

ИКОНОМИКА

**ЕМИЛ
АНГЕЛОВ**

**Реформите
са маратон
на ВОЛЯТА,
а не спринт на
ЕМОЦИЯТА**



Shaping livestock solutions

Huvepharma® is a fast-growing, global pharmaceutical and nutrition company with 25 years of experience in animal health and nutritional solutions for livestock and human health products. With responsibility for the whole production process from strain to shelf, we deliver high-quality solutions that improve the health, welfare, and performance of livestock animals worldwide.

БЪЛГАРИЯ на световната сцена

Може ли една песен да промени начина, по който светът ни вижда?

Тази година България не просто спечели Евровизия. Дара разказа история, която докосна милиони. И ни напомни, че автентичността е сила.

Тя застана на световната сцена такава, каквато е – горда с корените си, отворена към бъдещето и смела да бъде различна. Това е повече от музикална победа. Това е културен пробив и символ на ново самочувствие.

Евровизия е сцена. Но истинските ползи за страната ни ще бъдат в различни посоки – икономика, туризъм, иновации, технологии. Там също имаме място. И вече имаме глас.

Нека използваме този момент не само да празнуваме, но и да надграждаме. Да превърнем видимостта във възможности. Вдъхновението – в действия. А аплодисментите – в доверие.

Дара показва, че България може да бъде забелязана. Сега е време да бъде разпозната.



Божидара Живкова,
главен редактор

ТРИ СИГНАЛА НА БЪДЕЩЕТО

Какво ни показва тази победа и накъде ни води тя



01 Меката сила става конкурентно предимство

Културата, творчеството и идентичността вече са стратегически ресурси. Държавите, които умеят да разказват своите истории, печелят внимание, партньорства и доверие.



02 Автентичността е новият глобален език

Светът е уморен от шаблони. Търси смисъл, дълбочина и човешка истина. България има всичко, за да бъде разпозната не с имитация, а с уникалния си почерк.



03 Видимостта отваря врати – от нас зависи да ги преминем

Моментът е наш. Сега трябва да превърнем емоцията в дългосрочна стойност – чрез инвестиции в хора, иновации и устойчиво развитие. Така славата се превръща в бъдеще.

Списание „Икономика“

София 1111, ж.к. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11
Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699
Издател „Медия Икономика България“ ЕООД
Управител: Дарина Тодорова
Главен редактор: Божидара Живкова
Счетоводство: София Стрелкова - Гечева
Редактор: Татяна Явашева

Автори: Мирела Вавова, Денислав Борисов, Владимир Митев, Магдалена Илкова
Партньорско и редакционно съдържание се отбелязва с
Дизайн: Бранд Медия България ЕООД
Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Луминар Ивент ЕООД
Печат: Дедракс АД
Разпространение: „Медия Икономика България“ ЕООД

СЪДЪРЖАНИЕ

ТЕМА НА БРОЯ

6

МОДЕЛЪТ „БАНГАРАНГА“



ИКОНОМИКА

- 16 Инфлация и свръхдефицит: Сметката идва
- 20 Плосък или прогресивен данък
- 22 Глобалната търговия се разделя на нови икономически блокове

ПРИЗНАНИЕ

- 24 Боян Томов с кръст „За заслуга към Малтийския орден“

ИНТЕРВЮТО



28

Емил Ангелов: Реформите са марафон на волята, а не спринт на емоцията

ФИНАНСИ

- 36 Парите в ерата на изкуствения интелект
- 38 От Revolut до криптовалутите: данъчните правила на новата икономика

ИНОВАЦИИ



40

Новите битки се водят тихо

- 44 Умни сгради, които пестят енергия
- 46 От кликове към доверие
- 48 Пътят от лабораторията до пазара

ЕНЕРГИЯ

- 50 Енергийният парадокс на Румъния: богати ресурси, скъп ток
- 52 Батериите промениха енергийния пазар

УСТОЙЧИВОСТ

- 54 Когато „зеленият“ маркетинг струва милиони
- 56 Безопасността е лична и корпоративна ценност
- 58 С „Асарел-Медет“ по Алеята на свободата
- 60 Силата на добрата поддръжка

КАРИЕРА

- 62 Как AI пренаписва правилата на пазара



64

Най-младият бизнес

- 66 Когато училището срещне бизнеса
- 68 Ангелов ефект

БИЗНЕС

73

СВЕТЪТ Е ФУТБОЛ



- 76 Gucci & F1 - Новата скорост на лукса
- 78 Да превърнеш проблема в решение
- 80 Малкият бизнес в голямата икономика

LIFE & STYLE

- 82 Жени с кауза
- 84 Музикално пътешествие с Яница и Миро
- 86 В Музея на родопския карст
- 88 Бижута с душа
- 90 Нови книги от „Сиела“

Mr. & Mrs. ИКОНОМИКА 2026



Оскарите на българския бизнес

Очаквайте през ноември!

МОДЕЛЪТ „БАНГАРАНГА“



Как вниманието към България, предизвикано от едно културно събитие, може да се превърне в доверие, инвестиции и растеж

В съвременния свят икономическите възможности започват с видимостта. Победата на Дара в „Евровизия“ е повече от културен успех, тъй като тя насочва вниманието към България. А вниманието е първата стъпка към доверието. Защото, преди да инвестираш в една държава, трябва да я забележиш. Преди да я посетиш, е нужно да те заинтригува. Ще купиш неин продукт, когато свързваш името ѝ с качество и положителни асоциации.

Точно тук започва моделът „Бангаранга“. Този нов модел, който можем да създадем, е свързан с уменията на страната да превръща своите успехи в икономически, социален и репутационен капитал. В свят на огромна конкуренция вниманието е ресурс. Държавите се съревновават с данъци, инфраструктура и работна сила, но и с образ, доверие и разпознаваемост.

„Бангаранга“ е енергия, чрез която България започва уверено да участва в глобалния разговор. Тя носи в себе си националната гордост („ние сме шампионите“), включва самоиронията за преиграването с успеха, проява е и на мем културата и носи повече смисъл от буквалното си значение. Зад този

неологизъм може да стои България, която продава идеи, талант, култура, технологии и предприемачество. България, която превръща международните си успехи в икономически капитал.

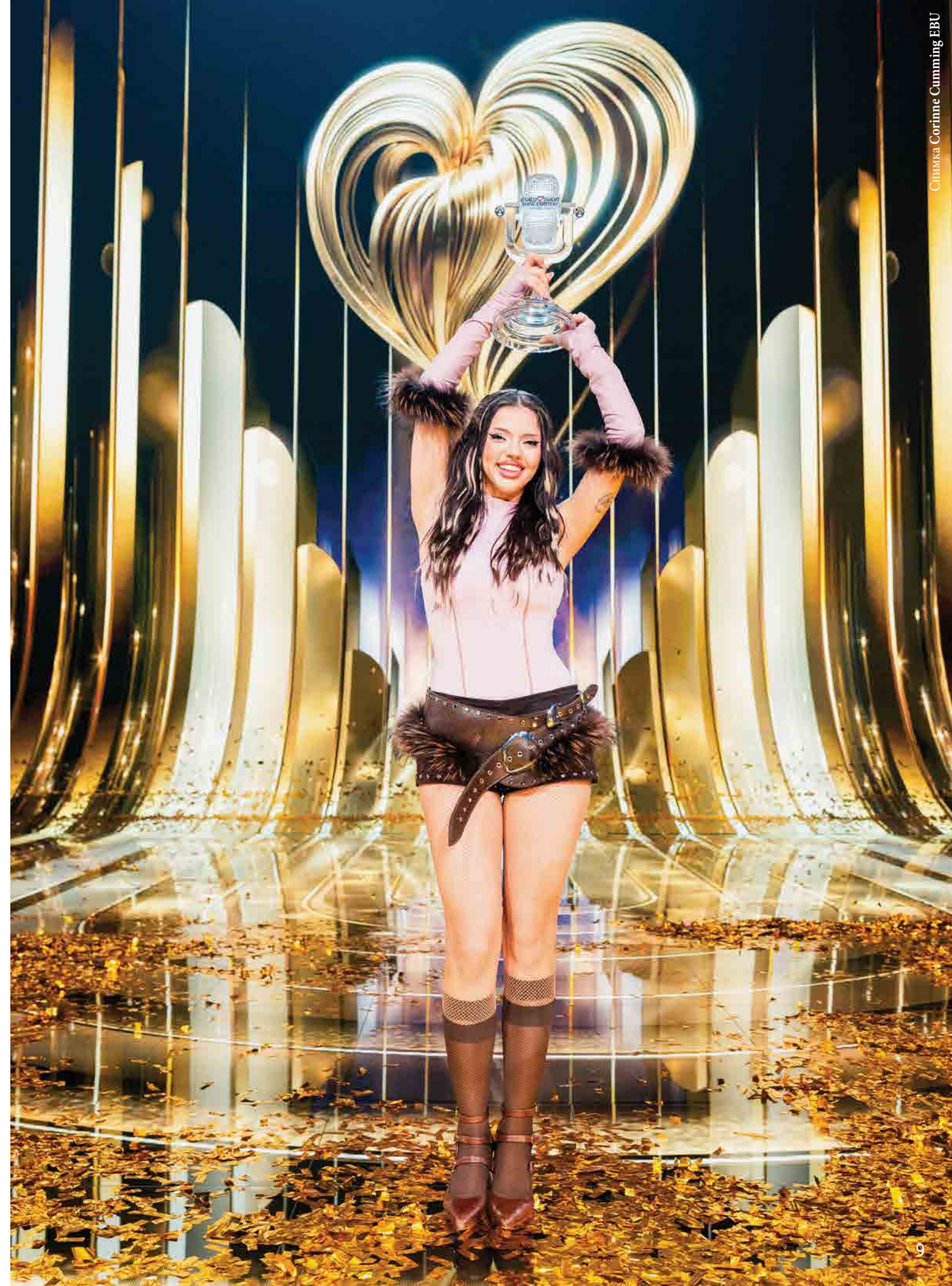
Големият културен пробив насочва прожекторите към страната и може да отвори врати, като направи по-разпознаваеми българските компании, продукти и каузи. Може да изгради онова добро име на страната, което стои в основата на много инвестиционни и икономически решения.

Формулата на „Бангаранга“ е проста: Талант + Отвореност към света + Способност да създаваме стойност за другите. Когато тези три елемента работят заедно, славата престава да е моментно настроение и се превръща в икономическа възможност. Тогава България започва да привлича хора, идеи, инвестиции. А именно това е най-ценната валута на XXI век.

Готови ли сме да превърнем еуфорията около „Бангаранга“ и „Евровизия“ в мощна вълна, която да покаже България като място, където талантът се развива, предприемачеството се насърчава, а успехът се превръща в мост към инвестиции, туризъм, нови партньорства и пазари?



Снимка Corinne Cumming EBU



Снимка Corinne Cumming EBU

СМЕЛОСТТА ДА СКОЧИШ ВИСОКО

Саня Армутлиева е наш събеседник по темата как културните постижения създават стойност. Тя коментира създаването на международно конкурентен продукт и влиянието му върху имиджа и разпознаемостта на България.

България може да превърне успеха на „Еurovision 2026“ в дългосрочен актив за имиджа на страната чрез последователност - не еднократен PR ефект, а дългосрочна стратегия: подобряване на средата, в която функционират креативните индустрии на ниво законодателство и правоприлагане, инвестиции в музикалния износ, включително осигуряване на собствен ресурс за участие на България на „Еurovision“, създаване на повече конкурентни културни продукти, присъствие на международни сцени и фестивали, и под-

държане на връзката с публиката, която DARA спечели.

Тази победа на DARA е мощен инструмент за „културна дипломация“. Музиката достига публики, които дипломатията трудно достига. Една силна песен и впечатляващ артист говорят за България по-бързо и по-емоционално от всяка кампания.

Как се изгражда международно конкурентен музикален продукт от България: Към момента със зверски инат и въпреки неособено стимулиращата среда, в която работим у нас. Инат въпреки всичко да развиваш артисти и автори, да им създаваш условия за професионална кариера, да не престава да инвестираш в качествена продукция, да помагаш на всеки изпълнител да гради ясна идентичност, да поддържаш професионална платформа, където абсолютно всички участници в творческия процес и

процеса на реализацията на продукта са готови да работят по международни стандарти. Трябва да изчистим колкото се може повече от преградите, които ни пречат да постигнем реалния си потенциал.

Урокът от този успех за българската музикална индустрия е, че можем да се конкурираме на най-високо ниво, ако инвестираме в качество, екипна работа и дългосрочно развитие на артистите, а не в бързи резултати.

Една песен може да промени начина, по който Европа гледа на България. Поне за момента тя отваря врата. Дали възприятието трайно ще се промени, зависи от това какво следва и какви знаци ще дадем. DARA е огледало на всичко, на което бих искала да прилича България - влюбена в изкуството, модерна, талантлива, силна, умна, работлива, успешна, красива, технологична, отворена към света и

Инвестиции ще има, ако се създадат трайни условия за развитие на пазара на културни продукти

колаборациите с хора отвсякъде, с работещ морален компас, толерантна и загрижена за природата, мира, децата, бъдещето, различните, слабите, нуждаещите се.

Видимостта обикновено се превръща в ръст на интереса към дестинацията и в по-лесен достъп на български артисти и продукции до международни партньори и пазари. Инвестиции ще има, ако има политическа воля да се създадат трайни условия за развитие на пазара на културни продукти.

Формулата как културен успех да стане икономическа стойност: Бърза и организирана реакция - последващи продукти, партньорства и присъствие, докато вниманието е високо, плюс инвестиция в

инфраструктурата на индустрията и в нейното бъдеще чрез законодателство без пробойни и промяна

на нагласата на българското общество към стойността на музиката.

България може да задържи вниманието след „Еurovision“ чрез ясна комуникационна стратегия, подкрепа за нови проекти и улесняване на чуждестранни партньорства и инвестиции в креативните индустрии.

Следващата голяма цел за DARA е нов международен музикален материал, сделка със световна звукозаписна компания, международен мениджмънт и турнета. За екипа - да помогнем успехът ни на „Еurovision“ да се превърне в устойчив модел. За сцената - да енергизираме целия сектор и да мотивираме всички български артисти да създават, да се развиват и да работят със самочувствието, че могат да скочат също толкова високо.



Станислава (Саня) Армутлиева е управляващ директор на Virginia Records. Тя работи с DARA от началото на професионалната ѝ кариера след X Factor. Като продуцент и стратегически партньор на проекта „Bangarang“, Армутлиева е сред ключовите фигури зад българското участие и успеха на DARA на „Еurovision 2026“.

„
Голямата промяна ще настъпи, когато политиците започнат да възприемат музикалния бизнес и културния сектор като стратегически отрасъл в икономиката на държавата.

ПРОДУКТ, НАПРАВЕН С УМ, ХАРАКТЕР И ТАЛАНТ

Доц. д-р Георги Лозанов е наш събеседник по темата как културата да има по-висок икономически принос. Той анализира как културата създава икономическа стойност, но и как изгражда обществено доверие, национален образ и конкурентоспособност в съвременния свят.

Културният туризъм е най-разпространената формула за икономизация на културата. Проблем е, че свързваме културния туризъм основно с културно наследство – археологически находки, крепости, дворци, останали от предишни времена. Така попадаме в героиката на миналото и губим нагласа, а и способност да разпознаваме големия културен потенциал на настоящето. Съвременното изкуство може да е обект на силен интерес.

Доц. д-р Георги Лозанов е медиен експерт и преподавател във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“.

Съвременната култура и изкуството може да са обект на масов интерес, като намираме своето ново място в света

Събитие е, че българска песен спечели „Евровизия“. София ще е домакин на следващата „Евровизия“ и една песен ще е дала неочаквано голям икономически резултат за страната. Но трябва да се мисли и по-широко – не е задължително да печелиш конкурси и награди, достатъчно е да разбираш притегателната сила на културата, която се ражда в границите на твоя живот. Едно съвременно произведение, например на архитектурата, като „Танцуващата къща“ на Франк Гери в Прага, може да доведе стотици хиляди туристи.

Масовата култура е проектирана да улавя интереса на големи аудитории, да стига до всеки. Но и наградата „Букър“ за романа на Георги Господинов, който е върхово постижение във високата култура, беше широко забелязан. И именно с висока култура този български автор съумя да постигне масови тиражи по цял свят.

Успехът на Дара не е природно явление, нито е късмет. Високо професионална работа е да създадеш продукт по стандартите на съвременната западноевропейска популярна култура. В България още търсим шарена черга и гайди, но съвсем друга е посоката, в която едно произведение може да вдигне „комуникативна вълна“. Културата е мощен интеграционен механизъм и може умело да се използва.

Песента „Бангаранга“ е реализирана съвместно с „Вирджиния рекърдс“ и не е само индивидуално дело на изпълнителя. Реакциите първоначално бяха на неудовлетворение, песента не звучеше като фетиш на „българщината“, а когато спечели конкурса, със същия хъс тръгна повсеместната ѝ възхвала. Но защо? От национална гордост, че сме натрили носа на другите нации. И двете реакции са неадекватни към културен продукт, който получи висока оценка на западноевропейската сцена, където определящи за успеха са толерантността и космополитизмът.

Популярната култура е култура на забавлението и на удоволствието. Тя носи свободата да се реализираш, радостта от живота и е част от консумативното общество. И естествено се появиха и опити „Бангаранга“ да се „икономизира“, като се превърне в търговски бранд – за кисело мляко или други български стоки.

Дали можем да правим селекция на талантите във всяка сфера. Този въпрос ще стои отук нататък. Защото само талантливите могат да създадат конвертируем

продукт. Но за да стане това, е важно също да се познават и приемат критериите на западноевропейската културна сцена, което вече изисква и интелектуален капацитет. Акъл, талант и характер са нужни, за да бъде един продукт забелязан на нея.

Пробив ще имат и други български творения, направени с ум, характер и талант. „Бангаранга“ сигурно ще тласне редица наши автори на песни към подем, както стана с интереса към българската литература след високото признание на „Времеубежище“. Четенето и издаването на български писатели в последните години доби престиж, а когато усещат интерес към себе си, авторите започват да създават по-значими произведения.

И ако търсим икономическо ноу-хау как с песента, която спечели „Евровизия“, може да се вдигне брутният вътрешен продукт, има как. Когато тя и всичко, свързано с нея, повиши нашето удоволствие от живота, направи ни по-радостни. Тогава и работата повече ще ни спори и ще създаваме и по-голям брутен вътрешен продукт. Не се шегувам...

Културният туризъм днес не се свързва само с културно наследство, а и със съвременни произведения, които имат притегателна сила за големи групи от хора.

ЕФЕКТЪТ НА ДАРАНОМИКАТА

Деян Василев - основател и изпълнителен директор на MoitePari.bg, търси отговор как славата се превръща в икономическа възможност. Той говори за влиянието на шоубизнеса върху бизнеса в България и за това как излизането извън собствените ни ограничения отваря път към успеха. Коментира и икономическите измерения на популярността и уроците от пътя към върха в конкурса „Евровизия“.

Хубаво е да обърнем внимание на това, което предприемачът Дара създаде. Аз съм човек от бизнеса и за мен е интересен бизнесът на шоубизнеса. Тази млада и позитивна изпълнителка успява да си партнира с хора от различни страни в създаването

на продукта „Бангаранга“. С влизането ни в еврозоната границите все повече изчезват. Подходът в излизането към върха на конкурса „Евровизия“ минава през излизане от тесните ни рамки и от ограниченията, които си слагаме.

Дара е пример за успешен представител на шоубизнеса. Умение е да създадеш бизнес машина. Защо и ние да нямаме нашата Дуа Липа. Така стигаме и до въпроса за Дараномиката – в конкуренция на голямата сцена тя показва качества, които ще носят ползи и за България. Триумфът на Дара и събитието „Евровизия“ догодина в нашата страна влияят върху туризма и разпознаваемостта на България. Този ефект е трудно да се измери като конкретен резултат. В София ще дойдат европейски професиона-

листи и това ще качи на по-висока скорост редица умения и в нашата страна, ще се създадат нови партньорства. И колко още други неща ще се случат...

Аз съм дълбоко вкоренен в България и ме радва фактът, че вече имаме хора, успешни на международната сцена и на световното бизнес поприще. Обществото е шарена плетеница и само за миг да си помислим какво би било, ако сме затворени само в България... Правила, демокрация, възможности за развитие в рамките на една огромна общност, минала през войни и загърбила национализъм и борба за територии – това е Европа днес в желанието си да живее в мир.

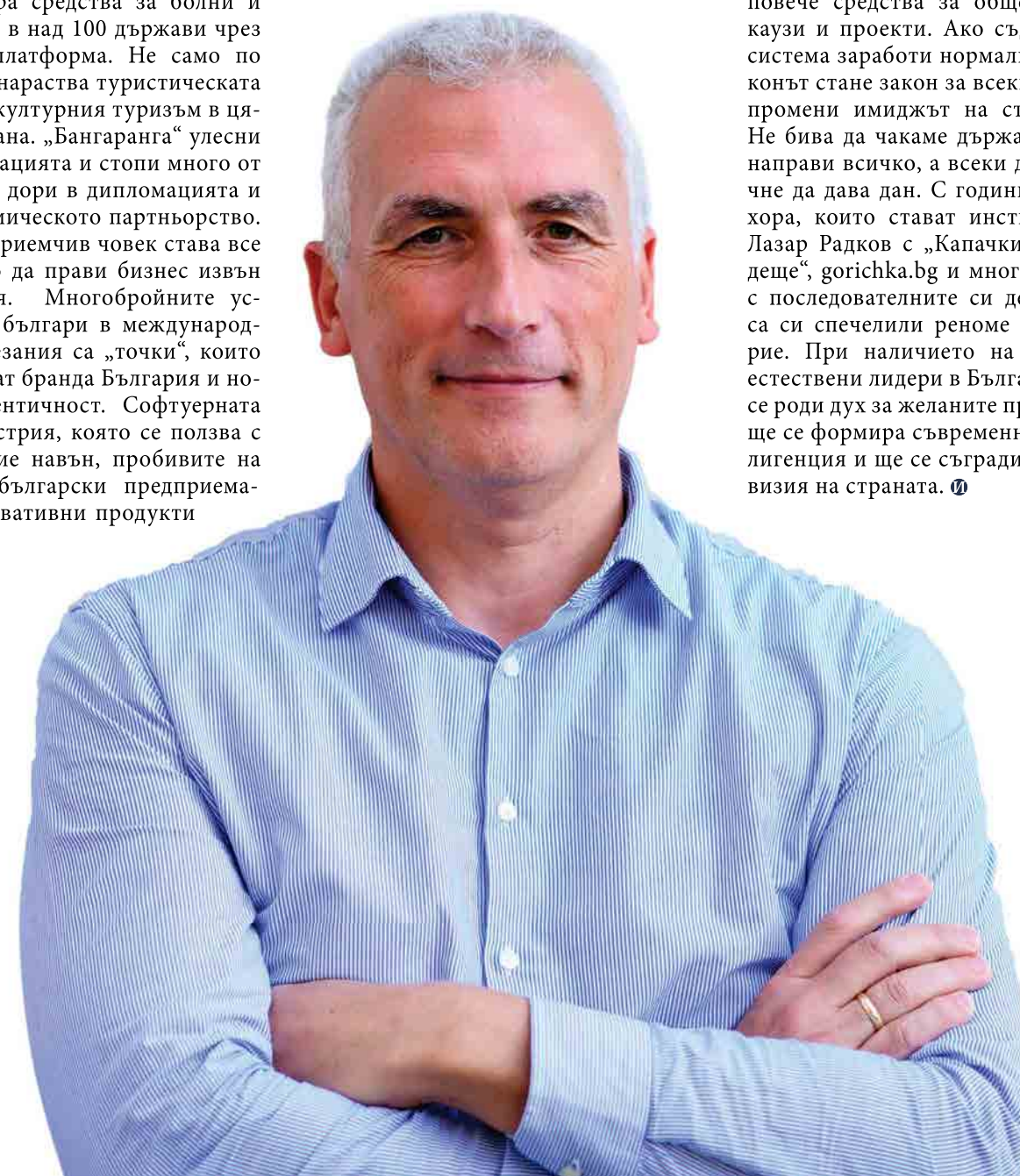
Създаването на бранд е неувимимо. Силата например на „Смарт органик“ с визията на

Умение е да създадеш бизнес машина и е радващ фактът, че има българи, успешни на международната сцена и в глобалната икономика

основателя Яни Драгов за чиста храна се усилва от българския успех на „Евровизия“. Ще повлияе и на социалния предприемач Павел Андреев, който има мисията да събира средства за болни и го прави в над 100 държави чрез своята платформа. Не само по морето, нараства туристическата вълна в културния туризъм в цялата страна. „Бангаранга“ улесни комуникацията и стопи много от ледовете дори в дипломацията и в икономическото партньорство. За предприемчив човек става все по-лесно да прави бизнес извън България. Многобройните успехи на българи в международни състезания са „точките“, които подсилват бранда България и носят автентичност. Софтуерната индустрия, която се ползва с признание навън, пробивите на редица български предприемачи с иновативни продукти

и услуги дават увереност, че активните и изобретателните хора нямат оправдание да не опитат и те своя шанс.

Предприемчивите и талантливите хора заслужават подкрепа. Но и бизнесите е време да свикнат да си помагат. Ако корупцията се намали, то ще има повече средства за обществени каузи и проекти. Ако съдебната система заработи нормално и законът стане закон за всеки, ще се промени имиджът на страната. Не бива да чакаме държавата да направи всичко, а всеки да започне да дава дан. С годините има хора, които стават институция: Лазар Радков с „Капачки за бъдеще“, gorichka.bg и много други с последователните си действия са си спечелили реноме и доверие. При наличието на повече естествени лидери в България ще се роди дух за желаните промени, ще се формира съвременна интелигенция и ще се съгради новата визия на страната. 🇵🇵



ФОРМУЛА ЗА НАЦИОНАЛЕН ПРОСПЕРИТЕТ:
Ако всеки от нас създава стойност с желание и отговорност, тогава и България ще започне да се променя - защото голямата промяна винаги започва от милионите малки усилия.

Инфлация и свръхдефицит: СМЕТКАТА ИДВА

**Пред страната
стои задачата да
прояви визия,
политическа
воля и решимост
за намиране на
дългосрочни
решения, а не
за временно
туширане на
натрупаните
дисбаланси**

Автор **Яна Колева**

Инфлацията е отражение на дълбоки процеси в икономиката и в обществените нагласи – на баланса между производство и потребление, между инвестиции и разходи, между създаване на стойност и живот на кредит. Върху цените влияят вътрешни фактори, но и външни, като динамика при енергоносителите, геополитическа несигурност и промени в глобалните вериги на доставки. Официалните данни може да сочат забавяне на инфлацията, но бизнесът и потребителите продължават да усещат натиска от високите цени, растящите разходи и свиващата се предвидимост. Работодатели от доста време насам предупреждават, че комбинацията от инфлация, бюджетни дефицити и отслабена фискална дисциплина създава рискове за икономиката.

НАЙ-СЕРИОЗНИЯТ РИСК

Състоянието на националните финанси все по-ясно се очертава като голям проблем. Бюджетни дефицити може временно да поддържат потреблението и социалните разходи. Но най-сериозният риск е, когато доходите, публичните разходи и задлъжнялостта растат по-бързо от икономическата ефективност. Тогава инфлацията престава да е временен проблем и се превръща в трайна характеристика на средата.

ВЕРНИЯТ КЛЮЧ

Свръхдефицитът, отчетен от Брюксел, е сигнал, че в България периодът на живот чрез дефицит и растящи

разходи има своите граници. Затова решението на проблема, който е две в едно – растяща инфлация плюс прекомерен дефицит, не е в административното ограничаване на цените или в поредното разширяване на държавните разходи. Устойчивият отговор минава през реформи – по-висока производителност, стимули за инвестиции, по-добра бизнес среда, по-ефективна администрация и възстановяване на фискалната дисциплина. Само икономика, която създава повече стойност, може трайно да повишава доходите, без да генерира нов инфлационен натиск.



Големият въпрос е дали България ще предприеме драстични мерки, които да ограничат причините за свръхдефицита и инфлацията, или ще търси лек за симптомите?

Д-р ЮЛИАН ВОЙНОВ:

Реформите са ПОЛЕЗНИЯТ ХОД

**Проблемите стават
все по-видими.
Нужни са действия,
които няма да
са безболезнени
за всички**



Д-р Юлиан Войнов
е макроикономист,
финансист и
преподавател в НБУ

Мит е, че влизането на България в еврозоната е предизвикало сериозна инфлация. От страните в ЕС България е сред малкото, в които доходите изпреварват инфлацията. Страната подобри позицията си по покупателна способност и реалните доходи продължават да нарастват, макар и неравномерно. Административното увеличение на минималните възнаграждения също повиши разходите за труд. Българинът стана по-богат, а оценката за цените трябва да отчита и ръста на доходите през последните 5-6 години.

Още преди въвеждането на еврото евроскептиците твърдяха, че то ще доведе до инфлация, което допринесе за повишаване на цените още през 2025 г. Последва рязко поскъпване на имотите, подкрепено от засилено потребление и платежоспособно търсене, улеснявано от банките. В сектора на услугите, който е силно зависим от вътрешния пазар, също се наблюдава значително увеличение на цените. Сред инфлационните фактори са и картелните практики. Проблемът е, че регулаторните органи често не упражняват достатъчно ефективен контрол. Това са типично български фактори, а не следствие от еврото.

Проблемите с цените в България не са от днес. Налице са признаци на пазарни изкривявания. Докато доходите достигат около 65-70% от средноевропейските, някои стоки, като млечните продукти, са по-скъпи отколкото в редица държави от ЕС. Това изкривяване е натрупвано с години. Необходимо е регулаторите да анализират пазарите, да установяват аномалии и да налагат санкции при нарушения. Задкулиското договаряне на цени трябва да бъде санкционирано.

Прогнозата ми е, че цените в България няма да намалят, но темпът на поскъпване има как да се забави. В момента България е сред страните с най-висока инфлация в еврозоната. Сред причините са значителното увеличение на доходите в публичния сектор и

високите държавни разходи. Овластяването на инфлацията минава през ограничаване на бюджетните разходи и повишаване на ефективността в икономиката. Правилни стъпки са премахването на автоматичните механизми за увеличение на заплатите в бюджетния сектор, оптимизирането на администрацията и провеждането на реформи в здравеопазването.

Дошло е време за сериозни реформи. За да има усещане за нормалност, хората трябва да видят, че държавата се управлява в обществен интерес. Когато се ограничат течовете, разходите се оптимизират, дефицитът започне да намалява и не се увеличава данъчната тежест, обществото приема реформите като необходимост. Разточителството чрез по-висок дефицит и дълг в крайна сметка се плаща от всички.

Мерки за овладяване на бюджетния дефицит

- Преразглеждане на националния план за капиталови разходи с цел по-ефективно използване на средствата – потенциален ефект от 1-2 млрд. евро годишно.
- Здравна реформа, включително обществени поръчки за лекарства и консултативи в частните болници – потенциални икономии от поне 120 млн. евро годишно. Ограничаването на злоупотребите с хоспитализации чрез електронно известяване може да освободи допълнителен ресурс от около 100 млн. евро.
- Въвеждане на електронен контрол върху ТЕЛК решенията и ограничаване на злоупотребите може да намали разходите с около 350 млн. евро.
- Премахване на неефективни щатове в държавната администрация – очаквани икономии от около 180 млн. евро. Ограничаването на практиката пенсионери да продължават работа в системата на МВР може да намали разходите с още около 80 млн. евро.
- Реформи в митниците, ограничаване на незаконния внос и пресичане на източването на ДДС. Ⓜ

КМЕТА.BG

Гласът на хората. Признание за лидерите.

КМЕТ НА ГОДИНАТА

2026

14 г. отличаваме добрите резултати.
Подкрепете своя фаворит през септември



astellas

VIVACOM

ЕЛЕКТРОХОЛД

efbet

MEMPOPEKЛАMA

billboard

Buildex invest

БЪЛГАРСКА
НАЦИОНАЛНА
ТЕЛЕВИЗИЯ

Б.Н.Т.

BULGARIAN
NATIONAL
TELEVISION

ECONOMIC.BG

ИКОНОМИКА
economy MAGAZINE

SOPIA
TECHPARK

Плосък или прогресивен ДАНЪК

Автор **Георги Георгиев**

Дебатът за плоския данък отново излезе на преден план след препоръките на Европейската комисия България да преразгледа действащия модел на облагане. Аргументът на Брюксел е, че плоският данък от 10% без необлагаем минимум не допринася достатъчно за намаляване на неравенствата и ограничава възможностите за събиране на допълнителни приходи в бюджета. Подобни позиции през годините са изразявали и експерти от Международния валутен фонд. Важно е обаче да се подчертае, че данъчната политика остава изцяло национална компетентност и такива препоръки не означават задължение за промяна.

Всеки заделя за държавната хазна един и същ дял от дохода си. Това е принципът на пропорционалното подоходно облагане, по-известно като „плосък данък“. През 2008 г. ставката беше намалена и уеднаквена на 10%, заменяйки действащата дотогава прогресивна скала с данъчни ставки над 20% за по-високите доходи. С тази реформа беше премахнат и необлагаемият минимум.

Защитниците на плоския данък виждат в него конкурентно предимство на българската икономика. Според тях простотата и прозрачна система улеснява администрирането, намалява стимулите за укриване на доходи и създава по-добра среда за инвестиции. Аргументът им е, че когато данъчната тежест е умерена и

„
Аргументите ЗА и ПРОТИВ смяната на данъчния модел отново излизат на преден план в търсене на повече приходи, по-малки неравенства и по-конкурентна икономика

предвидима, икономиката расте по-бързо, създават се повече работни места и в крайна сметка печелят всички. Те предупреждават, че по-високите данъчни ставки върху по-високите доходи може да намалят стимулите за предприемачество, инвестиции и квалифициран труд.

От другата страна на спора са някои икономисти и представители на синдикатите и на БСП. Според тях еднаквият процент данък не означава еднаква тежест за всички. Човек с минимална заплата и човек с много високи доходи формално плащат една и съща ставка, но ре-

алното отражение върху стандарта им на живот е съвсем различно. Привържениците на прогресивния данък смятат, че по-високите доходи трябва да се облагат с по-висока ставка, а ниските доходи да бъдат облекчени чрез необлагаем минимум или по-ниско данъчно натоварване. Според тях това би позволило събиране на повече приходи за образование, здравеопазване и социални политики, като би намалило и социалните неравенства.

Зад двата модела стоят различни разбирания за справедливост. Защитниците на плоския данък виждат справедливост в равните правила за всички. Привържениците на прогресивното облагане я виждат в различния принос според възможностите. Затова спорът е не само икономически, но и философски.

При запазване на плоския данък сред основните печеливши остават хората с по-високи доходи, предприемачите и инвеститорите, които работят в среда с ниско данъчно облагане. Според критиците на системата губещи са хората с ниски доходи, тъй като за тях данъчната тежест е по-осезаема. При прогресивното облагане има ползи за домакинствата с по-ниски и средни доходи.

Въпросът кой модел е по-справедлив няма еднозначен отговор. Повечето европейски държави използват различни форми на прогресивно облагане, но България е посочвана като пример за държава с проста и конкурентна данъчна система. Мнозинството от експертите не препоръчват промяна на модела. Но дали пък след овладяване на бюджетния дефицит не е време за въвеждането на необлагаем минимум, без да се засяга основната ставка...

В крайна сметка най-важният въпрос е как държавата управлява събраните средства. Защото дори най-добре замислената данъчна система трудно може да бъде възприета като справедлива, ако гражданите не виждат качествени публични услуги, добра инфраструктура и ефективни институции срещу данъците, които плащат. ⑦

Дали е възможно въвеждането на необлагаем минимум, без да се засяга основната ставка от 10%?

Да запазим модела или да го променим

⊕ Плоският данък в България допринесе за период на висок икономически растеж в сравнение с регионалните конкуренти. Плоските данъци се свързват с простота, прозрачност и предвидимост. Единната данъчна ставка от 10% създаде стимули за предприемачество и инвестиции.

⊖ Въвеждането на многостепенна прогресивна данъчна система увеличава административната сложност и създава „вратички“, които може да намалят реалното събиране на приходи. Анализи от държави, преминали от плоско към прогресивно данъчно облагане, често показват краткосрочно увеличение на номиналните приходи, но дългосрочен риск от избягване на данъци и преместване на лицата с високи доходи.

Д-р Симеон Дянков и Любомир Дацов
от Фискалния съвет на България

⊕ Богати и бедни дължат 10% и не плащат еднакъв данък – щеше да е еднакво, ако например всички плащат по 500 евро данък. Богатите плащат повече, без да потребяват повече обществени услуги срещу това. Такава е солидарността на пропорционалния данък. Той насърчава плащанията. Нашият пропорционален данък е най-прогресивният в Европа.

Васил Велев от Асоциацията на индустриалния капитал в България

⊖ Няма нито една високоразвита страна с плосък данък. И няма нито една нововъзникваща пазарна икономика – водеща като Китай или даже Виетнам и Мексико, които да са с плосък данък. С преминаването от плосък към прогресивен данък никой не твърди, че се решават проблемите на бюджета. Тъй като има страни с прогресивен данък – като повечето от развитите страни в Европа (без Германия), които тънат в дефицит. В над 90% от страните в света имат необлагаем минимум, а у нас няма. В Унгария плоският данък е 15%, има необлагаем минимум и различни скали за освобождаване от налог. Нашият плосък данък е най-мракобесният в света.

Проф. Румен Гечев, икономист,
бивш министър на икономиката

Тарифите на Тръмп
ускоряват процес,
който така или иначе
вече беше започнал

ГЛОБАЛНАТА ТЪРГОВИЯ се разделя на нови икономически блокове

Автор: Владимир Митев

Ерата на хиперглобализацията постепенно отстъпва място на нова икономическа реалност. Вместо единна световна търговска система днес се оформя мозайка от регионални и политически обвързани търговски блокове, в които националната сигурност, геополитическите съюзи и устойчивостта на веригите за доставки все по-често определят икономическите решения.

Пандемията, войната в Украйна, кризите в Червено море, конфликтът в Близкия изток и нарастващите търговски войни показваха колко уязвими могат да бъдат глобалните вериги за доставки. В отговор държавите започнаха да използват търговията като инструмент на външната политика чрез експортен контрол, индустриални субсидии и защитни мита в стратегически сек-

тори като полупроводниците, батериите и критичните суровини.

Паралелно с това се наложи концепцията за friend-shoring – преместване на производства към държави съюзници. Компаниите все по-често приемат по-високи производствени разходи в замяна на по-голяма предвидимост и защита от геополитически рискове. Така доверието постепенно се пре-

върща в новата валута на международната търговия.

Тази тенденция беше допълнително ускорена от политиката на президента Доналд Тръмп. Новите американски тарифни инициативи срещу десетки търговски партньори, включително съюзници като ЕС, Канада, Япония и Великобритания, показват, че Вашингтон е готов да поста-

ви икономическата сигурност над традиционните принципи на свободната търговия. В резултат световната икономика все повече се организира около няколко големи центъра на влияние.

СЕВЕРНА АМЕРИКА: от зона за свободна търговия към икономическа крепост

Споразумението между САЩ,

Канада и Мексико (USMCA) постепенно се превръща от класическа зона за свободна търговия в механизъм за защита на северноамериканското производство. Въпреки това постоянните търговски заплахи от Вашингтон създават напрежение между партньорите и подтикват Канада и Мексико към по-тясна двустранна координация и търсене на нови пазари.

ЕВРОПА: защита и диверсификация

За Европейския съюз фрагментацията на световната търговия носи особени рискове заради силната зависимост на европейските икономики от износа. Анализите показват, че евентуален срив на глобалната търговска система би засегнал ЕС значително по-силно от САЩ.

Затова Брюксел следва двойна стратегия. От една страна, се стреми да ограничи напрежението със САЩ чрез нови търговски договорености. От друга – активно разширява мрежата си от партньорства чрез споразумения с държави от Латинска Америка и Индо-Тихоокеанския регион, за да намали зависимостта си от големите геополитически сили.

БРИКС+: алтернатива на западния модел

Разширяването на БРИКС с държави като Египет, Иран, ОАЕ, Етиопия и Индонезия превръща групата в сериозна икономическа и политическа платформа. Основната цел е изграждането на алтернативни механизми за разплащане, финансиране и търговия, които да намалят зависимостта от долара и западните финансови институции.

АЗИЯ: най-големият търговски блок в света

Регионалното всеобхватно икономическо партньорство (RCEP), което обединява Китай, Япония, Южна Корея и държавите от АСЕАН, вече е най-голямото търговско споразумение в света. Благодарение на общите правила за произход компаниите могат по-лесно да разпределят производството си в рамките на региона, което допълнително засилва икономическата интеграция на Азия.

БЛИЗКИЯТ изток като нов посредник

Саудитска Арабия, ОАЕ и останалите държави от Съвета за сътрудничество в Персийския залив се стремят да се позиционират като мост между конкуриращите се икономически лагери. Чрез мащабни инфраструктурни инвестиции, модерна логистика и специални икономически зони регионът се превръща в ключов център за глобалната търговия.

АФРИКА залага на вътрешния пазар

Африканската континентална зона за свободна търговия (AfCFTA) е един от най-амбициозните интеграционни проекти в света. Целта е да се премахнат митата за повечето стоки в рамките на континента и да се стимулира местното производство, така че африканските икономики да намалят зависимостта си от външни пазари и суровинен износ.

СВЕТЪТ навлиза в нова търговска епоха

Фрагментацията на глобалната търговия не е временно явление, а дълбока структурна промяна. Тарифната политика на администрацията на Тръмп може да ускорява процеса, но не е негов първоизточник. Истинският двигател са нарастващите геополитически рискове и стремежът на държавите и компаниите към по-голяма икономическа сигурност.

Големият въпрос е дали новите търговски блокове ще се превърнат в затворени икономически крепости, или ще успеят да съхранят достатъчно връзки помежду си, за да запазят световната търговия отворена и функционираща в един все по-многополюсен свят. @

MASTER₂₀₂₆ BUSINESS AWARDS

**За компаниите,
които задават посоката.**

eECONOMIC·BG



БОЯН ТОМОВ с кръст „За заслуга към Малтийския орден“

Отличието е за последователната му подкрепа десетки деца да участват в летни лагери

Изпълнителният директор на „Бранд Медия България“ Боян Томов беше удостоен с кръст „За заслуга към Малтийския орден“. Това стана по време на тържествения прием по случай Деня на свети Йоан Кръстител – патронен празник на Суверенния Малтийски орден. Престижното отличие се връчва от организацията на личности с доказан принос към нейните хуманитарни каузи.

При представянето на заслугите беше подчертан приносът на Боян Томов за реализирането на инициативи в помощ на деца от Центровете за настаняване от семеен тип. Благодарение на неговата последователна подкрепа през последните години десетки деца са получили възможност да участват в летни лагери и да преживеят първата си среща с морето – спомен, който за много от тях се превръща в едно от най-ценните детски преживявания.

Признанието се връчва от 1920 г. и е както за конкретни благотворителни проекти, така и за дългосрочната ангажираност към социално значими каузи и инициативи, насочени към хора в неравностойно положение. Именно такива личности Малтийският



Боян Томов и неговият син Борис

Снимки Ромео Чолаков



Н. Пр. Урсула Хофтер Дзуколи връчва отличието

орден отличава всяка година със своето международно признание „Pro Merito Melitensi“.

Отличието беше връчено от Н. Пр. Урсула Хофтер Дзуколи, посланик на Суверенния Малтийски орден в България, по време на официалната церемония в двореца „Врана“. Сред гостите на събитието бяха Н. В. цар Симеон II, Н. В. княз Борис, представители на диплома-

тическия корпус, държавни институции, духовенството, бизнеса и неправителствения сектор.

Приемът беше организиран по повод националния празник на Суверенния Малтийски орден – една от най-старите хуманитарни организации в света, която повече от 900 години изпълнява своята мисия в подкрепа на бедните, болните и нуждаещите се. В България Орденът

развива активна благотворителна дейност от десетилетия и реализира социални проекти за възрастни хора, деца и уязвими групи в различни региони на страната.

Тази година отличия получиха още Стефания Кодони Мартинели, Венцислав Велков и Людмил Георгиев – личности, допринесли за развитието на социалните и хуманитарните инициативи на Ордена. ☯



Важно е всеки човек да има кауза и да бъде съпричастен към хората в нужда. Стремя се да давам добър пример на моя син, на приятелите и колегите си, както и на цялото общество. Днес сме изправени пред множество предизвикателства и затова е нужно да работим заедно за по-добра и солидарна среда.

Боян Томов

Церемонията се провежда в двореца „Врана“

ЕМИЛ АНГЕЛОВ,
главен изпълнителен директор
на „Главболгарстрой Холдинг“

Реформите са маратон на волята, а не спринт на емоцията



Емил Ангелов е главен изпълнителен директор и зам.-председател на управителния съвет на „Главболгарстрой Холдинг“. Преди да стане част от ръководния екип на „Главболгарстрой Холдинг“ АД през януари 2024 г., Емил Ангелов работи в банковия и финансовия сектор повече от 30 години, заемайки висши мениджърски позиции в различни банкови и лизингови групи както с българска, така и с международна собственост.

След 2019 г. Емил Ангелов сменя основния си професионален фокус и се пренасочва към сектора на недвижимите имоти и строителството, отново на високи мениджърски позиции. Има богат опит в управлението на активи като основател, член на борда и акционер на една от първите компании за управление на активи в България, лицензирани от Комисията за финансов надзор през 2005 г.

ИСТОРИЯ

55+
години опит в
строителството

ГРУПА

68
компании
в групата

ХОРА

2 000+
служители

Намираме се в момент, в който за първи път от години има стабилна политическа конфигурация с широко мнозинство в Народното събрание. Как изглежда тази ситуация през Вашата перспектива на изпълнителен директор на „Главболгарстрой Холдинг“ - компания от реалния сектор?

Това е изключително рядък и оптимистичен момент, в който политическата възможност съвпада с икономическата необходимост. Вече няма място за оправдания с политическа фрагментация – въпросът е не дали, а колко бързо ще започнат реформите.

Какво всъщност е заложено на карта пред икономиката ни в следващите няколко години?

Заложена е траекторията на развитие на България за десетилетие напред. Имаме шанса да преминем от икономика на отложените решения към ускорен структурен растеж. Големите реформи – в инфраструктурата, институциите и дигитализацията – изискват време, но те променят бизнес средата необратимо. Силните лидери се разпознават по това, че имат смелостта да положат основите на процеси с дълъг хоризонт, работейки с мисъл за следващото поколение, а не просто за следващия изборен цикъл.

Нека говорим конкретно – кое е най-голямото предизвикателство пред текущата икономическа политика?

Предизвикателството е в заявеното и обещаното пред обществото и възможностите и балансът на държавния бюджет. От една страна, имаме правилен фокус върху икономическия растеж, технологиите и модернизацията на инфраструктурата. От друга – силен акцент върху

социалните политики и запазването на конкурентни данъчни нива. Проблемът е, че тези две линии, в комбинация с ангажиментите ни в рамката на еврозоната и разходите за сигурност, които няма как да избегнем, поставят бюджета под сериозен натиск. Решението обаче не е в орязването на инвестициите, а в промяна на финансовия модел.

Какъв е работещият финансов модел в такава ситуация?

Единственият работещ и модерен подход е изваждането на значителна част от капиталовите разходи – в размер на 1,5–2 милиарда евро годишно – извън държавния бюджет. Това става чрез внедряването на мащабни публично-частни партньорства (ПЧП), концесии и финансиране през частни инвестиции. При правилно структуриране ангажиментите на държавата по тези проекти е възможно да не се класифицират като бюджетен дефицит. Така държавата може да инвестира в хората, докато частният капитал изгражда инфраструктурата. Не трябва да се пести от капиталови разходи, а да се прехвърлят към частния сектор, който сектор може да бъде активна част от решението, а не просто изпълнител на държавни поръчки.

Реалистично ли е да видим резултати от ПЧП модела в рамките на един управленски мандат?

Не само е реалистично, но е и напълно постижимо да се извърви най-важната, фундаментална част от пътя. Ако новото мнозинство демонстрира политическа воля и бързо концентрира институционален капацитет – например чрез специализирана национална структура за концесии с ранг на министерство, която да обедини експертизата от различните държавни ведомства – процесите могат да стартират веднага. Изработването, не на формална, а ясна национална концесионна про-



**Големите реформи –
в инфраструктурата,
институциите и дигитализацията
– изискват време, но те променят
бизнес средата необратимо.**





“
Лидерството не се
измерва само
с рязане на ленти,
а с доверието,
което държавата
изгражда пред
инвеститорите.

грама, изготвянето на анализите и провеждането на прозрачни, международни търгове ще даде силен тласък на икономиката.

Да, изпълнението и строителството на големи обекти като магистрали, жп линии, пристанища или енергийни мощности може да навлезе в реална фаза към края на мандата, но голямата победа за политиките ще бъде внедряването на самия работещ модел. Лидерството не се измерва само с рязане на ленти, а с доверието, което държавата изгражда пред инвеститорите.

От гледна точка на бизнеса – и конкретно на групи като „Главболгарстрой“ (ГБС) – има

готовност за участие още в началните етапи: структуриране на проектите, партньорства с международни инвеститори и ЕРС изпълнители, както и осигуряване на необходимото финансиране за проектите.

И накрая, за да се мотивира цялата система, държавата може да приложи един изпитан корпоративен подход – да съсредоточи всичките си усилия към един или два ключови проекта в напреднала фаза и да ги реализира успешно чрез концесия и/или ПЧП и да покаже нагледно на обществото и бизнеса, че моделът работи. Успехът на първите проекти бързо ще повлече останалите напред.

Изминахте дълъг път във финансовия и банковия сектор. Какво се промени за Вас, когато преминахте в реалната икономика начело на строителен лидер като „Главболгарстрой“?

Промяната беше в мащаба на конкретиката – метафорично казано, стъпване на здрава земя. Във финансовите работиш с модели, анализи, отчети, прогнози и таблици. В реалния сектор тези цифри изведнъж придобиват плътна физическа форма – превръщат се в пътища, тунели, мостове, заводи, газопроводи, сгради и болници. Но фундаменталните принципи на управление са универсални –

дисциплина, последователност и способност да изграждаш доверие. В компания като ГБС това доверие се изгражда ежедневно – както вътре в екипа, така и с партньори, възложители и институции.

„Главболгарстрой“ има над 55-годишна история. Как компанията се позиционира в настоящия икономически контекст?

Днес корпоративната група представлява стабилна, технологично развита и финансово устойчива организация с около 3000 високо мотивирани и отдадени специалисти и работници.



Бъдещето на региона зависи от стратегически партньорства между силни местни компании и водещи международни ЕРС компании.

През тези вече 56 години, ролята на ГБС се трансформира от изпълнител и строител към стратегически партньор. В днешните условия това означава не само строителство, а управление на сложни проекти и поемане на дългосрочни ангажменти, включително и финансови.

Строителните обекти, които виждате из цялата страна с нашия бялосин знак по огради, кранове, мостове, тръбопроводи, шосета и строителна техника, не са НАШИ, а са проекти на нашите възложители – ние просто влагаме най-доброто от себе си, за да им помогнем да реализират бизнесите си и така да модернизират страната.

Именно тази комбинация от инженерна експертиза, финансова дисциплина и международни партньорства позиционира „Главболгарстрой“ като естествен участник в бъдещите големи инфраструктурни проекти в страната и региона.

Как изглежда бъдещето пред компанията в технологичен план?

Развиваме се в две направления. Първото е технологичното обновление – инвестираме активно в техника, автоматизация и правим първи стъпки във внедряване на AI решения.

Второто е участието ни в следващото поколение комплексни инфраструктурни проекти. Тук виждаме ГБС като част от международни консорциуми с водещи ЕРС компании и инвеститори. Благодарение на изградени стратегически партньорства, компанията има капацитет в момента да участва както в реализацията, така и във финансовото структуриране на проекти в енергийна, транспортна и индустриална инфраструктура.

Бъдещето на региона зависи от стратегически партньорства между силни местни компании и водещи международни ЕРС компании. Виждаме своята роля в управлението на проекти с висока сложност и дълъг хоризонт – в пътната и железопътната модернизация, както и в стратегическата енергийна инфраструктура, включително новите ядрени мощности и ПАВЕЦ-и.

Ако трябва да обобщите личната си мениджърска философия?

Животът и бизнесът не са спринт, а марафон. И в двата аспекта въпросът никога не е бил кой ще излезе пръв в краткосрочен план чрез популизъм или бързи ефекти. Истинският успех се измерва с това кой ще изгради модел, който да издържи целия път докрая и да работи устойчиво десетилетия наред. 



Парите в ерата на изкуствения интелект

Трансформацията на банките продължава. Иновациите ускоряват промяната във финансовия свят

Автор Тони Григорова / Снимка envato.com

Трансформацията на банковия сектор продължава на все по-висока скорост. Изкуственият интелект (англ. – AI), дигитализацията и стремежът на Европа към по-голяма финансова автономия ускоряват процеси, които доскоро изглеждаха по-далечна перспектива. Цифровото евро, технологията на децентрализирания регистър (DLT), токенизацията на активи и електронните пари са различни проявления на тази голяма промяна, която поставя основния въпрос – как иновациите да се използват така, че да се повиши ефективността, без да отслаби стабилността и доверието. Финансовият форум „Иновации 2026“ в София, организиран от Асоциация „Банка на годината“, направи своеобразна равностойка накъде върви банковият сектор и какъв хоризонт се разкрива пред него.

Изкуственият интелект променя начина, по който банките взаимодействат с клиентите. Без тази технология вече не може. Но стои въпросът за цената – увеличават се разходите по технологията или наред с това се повишава и ефективността. Как водим хората през промяната – те ще трябва да развиват нови професионални качества и нов подход към работата, посочва Цветанка Минчева, главен изпълнителен директор на УниКредит Булбанк. Технологията, базирана на изкуствен интелект, постоянно се развива и проблемът е как организацията да се трансформира. Бумът на AI е сравним с индустриалната революция в началото на XX век. „Искам да спестя 2000 евро за ваканция, посъветвай ме как да го направя“ – дори такъв въпрос може да се зададе на AI. Това казва Петко Рангелов – ръково-

дител направление „Дигитализация, данни и технологии“ в ДСК Банк.

От 30 години насам всичко в банките е трансформация, променя се само контекстът. Върви се към по-цялостни решения. Сега банките са посредник при плащания и при инвестиции, но утре може да разширим капацитета на услугите и да се получи симбиоза между участниците в един процес. И това да е по-бързо, по-ефективно, без да се губи сигурност, смята Димитър Шумаров, зам.-главен изпълнителен директор и главен финансов директор на Пощенска банка.

Най-бързата възвръщаемост от инвестициите в AI е, когато технологията прави онова, което никога не иска да прави или го върши под напрежение и със зор. Там има най-големи ползи. AI допринася за по-качествени процеси, за бързина и по-висока скорост, а конкуренцията между банките форсира технологичното обновяване, е мнението на Георги Заманов – главен изпълнителен директор, Алианц Банк България. А проф. Георги Димитров – председател на Съвета на директорите на „Евротръст“, обръща внимание, че е време фокусът да се насочи и към рисковете, които носи бързото навлизане на AI във всякакви бизнес процеси. Например по отношение на AI идентичността – ако доверия на моя AI агент да ме представлява, как отсрещната страна ще приеме това. Възможно е AI генериран профил да излезе на пазара и опита да стане клиент, но задача на друг изкуствен интелект е да разпознава такива профили.



Търси се отговор

- Ще има ли бум на финансови технологии, който да е в съответствие с експоненциалния растеж на възможностите на AI?
- Кога в Европа и в България ще се появят първите стейбълкойни и може ли този пазар да се развие без участието и интереса на банките?
- Как ще продължи технологичното развитие на универсалните банки и идва ли времето на нишови, силно специализирани финансови институции?



Защо кешът не бива да изчезне

Токенизирани активи, стейбълкойни, дигитално евро, дигитални разплащания, дигитална идентичност – все теми в текущия фокус. Но и в този дигитален ред идва още един въпрос – Ами ако в даден момент технологичното решение не работи? Участниците в дискусиата са единодушни, че кешът не бива да изчезне, а да го има в минимално ниво на наличност при евентуален технологичен срив. По

този повод финансистът Левон Хампарцумян напомня, че няма как да се къпем, без да се намокрим.

По негови думи историята на централните банки е написана с кръвта на преминалите през ликвидни кризи и финансови катастрофи. Но кризите отрезвяват. ☹



От Revolut до криптовалутите: данъчните правила на новата икономика

Автор Денислав Борисов

Дигиталната икономика променя не само начина, по който хората печелят и инвестират средства, но и начина, по който данъчните администрации упражняват контрол. Все повече българи търгуват с акции и криптоактиви, получават доходи от социалните мрежи или използват финансови платформи като Revolut. Паралелно с това възможностите на държавата да проследява подобни доходи нарастват с безпрецедентна скорост.

Днес въпросът вече не е дали приходната администрация разполага с информация за подобни финансови активности, а доколко данъкоплатците са наясно със своите задължения. Благодарение на автоматичния обмен на

Какво трябва да знаят инвеститорите и създателите на съдържание?

финансова информация между държавите, както и на сътрудничеството между банки, платежни институции и регулатори, прозрачността на финансовите потоци се увеличава значително. Данни достигат до данъчните органи не само от традиционните банки, но и от финтех компании, платформи за електронна търговия и други дигитални посредници.

Инвестициите вече са масов феномен

Растящият интерес към капиталовите пазари поставя нови въпроси пред физическите лица. По правило печалбите от продажба на финансови активи подлежат на облагане, като съществуват и определени изключения – например за сделки, осъществени на регулирани пазари в Европейския съюз.

Ключово значение има и характерът на дейността. Ако инвестиционната активност е инцидентна, режимът е различен от случаите, в които търговията придобие системен характер и може да бъде квалифицирана като стопанска дейност. Тогава възникват допълнителни изисквания, включително по отношение на счетоводната отчетност и данъчното третиране.

Криптоактивите вече не са регулаторна периферия

През последните години криптовалутите постепенно преминаха от алтернативен финансов инструмент към актив, който все по-ясно присъства в законодателството и регулаторната рамка. Данъчният режим при реализирани печалби от криптоактиви до голяма степен следва логиката на облагането на други инвестиционни инструменти.

С развитието на европейските регулации и новите механизми за обмен на информация пространството за недекларирани криптодоходи продължава да се стеснява. Това е част от по-широката тенденция за интегриране на дигиталните активи в традиционната финансова система.

Инфлуенсър икономиката също влиза във фокуса на данъчните власти

Бързият ръст на т.нар. creator economy създава нови предизвикателства за данъчната практика. Доходите на създателите на съдържание могат да приемат различни форми – директни плащания, рекламни договори, комисиони, предоставени продукти или услуги.

Именно разнообразието от бизнес модели прави определянето на приложимия данъчен режим по-сложно. В много случаи е необходим индивидуален анализ, който да отчете източника на дохода, формата на възнаграждение и характера на дейността.

Revolut и финтех платформите не са извън обсега на регулаторите

Широкото навлизане на дигиталните финансови услуги създава усещане за по-голяма независимост от традиционната банкова система. Това обаче не означава по-малка прозрачност.

Използването на платформи като Revolut само по себе си не поражда данъчно задължение. Доходите, генерирани чрез инвестиции, лихви или други финансови операции, остават обект на облагане съгласно действащото законодателство. Освен това европейските механизми за обмен на информация дават възможност на данъчните администрации да получават данни и от подобни платформи.

Данъчната дисциплина като елемент от финансовата култура

Развитието на дигиталната икономика променя и профила на съвременния данъкоплатец. Все повече хора съчетават няколко източника на доходи, инвестират на международни пазари или участват в нови форми на икономическа активност. Това изисква по-висока финансова грамотност и по-добро разбиране на данъчните задължения.

За бизнеса и физическите лица основното послание е ясно: инвестициите, криптоактивите и дигиталните професии вече са неразделна част от официалната икономика. В условията на засилена прозрачност доброто данъчно планиране и навременното деклариране на доходите се превръщат не само в законово изискване, но и в инструмент за управление на риска. ①

Новите битки се водят **ТИХО**

Алекс Бехар за
технологииите,
риска и
сигурността в
свят, който става
все по-свързан,
но и несигурен



Автор **Яна Колева**

Както има суша, вода и въздух, така вече има и киберпространство. С тези думи Алекс Бехар поставя технологичния въпрос за новата среда, в която живеем, работим и носим рисковете на съвременния свят.

В професионалния му път се срещат фрагменти, които на пръв поглед трудно се събират в една история - детство пред компютъра в София, живот в кибуц в Израел, служба в армията, първи спечелен милион на 24 години, изграждане и продажба на компании, работа със системи за защита на държавни институции и днес - ръководна позиция в ZOTA, където е директор „Информационни технологии“. Паралелно с това преподава киберзащита и управление на кризи в катедра „Национална и регионална сигурност“ на УНСС, където пренася натрупания практически опит в аудиторията. Наред с това и признанието да е наричан Гуру в киберсигурността...

Път

Роден в София, Алекс Бехар започва да се занимава с компютри още като дете. На 13 години заминава за Израел и живее в кибуц, който е затворена общност с прост ритъм на живот, но с достъп до бърз интернет. Именно там любопитството към технологиите развива у него умение: път-

во чрез игри, след това чрез опити да разбира как работят и после как да ги „чупи“, за да се копира и да се играят без лиценз.

През 2000 г. интересът му се насочва към отворения код, на 18 влиза в армията на Израел, където служи в комуникационни войски. След това започва работа в дивизията за сигурност на компания и още на 24 години ръководи екип от 40 души. Първата негова фирма разработва облачен киберщит за конкретни сайтове. Технологиата се изгражда от малък екип в България. Скоро компанията е купена от консорциум, още преди продуктът да е завършен.

Това е и моментът, в който Алекс натрупва първия си сериозен капитал, което е доказателство, че добрата технологична идея може да намери пазар, ако решава реален проблем. Всичко това е и силен знак, че иновациите в сигурността имат пазар и че българският инженеринг може да стои зад решения със световна стойност.

Пътят на Алекс по света и у нас включва и преместване в САЩ, където фокусът му се насочва към киберсигурността на държавни институции. Следва създаването на още близо двадесет компании, от които пет-шест достигат до реална комерсиална реализация, а три са продадени. Именно тази серия от успешни и неуспешни опити му дава свободата да пътува, да се развива и да избира посоките, в които да влага време и знания.



Защита

Алекс признава, че в ранните си години не си е представял, че някой ден в работата му ще влиза да тества уязвимости в различни софтуерни системи.

Но днес именно това е част от професионалната логика на киберсигурността - да мислиш като атакуващия, за да можеш да защитаващ. Според него, когато се говори за киберсигурност, обществото най-често си представя атаки срещу криптоборси, нов антивирусен продукт или хакване на отделна система. Много по-рядко в разговорите влиза темата за военните действия в киберпространството, а това е по-тясна, но изключително важна област, в която работят държави, служби и структури за сигурност. Именно там през последните години се е наложило да се търсят решения, след като кибертероризмът започва да се засилва.

Внимание, внимание

Традиционните модели за защита вече не са достатъчни. Светът е свързан, зависимостите между системите са твърде много, а всяка нова технология носи и нова уязвимост.

В този контекст включва и темата за биткойн и криптовалутите като цяло, които определя като част от финансовото бъдеще, но и като среда, в която вниманието към риска трябва да бъде също толкова високо. Особено тревожна според него е новата форма на кибертероризъм, в която изкуствен интелект вече може да генерира убедителни видеа, образи и съдържание, способни да манипулират общественото мнение.

Най-уязвими в този процес са най-младите и най-възрастните. По-възрастните продължават да черпят информация от традиционни телевизионни канали, а голяма част от хората под 30 години изграждат почти цялата си новинарска информираност чрез TikTok. Според Алекс Бехар това вече не е само технологичен въпрос, а част от националната сигурност. Ако в миналото държавите са пазели граници, днес трябва да пазят и вниманието на обществото си. Защото платформите продават внимание, а вниманието оформя нагласи, поведение и устойчивост на определени ценности. Така според него сигурността все повече зависи от това с какво се пълнят главите на хората.

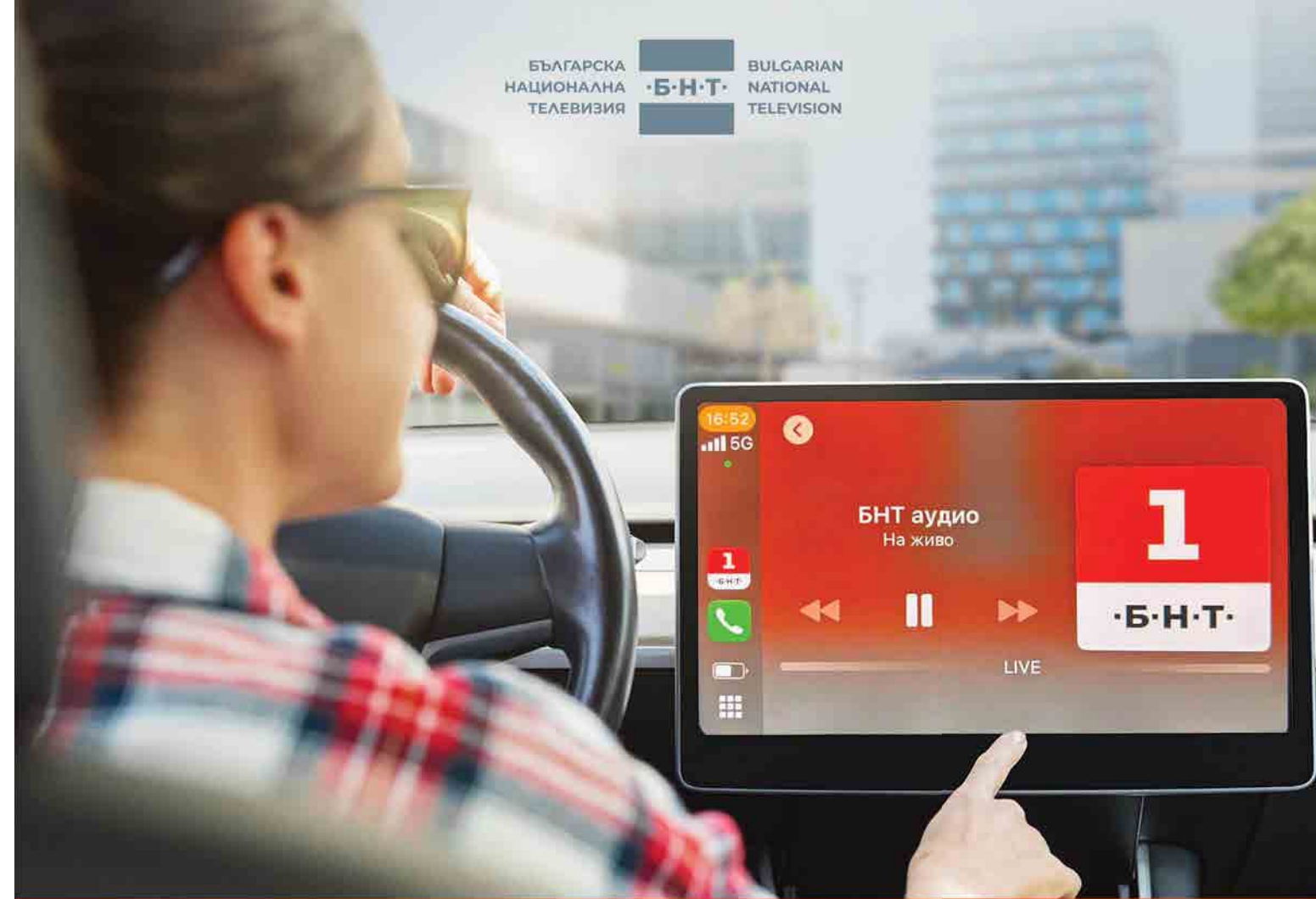


Институционално

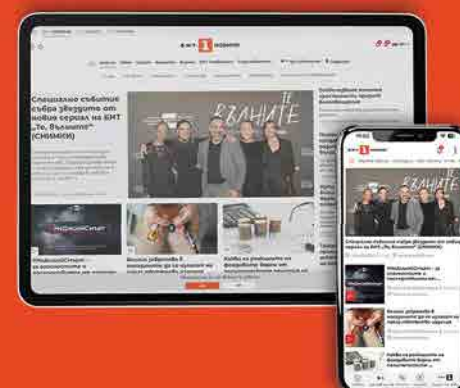
При нарастващата несигурност Алекс Бехар препоръчва на държавните институции да започнат по-активно да привличат таланти - особено младите специалисти, които могат да работят в среда на комплексен риск.

Доверието в дигиталната икономика се гради бавно и се губи бързо. А добрият стопанин на обществената информация вече е също толкова важен, колкото и добрият стопанин на ре-

сурси. Но няма стартъпи, които да са насочили усилия към държавната администрация, тъй като това не се толерира. Време е институциите да започнат да привличат младоците. ①



Новото дигитално лице на БНТ



- ▶ **НОВ ДИЗАЙН** И ПЕРСОНАЛИЗИРАНО ПОТРЕБИТЕЛСКО ИЗЖИВЯВАНЕ
- ▶ **МНОГОЕЗИЧНИ СУБТИТРИ**, ГЕНЕРИРАНИ ОТ ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ
- ▶ **ИНОВАЦИЯ** В АУДИО СЪДЪРЖАНИЕТО ЗА СЛУШАНЕ В КОЛАТА

#СподелямеВажното

WWW.BNTNEWS.BG



Умни сгради, които пестят енергия

Технологията на дигиталните близнаци за повишаване на сградната ефективност навлиза, макар и бавно

Автор Яна Колева

Възможно ли е една сграда да „мисли“ как да пести енергия по-добре от своите собственици?

Да, дигиталните близнаци за енергийна ефективност на сгради - Low-cost Building Energy Digital Twins, са системи, които създават цифров модел на един обект и с помощта на изкуствен интелект анализират в реално време как се използва енергията. Технологията се разработва от университети, изследователски институти и компании, чийто фокус е дигитализацията и автоматизацията на сградите.

Системата събира данни от сензори за температура, осветление, заетост на помещенията и потребление на енергия. След това софтуерът прогнозира нуждите и автоматично регулира отоплението, охлаждането,

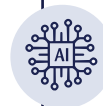
вентилацията и осветлението така, че да се използва по-малко енергия, без да се намалява комфортът.

Основните ползи са по-ниски разходи за електричество и отопление, по-малко въглеродни емисии и по-добри условия за работа и живот. Особено ценно е, че технологията може да се внедри и в съществуващи сгради, без да е необходимо да бъдат изцяло преустроявани. Това я прави подходяща за училища, болници, офиси, обществени сгради и жилищни комплекси по целия свят.

Технологията се използва в редица държави, основно в големи обекти, където спестяването на енергия носи значителен ефект. В България все още няма масово внедряване, но има интересни примери:



В Пловдив е създаден дигиталният близнак **Renovation Twin**, който подпомага планирането на енергийно обновяване и служи като модел за приложение в други български градове.



Siemens България разработва решения за интелигентни сгради и дигитални близнаци, като разполага с европейски център за иновации в сградните технологии у нас.

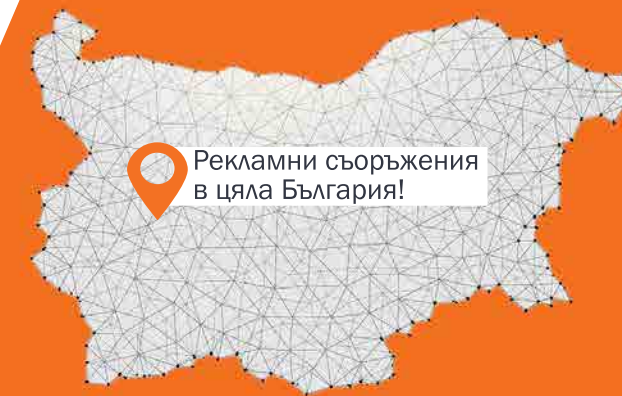


Български компании като **Virtech** също внедряват решения, които комбинират IoT сензори и дигитални близнаци за по-ефективно управление на сгради. 📶



МЕТРОРЕКЛАМА

+359 882 425 848 office@metroreklama.com



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!

От кликове към доверие

Как генеративният AI пренаписва бизнес наратива

МАРИЯ МАЧКОВА, старши мениджър „Маркетингови операции“ за Унгария, България, Румъния и Гърция, направление „Търговска ефективност и операции“, Астелас Фарма

Генеративната оптимизация (GEO) вече не е просто нов термин в дигиталния маркетинг, а фундаментална промяна в начина, по който бизнесът изгражда присъствие, доверие и влияние в съвременната информационна среда. В рамките на изключително кратък период наблюдаваме ясно изместване от търсене, базирано на линкове, към генеративни AI системи, които предоставят директни, синтезирани отговори.

Тази трансформация променя логиката на конкуренцията. Ако досега организациите оптимизираха съдържанието си, за да се класират в резултатите на търсачките, днес ключовият въпрос е дали ще присъстват в самия отговор. GEO представлява практиката да се създава и структурира съдържание по начин, който позволява на AI системите да го разбират, синтезират и използват като източник.

Паралелно с това се променя и потребителското поведение. Все повече хора вече не търсят множество източници, а очакват един ясен, завършен отговор. Данните показват, че над 80% от търсенията могат да завършат без клик към външен сайт, тъй като информацията се предоставя директно от платформата. Това е съществена промяна, при която „страницата с резултати“ вече не е входна точка, а крайна дестинация.

Тази динамика има особено силно отражение в здравеопазването. Все по-често пациентите пристигат при лекарите вече предварително информирани, след като са направили собствено „проучване“ чрез търсачки или директно чрез генеративни AI платформи. Това променя взаимодействието между пациент и специалист: разговорът започва не от нулата, а на базата на вече формирано разбиране, което невинаги е напълно точно или балансирано.

Паралелно с това се наблюдава и постепенно нарастващо доверие към генеративните модели от страна на здравните специалисти. Макар и с ясно съзнание за ограниченията

им, тези технологии все по-често се използват като инструмент за бърза ориентация в обемна научна информация, за обобщаване на данни или като помощ в клиничната подготовка. Това засилва ролята на AI като посредник на знание и още повече увеличава значението на това кои източници биват използвани от тези системи.

Именно тук се появява критичната роля на фармацевтичните компании. В силно регулирана индустрия, в която всяка информация трябва да бъде точна, доказуема и съобразена със стандартите, контролът върху съдържанието е от ключово значение. В същото време AI системите обединяват информация от различни източници, което означава, че липсата на ясна, структурирана и достъпна информация увеличава риска от неточности или непълни интерпретации.

Тук GEO се превръща не просто в инструмент за видимост, а в механизъм за отговорно управление на

знанието. Задачата вече не е само да се достигне до аудиторията, а да се гарантира, че правилната информация достига до нея навреме, в правилния контекст и в съответствие с регулаторните изисквания. Това включва създаване на съдържание, което е не само научно коректно, но и разбираемо, последователно и лесно за интерпретация от AI системи.

Допълнително предизвикателство е нарастващият информационен поток. В среда, наситена с данни, AI моделите избират ограничен набор от източници, върху които базират отговорите си. Това води до силна концентрация на видимостта, като само източници с висока степен на доверие и ясно структурирана информация се включват в генерираните отговори. В здравеопазването това не е просто въпрос на стратегия, а на отговорност, тъй като неточната или непълна информация може да има директно въздействие върху решенията и поведението на пациентите. ❶



В заключение, GEO не е просто следващ етап в развитието на дигиталния маркетинг, а нов модел на дигитално присъствие. В свят, в който потребителите все повече разчитат на AI за вземане на решения, способността на организациите да осигурят достъпна, проверена и надеждна информация се превръща в ключов фактор за доверие и устойчиво конкурентно предимство.

Пътят от лабораторията ДО ПАЗАРА

Автор Татяна Явашева

“**Форумът „Наука за бизнес“ представя постиженията на български учени, работещи в областта на приложните изследвания**”

За да стане едно научно откритие реалност, трябва да се измине най-трудният път от лабораторията до пазара, като се вложат средства. Бизнесът е нужно да рискува малко повече и да има по-голямо доверие в българските учени. Това каза председателят на Българската академия на науките чл.-кор. Евелина Славчева по повод шестото издание на форума „Наука за бизнес“ през юни в София, организиран от БАН и Изпълнителната агенция за насърчаване на МСП.

Възможностите за създаване на стъклени и стъклокерамични материали от изходни вторични суровини обясни д-р Фейзим Ходжаоглу от Института по физико-

химия. Черно стъкло може да се получи от стъклени трошки и от клинкер от КЦМ в Пловдив, който не се оползотворява, а се депонира. Разработва се технология за направата на базалтови плочки с високо качество. Така отпадъкът се превръща в нов строителен материал и това изглежда доста перспективно. Преминати са лабораторни изпитания, нужни са още малко експерименти на пилотно ниво. После чрез партньорство с бизнеса може да започне масово производство на краен продукт. Отпадъкът от керамични продукти, богати на желязо, може да се превръща в пеноматериали, подходящи за външна изолация под формата на негорими плочи.

Решения, свързани с пречистване на води, почви и въздух, се разработват от научен колектив в Института по органична химия с Център по фитохимия при БАН. Като изходен материал се използват черупки от кайсии и праскови. От този отпаден продукт се прави активен въглен, който може да се влага във филтри за пречистване на отпадни води от различни органични замърсители като тежки метали, пестициди, бактериални патогени, „вечните“ съединения, които се натрупват в бутилираната вода и не се разграждат. Вече има интерес от страна на бизнеса, уверява проф. Павлина Долашка.

Най-популярни от дейността

ни сред бизнеса са 3D принтирането и лазерното сканиране на машинни елементи и други детайли, казва д-р Миглена Райковска от Лабораторията за тримерна дигитализация и микроструктурен анализ към Института по информационни и комуникационни технологии. Дигитализацията на културно наследство е начин то да е по-достъпно. Работят с музеи, но и най-активно с бизнеса, като подпомагат реализацията на широк спектър от идеи.

Самопочистващи се повърхности – например слънчеви панели и прозорци. Лазерното текстуриране помага прахта и замърсители по-трудно да се захващат за тази повърхност. При валеж те лесно се отмиват. Технологията е подходяща и за биосъвместимост при тъканното инженерство, вируси и патогени няма да се прикрепят към имплантите. Всякакви пластмасови повърхности може да се обработят срещу попадане на вируси, обяснява д-р Александра Желязкова от

Как в България да се създават високи технологии, които да намират широко приложение, и да не сме само пазар на чужди разработки и изделия?

Големият скок

Сложен процес е да се прескочи пропастта между изобретението и превръщането му в пазарен продукт. Подпомагаме това чрез един от центровете за кръгова икономика Clean & Circle. В него нашата организация е партньор за технологичния трансфер и комерсиализацията, посочва Марияна Хамънова, изпълнителен директор на Клинтех България. Науката и бизнесът са два свята, които работят по различен начин. Валидациите за успех при учените не е достигането до пазара. А за да става то факт, е нужно сближаване, установяване на доверие и общи действия с бизнеса. Работещата формула е да има бизнес мениджъри в науката и научни хора в бизнеса.

Института по електроника. Мащабирането на технологията зависи от интереса на бизнеса.

Сензори за токсичния райски газ, изпускан в заводите за азотни торове, са разработени от дамски екип на Института по електроника, част от който е доц. Анна Диковска. Мъжки екип работи върху направата на сензори за регистриране на вредни вещества (нитрати и други замърсители) във водата, дори и да са в минимална концентрация. ❶

ЕНЕРГИЙНИЯТ ПАРАДОКС НА РУМЪНИЯ: БОГАТИ РЕСУРСИ, СКЪП ТОК

Автор Владимир Митев

През 2026 г. Румъния се оказва в центъра на любопитен енергиен парадокс. Страната разполага с почти всичко необходимо, за да бъде регионална енергийна сила – ядрени мощности, мащабна хидроенергийна система, бързо растящ сектор на възобновяемите източници и позицията на най-големия производител на природен газ в ЕС. Въпреки това румънските домакинства плащат едни от най-високите цени на електроенергията в Съюза спрямо покупателната си способност.

Парадоксът е особено видим през летните месеци. По данни, цитирани от румънски медии, страната често изнася евтина слънчева енергия през деня и впоследствие я внася обратно вечер на многократно по-висока цена. Според данни на Румънския енергиен пазарен оператор (OPCOM), в дни като 4 юни 2026 г. Румъния е изнасяла дневна електроенергия за България на цена от 16,4 евро/MWh, а я е купувала обратно вечерта за 125 евро/MWh. Така вместо да се възползва от собственото си производство, Румъния плаща за липсата на достатъчен капацитет за съхранение на енергия.

На стратегическо ниво обаче амбициите на северната ни съседка са значителни. Националната енергийна стратегия предвижда изграждането на трети и четвърти блок на АЕЦ „Черна вода“, развитие на малки модулни реактори и ускорено навлизане на офшорната вятърна енергия в Черно море. Планираните мощности от морски вятър могат да достигнат между 3 и 7 GW до началото на следващото десетилетие.

Паралелно с това в страната се развива истинска просуматорска революция. Към средата на 2026 г. над 330 000 домакинства и малки бизнеси произвеждат собствена електроенергия чрез фотоволтаици, като общата им инсталирана мощност достига близо 3800 MW. Този растеж е финансиран основно от гражданите и е съпроводен от важни законодателни промени, които подобряват условията за разплащане на произведената и подадена в мрежата електроенергия.

Въпреки положителните тенденции секторът продължава да страда от хронични структурни проблеми. Независими експерти критикуват слабото усвояване на средствата по европейския Фонд за спра-

ведлив преход и липсата на ефективна координация между институциите. Според тях Румъния пропуска възможността да изгради нови икономически модели в регионите, зависими от въгледобива.

Друг сериозен проблем е начинът, по който се управляват държавните енергийни компании. Вместо значителна част от печалбите да се инвестират в модернизация на мрежите и нови технологии, голяма част от средствата се пренасочват към държавния бюджет под формата на дивиденди. Това ограничава инвестициите в инфраструктура и задълбочава изоставането на системата.

Най-слабата точка обаче остава съхранението на енергия. Липсата на достатъчно батерийни мощности прави електроенергийната система силно зависима от колебанията в производството и потреблението. Не по-малко сериозен проблем според Думитру Кисалица, председател на Асоциацията за интелигентна енергия, е видът на батериите. 95% от батериите в Румъния са

базови устройства от типа Grid-Following (следващи мрежата), които не могат самостоятелно да стабилизират мрежата, за разлика от системите от типа Grid-Forming (формират мрежата) в България. Представители на енергийния сектор твърдят,

че тази неефективност струва на страната десетки милиони евро месечно.

Последиците се усещат пряко от домакинствата. Данни на румънски енергийни организации показват, че около една трета от населението изпитва различни форми на енергийна бедност. Така високите цени на електроенергията се превръщат не само в икономически, но и в социален проблем.

Румъния разполага с всички предпоставки да бъде лидер в енергийния преход – природни ресурси, европейско финансиране, развиващ се сектор на възобновяемите източници и активни граждани. Но без ускорени инвестиции в мрежите, съхранението на енергия и по-ефективно управление на сектора страната рискува да остане в ситуация, при която богатството на ресурси не се превръща в по-ниски сметки за потребителите. Именно тук се крие същността на румънския енергиен парадокс – проблемът не е в липсата на енергия, а в начина, по който тя се управлява. ⑩

Поглед към проблемите, които спъват румънския енергиен сектор

Батериите ПРОМЕНИХА енергийния пазар

Новите технологии,
инвестиции и
правила пренареждат
бъдещето на
енергетиката, уверява
адв. Добриня Павлова

ДОБРИНА ПАВЛОВА е адвокат в Адвокатско дружество „Георгиев, Тодоров и Ко.“. Фокусира практиката си в областта на енергийното право и природните ресурси. Участва в редица проекти за изграждане и въвеждане в експлоатация на енергийни обекти.

България се определя като „шампион“ по инсталирани мощности за батерии. Ако допреди 3-4 години под инвестиции във възобновяеми енергийни източници се разбираше основно изграждане на фотоволтаична електрическа централа, новите вятърни централи все още се очакват, то сега доходността на такава инвестиция е под въпрос. Възможността да съхраняваш произведената електрическа енергия до подходящ и икономически изгоден момент се оформи като най-устойчивото решение за оцеляване и печалба от вече реализирани проекти за фотоволтаична електроцентрала.

СЪХРАНЕНИЕ

Навлизането на съоръжения за съхранение на електрическа енергия спомага за балансирането на изградените производствени мощности (колокации), допринася за управлението на електроенергийната система и стимулира инвестицията в нови производствени мощности. Наблюдаваме успешно и с много бързи темпове реализиране на инвестиции в самостоятелните батерии - съоръжения, които се захранват директно от електропреносната/електроразпределителната мрежа, без да са свързани към производствена единица. Това спомага за развитието на

икономиката, често в по-слабо развитите райони, и поставя интересни предизвикателства от правна гледна точка.

РЕГУЛАЦИЯ

Новите инвестиции в сектора остават силно зависими от регулаторната среда. Енергетиката е стратегически сектор и подлежи на сериозна регулация. От моя гледна точка основното предизвикателство при колокираните батерийни проекти е осигуряването на капацитет от мрежата за зареждане на батерията, когато не се използва производствената мощност. Последните промени в Наредбата за присъединяване

на обекти към електрическите мрежи създадоха по-ясна рамка и повече предвидимост за инвеститорите.

ПАЗАР

Батерийните системи са сред най-бързо развиващите се сегменти в енергетиката. На този етап не виждам признаци за прегряване на енергийния сектор. Интеграцията на българския електроенергиен пазар с европейските пазари и увеличаването на преносните капацитети създават предпоставки за устойчив растеж.

ФИНАНСИРАНЕ

Националният план за възстановяване и устойчивост (НПВУ) се превърна в основен двигател за развитието на батерийните проекти. Финансирането на самостоятелни и колокирани батерийни системи даде силен тласък на пазара. Наред с финансовия ресурс, строгите изисквания за гаранции и срокове ускори реализацията на проектите.

ПРОЕКТИ

Проектите, финансирани по НПВУ, поставят сериозни организационни и правни предизвикателства. Най-често затрудненията произтичат от необходимостта да се съчетаят кратките срокове по програмите с процедурите по доставка, строителство и присъединяване към мрежата.

ДОГОВОРИ

В практиката сред най-рисковите точки при договарянето с изпълнители в енергийни проекти са сроковете за доставка и изпълнение. Затова ясното разпределение на отговорностите и ефективните механизми за неустойки остават основен инструмент за защита на инвеститорите.

МРЕЖА

Присъединяването към мрежата продължава да е определящ фактор за успеха на всеки енергиен проект. Най-често възникват въпроси, свързани със свободния мрежов капацитет, сроковете за присъединяване и необходимите инвестиции в

инфраструктура. Предварителният правен и технически анализ е ключов за ограничаване на риска.

ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ

Изкуственият интелект променя начина, по който функционира енергийният бизнес. Търговията с електроенергия и управлението на енергийни активи вече не може да съществува без намесата на алгоритмите. Бързината за сравнение на оферти, сключването на стотици виртуални сделки в рамките на минута е немислимо при неговото отсъствие. От правна гледна точка фокусът се измества към сигурността в обмена на данни, прозрачността на действията и отговорността, която всеки изпълнител носи. 



АКЦЕНТИ

- Българската регулаторна рамка постепенно се адаптира към масовото навлизане на батерийни системи.
- Законодателството се развива последователно към по-голяма яснота и предвидимост.
- Преплитането на киберсигурността и правото е все по-видимо.

Когато „зеленият“ МАРКЕТИНГ струва милиони



Под по-строг контрол
попадат и обещанията
за бъдещи екологични
резултати.

Автор **Денислав Борисов**

От септември 2026 г. компаниите в Европейския съюз ще трябва много по-внимателно да използват екологични послания в рекламите и комуникациите си. Новите правила, въведени с Директивата за овластяване на потребителите (Directive EU 2024/825), предвиждат сериозни санкции за търговци, които представят продуктите си като „зелени“, „устойчиви“ или „въглеродно неутрални“, без да разполагат с необходимите доказателства.

Наказанията могат да достигнат до 4% от годишния оборот на компанията в ЕС. Освен това нарушителите рискуват изземване на приходи, временно изключване от обществени поръчки и публично финансиране, както и значителни репутационни щети.

Целта на директивата е да ограничи т.нар. greenwashing – практиката компаниите да преувеличават или подвеждащо да представят екологичните характеристики на своите продукти и услуги. Според Европейската комисия по-надеждната и прозрачна информация ще помогне на потребителите да правят по-информиран избор и ще насърчи по-устойчиво потребление.

Новите изисквания поставят ясни условия пред бизнеса. Всяко екологично твърдение трябва да бъде подкрепено с научни доказателства и да отчита реалното въздействие на продукта върху околната среда през целия му жизнен цикъл. Общи определения като „екологичен“, „зелен“, „устойчив“, „природо-

„**Не наричайте
продукта си
„зелен“, ако не
можете да го
докажете.**“

съобразен“ или „въглеродно неутрален“ вече няма да могат да се използват свободно.

Сред забранените практики попадат използването на непотвърдени етикети за устойчивост, подвеждащи твърдения за екологични ползи, които се отнасят само до част от продукта, както и заявления за въглеродна неутралност, основани единствено на компенсиране на емисии.

В България правилата ще бъдат въведени чрез промени в Закона за защита на потребителите. Макар крайният срок за транспониране на директивата да беше 27 март 2026 г., страната е сред държавите, получили предупреждение от Европейската комисия за забавяне на процеса. Независимо от това изискванията ще започнат да се прилагат от 27 септември 2026 г.

За бизнеса това означава едно: времето на общите „зелени“ обещания приключва. Оттук нататък всяко екологично твърдение трябва да бъде доказуемо, прозрачно и проверимо. ⑩

Например твърдение от типа „ще постигнем въглеродна неутралност до 2030 г.“ ще трябва да бъде подкрепено с конкретен план, измерими цели, срокове за изпълнение и независима проверка.

**Директивата засяга
и визуалната
комуникация.**

Символи, изображения или цветове, които внушават екологични предимства без реално покритие, също могат да бъдат определени като подвеждащи.

БЕЗОПАСНОСТТА е лична и корпоративна ценност

Автор Тони Григорова / Снимка Архив „Аурубис България“

Фирмената култура на безопасност се изгражда в резултат на осъзнати и целенасочени действия и поведение, насочени към опазване на здравето и живота на хората при изпълнение на трудова дейност. Това твърди Юлий Маринов, оперативен ръководител „Здравословни и безопасни условия на труд“ в „Аурубис България“. Той споделя основни моменти от своя опит в индустриална среда.

Личната отговорност се изгражда в среда с ясна култура на безопасност. Всичко започва още от първия работен ден на служителя. Началният инструктаж и последващото обучение на работното място имат ключова роля, защото поставят основата на начина, по който човек възприема риска и собствената си роля в управлението му. Темите за здраве и безопасност присъстват постоянно в работното ни ежедневие. Правилата създават ред и дисциплина, но културата се появява тогава, когато към тях добавим отношение, поведение, загриженост и осъзнатост. Това е непрестанен процес. Тази култура се поддържа всеки ден с действията на всеки в компанията.

Масщабна програма с теоретично и практическо обучение на всички нива започнахме в „Аурубис България“ през миналата година. Целта е да надградим добрите практики на организацията към по-високо ниво на проактивно поведение и всеки да поема отговорност за здравето и безопасността на себе си и на колегите си.

Формалността няма място в безопасността. Когато хората виждат реалните резултати от политиките и действията на компанията, участват активно и разбират своя принос, тогава започват да възприемат безопасността като лична ценност, а не като задължение.

Правилата създават ред и дисциплина, а ранното разпознаване на риска е ключово за превенцията, казва Юлий Маринов от „Аурубис България“

Една от най-големите грешки в нашата практика би била да приемем, че постигнатите резултати означават край на усилията. Дори компании с висока култура на безопасност може да започнат да намаляват вниманието и ресурсите за развитие на системата. А в индустриална среда са нужни постоянни действия. Също така прекаленото фокусиране върху реактивни показатели - като броя на трудовите злополуки, невинаги помага. Понякога това създава неправилно поведение, което ограничава докладването на опасни ситуации, а именно ранното разпознаване на риска е ключово за превенцията.

Има разлика между поколенията. Опитните служители познават риска, но ослабяйки се на дългогодишния си опит разчитат на късмета, че злополуката ще ги подмине. На младите служители все още им е трудно да осъзнаят реалния риск поради липсата на опит. Затова разчитаме на обучения, инструктажи, лични разговори и колективни срещи за осъзнаване на риска и ролята на всеки. Контролът остава задължителна част от работата ни - като конструктивен инструмент за превенция и намаляване на риска.

Дисциплината в индустриална среда е много важна. Особено в металургичната и в химическата индустрия човешката грешка или технологичната авария може да доведе до последици далеч извън пределите на предприятието. Страхът от последиците е естествена човешка реакция, но устойчивата безопасност не се изгражда чрез страх, а чрез правилно проектирани съоръжения, ясни инструкции, квалификация, обучение и подготовка за аварийни ситуации. ○

5 УРОКА ОТ ИНДУСТРИАЛНАТА ПРАКТИКА

ТЕХНОЛОГИИТЕ СА УЛЕСНЕНИЕ, НО НЕ ЗАМЕНЯТ ОТГОВОРНОСТТА.

Мониторингът, контролът и предвидимостта позволяват рискът да бъде управляван, преди да стане инцидент.

ПРЕВЕНЦИЯТА ЗАПОЧВА ПРЕДИ СЪБИТИЕТО.

Най-силният индикатор за зряла култура е готовността да се говори за рискове навреме.

БЕЗОПАСНОСТТА ИМА ЗА ЦЕЛ ХОРАТА ДА СЕ ПРИБЕРАТ У ДОМА ЖИВИ И ЗДРАВИ.

Всичко останало е средство за постигането ѝ.

КУЛТУРАТА СЕ ВИЖДА ПЪРВО В ПОВЕДЕНИЕТО НА ЛИДЕРИТЕ.

Личният пример задава стандарта, който екипите възприемат като нормален.

ПРАВИЛАТА РАБОТЯТ НАЙ-ДОБРЕ, КОГАТО СЕ ПРЕВЪРНАТ В ЛИЧНА ОТГОВОРНОСТ.

Истинската култура на безопасност се изгражда върху научените уроци, осъзнатите действия и грижата за себе си и другите.

Юлий Маринов е оперативен ръководител „Здравословни и безопасни условия на труд“ в „Аурубис България“



С „Асарел-Медет“ по Алеята на свободата

Автор Георги Георгиев

В сърцето на Средногорието вече повече от шест десетилетия „Асарел-Медет“ АД е индустриалният лидер, който е ключов фактор за икономическата стабилност и социалното развитие на региона. Като най-голям работодател в община Панагюрище и една от ключовите компании в област Пазарджик, дружеството последователно развива устойчив модел, в който бизнес успехът върви ръка за ръка с отговорността към хората и опазването на околната среда. Този модел се основава на ясното разбиране, че подкрепата за родния край е кауза, а не е просто графа в бюджета на компанията. Инвестициите в образование, инфраструктура, здравеопазване и култура са част от дългосрочната стратегия на „Асарел“ за създаване на по-добро качество на живот в община Панагюрище и осигуряване на реални възможности за развитие на местните общности.

ПРЕДИ



СЛЕД



Един от най-видимите примери за тази политика е изцяло обновената Алея на свободата в Панагюрище по случай 150-годишнината от Априлското въстание. Тя свързва общинския център с историческата местност Оборище, където се провежда Първото велико народно събрание на България. С дари-

телски средства от над 2 млн. евро, осигурени от компанията, пътеката с дължина над 7 км беше изцяло преобразена в модерно, достъпно и вдъхновяващо място за разходка, отдих и памет. Алеята, изградена с уважение към историческото наследство, е естествено продължение на културния и обществения живот на града.

Проектът е показателен за подхода на компанията – инвестиции с дългосрочен ефект, които създават стойност за поколения напред. Разкриват се нови възможности за активен отдих, подпомага се развитието на културно-историческия туризъм, дава се възможност на повече хора да се докоснат до духа на Оборище и героизма на българските възрожденци.

Най-сигурната основа за устойчив растеж в днешно време се създава от инвестициите в средата, образованието и културата. Примерът на „Асарел-Медет“ показва, че когато бизнесът мисли дългосрочно, резултатите се измерват в по-добър стандарт за живот, а не само в икономически показатели. ○



За хората от „Асарел-Медет“ и за жителите на община Панагюрище този проект носи преклонение пред подвига на дедите ни - националните герои на България. Той е продължение на съграденото от нашите бащи за 100-годишнината, но е и завет към децата ни - да пазят жива искрата на родолюбието.

Инж. Николай Пелтеков,
изпълнителен директор
на „Асарел-Медет“

Всички ние имаме дълг към нашите прадеди, които са вършили велики дела. Българите трябва да сме по-смели и да не спираме да мечтаем. В Панагюрище показваме, че можем да правим неща на световно ниво.

Димитър Цоцорков,
председател на Надзорния
съвет на „Асарел-Медет“



Силата на добрата ПОДДРЪЖКА

Автор Тони Григорова

Владимир Соколов от Геотрейдинг АД за ключовата роля на надеждността, ефективността и инженерната прецизност в минната индустрия

Успешните компании оценяват значението на поддръжката, преди да се случи авария. За тях това е инвестиция, а не разход, уверява Владимир Соколов от Геотрейдинг АД.

Производителността и добивът в минната индустрия зависят пряко от надеждността на оборудването, наличието на резервни части и добре организираната ремонтна дейност. Това гарантира непрекъснат производствен процес, ограничава непланирания престой и намалява риска от аварии и инциденти. Поддръжката е стратегически фактор за устойчивата работа на предприятията, показва практиката на Геотрейдинг.

Владимир Соколов е ръководител на отдел „Резервни части за обогатителни машини и ремонтни дейности“ в Геотрейдинг АД. Той е с дългогодишен опит в областта на минната механизация, поддръжката и индустриалните доставки.

ЕКСПЕРТНИ СЪВЕТИ

От опыта на Геотрейдинг АД

- ✓ Качествените ремонти и надеждните резервни части удължават живота на оборудването и намаляват разходите.
- ✓ Залагайте на превантивна и прогнозна поддръжка – тя открива проблемите, преди да са довели до авария.
- ✓ Поддържайте оптимален запас от ключови резервни части, за да реагирате бързо при повреда.
- ✓ Насочвайте ресурсите към машините и съоръженията с най-голямо значение за производството.

ПОВРЕДАТА Е ТЕСТ ЗА ПОДГОТВЕНОСТ

Добрата техническа поддръжка често остава незабелязана, когато всичко работи нормално. Нейната реална стойност се осъзнава при повреда, когато добре подготвените екипи, наличните резервни части и ясните процедури ограничават загубите и съкращават времето за възстановяване.

ВРЕМЕТО Е НАЙ-СКЪПИЯТ РЕСУРС

В минния сектор всяко непланирано спиране води до директни финансови загуби. Машините и производствените процеси са взаимосвързани, което означава, че неизправност в един ключов агрегат може да блокира добива, транспорта или преработката. Бързата реакция и възстановяването на работата в критичен момент са сред основните фактори за конкурентоспособност.

НАЙ-ЧЕСТИТЕ ГРЕШКИ

Сред най-разпространените грешки е отлагането на ремонти, липсата на превантивна поддръжка, недостатъчното планиране на складови наличности и пренебрегването на данните от мониторинг и диагностика. Проблем остава и недостигът на квалифицирани специалисти, както и липсата на дълго-

срочна стратегия за управление на активите.

ОПТИМИЗИРАНЕ НА РАЗХОДИТЕ

Предизвикателството пред предприятията е да оптимизират разходите, без това да се отрази на надеждността и безопасността. Това изисква превантивна и прогнозна поддръжка, която позволява ранно откриване на проблеми и избягване на скъпоструващи ремонти. Особено важно е ресурсите да се насочват към най-важните машини и съоръжения.

КЛИЕНТИТЕ ТЪРСЯТ ПАРТНЬОРИ

Очакванията към доставчиците се променят под влияние на дигитализацията и нарастващата конкуренция. Компаниите търсят цялостни решения – от проектиране и внедряване до поддръжка и оптимизация на производствените процеси. Все по-голямо значение имат бързата реакция, сервизната под-

дръжка и възможността за работа с данни в реално време.

ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ПРОМЕНЯ ПРОФЕСИЯТА

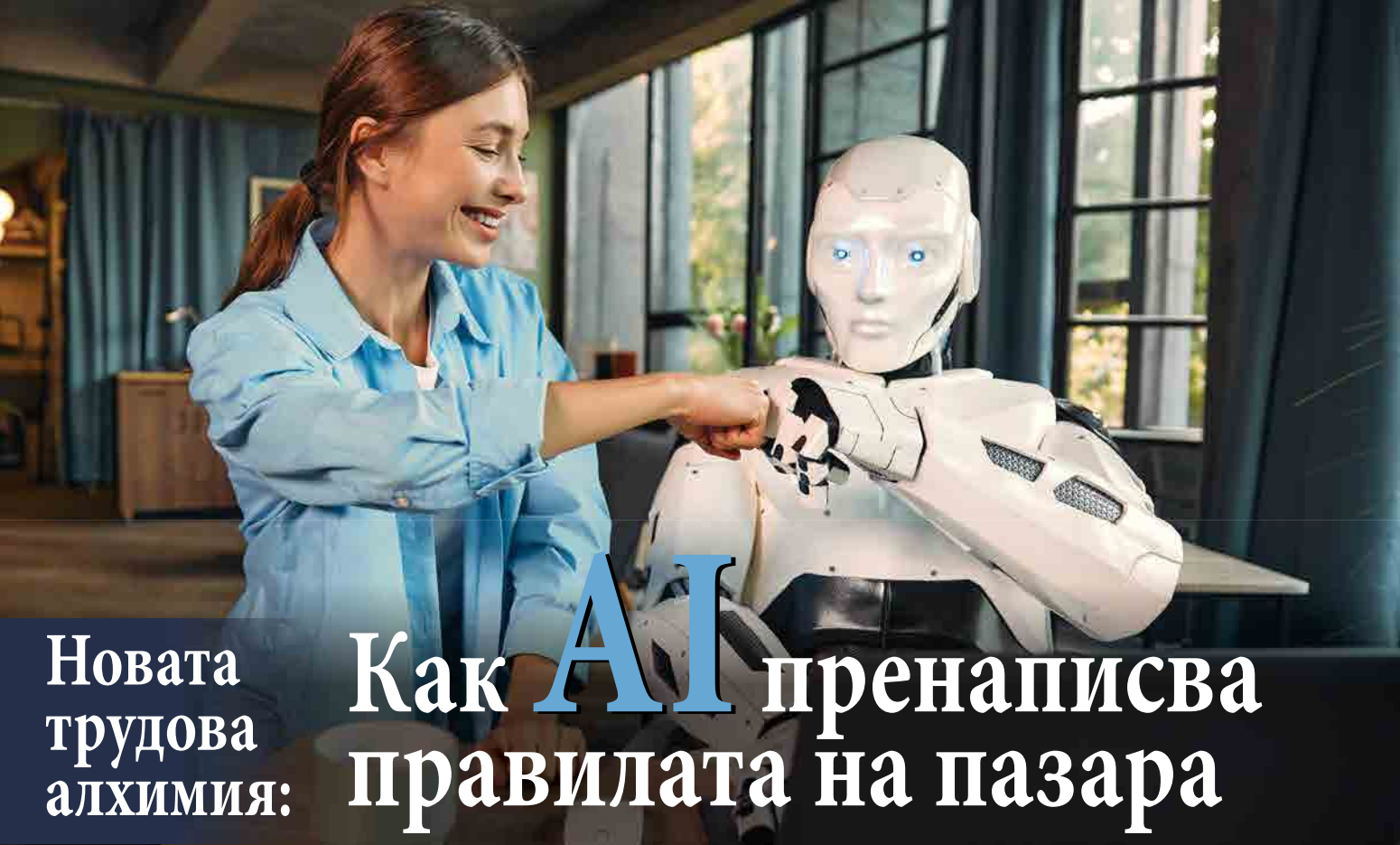
Съвременният машинен инженер наред със солидни технически знания трябва да работи с дигитални инструменти, системи за мониторинг и анализ на данни. В Геотрейдинг наблюдаваме как способността да се предвиждат повреди чрез информация от сензори и диагностични системи измества модела на реакция след възникнал проблем.

МОДЕРНИЗАЦИЯТА НАПРЕДВА, НО БАВНО

Българската индустрия се модернизира, но темпът остава неравномерен. Основните пречки са високата цена на новото оборудване и недостигът на квалифицирани кадри. Все повече компании осъзнават, че надеждното оборудване и добре организираната поддръжка са ключови за дейността.

СЛЕДВАЩОТО ДЕСЕТИЛЕТИЕ

Перспективата пред българската минна индустрия е да се развива като по-модерен, високотехнологичен и устойчив сектор. Водеща роля ще имат компаниите, които инвестират в инженерна експертиза, дигитализация, надеждност на оборудването и дългосрочна стратегия за управление на активите. ⑩



Новата трудова алхимия: Как AI пренаписва правилата на пазара

Автор **Мирела Вавова**

През последните години дигитализацията плавно променяше облика на съвременния офис. Появата на генеративния изкуствен интелект (AI) обаче се превърна в тектоничен трус за глобалната икономика. Според прогнозите на Международния валутен фонд (МВФ), изкуственият интелект ще засегне близо 40% от работните места в световен мащаб, като в развитите икономики този дял достига критичните 60%.

За разлика от Индустриалната революция, която механизира физическия труд, AI навлиза директно в територията на когнитивните способности. Въпросът пред пазарите вече не е дали роботите ще отнемат препитанието ни, а как ще трансформираме начина, по който работим, съвместно с алгоритмите.

Кои професии са на „първа линия“?

Традиционните икономически модели приемаха, че автоматизацията застрашава предимно нискоквалифицирания и повтарящ се труд. Днешната реалност обаче е

От страха пред технологичната безработица до зараждането на икономиката на добавените умения

коренно различна: AI трансформира сектори с висока добавена стойност и интелектуален интензитет.

Във финансите и правото анализът на сложни договори, изготвянето на правни документи и пазарните прогнози вече се случват за секунди благодарение на големите езикови модели. В сферата на маркетинга и дизайна процесите по създаване на съдържание и визуални концепции преминават през безпрецедентна оптимизация, а в администрацията рутинната кореспонденция и първата линия на клиентска поддръжка са почти изцяло делегирани на интелигентни алгоритми.

Това развитие обаче не вещае масова безработица, а дълбока структурна промяна. Автоматизирането на рутинните когнитивни задачи освобождава човешкия ресурс за дейности, изискващи стратегическо мислене, управление на комплексни рискове и емоционална интелигентност – области, в които технологията все още няма надежден еквивалент.

Моделът „Кентавър“ и цената на преквалификацията

Бъдещето на пазара на труда не принадлежи на сблъсък между човека и машината, а на синергията между тях. В икономическата теория този феномен все по-често се описва чрез модела „Кентавър“ – работна сила, при която човекът задава посоката, етичната рамка и критичната оценка, а изкуственият интелект осигурява скоростта, мащаба и обработката на масиви от данни.

В тази нова реалност конкуренцията ще се води не между хората и AI, а между професионалистите, които умело си служат с технологията, и тези, които отказват да я внедрят. Знаково съвместно изследване на Harvard, MIT и Boston Consulting Group (BCG) установи, че консултантите, използващи AI (тип „Кентаври“), изпълняват задачите си с 25% по-бързо, а качеството на техните резултати е с 40% по-високо спрямо контролната група.

Този скок в производителността обаче има своята цена – мащабна и спешна нужда от реорганизация на уменията. Световният икономически форум (WEF) в своя „Доклад за бъдещето на работните места“ изчислява, че 44% от основните умения на служителите ще се променят през следващите пет години. Анализът показва, че 6 от всеки

10 служители ще се нуждаят от допълнително обучение, но към момента едва половината от тях имат достъп до адекватни корпоративни програми.

Това пренарежда корпоративните приоритети в две основни направления:

- **Светкавична преквалификация (Reskilling):** Срокът на годност на тясно профилираните технически умения се свива драстично. Способността за правилно структуриране на запитвания към изкуствения интелект (prompt engineering) се превръща в по-ценен актив от владенето на конкретен софтуерен код.
- **Ренесанс на „меките“ умения (Soft Skills):** Лидерството, емпатията, уменията за преговори и етичното мислене стават новата твърда валута на пазара, формирайки естествената защитна стена на човешкия капитал.

Управленски рискове и социални разломи

За бизнеса изкуственият интелект предлага силно изкушение за бързо оптимизиране на разходите за персонал. Рискът тук се крие в краткосрочното мислене. Корпорациите, които просто съкращават служители, за да

ги заменят с алгоритми, рискуват да загубят своето институционално знание, корпоративна култура и креативен капацитет. Печелившите стратегии изискват пренасочване на освободеното време към иновации и подобряване на клиентското изживяване.

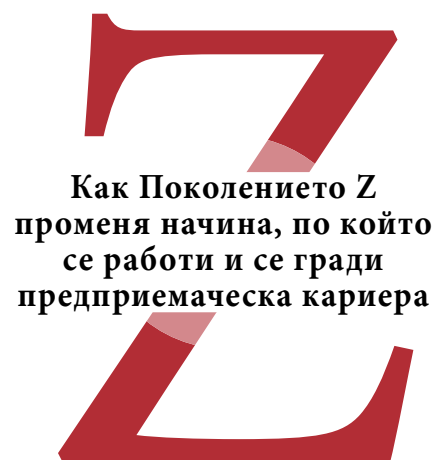
Същевременно икономиката се изправя пред риска от ново социално неравенство. Възможно е да станем свидетели на разцепване на пазара: от една страна, високоплатени специалисти, които умножават продуктивността си чрез AI, а от друга – заети в сфери, недостъпни за дигитална автоматизация (услуги на терен, здравеопазване, занаяти), където темпът на растеж на доходите може да изостане.

Новият обществен договор

Изкуственият интелект не е заплаха за заетостта, а катализатор за радикална адаптация. Пазарът на труда навлиза в ера, в която икономическият интензитет вече няма да се измерва в отработени часове, а в ефективността на сътрудничеството между човешкия ум и машинния алгоритъм. Победители в този процес ще бъдат онези държави и компании, които разберат, че най-добрата инвестиция в ерата на AI не е в софтуерни лицензи, а в гъвкавостта и ученето през целия живот на техния собствен човешки капитал. 



Най-младият бизнес



Как Поколение Z променя начина, по който се работи и се гради предприемаческа кариера

Автор **Татяна Явашева** / Снимка **Freepik**

Поколение Z влиза в бизнеса със своя енергия и представа за успеха. За тези млади хора, родени между 1997 и 2012 г., работата и предприемачеството са свързани със свобода, личен смисъл и възможност сами да определят ритъма си на живот. Те са дигитално уверени, бързо се адаптират, учат в движение и приемат технологиите като естествена среда за развитие.

Мислят гъвкаво, комбинират няколко източника на доход и лесно превръщат умение, хоби или съдържание в бизнес идея. Така все повече от тях създават свои дигитални проекти и онлайн магазини, работят на свободна прак-

тика. Пристъпват към това още докато учат. Ползват социалните мрежи като пространство за работа, аудитория и възможност за развитие.

Поколение Z цени автономията, автентичността и личния почерк. За тях е важно това, което създават, да носи идентичност и отношение. И затова много от младите предприемачи днес изграждат първо общност около себе си, а след това продукт. Те умеят да общуват директно с аудиторията си, да реагират бързо на тенденции и да превръщат вниманието в стойност.

Проявяват по-прагматичен подход към бизнеса. Не се впускат непременно в големи и рискови проекти от самото начало, а предпочитат постепенно развитие, странични проекти и модели с по-нисък стартов риск. За тях предприемачеството често е естествено продължение на начина им на живот. В миналото остава моделът, в който успешната кариера се свързва единствено със стабилна работа на едно място, строга йерархия и бавно изкачване по корпоративната стълбица.

По-рано, по-смело и много по-естествено от предшествениците си Поколение Z влиза в бизнеса. И вероятно именно това ще промени най-силно начина, по който изглежда и работата, и предприемачеството през следващите години.

Дали наистина сме на дъното

България е на дъното в ЕС по млади предприемачи – тази стряскаща констатация бе направена след европейското изследване за младежка заетост и предприемачество, направено тази пролет по данните от 2025 г. сред хора на възраст 20-29 г. Картината сочи най-ниски нива на дела на младите у нас, които реално развиват собствен бизнес или са самостоятелно заети. И тук се появява големият парадокс. Много проучвания сред младите в България показват, че желанието за собствен бизнес е сравнително високо. Те създават малки онлайн брандове, мислят гъвкаво за доходите си и експериментират, но малка част стигат до устойчив и регистриран бизнес. Проблемът не е в липсата на идеи или амбиция. Просто нещо се къса между идеята и реализацията. В България все още е жива културата на предпазливост и много млади хора израстват с посланието „Намери си стабилна работа“, вместо „Опитай да създадеш нещо свое“.

КОЕ Е ТРУДНО

Започването на бизнес в България често изглежда сложно, административно тежко и финансово несигурно. Младите хора рядко имат достъп до начален капитал, а банковото финансиране за начинаещ предприемач без история е непосилно. Липсва и достатъчно развита култура на менторство, предприемачески общности и практическо бизнес образование още в училище.

Тук идва и важният въпрос: Достатъчно ли е да се дават повече средства за младежко предприемачество?

ИМПУЛСИ

Важно е образованието да развива инициативност, младите отрано да се срещат с реални бизнес казуси. Да има фокус върху работа по проекти, финансова грамотност и умения за комуникация и продажби. Нужна е административна лекота при стартирането на микро и дигитален бизнес. Добре би било да се промени и отношението към провала – на него да се гледа като на ценен опит. Ключов момент е да се популяризира историята на успешните млади предприемачи. Това дава най-силен импулс и други да повярват, че могат.



Когато училището СРЕЩНЕ БИЗНЕСА

Бъдещето на бизнеса в ерата на изкуствения интелект е пълно с неизвестни. Училището дава фундаменталните знания. Но как да съставиш впечатляващо CV, как да овладееш притеснението на интервю за работа, как да организираш времето си и как да общуваш и работиш в екип, се учи от практиката.

Социално отговорната инициатива Vivacom Job Lab отговаря точно на тази нужда. В продължение на четири месеца първото издание на програмата подготви 120 ученици в 11-и и 12-и клас за прехода от училище към професионалния свят. Там важни са не само добрите оценки, а и емоционалната интелигентност, уменията за адаптиране към промени и увереността при излизане от зоната на комфорт.

Инициативата е част от социално отговорната политика на United Group и дава видими резултати още в Словения, Босна и Херцеговина и Хърватия. Всяка една страна допринася с нещо ново, а България надгради със специален социален елемент за младежи, лишени от родителска грижа,

от преходно жилище в квартал Горна баня в София. Те показаха изключително висока активност и ангажираност в уъркшопа, както и желание за учене, задаване на въпроси и готовност за споделяне на идеи, важни за успешния самостоятелен живот в бъдеще.

„Редица проучвания показват, че за да имат успешно развитие в бъдеще младите хора – независимо дали започват работа или продължават образованието си – трябва да усвоят комбинация от меки и дигитални умения. Job Lab подкрепя учениците в изграждането на умения като решаване на проблеми, адаптивност, критично мислене, гъвкавост, емоционална интелигентност, работа в екип и комуникация“, заяви Асен Великов, главен изпълнителен директор на Vivacom.

Според Световния икономически форум, до 2030 г. близо 39% от ключовите умения на служителите ще се променят. На преден план излизат аналитичното мислене, устойчивостта, лидерството и технологичната грамотност. А „меките“

умения вече са базов стандарт за развитие на младите хора.

За да покаже на учениците пътя към реалната бизнес среда, Vivacom Job Lab предложи серия от интерактивни обучения чрез ролеви игри и ситуации – в професионални и профилирани гимназии в София, Благоевград, Варна и Велико Търново. Сертифицирани обучители от партньорската организация „Развий се“ помогнаха на младежите да се подготвят по-добре за бъдещето.

Програмата премина през три етапа: обучения на място в училищна среда; самостоятелна работа и оценяване на цялостното представяне; и учебна визита в централата на Vivacom с включен модул AI & дигитални умения.

Във Варна например, учениците се запознаха с платформата LinkedIn, като работиха и по реални казуси – от решаване на училищни проблеми, през кандидатстване за мечтаната работа до създаване на стратегии за подобряване на работната среда и управление на времето.

Във Велико Търново пък участниците разработваха екипни стратегии за подобряване на училищната среда и се готвиха за интервю по програма „Еразъм+“.

В Благоевград фокусът беше върху пресечната точка между матема-



Job Lab подкрепя учениците в изграждането на умения като решаване на проблеми, адаптивност, критично мислене, гъвкавост, емоционална интелигентност, работа в екип и комуникация, заяви Асен Великов, главен изпълнителен директор на Vivacom.

тическата логика и емоционалната интелигентност – две качества, задължителни за съвременния бизнес.

„Vivacom винаги е подкрепяла младите хора, а Job Lab дойде като напълно логична крачка напред. Причината е ясна – точно тези умения ще помогнат на младите да учат по-добре, да се справят в работата и уверено да вървят напред“, каза Елица Георгиева, директор „Корпоративни комуникации“ във Vivacom.

Тя откри програмата в София, в която беше заложен и специален модул за изкуствен интелект. Учениците получиха насоки как отго-

ворно да използват AI инструменти при учене, работа по проекти и подготовка за бъдеща кариера, както и кои решения са подходящи според конкретната задача.

Специален акцент във финалното събитие в София беше и срещата на учениците с Асен Великов, главен изпълнителен директор на Vivacom, и Малина Чавдарова, главен директор „Управление на човешкия капитал“ във Vivacom. Те разговаряха за първите стъпки в професионалния свят, за уменията, които бизнесът търси, и за възможностите, които технологичният сектор отваря пред младите хора. ○



АНГЕЛОВ ЕФЕКТ

Джонатан — французинът с български корени, или как „Нищо за губене“ превърна личната история в бизнес разговор



Успехът ми не беше предначертан.

Израснах без нищо, затова знам, че нищо не е предрешено. Във Франция и в света богатите хора идват от богати семейства. Но дори когато идваш от неблагоприятна среда, всичко е възможно. Казвах си, че ще успея, че ако работя повече от другите и правя неща, които те не правят...

Днес Джонатан Ангелов е успешен френски предприемач от български произход, съосновател на Aircall - компанията, която предлага бизнес разговори през облака и е „еднорог“ с оценка за над 1 млрд. евро. Той обаче... е израснал в Париж в бедност и глад, под опеката на социалните служби.

Съумява да стигне до Висшето училище по търговия в Париж, да развие бизнес и да получи отличие като Предприемач на годината от Парижката търговско-промишлена камара през 2024 г. В края на май т. г. дойде в България и привлече обществения интерес с вълнуващата си лична история, разказана от него в книгата „Нищо за губене“ (Издателство „Книгомания“) и в документалния филм за малкия Джони „Попица – Париж – Луната“. Така отвори и размисъл по темите за искрата у всеки и за движещата сила, която превръща човека с „нищо за губене“ в предприемач, който вече може да има всичко. Този „Ангелов ефект“ е толкова силен, че всеки, докоснал се до житейския му път, започва да се пита има ли универсална формула зад успеха или става дума за характер, среда и умение да превърнеш необходимостта „сам да се справиш“ в усърдни действия, които дават резултат.





Джонатан Ангелов е израснал в недоимък, но е щедър:

Ще ви дам всички ключове, всичко, което може да ви помогне да вървите напред и да реализирате проектите си. Бъдещето ви принадлежи. От вас зависи да го напишете. Ключът към успеха е трудът. Но най-важното е да откриете това, което ви харесва да правите и което ви вдъхновява, областта, в която сте добри. За всеки има щастлива звезда - погледжайте към небето, за да видите, че тя свети за вас.

Учи от хората около себе си и от всяка ситуация:

Спрете да си поставяте бариери, намерете правилната идея, превърнете различията си в сила, партнирайте с правилните хора и действайте! Аз например винаги се опитвам да видя как нещата може да бъдат подобрени. Във всичките си дейности – професионални или лични, си задавам въпроса: „Добър ли е този метод? Може ли да го подобрим или да го направим по друг начин?“ Това е черта на характера, която през годините ми е носила редица конфликти още от училище до днес. Но за мен непреступното отношение е самата дефиниция за добър предприемач. Предприемачът е любопитен човек, който се интересува как работят нещата.

Превръща в сила онова, което го отличава:

Моят късмет дойде от това, че бях различен. Дълго време криех историята си, нетипичния си път. Но разбрах, че силата ми

е именно там. В живота не бива да опитваме да бъдем някой друг, а просто да се стремим да бъдем най-добрата версия на себе си. Силата на предприемача е в способността му да делегира задачите, в които не е толкова добър. И в способността му да се обгради с хора, които са много по-добри от него в редица области. Човек става най-добър в работата си, като се фокусира върху силните си страни, а не като се опитва да поправи слабите си черти.

И още едно насърчение от Джонатан Ангелов: Дори да се провалите, не забравяйте, че всяко поражение е още един урок, който ще ви отведе към успеха. **И**

ТРИ ПРИНЦИПА НА AIRCALL

- **Ние не приемаме провала и винаги ще направим всичко възможно.**
- **В бизнеса често именно вниманието към малките детайли отличава необикновените компании от обикновените.**
- **Устойчивостта е ключово качество. Успяват тези, които продължават да се борят и не се отказват пред лицето на трудностите.**



PRINT YOUR BRIGHT IDEAS



billboard

www.billboard.bg

ГЛЕДАЙТЕ | 11 юни – 19 юли



·Б·Н·Т·

1

·Б·Н·Т·

3

OFFICIAL BROADCASTER



Светът е
ФУТБОЛ



3
ДЪРЖАВИ



16
ГРАДА



104
МАЧА



6.5+
МИЛИОНА
ПОСЕТИТЕЛИ

ПРИХОДИ И ИКОНОМИЧЕСКИ ПОЛЗИ



ОЧАКВАНИ ПРИХОДИ

\$8.9
млрд.



ОЧАКВАНИ РАЗХОДИ

\$3.8
млрд.



ИКОНОМИЧЕСКИ
ЕФЕКТ

\$40.9
млрд.



ПРИХОДИ ОТ
СПОНСОРСТВО

\$2.8
млрд.



ОЧАКВАНИ РАБОТНИ МЕСТА
(ВРЕМЕННА ЗАЕТОСТ)

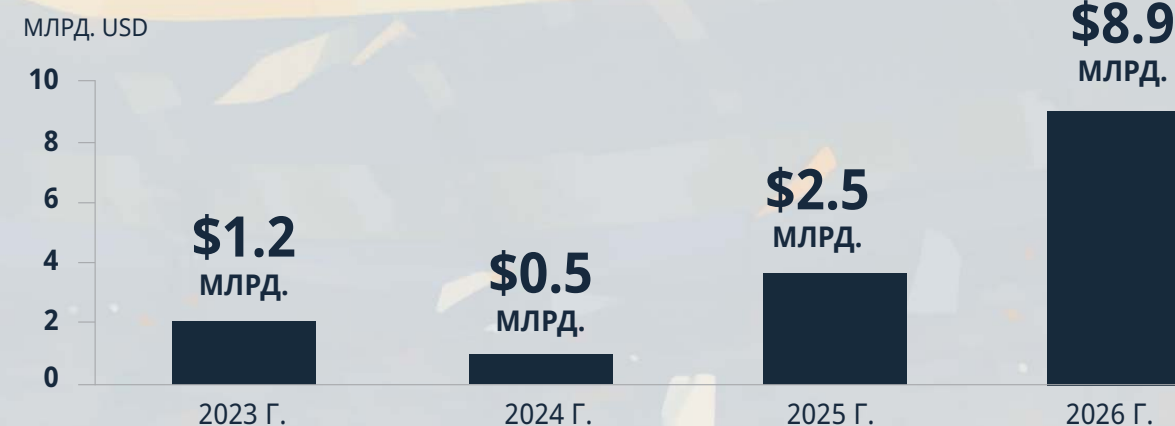
\$185к - 290к
млрд.



ОЧАКВАНИ ПРИХОДИ
ОТ НАСТАНЯВАНЕ

\$3.5 - 5.5
млрд.

ПРИХОДИ ОТ СВЕТОВНОТО ПЪРВЕНСТВО 2023 - 2026 г.



НАГРАДЕН ФОНД



1. ШАМПИОН

\$50
МЛН.



2. ФИНАЛИСТ

\$33
МЛН.



3. ТРЕТО МЯСТО

\$29
МЛН.



4. ЧЕТВЪРТО МЯСТО

\$27
МЛН.



5-8. МЯСТО

\$19
МЛН.



9-16. МЯСТО

\$15
МЛН.



17-32. МЯСТО

\$11
МЛН.



33-48. МЯСТО

\$9
МЛН.

GUCCI & F1

Новата скорост на лукса

Автор **Магдалена Илкова**

Формула 1 отдавна не продава само адреналин. Тя предлага престиж, технологии, глобална видимост и достъп до публика, която гледа на спорта като част от лайфстайл културата. Затова влизането на премиум бранда Gucci в най-прочутия автомобилен шампионат не е просто рекламна сделка, а бизнес сигнал: луксът търси нови сцени, а Формула 1 вече е една от най-ценните.

От сезон 2027 **Alpine** ще се състезава като **Gucci Racing Alpine Formula One Team**, а модната къща става основен партньор на отбора. Според официалното съобщение това е първият случай, в който луксозна модна къща заема такава позиция във Формула 1. Партньорството въвежда и нова платформа - Gucci Racing, изградена около представяне, прецизност, дисциплина и състезателен дух.

Финансовият контекст е важен. Gucci влиза във Формула 1 в момент, когато марката има нужда от нов импулс: приходите ѝ за 2025 г. са 6 млрд. евро, спад от 22% на отчетна база, докато собственикът **Kering** отчита общи приходи от 14.7 млрд. евро. От другата страна стои Формула 1 - бизнес, в който през 2025 г. 31.3% от приходите са дошли от медийни права, 26.7% от такси за домакинство на състезанията, 21.7% от спонсорство, а останалото - от корпоративно гостоприемство (ВИП обслужване), логистика и лицензиране. С други думи, Gucci не купува само място върху болид, а достъп до глобална платформа за съдържание, събития и клиенти.

Премиум брандовете
вече се състезават и в
преживяванията



Снимка PSG



Снимка FORMULA1.COM

Този ход има предистория. Другият френски конгломерат и основен конкурент **LVMH** вече подписа 10-годишно глобално партньорство с Формула 1, включващо Louis Vuitton, Moët Hennessy и TAG Heuer. По информация на Reuters, пакетът е оценяван на над 100 млн. долара годишно, а TAG Heuer през 2025 г. замени Rolex, след като последният беше 12 г. официален времеизмервач. Louis Vuitton пък стана основен спонсор на Гран при на Австралия през 2025 г. и изработва специални луксозни куфари за трофеите, превръщайки момента на победата в моден ритуал.

Други премиум марки също отдавна разбират силата на спорта. BOSS е партньор на Aston Martin Aramco Formula One Team и облича отбора отвъд пистата - от бизнес облекло до ежедневни и вечерни визии. Ralph Lauren е моден партньор на тенис турнира „Уимбълдън“ вече 20 г. Днес официалните униформи на турнира се продават и като потребителски продукт - например поли за момичетата, които подават топките на тенисистите, и панталони за озеленителите се предлагат в онлайн магазина на „Уимбълдън“.

Във ветроходството Prada има още по-дълга и органична връзка със спорта чрез отбора „Луна Роса“ и състезанието „Купата на Америка“ - вероятно най-елегантната територия, където инженерство, пари и традиция се срещат на водния терен. Diog направи друг тип ход: партньорство с „Пари Сен Жермен“, което не е за фланелките на играчите, а за публичния образ на клуба - официални визии, пътувания, представителност и превръщане на футболистите в посланици на стил. Това е важна разлика: луксът винаги иска да бъде върху екипа. Понякога предпочита да бъде в кадъра преди и след победата.

Любопитното е, че тези сделки рядко се свеждат до класическо спонсорство. Те са лаборатории за културна релевантност. Формула 1 вече е подиум, „Уимбълдън“ - витрина на традицията, „Пари Сен Жермен“ - модна сцена с футболна публика, а „Купата на Америка“ - спорт за клиенти, които разбират стойността на наследството.

Gucci влиза във Формула 1 точно в момент, когато вниманието е най-скъпата валута. А пистата предлага рядка комбинация - скорост, риск, глобален екран и публика, която все по-често търси лукса не само в бутика, а и в преживяването. 🏎️



Снимка LUNAROSSACHALLENGE.COM

Да превърнеш проблема в РЕШЕНИЕ

Иванка Кулова е представител на Поколението Z. Личен проблем се оказва тежкият ключ към... предприемачеството. Намерила решението за себе си, Ваня търси как то да щади човека и природата, но и как с тези ползи да стигне до повече хора. Силни са думите на създателката на бранда ХЕЛТА, споделяме ги от първо лице:

ПЪТЯТ

Родом съм от Карлово. Завърших Математическата гимназия в Пловдив, а после и право. Дълго търсих работата, в която да намеря себе си. От дете искам да помагам на хората, възможностите са много. И бизнесът сам ме откри. Имах личен проблем и докато го решавах, той ме подтикна да създам „своето първо дете“ – ХЕЛТА. Междувременно си намерих работа като търговец и научих полезни знания, свързани и с моя продукт. Много интересна професия се оказа и за мен търговията. Най-изявеният предприемач в семейството е бил дядо ми по бащина линия - виден търговец в Карлово и района.

ПРОБЛЕМЪТ

Кожната алергия ме срещна с много дерматолози. В един момент осъзнах, че най-пренебрегван от мен е въпросът с използвания прах за пране, защото по дрехите винаги остава перилен препарат и той взаимодейства с кожата. Един ден започнах да търся как сама да си създам такъв прах. Приятелка билкарка ми даде криле, насърчи ме, че мога да се справя, макар и да не съм химик. Последва четене, учене, пробване и три години и половина по-късно формулата стана факт. Поех в неизвестна посока, решавайки проблем със здравето, и стигнах до събдиането на моята детска мечта да съм полезна на хората. А и на природата, тъй като този перилен препарат облагородява почвата.

**Как Иванка Кулова
стигна от личната
здравословна криза
до свой продукт
и върви към
собствено семейно
производство**

ДА СИ ПЪРВИ

ХЕЛТА е първият натурален здравословен прах за пране, какъвто няма на световния пазар. Той е подходящ за хора с кожни проблеми и алергии. Полезен е за околната среда и не просто безопасно е това, което изтича от пералнята. Използваме подобрен домашния сапун на баба, вече на растителна основа. Включваме български билки като лайка и невен. Морската сол е от Бургаските солници. Интегрирахме наночастици. Иновативната

ГАНС технология се разработва от Петър Йовчев и намира приложения за различни сфери от живота. Голямо предизвикателство беше да се адаптира вариант в производството на прах за пране. Успяхме! Сега търся перспективите на този мой бизнес.

УРОЦИ

Преминах през много трудности, които приемам като скъпоценни бизнес уроци, в това число и за партньорството. Да, всеки пере и без здравословен проблем може да използва този прах за пране. Достатъчно е да е отговорен към околната среда. Вече търся разгръщане чрез малко собствено семейно производство, за да не разчитам само друг да произвежда за моя бранд. Научих доста и за ценообразуването. Разбрах, че успешният бизнес не е този, който печели най-бързо, а който е устойчив и създава стойност много време след възникването на първоначалната идея. Затова 10% от приходите ги инвестираме във възстановяването на природата чрез засаждане на дървета.



ОПИТЪТ ГОВОРИ

Зад всеки голям проблем стои голяма възможност.

Не спирам до съмнението „Твърде хубаво, за да е истина“. Доверявам се, тествам и анализирам резултата.

Който търси и не спира в своето търсене, той винаги намира решение.

Хубавите неща са простите неща. В тях има потенциал за разгръщане на нови идеи по нов начин.

Предизвикателствата помагат да израстваме. Опитът ме научи да ги приемам с по-голямо спокойствие.

Здравето често остава на заден план. Да мислим за превенцията навреме — преди малките сигнали да се превърнат в сериозен проблем, изискващ тежко лечение, много грижи и огромен ресурс. 🌱



МАЛКИЯТ БИЗНЕС В ГОЛЯМАТА ИКОНОМИКА

Грижата за МСП започва от правилната защита и стига до устойчивия растеж

Малките и средните предприятия (МСП) са двигателът на европейските икономики. В България делът на тези дружества е 98.8%. Динамичната среда, в която оперират МСП, поставя пред тях редица предизвикателства, включително недостиг на квалифицирани кадри, нарастващи разходи и все по-ограничена възможност за инвестиции в иновации.

Изборът на партньор

Предприемачите ежедневно вземат решения, определящи бъдещето на бизнеса им. Вероятно и на вас ви се случва да работите в условия на несигурност и ограничени ресурси. Тук идва ролята на надеждния партньор, който ще е до вас в трудните моменти, но и в развитието на бизнеса ви. „Дженерали Застраховане“ може да ви помогне да оцените какви са

рисковете за вашата дейност, за да се подготвите, преди да се появи непредвидена ситуация.

Погрижете се навреме

Да кажем, че сте собственик на малък магазин за дрехи и се радвате на интерес от клиентите. Понякога неочаквана ситуация може бързо да промени това. И най-сигурният начин да се погрижите навреме за бизнеса си е като го застраховате.

Изберете правилната застраховка

Ключова е предварителната задълбочена консултация със застрахователен експерт, който да ви препоръча най-подходящите продукти, покрития и застрахователни суми спрямо вашите нужди. „Дженерали Застраховане“ предлага няколко застраховки за малкия бизнес, както и пакетен вариант, включващ 4 продукта на едно място.

Ето каква защита дават различните продукти:

- **Имуществена застраховка** – защита за помещението, оборудването, стоките и продукцията. Рисковете, които се покриват по нея, включват пожар или токов удар, наводнение или буря, кражби и грабеж.
- **Обща гражданска отговорност** – защита при претенции от клиенти. Покритието включва гражданската отговорност на застрахования при нанесени на трети лица имуществени или неимуществени вреди.
- **Прекъсване на дейността** – защита при временно спиране на работа. Застраховката покрива финансовите загуби при прекъсване на производствената дейност в резултат на вреда върху имуществото, което се използва за производство.
- **Злополука** – предлага защита за служителите ви срещу рискове, застрашаващи живота и здравето им.

„Дженерали Застраховане“ предлага и пакетен продукт „Бизнес Бенефит“. Той обединява четирите продукта в едно цялостно решение, което осигурява 360-градусова защита на бизнеса при оптимално съотношение между покритие и цена.

Оценете сами

Колко подготвени сте за неочаквани ситуации

- ☐ Застрахована ли е стоката и оборудването във вашия обект?
- ☒ Защитени ли сте от финансови загуби при възпрепятстване на вашата дейност?
- ☐ Защитени ли са служителите и собственикът при инциденти на работното място?
- ☐ Имате ли защита при кражба и вандализъм?
- ☐ Защитени ли сте при щети от пожар, вода или токови удари?



Герои на устойчивостта

В конкурса SME EnterPRIZE клиенти на „Дженерали Застраховане“ може да кандидатстват до 31 юли 2026 г.

Конкурсът SME EnterPRIZE, организиран от Generali, дава повече видимост на най-успешните устойчиви практики сред МСП в Европа. „Дженерали Застраховане“ е част от тази инициатива и през януари награди първите победители в надпреварата у нас - производителите на бутилирана минерална вода „Михалково“ АД и на текстилни изделия от рециклирана пластмаса (PET) „Монатекс“ ЕООД. Втората компания стана и Герой на устойчивостта на Група Generali за 2025 г. и през май представи дейността си на специално събитие в Брюксел. Кандидатстването във второто издание на конкурса SME EnterPRIZE в България е отворено до 31 юли за малки и средни компании, които развиват устойчиви практики в сферата на околната среда и социалния сектор и са клиенти на „Дженерали Застраховане“. ○

Жени с КАУЗА

Специалното колекционерско издание „Жени с кауза“ ще подкрепи реставрацията на храма „Св. Архангели Михаил и Гавриил“ в Бачковския манастир



Повече от девет века и половина храмът „Св. Архангели Михаил и Гавриил“ в Бачковския манастир посреща поколения българи, търсещи вяра, надежда и упование. Този Божи дом е преживял времена на подем и времена на превратности. Камъните, от които е съграден, помнят царе и монаси, дарители и поклонници. Многолюдният поток не секва и досега.

Днес пред този храм стои друго изпитание – следите, които времето неизбежно оставя. И съхраняването на духовната обител е отговорност към хората и към историята. Такава е целта на специалното колекционерско издание „Жени с кауза“ – проект, който събира успели, влиятелни и обществено ангажирани българи около мисия с трайна стойност: да подкрепят обновяването на един от най-древните храмове в България и да помогнат за опазването на тази част от духовната памет на нацията.

На страниците на престижното двуезично издание ще бъдат представени жени, оставили своя отпечатък в бизнеса и предприемачеството, в културата, медиите, изкуството и обществения живот. Жени, постигнали успех със знания, характер и постоянство, но и осъзнали, че истинското постижение надхвърля личния успех и се измерва с онова, което оставяме след себе си. Техните истории ще очертаят ценностите, които устояват на времето – семейството като опора,

силата на личността, вярата, отговорността да бъдеш пример, смисълът от дарителството и наследството, което всеки от нас завещава на следващите поколения.

Средствата, събрани чрез тази благотворителна книга, ще бъдат насочени към свящото дело за реставрацията на храма „Св. Архангели Михаил и Гавриил“. Така всяка участничка става част от голямата кауза за приемствеността чрез личния принос за съхраняването на българската духовност, култура и историческо наследство.

Инициатор на проекта е Медийната група „Бранд Медия България“, която вярва, че общественото влияние има най-голяма стойност, когато служи на значими каузи. „Бранд Медия България“ застава зад това издание като мост между успеха, ценностите и благотворителността. С вярата, че има инвестиции, които носят възвръщаемост, и има дела, които оставят следа. „Жени с кауза“ е покана да бъдем част от такова начинание в името на паметта, която сме наследили, и на паметта, която остава. ①

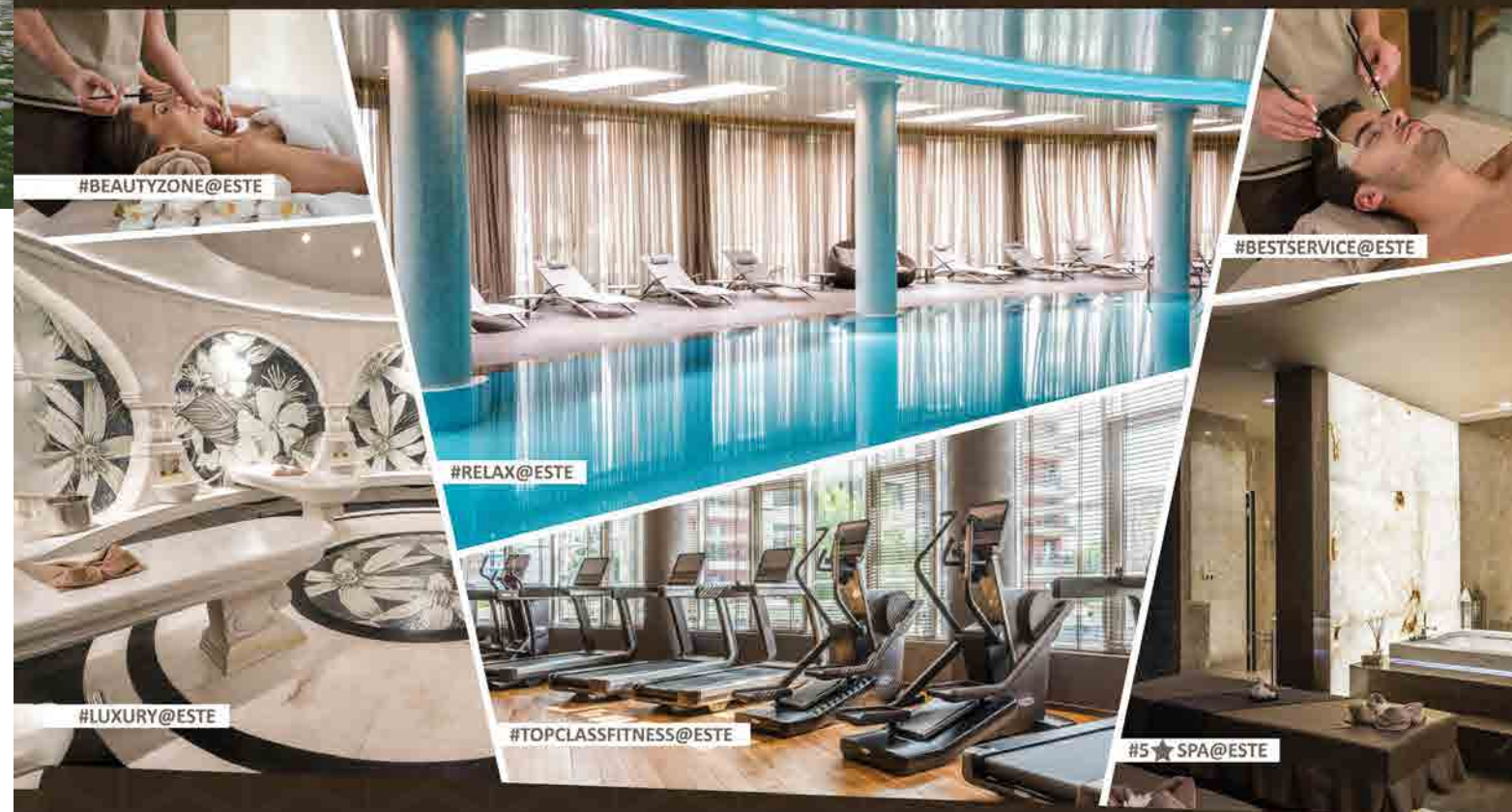


Има жени,
които впечатляват.

Има жени,
които успяват.

И има жени,
които вдъхновяват.

Бъдете част от историята!



Магията на СПА...

www.estespa.bg



Музикално пътешествие с ЯНИЦА И МИРО

Автор **Татяна Явашева**
Снимки **Личен архив Music M.A.G. Project**

В творческите индустрии успехът често е резултат от талант, упоритост, последователност и способност да се развиваш, без да губиш собствената си идентичност. Такъв е и професионалният път на Яница Кънева и Мирослав Гочев – двама артисти, които повече от 20 години градят творчески тандем, но и всеки има свой разпознаваем облик. За тях музиката е начин на живот и мост между хората.

Техният авторски концерт „432Hz музика – Ментално завръщане“ във Фестивалния и конгресен център във Варна в края на май препълва залата с възторжени почитатели. Зад този успех стоят години труд, стотици участия, хиляди изминати километри и търсене на нови форми за среща с публиката.

Началото изглежда случайно, но съдбата преплита професионалния им път. Яница е едва на 17, когато започва работа като певица в заведение във Варна. След кратък период тя и нейният колега са заменени от Мирослав Гочев и тогавашната му партньорка в музикалното шоу. Тази среща има своето продължение...

Днес Яница Кънева е сред разпознаваемите имена на българската музикална сцена. Певица и композитор със силен музикален заряд, тя има богат сценичен опит, съчетава концертна дейност, авторски проекти и участия в различни му-

„**Всеки наш концерт е творческо, но и организационно предизвикателство – зад музиката стои планиране, инвестиции и работа на голям екип.**“

Мирослав Гочев



зикални формати. По-широка популярност получава със забележимото си присъствие в „Гласът на България“, зад което обаче стоят години професионално усърдие, награди от национални конкурси и целенасочено изграждане на собствен репертоар и разпознаваем артистичен облик.

Мирослав Гочев се развива като продуцент, композитор и новатор в звуковия дизайн. Още от началото на 90-те години интересът му към електронната музика, аналоговите синтезатори и новите технологии определя неговия професионален профил. Освен като изпълнител, той се утвърждава като композитор, аранжор и продуцент, който търси пресечната точка между музиката и технологиите.

Под бранда Music M.A.G. Project създава авторска музика, издава студийни албуми и реализира концертни продукции, които съчетават електронно звучене, оркестрови аранжimenti и съвременни звукови решения като впечатляващия Surround Sound звук. Сред значимите му проекти са албумите By The Sea, Infinity и Mentally (девет композиции в девет различни честоти). През 2025 г. получава отличието „Кристална лира“ в категория „Звук и звуков дизайн“ – признание от Съюза на българските му-



зикални и танцови дейци за работата му във високотехнологичната сфера на музикалното изкуство.

Важна част от развитието и на двамата е международният им опит, когато работят на борда на круизни кораби. Този период ги среща с различни култури, музикални традиции и професионални стандарти, които впоследствие намират отражение в собствените им проекти. Още тогава започва да се разгръща силата на творческата им синергия.

Избират да създават собствена музика и собствени проекти, вместо да следват моментни тенденции. Така се раждат концертни формати като „Да послушаме вълните“, „Класика в бъдещето“ и „Есенно адажио в операта“, които събират около себе си музиканти, диригенти, танцьори, технически специалисти и вярна публика.

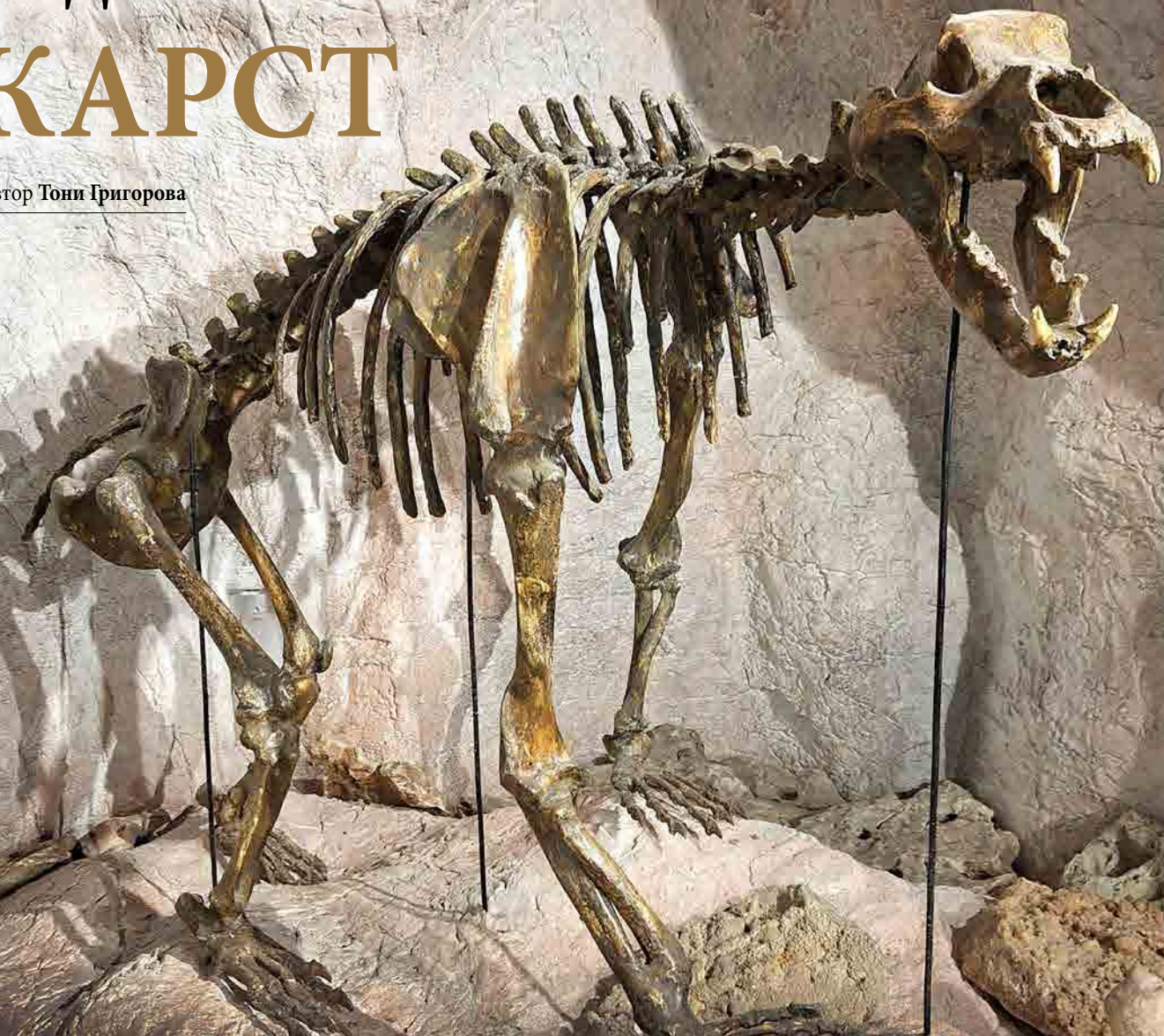
Яница и Миро продължават с вдъхновение да разгръщат своята дарба в проекти, в които се преплитат професионализъм, предприемчивост и ясна авторска идентичност. Все качества, които постепенно ги превръщат в разпознаваема културна марка. Най-ценният резултат от съвместната им работа е неповторимият им творчески път - разпознаваем, последователен и дълбоко личен. 



Яница Кънева и Мирослав Гочев по време на авторския концерт „432Hz музика – Ментално завръщане“

В Музея на родопския КАРСТ

Автор Тони Григорова



Когато имате път към Чепеларе, не пропускайте да разгледате разнообразието от ценни находки в експозицията, да чуete истории за подземния свят и за пещерното дело в района

Музеят на родопския карст в Чепеларе е посветен на подземния свят, карстовите процеси и историята на пещерните изследвания у нас. Открит е през май 1980 г., разположен е в Туристически дом „Пещерняк“, който с времето губи функцията си. Началото на това голямо дело е поставено през 1950 г., когато учителят и изследовател Димитър Райчев, „заразен с пещерен бабил“, създава ученически кръжок по геология и започва първите организирани проучвания на пещерите в Родопите. Именно около неговата събирателска и изследователска работа постепенно се оформя колекция, която прераства в експозиционен център.

Единствен по рода си на Балканите, музеят съчетава геология, спелеология, биоспелеология и археология. В тематичните зали са изложени редки скъпоценни и полускъпоценни минерали и скали, характерни за Родопите, както и впечатляващи пещерни образувания, които показват как природата „строи“ и как се променя в продължение на хиляди години. Тук се съхранява единственото късче рубин, намерено в нашата страна. Сред експонатите са пещерни бисери, както и мумийо, наречено Сълзите на пещерата. Съхранява се пшенично зърно на около 6 хил. години, каквото днес не познаваме.

Посетителите ще разберат какво е карст, как се образуват пещерите, кои животни ги обитават и защо България има особено място в европейската спелеология. Музеят има сладкодумни разказвачи. Попитайте ги за пещерите челевешници, в които смъртта си са намерили много българи, отказали да приемат исляма. Посещението в музея е пътуване във времето и среща с паметта на Родопите.

Съкровищницата



РЕДКИ МИНЕРАЛИ ОТ РОДОПИТЕ

Във витрините са изложени впечатляващи образци на ахат, кварц, калцит и корунд – минерали, характерни за Родопския регион. Част от тях се отличават с форми и цветове, които трудно може да се видят другаде в страната. Има образци, събирани преди десетилетия от местни изследователи.



СКЕЛЕТЪТ НА ПЕЩЕРНА МЕЧКА

Това е безспорно един от символите на музея – почти изцяло възстановен скелет на праисторическа пещерна мечка, открит в родопска пещера – датиран е на 48 хил. години. Експонатът дава реална представа за мащабите на животните, обитавали българските пещери преди хиляди години. Запазена е лапа на скална мечка, която е четири пъти по-голяма от съвременната кафява мечка. Ще видите и зъби на космат носорог.



ОРИГИНАЛНО ОБОРУДВАНЕ НА ПЪРВИТЕ БЪЛГАРСКИ ПЕЩЕРНЯЦИ

Една от най-интересните части на експозицията показва как са работили първите изследователи на пещери в България – с въжета, метални стълби, карбидни лампи и ръчно оборудване.



АРХЕОЛОГИЧЕСКИ НАХОДКИ ОТ ЯГОДИНСКАТА ПЕЩЕРА

Изложени са керамични съдове, оръдия на труда и следи от живот отпреди около 6000 г. Тези находки показват, че пещерите в Родопите са и пространство за живот на древни общности.



ПОДЗЕМНАТА ФАУНА

Музеят представя редки видове прилепи, пещерни насекоми и други обитатели, характерни за карстовите райони. Ще видите паяк светломразец, който, изведен само за минути на дневна светлина, умира. Именно тук посетителят се убеждава, че пещерите са отделна екосистема, със собствени закони и удивителна адаптация към пълната тъмнина. 

Музеят е единствен по рода си, защото съчетава в едно пространство геология, спелеология, биоспелеология и археология



Бижута с ДУША

Автор Татяна Явашева

Бижутата са моята арттерапия - започна ли да работя, забравям за всичко останало, казва дизайнерката Натали Маркова. Тя създава авторски украшения, превръщайки копринените пашкули в разпознаваем художествен стил. В живота на Натали изкуството присъства още от детството - чрез рисуването, цветовете, коприната и тъканите. Съдбата неведнъж я отвежда към по-прагматични професии, но творчеството неизменно остава нейният естествен център.



Територия

Днес дизайнерката развива своя бранд Natali Mark, където създава ръчно изработени бижута от естествена коприна, копринени пашкули, сатен, шифон, стъкло и перли - изделия, които трудно се вписват в масовия аксесоарен пазар. Пътят ѝ към това разпознаваемо авторско присъствие започва преди 26 години, когато идва в България с „коприна в ръцете си“. Тогава този фин материал се превръща в средство за адаптация - рисува шалове и картини върху коприна, докато усвоява езика и търси своето място. Постепенно започва да експериментира с копринени ленти, шифон, сатен, след това и с плъстена вълна, която я отвежда до материала, който по-късно ще стане нейна запазена марка - копринените пашкули.

Собствен визуален почерк

Първата колекция бижута от пашкули е посрещната със силен интерес и реакциите са повече от окуражаващи. За Натали това е сигнал, че техниката има потенциал, който заслужава развитие. Следват участия в дизайнерски събития, поръчки от България и чужбина, както и постепенно изграждане на собствен визуален почерк. Един от силните професионални моменти идва със сътрудничеството ѝ с британския дизайнер Ромеро Брайън по време на Sofia Green Fashion Days. Натали създава колие от 240 копринени пашкула за рокля, която не е виждала на живо. При срещата им се оказва, че цветовете са в естествена хармония. В резултат цялата колекция е допълнена с нейни бижута. Следват и други поръчки.

Прецизност

В работата си Натали Маркова не използва технологии за ускорено производство. Всичко - от първия избор на материал до финалния детайл - преминава през ръцете ѝ. Това означава ограничен капацитет, но и ясно разграничение от масовия пазар.

„Който търси количество на килограм, произвежда по друг начин“, отбелязва тя. При нея всяко изделие е индивидуален процес, изискващ време, търпение и внимание. Тази философия определя бизнес модела ѝ: без масово производство, без повторемост, без компромис с ръчната изработка. Именно затова и не делегира същинската работа, дори когато натоварването расте. Прецизността остава лично нейна отговорност.

В разговор със
създателката на
бренда Natali
Mark разбираме
какво е важно
в творческия
процес и във
взаимодействието
с клиентите



Натали Маркова

Снимка Красимир Свраков

Нейно величество коприната

Дълго време творческата ѝ дейност се развива паралелно с работа в сферата на рекламата. Бижутата се раждат обикновено „във времето за сън“. Едва след реструктуриране в компанията тя взема решение да се посвети изцяло на своята страст. За Натали естествената коприна е не просто материал, а материя с характер. Нарича я „Нейно величество коприната“, защото е фина, устойчива и носеща усещане за лукс и престиж. Понякога поръчките връщат Натали към ранните ѝ творчески форми - например рисуваните шалове. Друг път я отвеждат в напълно необичайни посоки. И въпреки че техниката с пашкули намира своите последователи, Натали е убедена, че именно „ръката“ определя крайния резултат. „От едно и също брашно различните ръце правят различен хляб“, казва тя.



Лекота

Предимство на бижутата от пашкули е тяхната лекота, постига се обем без тежест. Според Натали изборът на бижу следва да бъде съобразен не само с облеклото, а с индивидуалните характеристики на човека.

Отношението към финансовия резултат също определя развитието на Natali Mark - фокусът е първо върху качеството и творческия процес. Практиката показва, че изделия с ясно изразена авторска идентичност намират своята аудитория по естествен начин, често чрез препоръка от доволни клиенти. Този подход не е масов, но изгражда стабилна основа за устойчив авторски бранд. 📌



Издателство „Сиела“

юни-юли 2026

01 „Изкуството да съблазняваш“ от Робърт Грийн

За първи път на български език четем пълното издание на глобалния бестселър на Робърт Грийн „Изкуството да съблазняваш“. Световноизвестният автор на „48-те закона на властта“, „33-те стратегии за войната“, „Майсторството“ и „Законите на човешката природа“ учи читателите как да убеждават хората около себе си и да упражняват най-фината форма на власт – „съблазняването“.

В шумния свят, в който всеки се опитва да привлече вниманието на останалите и да внуши своята гледна точка, съблазняването е изкуство за напреднали. Но Робърт Грийн разкрива една тайна – всеки може да бъде обаятелен, стига да развие правилните стратегии.



02 „Векът на Евразия“ от Хал Брандс

Защо след краткия век на Америка идва „Векът на Евразия“ ще разберем в новата книга от уважаваната поредица „Власт и отговорност“ на издателство „Сиела“ със съставител Свилен Спасов.

Във „Векът на Евразия: Горещи войни, студени войни и сътворяването на модерния свят“ Хал Брандс успешно синтезира над век сложна история, за да докаже, че Евразия е арена на глобално съперничество още от началото на XX век насам. Стъпвайки върху многобройни проучвания на архивните документи в различни държави, Брандс показва, че войната за Евразия далеч не е приключила, а днешните конфликти в Украйна, напрежението около Тайван, амбициите на Китай, реваншизмът на Русия и ролята на Иран са поредица от взаимносвързани кризи.



03 „Алгебра на богатството“ от Скот Галоуей

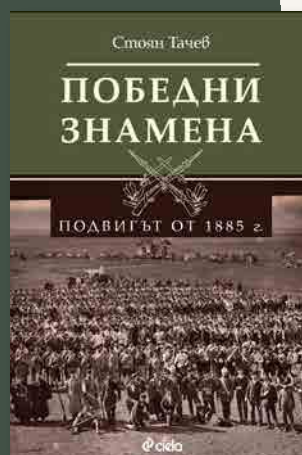
Как се постига икономическа сигурност? Добрата новина е, че има начин. Лошата? Че този начин е... бавен. „Алгебра на богатството“ дестилира голямо количество информация за пазарите и създаването на богатство и предлага лесно разбираема система от правила, които всеки човек може да спазва, за да увеличи значително шансовете си за финансова свобода.

Преди да опише основните принципи на икономиката и инвестирането, акциите, облигациите, пенсионните фондове, кредитите и данъците, авторът се спира на кариерното развитие, което може да ни позволи да натрупаме парите, които след това да накараме да работят за нас.



04 „Победни знамена“ от Стоян Тачев

„Победни знамена. Подвигът от 1885 г.“ от Стоян Тачев – дългогодишен изследовател на българското минало с пет книги и редица публикации зад гърба си – е жива хроника на събитията и битките за Съединена България – „време на идеали, героизъм и страдание“.



Съвременно кулинарно пътешествие, вдъхновено от наследството на София.

Este
Restaurant

+359 879 814 323 | restaurant@este.bg | Николай Хайтов 3А, София



NAVIBULGAR®
SINCE 1892

