аткинсън) купува коледна украса от Harrods в епизода „Весела Коледа, 2-н Бийн“, създаден през 1992 г.

Смяна на собствеността

Случайна среща в Лондон с бизнесмена Едгар Кoen води до това, че през 1889 г. Чарлз Харод продава дела си в магазина за 120 000 британски лири чрез борсата. Новата компания се нарича Harrod's Stores Limited. Сър Алфред Джеймс Нютън става председател, а Ричард Бърбидж - управляващ директор. На 16 ноември 1898 г. в магазина се появяват първите ескалатори във Великобритания. На клиентите, които изпадали в паника от това чудо на техниката, в края на пътуването им предлагали бренди за възстановяване след преживяното изпитание.

Универсалният магазин е придобит от House of Fraser през 1959 г. После през 1985 г. е купен от египетския милиардер Мохамед Ал Файед, който е притежавал още футболния отбор „Фулъм“ и парижкия хотел „Риц“. До 2001 г. Harrods е официален доставчик на особите от кралския двор на Елизабет II - херцог Филип, принц Чарлз и кралицата майка Елизабет. Тази привилегия се е изразявала и в поставянето на четирите герба на кралските величия върху фасадата на магазина заедно с текста „гоставчик на двора

на техни величества“ в официалните документи. След като е отричано, че се продава, тъй като това е специално място, през май 2010 г. Мекама на лукса Harrods е придобит от Qatar Holdings, суверенния фонд на Катар. Лично министър-председателят на страната шейх Хамад бин Джасим бин Джабер Ал Тани идва в Лондон, за да финализира сделката. Той заявява, че придобиването на Harrods ще добави много стойност към инвестиционния портфейл на Qatar Holdings.

Магията на пазаруването

Богати хора от цял свят пристигат в Лондон само заради Harrods. Затова магазинът винаги е поддържал персонал, който говори чужди езици. Тук се продава всичко. И не само животни играчки, но и екзотични живи животни. Популярен е случаят на покупка по телефона на малко слонче за президента Роналд Рейгън. Клиенти са купували лъв, а също и ализатор. Напред с това и часовници Harry Winston за 100 хил. паунда. През 2007 г. са продадени обувки за 62 хил. паунда, те са били с рубини и диаманти и са пазени от жива кобра. В Галерията на милионерите (The Millionaire Gallery) е пред-

лаган автограф на Мерлин Монро за 16 хил. паунда и на Махатма Ганди за 25 хил.

Напред и все напред

Harrods открива през 1912 г. свой клон в Буенос Айрес, Аржентина, и така става първият магазин в света с филиал в чужбина. Освен това този лидер в продажбите е инициатор и основател на Международната асоциация на универсалните магазини през 1928 г., която е активна и до днес. Важно е да отбележим, че блестящият търговски център съумява да върви в крак с големите промени. Онлайн търговията също е част от неговото настояще, но той успява да съхрани за своите клиенти притегателната сила на лукса, като акцентира върху удоволствието и преживяванията при пазаруването на живо. Някои българи, които още помнят нашия ЦУМ, въздишат, че и днес можехме да имаме в самия център на София лъскав комплекс с подобна търговска формула.



Шоколадовата зала



Отделът за дамско бельо



Отделението в магазина за частно пазаруване за мъжки луксозни марки



Някои от служителите на магазина говорят и български

ЛЮБОПИТНО

Всичко за клиента и на родния му език

До нас е достигнала и още се помни любопитната история за група български моряци, които посещават Harrods през 60-те години на миналия век. Те решават да проверят дали е вярно, че в този универсален магазин има всичко, и искат да си купят смядовска лунка. Помолени са да изчакаят за малко. Минутите по-късно при тях идва по-възрастен продавач, който на български им казва, че смядовска лунка, произведена от Месокомбинат „Родопи“, може да им бъде доставена и очаква да уточнят какво количество биха желали да поръчат и на какъв адрес да бъде направена доставката. Моряците са направо шокирани. Оказва се, че българинът работи в Harrods още преди Втората световна война и е имал честта да обслужва цар Борис и царица Йоана по време на пазаруването им в магазина. 🇵🇵



NV RESIDENCES

люкс, качество и
модерна архитектура

ИНОВАТИВНИЯТ
ПРОЕКТ ЗА
МНОГОФУНКЦИОНАЛНА
СТРАДА НА СТОЛИЧНИЯ
БУЛЕВАРД „Г. М. ДИМИТРОВ“
ОЧАКВА СВОИТЕ БЪДЕЩИ
ОБИТАТЕЛИ

✍ **Георги Георгиев**

Високо, високо, високо... Така ще изглежда столичният булевард „Г. М. Димитров“, когато в градския силует на район „Студентски“ до емблематичната 107-метрова сграда на NV Tower след 2 години се впише като допълнение NV Residences. Представяме достойнствата на този нов обект.

NV Residences е иновативен проект за многофункционална сграда. Локацията е подходяща за разви-

тие на такъв вид строителство, тъй като е с много добре развит градски транспорт и удобен автомобилен достъп. NV Residences е естествено продължение и допълнение към NV Tower. Заедно двете сгради формират общ комплекс с разнообразни и допълващи се функции. Обитателите на комплекса ще разполагат с голям набор от удобства на една ръка разстояние, които ще повишат качеството им на живот. Сградата предлага луксозни жилища и първокласни

офисни пространства. В допълнение в съседната NV Tower е развит голям набор от услуги и удобства - заведения за хранене, търговски обекти, уелнес и спортен център, конферентен център, медицински център и висок клас офиси. Предвижда се двете сгради да бъдат свързани чрез топла връзка, за да бъде още по-комфортно ползването им от техните обитатели.

Силует

Проектът следва най-актуалните градоустройствени и архитектурни тенденции: широка функционалност, богато озеленени площи, прецизно изграден архитектурен силует, съобразен с характеристиките и даденостите на средата, допълване на функциите със съседните обекти. Архитектурният образ на NV Residences доразвива архитектурния език на NV Tower в обща обемно-пространствена композиция, вдъхновена от структурата на естествените кристали и динамиката на планинските върхове.

Проектът ще е отворен и интегриран към градската среда чрез наситените с обществени функции партерни етажи и благоустроените външни пространства около сградата. Отговорното отношение към града ще се изразява и чрез богато озеленените външни площи и интериорни градини, както и с атрактивното фасадно осветление, подчертаващо запомнящия се силует на сградата

Местоположение

Разположението на проекта в близост до кръстовището на два основни булеварда - бул. „Драган Цанков“ и бул. „Г. М. Димитров“, както и в непосредствена близост до метростанция, е ключов фактор за развитието му и за неговата привлекателност. В близост са редица значими дадености: жк „Студентски град“, Техническият и Минно-геоложкият университет, УНСС, зала „Арена 8888 София“, София Тех Парк, Зоологическата градина, Интерпрет, Софарма и Литекс бизнес център, Болница „София мед“, хотел „Вега“, хотел „Силвър хаус“, Музейко. И, разбира се, завършената през 2021 г. впечатляваща NV Tower.

Устойчивост

Територията, на която се реализира проектът, е наситена с разнообразни функции: жилища, офиси, образователни и културни институции, здравни заведения, хотели, спортни съоръжения, търговски обекти. В съвременната градоустройствена практика се приема, че такива места имат най-голяма устойчивост и именно те оказват положително влияние върху развитието. С изграждането на NV Residences ще се допълни многообразието от удобства и ще се засилят връзките между различните функционални единици. Интегрирайки нов емблематичен проект, територията ще повиши своята привлекателност и ще отключи реализирането на нови

проекти, включително и в публичната инфраструктура, уверява инвеститорът.

Инвеститорът

„Минстрой“ е компания с доказани традиции в добива на метални полезни изкопаеми, като основният фокус е върху оловно-цинковата руда, нейната преработка и обогатяване при спазване на екологичните стандарти. Дружеството има богат опит в изграждането и пълния инженеринг на обекти „до ключ“ в областта на промишленото и гражданското строителство, енергийното строителство, енергийната инфраструктура, производството на електроенергия от възобновяеми енергийни източници, както и в сферата на хотелиерството с развитието на планински и балнеоложки туризъм. „Минстрой“ е сред учредителите на Българската минно-геоложка камара през 1991 г., като досега е активен член на браншовата организация. Проф. д-р инж. Николай Вълканов е оглавявал камарата в периода 2017 - 2023 г., а сега е неин почетен председател.

Строителството вече започна и напредва с бързи темпове. Очаква се обектът да бъде завършен за около две години. На този етап има все още много възможности за всички онези, които имат интерес към покупката на луксозни жилищни площи или наемането на престижни офис пространства. ☎

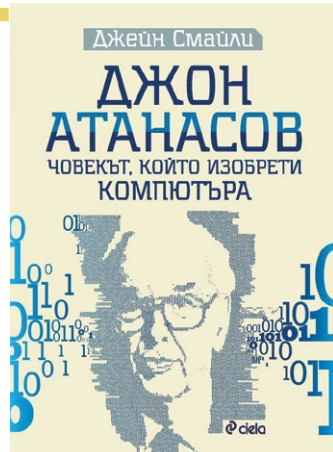


Нови книги от Сиела

„Джон Атанасов. Човекът, който изобрети компютъра“

от Джейн Смайли

Впечатляващият живот на емблематичния учен от български произход Джон Атанасов, смятан за изобретател на първия компютър в историята, оживява в изчерпателна биография от американската писателка и носителка на награда „Пулицър“ Джейн Смайли. Това е възвуща история за открителство и гениални прозрения на фона на най-драматичните събития на XX век, но и напрегнат разказ за съдебния процес, който доказва значението на работата на Атанасов и колегата му Клифърд Бери.



„Възпиране на Армагедон: Биография на НАТО“

от Питър АПС

Този детайлен и задълбочен труд ще ви отведе зад кулисите на създаването на НАТО, през най-горещите точки на противопоставяне от Студената война и след нея, на Балканите и в Близкия изток, та до последното десетилетие и завръщането на войната в Европа. Книгата изследва причините за неразбирателствата между САЩ и европейските съюзници, флиртуването с идеята за изолационизма отвъд океана и желанието на водещите държави от Стария свят да имат влияние върху глобалните събития.



„Ноември 1942 г.“

от Петер Енглунд

Паметният „Ноември 1942 г.“, през който настъпва повратната точка във Втората световна война, е в центъра на това епично изследване. Енглунд разказва за знакови личности от периода като Албер Камю, Василий Гросман, Лидия Гинзбург, Ернст Юнгер, Вера Бритън, но и за обикновени хора, които се сблъскват пряко с немислими предизвикателства – пехотинци в Сталинград, американски пилоти в Тихия океан, младо момиче в Шанхай, студентка в Париж – 40 личности от целия свят, които са оставили богат документален материал за своите преживявания, мисли и чувства в този период и които оживяват по страниците.



„Повече. 10 000 години растеж на световната икономика“

от Филип Коган

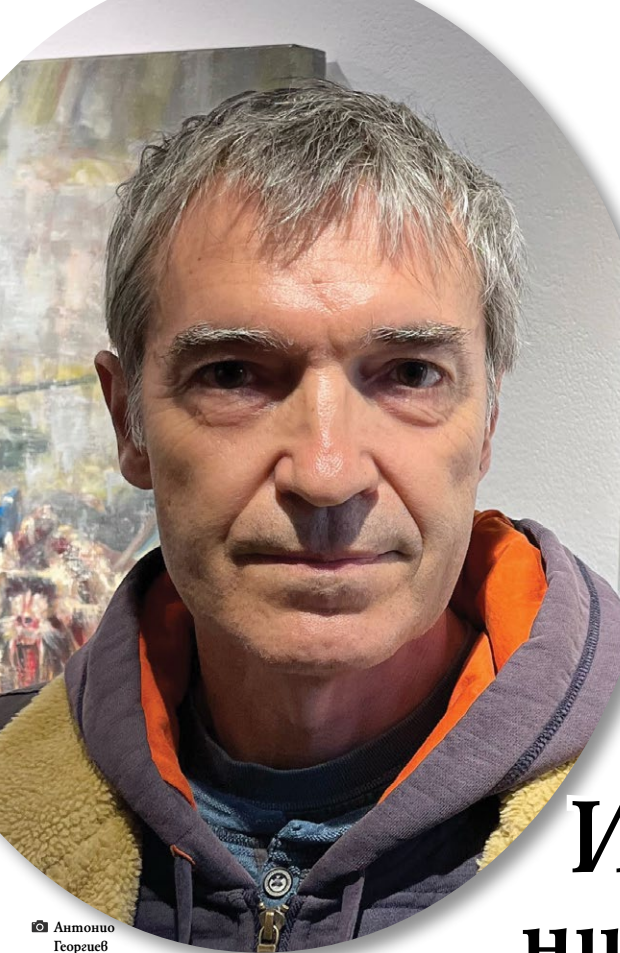
Светът около нас е главозамайващо сложен, но малцина си дават сметка какъв невероятен път е изминало човечеството в последните хилядолетия. Книгата проследява точно тези огромни промени във всички области на производството, допълнени с причудливи истории и курйози от цял свят. Проследени са ключови явления в земеделието, енергията, производството, транспорта, имиграцията и технологиите, както и влиянието на централните банки и как се изчислява икономическата статистика.



▶ панорама ◀

Питаме главните герои

ПЕТЪК | 21:00 ч. | БНТ 1



Антонио Георгиев



Кога е време

Изкуството, което ни държи **ЖИВИ**

ЛЮБОПИТСТВОТО Е КАЧЕСТВО, ДАВАЩО ЧОВЕШКА И ПРОФЕСИОНАЛНА СИЛА, ТВЪРДИ ХУДОЖНИКЪТ ИВАН ПАЗЛАМАЧЕВ



Може би Йероним

Татяна Явашева

Търся как да се обогатя и да стана по-добър, по-отзивчив и по-разбиращ. И ако видя успех, съм доволен, но зная, че или се заблуждавам, или не е достатъчно, затова продължавам да се усъвършенствам не само технически, но и като човек ... Тези думи са на Иван Пазламачев. След 33 г. в Америка наскоро той направи първата си софийска самостоятелна изложба в галерия „Астри“.

Накъде

Роден е в Ямбол през 1968 г. През 1987-а завършва Средното специално художествено училище за приложни изкуства в София. През 1990-а напуска България. Пребиваването в САЩ от 1991 г. насам, след едногодишен престой в Германия, му се отразява предизвикателно със своите трудности и лесноти: „Отидох напълно заблуден, но се събудих веднага от мисълта, че трябва да започна от А. Най-хубавото е, че научавах много нови неща, ако си любопитен. Ако нямаш любопитството до последния си дъх, по-добре да си мъртъв. Любопитството е качество, което се стремя да притежавам с пълна сила. Понякога го забравям, но си го припомням, за да не „хвана паяжини“.

Камъкът и неговото място

Когато пристига в САЩ, е на 23, с амбиции



Може би Сизиф

и летеж в облаците. Но бързо се приземява. В началото вижда успеха като предизвикателство, а после започва да го измерва с това как върви напред. През 2002 г. след конкурс е приет в Профсъюза на сценичните работници в САЩ и оттогава е ангажиран с изработването на декорите за театрални постановки на Бродуей. Рисува в ателието си и съумява да се наложи като търсен автор. Сега се радва, че през 2017-а е възродил връзките с България, защото престоят тук му дава силен творчески заряд.

Земята се върти

Мотив за заминаването му е увереността, че в България няма да може да постигне всичко онова, което иска. Създаването на декори го е научило да работи в огромен мащаб, усвоил е нови техники. И затова казва, че и на малко платно монументалността е възможна. Чувства удовлетвореност и вече вижда нови перспективи за творческото си присъствие в България. Замисля да си създаде комфорт за работа във Велико Търново, където има много приятели художници.

Разказвач на истории

Художникът е разказвач на истории, поднесени по нов начин и погледнати от различен ъгъл. С участието си в изложби в България цели да „завърже разговор“ с ценителите на

изобразителното изкуство. За някои от платната, рисувани напоследък, е използвал себе си като модел, това не са просто автопортрети. Чрез експозицията в София той предава едно от своите послания: „Когато се



Луничка

опитваме да влезем в среди, затворени за нас, и правим и невъзможното дори, усилията са ненужни и излишни. Да сме в автентичността и в силата си – така ще бъдем добре приети и ще носим ползи на хората“.



Може би Морфей

На Луната

Любопитството е пътеводна звезда. Не спирайте! – казва още Иван Пазламачев. И тъй като той не спира да създава и да се развива, 14 негови картини влязоха в дигиталния Лунен кодекс, Codex Nova, и вече са на Южния полюс на Луната. Тези постижения на човечеството са доставени на 22 февруари 2024-а чрез SpaceX Falcon 9 по програмата на НАСА за предаване и съхраняване на културното наследство на земяните.

Ценности

Думи, мисли, звуци, хора, природа, спомени, музика, филми – във всичко Иван Пазламачев намира вдъхновение. Човекът според него е безценен и трябва да съхрани своята уникалност, пренебрежвана напоследък от хората в името на технологиите. Храна, лекарства и изкуство – това ни поддържа живи. Като българин в Америка той вече е разбрал, че най-важното, което остава, е занаятът. Затова е спръл да прави абстрактни произведения: „Всеки има идеи, въпросът е кой как технически ги изпълнява. През занаята, усвоен до перфектност, се стига до направата на нещо, което си струва. Затова – усъвършенствайте се“.



ТАЙНИТЕ на Епископската базилика в Пловдив

✍ Тони Григорова

В България има много музеи, но сред онези, които не бива да се пропусне да бъдат посетени, безспорно е Епископската базилика на древния Филипопол, наричана още Голямата базилика. Тази забележителност на Пловдив е открита за посетители през април 2021 г. Това е най-голямата раннохристиянска църква в България, датираща от IV-VI в. Този архитектурен паметник е не само от национално значение, а Градът под тепетата може да се гордее с античния комплекс, превърнат в музей от световна величина. Всеки посетител става част от хилядолетната история на Пловдив и бива очарован от пълнотата на римското мозаечно наследство. Възхита обаче буди и начинът, по който музеят е създаден. Реставраторите и консерваторите на древните ценности са проявили завиден професионализъм, както и всички останали, които са допринесли за изграждането на този съвременен музей.

Древно и съвременно

Мозайките с декоративни и природни картини, които са по целия под на впечатляващата с мащабите и замаха си сгра-

да, нямат аналог в България, а ако някъде по света има нещо подобно, то по-скоро е рядкост. Когато посетите Базиликата, обърнете специално внимание на две забележителни неща – мозайките, както и начина на тяхното експониране за публиката. Очевидно проектът, финансиран основно от Община Пловдив и Фондация „Америка за България“, си е поставил амбициозни цели и резултатът е, че когато има силно желание и добра визия, то се намират и професионалисти, които да ги превърнат в реалност. Всичко тук е направено с добър естетически вкус, разбиране и отношение към детайла. Интерактивният начин на предаване на информацията допринася за цялостното възприемане на историческите факти, намерили подслон в този музей.

Забрава

От IV до VI в. Епископската базилика била център на живота на късноантичния Филипопол. Богомолци се стичали в нея. Може би в нея е заседавал и т. нар. Анти-сбор на епископите ариани в противовес на църковния събор в Сердика, който осъдил учението им като ерес. Но дошъл момент, в който тя била изоставена, останките – затрупани, а времето по-

гълнало спомените за нея. Забравата продължила до 80-те години на миналия век, когато при планирано благоустройство на мястото се появяват развалини от величествена сграда, украсена с мозайки с геометрични орнаменти и птици. В периода 1982-1986 г. екип от Регионалния археологически музей – Пловдив, начело с Елена Кесякова, проучва близо половината от базиликата. Част от мозайките са прибрани в музея. Над развалините е построено защитно покритие, но непроучената част остава под улицата. През 1995 г. обектът е обявен за паметник на културата от национално значение, ала през 1999 г. защитното покритие се срутва и състоянието на безценните мозайки се влошава. През следващите години базиликата отново потъва в забрава.

Камъче по камъче

Ситуацията се променя благодарение на инициативата и финансирането на Фондация „Америка за България“, Община Пловдив и Министерството на културата. През 2016-2017 г. Епископската базилика бива изцяло проучена от екип на Регионалния археологически музей в Пловдив, воден от Жени Танкова, и реставратори под ръководството на доц. Елена Кантарева-Дечева. Всички те, камъче по камъче, бавно, с търпение и внимание разгръщат пластове история, за да може да се разкрият в новия си блясък.

Още и още

Епископската базилика на Филипопол е един от най-големите културно-исторически проекти в последните

десетилетия и съчетава по най-съвременен технологичен начин античните мозайки и артефакти с интерактивни модули, 3D визуализации и добавена реалност. Има детски кът с образователни игри, магазин за сувенири, работилница за реставратори, конферентна зала и галерийно пространство. Инсталирани са екрани, информационни табла, има преливане на експозиция и информация, създадена е и прекрасна графична идентичност, дело на Николай Тонков от Formschlag. И още – книжарница на изхода и функционално външно пространство. Проявени са мисъл и грижи, достойни за наследниците на тези, които някога са съградили този храм на духовността. Всички, които са работили по създаването на музея, и онези, които го стопанисват, показват, че може още и още.

Липсващият паун

Когато мозайката „Изворът на живота“ е открита в началото на 1980-те, изображението с пауни около извора било почти непокръпнато. В този период мозайката е оставена на място и покрита със защитен слой пясък. Реставраторите разкриват отново мозайките през първото десетилетие на XXI век и откриват, че един от пауните липсва. Има предположения, че е резултат от интереса на частен колекционер. Мултимедийната възстановка на втория етаж на



ГРАДЪТ ПОД
ТЕПЕТАТА
ДАВА ПРИМЕР
ЗА СЪХРАНЯВАНЕ
И ОПАЗВАНЕ
НА КУЛТУРНО-
ИСТОРИЧЕСКОТО
НАСЛЕДСТВО



Авторът



посетителския център в Епископската базилика е отлична илюстрация как би изглеждал този великолепен фрагмент. Тя е и напомняне, че всички заедно споделяме отговорността за опазване на нашето културно-историческо наследство.

Приятели с кауза

Заслужава да насочим фокуса и към факта, че от началото на проекта през 2015 г. стотици доброволци са подпомогнали за разкриването и съхранението на мозайките от Базиликата. През 2018 г. граждани и представители на бизнеса в Пловдив обединяват усилия във Фондация „Приятел на базиликата – Пловдив“. Тяхната обща кауза е да превърнат Епископската базилика в оживен културен център, привлекателно място за деца и възрастни не само от Пловдив, но от страната и чужбина. Една от инициативите е кампанията „Подари си птица“. Всеки може да избере измежду близо 100 мозайки на птици, за които да се „грижи“ като дари минимум 5 хил. лв. Така се подпомага дейността на музейния комплекс на Базиликата, за да предлага той по-наситено и разнообразно културно съдържание – изложби, концерти, представления, детски програми, научни конференции. Този модел се прилага и в други културно-исторически обекти и атракциони и наистина се оказва работещ.

Технологии в музея

Пълният тур в Епископската базилика отнема поне час, но тук може неусетно да прекарате госта повече време. На територията на комплекса човек забравя за часовника и за ангажиментите, тъй като близо в друга реалност. Той се връща векове назад във времената и представите, същевременно технологиите дават усещането, че са преодолели границите между миналото, настоящето и бъдещето. Информацията е поднесена по удобен и достъпен съвременен начин. Епископската базилика на древния Филипол показва нагледно как технологиите и съвременните постижения намират място в музея и как музеят може да е в крак с най-новото.

Под пластове на времето са погребани много тайни. И историята на Епископската базилика ни дава знак, че имаме отговорност към онова, което времето е съхранило и е достигнало до нас. Наша грижа е по най-добър начин да го опазим за следващите поколения. 

СПИСАНИЕ ИКОНОМИКА

ИДВА ЛЕСНО ДО ВАС
И ПРЕЗ 2025 Г.



Абонирайте се в

ДОБИ ПРЕС

• e-mail: ABONAMENT@DOBIPRESS.BG

• тел. 02/963-30-81



Открийте истински емоции и
наслада за сетивата в *Este Restaurant*!



+359 879 814 323 | restaurant@este.bg | Николай Хайтов 3А, София

Huvepharma® VACCINES



Vaccines are integral to the One Health concept to safeguard animal health. Huvepharma® is investing in the future with a new state-of-the-art vaccine production facility in the city of Razgrad.





NAVIBULGAR®
SINCE 1892

