

ИКОНОМИКА

брой 40 / август 2014 г. / цена 5 лв.

ФИНАНСОВ
НАВИГАТОР

ДЪРЖАВА
НА АВТОПИЛОТ

РОМАНТИКА
НА РЕЛСИ



Кирил Сакскобургзотски:

България трябва да приеме еврото

ISSN 1314-376X



9 771314 376006 >

ECONOMYMAGAZINE.BG

С НОВА ВИЗИЯ В МРЕЖАТА



Четете на EconomyMagazine.bg пълния архив на списание Икономика на български, руски и английски език

КМЕТА.BG



DA RRIK

Представят:

*ГРАДОНАЧАЛНИЦИ ИЗБИРАТ ГРАДОНАЧАЛНИЦИ В
НАЦИОНАЛНИЯ КОНКУРС „КМЕТ НА ГОДИНАТА” 2014 Г.*

*264 БЪЛГАРСКИ КМЕТОВЕ ВЛИЗАТ В БИТКА ЗА ВТОРА ПОРЕДНА
ГОДИНА, ЗА ДА ИЗБЕРАТ НАЙ-ЗАСЛУЖИЛИТЕ СРЕД ТЯХ.*



www.kmeta.bg

ИКОНОМИКА

БРОЙ 40
АВГУСТ 2014

8 | ТЕ ГОВОРЯТ

Навигатор
в света на
парите

24 | ИНТЕРВЮ

Кирил Сакс-
кобурзготски:

България
трябва да
приеме еврото

32 | РАЗВИТИЕ

Икономика на
автопилот

36 | СЕКТОР

Ехо от
големите
имотни
инвестиции

39 | ИНФРАСТРУКТУРА

Дунав мост на
60 години

40 | ЕВРОПИСТА

Мария

Габриел:

Надеждата ми
е 2015 г. да
не е нулева за
европрограмите

44 | УПРАВЛЕНИЕ

Застраховка
срещу
бедствия

48 | ЕНЕРГИЯ

Делян Добрев:

Трябва нов
търг за „Южен
поток“



стр. 8-23

60 | ТРАНСПОРТ

Електронно
управление
в морския
бизнес

62 | АКАДЕМИЯ

Във
водовъртежа
на
иновациите

66 | ЛИЦА

Риск печели

70 | ПРЕДПРИЕМАЧ

Работа и
забавление
плюс това

72 | ТЕХНОЛОГИИ

ИТ
индустрията
изкушава
гамите

74 | УЛИЦИ СЪС

светещи ...
гървета

78 | НАУКА

Изпрати ми
живот по
интернет

52 | НАГРАДИ

Признание за успешните местни лидери

Конкурсът Кмет на месеца на Портала на българските общини отличава работата и добрите инициативи на градоначалници

56 | СТРАТЕГИЯ

Мая Косева: Разширяваме пазара на българско кисело мляко

„Ел Би Булгарикум“, модернизира
производството си със 7,8 млн. лева по
европейски проекти

82 | РЕТРО Романтика на релси

Железничари ентусиасти връщат блясъка на старите парни локомотиви и композиции на БДЖ, които са хит за атракционни пътувания

88 | ДИЗАЙН Функционални и модерни

Архитектурно студио funkT намира ниши и създава свой разпознаваем почерк



стр. 114-117

92 | ВУНДЕРКИНД
Ник Д'Алоуисио - гетето чудо на технологиите

95 | ВИНО
Лятото вдигна продажбите на розе

96 | ВЪЗХОД
Момчето от мандрата Хамгу Улукая

98 | МАРКАТА
Hello Kitty става на 40

101 | ТЕСТ ДРАЙВ
SUZUKI SX4 S-CROSS - свобода и удобство

102 | СЦЕНА
Царе на смеха

106 | ГАЛЕРИЯ
Другият живот на парите

108 | МОДА
Лаура Биаджоти - кралицата на кашмира

110 | АДРЕНАЛИН
Да полетиш с вятъра

113 | ВАКАНЦИЯ
Морски изкушения в Лъки Банско

114 | СПОРТ
Горчивият бразилски мондиал

118 | ПЪТЕШЕСТВИЕ
Блаженият остров Сокофра

РЕДАКЦИОННО



Експерти по парите

Темата за парите винаги е много чувствителна, но в същото време – крайно подценявана. У нас всеки се счита компетентен в областта на финансите ... докато не се наложи наистина да има работа с лихви, такси, инвестиции. Оказваме се затруднени дори за елементарни неща като пресмятането на данъците и нетната заплата. Но типично по български, този проблем е заметен под килима.

След годините на кредитния бум едва ли има българин, който да не е ползвал финансов продукт. Немалко хора се опариха с инвестиции на борсата, без да познават правилата на пазара. Макар и готов да се впусне в умножаване на парите си, българинът далеч не е на „ти“ с финансовата тематика. Почти половината (47%) определят финансовите си познания като незадоволителни или никакви, сочи проучване на Световната банка, направено през 2010 г. (остаряло, поредно доказателство за negliжирането на темата). Над две трети от хората се интересуват от правата си като потребители на финансови услуги, от пенсионната система, застрахователните продукти и сделките с ценни книжа. Но едва 13% успяват да не се объркат тотално при опита да си изчислят лихвата по заема, да не говорим за въвеждане наскоро термин годишен процент на разходите. Кое то ясно показва, че финансовото образование трябва да заеме мястото си още в основното училище, а не чак в университета. „Икономика“ потърси мнението на експерти по финанси, учители и професионалисти, които вече са подели подобна инициатива.

Акцент на броя е и интервюто с Кирил Сакскобургготски за политическата и икономическата картина в България и по света.

И за да балансираме финансовата тема в горещия август, на страниците ни може да намерите и увлекателни истории за технологичното дете чудо Ник Д'Алоуисио, който стана милионер на 17; за намеренията на БДЖ да съживи ретро влаковете; за талантите от ХаХаХа ИмГПро, които се стремят да превърнат импровизационния театър в печелившо начинание; за адреналина от парашутизма; за пионерите в науката, които се опитват да накарат дърветата да светят вместо улични лампи и да превръщат ДНК в цифрова информация.

Приятно четене!

НЕВЕНА МИРЧЕВА, главен редактор



ВЕСТИ

Славка Бозукова с орден „Св. св. Кирил и Методий“

Главният редактор на в. „Стандарт“ Славка Бозукова получи от президента Росен Плевнелиев орден „Св. св. Кирил и Методий“, първа степен. Тя бе удостоена от държавния глава с отличието заради патриотизма и огромния си принос към развитието на културата и изкуството.

„Сред особените заслуги на г-жа Бозукова е кампанията „Чудесата на България“, която цели популяризирането на културно-историческото ни наследство“, подчерта при връчването на ордена държавният глава. „Това не е единствената мащабна инициатива на госпожа Бозукова. Тя участва активно в кампанията „Не сте сами“ в защита на несправедливо осъдените в Либия български медци, в ежегодните инициативи „Коледата безопасна“ и „Великден безопасен“, в кампаниите за популяризирането на героите от Освободителната война и много други патриотични инициативи“, заяви Плевнелиев.

ФОТО: ВИКТОР ЛЕВИ

APRA | PORTER NOVELLI
BULGARIA | ALBANIA | KOSOVO | MACEDONIA

на 20 години

През юли тази година APRA Porter Novelli Group навърши 20 години. Основана от Любомир Аламанов и Томислав Цолов през 1994 г., днес компанията е част от Porter Novelli International и е между водещите комуникационни агенции у нас. Сред клиентите на групата са „Нестле България“, „Кока-Кола Хеленик България“, „Хюлет-Пакард България“, „Майкрософт България“, „Сименс България“, „Ромпетрол България“, „Байерсдорф България“ и много други.

Агенцията е партньор на Porter Novelli International от повече от 13 години и бързо се развива като регионален център на световната верига чрез собствени офиси в Албания, Косово и Македония (част от APRA Porter Novelli Group) и филиали в Сърбия, Босна и Херцеговина, Черна гора, Малта, Хърватия и Молдова.

APRA Porter Novelli Group е сертифицирана по стандарт ISO 9001:2008 за широк спектър от комуникационни услуги. В началото на м.г. компанията получи и сертификат от Министерството на образованието и науката за учебна дейност и в момента реализира квалификационни програми с валидност в страната и чужбина, като разработва собствени учебни курсове, базирани на реални и съвременни практически казуси.

През годините проекти на агенцията печелят десетки награди на български и международни форуми като SABRE Awards, IPRA Golden World Awards, The International Business Awards, BAPRA Bright Awards и много други.



Китайски филм с голямата награда на кинофеста в Балчик

„Масленият светилник“ спечели голямата награда „Сребърна принцеса“ на 12-ия Международен фестивал за късометражно кино IN THE PALACE („В Двореца“) – Балчик. Копропродукцията между Китай и Франция разказва за млад фотограф и неговия асистент, които предлагат на тибетски номади да ги снимат. Чрез снимките той създава уникална връзка с всеки от моделите си.

В рамките на фестивала „В Двореца“ бе връчена и награда за вдъхновение

на емблематичния полски актьор Ян Новицки - „8 x 6“. На галацеремонията по награждаването на 12-ия Международен фестивал за късометражно кино „В Двореца“ бяха връчени и още 7 награди в различните конкурсни програми. Победителят в националния конкурс е филмът „Стерео любов“ на режисьора Мартин Илиев. Историята за една млада двойка, отдавна загубила искрата на привлечение и потънала в рутината, впечатли международното жури.

BULL TREND



BROKERAGE LTD

42%

Коя бе инвестицията с
42% ДОХОДНОСТ за 2013?*

ЩЕ СЕ ВКЛЮЧИШ ЛИ
В ДВИЖЕНИЕТО ПРЕЗ 2014?

Корпоративни консултации
Инвестиционни консултации
Електронни платформи за търговия
Търговия с акции, ДЗР, опции
и форуърди

Анализи
Доверително управление
Инвестиционно банкиране
Търговия с финансови
инструменти на БФБ

Адрес: София 1407, ул. Златен рог №12, офис 2 / E-mail: bulltrend@bulltrend.bg / www.bulltrend.bg

* Борсовият индекс SOFIX увеличи стойността си с 42% през 2013 г.

ТЕ ГОВОРЯТ



**Вместо горчивия
опит, по-добре
училището да е
първият наставник
по управление на
личните финанси**

Навигатор в света на парите



ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Парите не са най-важното нещо в живота, но определено имат влияние върху всичко, което е важно, гласи известна максима. Но щом са толкова важно нещо, защо тогава образователната система не обръща внимание на финансовата грамотност – това е просто един риторичен въпрос. И ако темата е от значение, защо „най-пресните“ данни, свързани с финансовата грамотност, са от изследване, направено от Световната банка през 2010 г., на което всички сега се позовават...

Темите за личните финанси, финансовото планиране и финансовата култура като цяло са високомерно поминавани от българското училище и делото на давещите се е оставено в ръцете на самите давещи се. Мнозина помнят хиперинфлацията, която занули спестяванията им, други са съвременници на кредитния бум, който лесно им даде възможност да сбъднат мечтите си и после скъпо да платят цената им. Сега някои живеят в кошмара парите им да са в Корпоративна търговска банка. Кризите са най-добрият учител, но историята учи, че не се учим от историята. В последно време си припомнимме

позабравени истини

че муха и банка се убиват с вестник, че яйцата не бива да се слагат само в една кошница. Това, разбира се, са две истини, но те не са цялата истина – още по-малко за случващото се с КТБ. А ако се върва на някои медийни публикации, видни наши финансисти са пренебрегнали, че най-високите лихви са свързани с най-ви-

сок риск, че Фондът за гарантиране влоговете в банките покрива суми до 196 хил. лв., че когато корабът започне да потъва, всеки сам трябва да се спасява.

Финансово-икономическата криза, която тресе света от 2008 г. насам, показва, че на консултантните трябва да се има доверие, но винаги с едно наум. А случаят с КТБ само потвърди, че и добрите консултанти грешат, ако се съди по факта, че и такива хора с т о я - х а по о п а ш - к и т е , с надежда да изтеглят парите си. Това само затвърждава факта, че в новите реалности обучението по



обща финансова грамотност безспорно е необходимост. Дори когато ползваме финансов консултант, трябва да сме в състояние да вземем информирано решение и да сме наясно с риска, който поемаме. И все пак, във всяко действие, а дори и във всяко бездействие, има някакъв риск.

В публичното пространство се наблюдава липса на практическа информация, която на разбираем език да обяснява на потребителите различните финансови продукти и „тънките места“, за които трябва да внимават, когато избират едно или друго

предложение. Въпреки инициативите на европейско ниво, които се налагат и у нас за защита на потребителите, много от компаниите и финансовите институции продължават да опитват като котка в чувал да продават продуктите си. Те не обясняват на своите клиенти какво точно включва договорът, а разчитат той на сяло да го подпише. Целта е от него да се извлекат определени финансови облаги. Когато продават продукти и услуги, повечето компании се радват на недостатъчната финансова компетентност на клиента, който без да задава много въпроси, слага параф по договора и влиза в лоното на „модерните крепостни“. Но недостатъчната финансова компетентност е нож с две остриета, защото най-често нейната липса или недостиг не дава увереност на потребителите да навлизат в

дебри, които не познават. Затова финансовите институции им продават твърде

ограничен кръг от продукти

а повечето „свободни“ пари в България стоят на депозит или се влагат в недвижими имоти. Допълнителното пенсионно осигуряване заради своята пасивност няма особена популярност, капиталовите пазари също не се радват на кой знае какъв интерес, а и редица финансови продукти трудно намират клиента. Повечето финансови институции не си мръдват пръста да просвещават клиентите си, а и образователната система предпочита да плува в сегашното си добре познато русло, без да се натоварва с нови ангажименти.



Когато веднъж сключите договор на „юнашко доверие“ и възникне проблем, разбирате, че когато слагате подпис под документ, трябва внимателно да го четете. Ако обаче сте взели скъп кредит, дълго и прескъпо ще плащате за тази истина. Вече ще знаете, че не бива да се доверявате на човека, който ви продава услугата, и да храните надеждата той коректно да ви предупреди за всичко. Ще се научите, че трябва да задавате въпроси „а после какво“. Когато купуват пералня или телевизор, някои влизат в твърде голяма дълбочина на детайлите. По същия начин трябва да се действа, когато става дума за личните финанси. Още повече че има безплатни кредитни консултанти, които ще ви по-



могат да направите своя

по-верен избор

Финансовата грамотност на потребителите е от полза за институциите, за потребителите и държавата. Стабилният бизнес, който се стреми да се развива, само печели от това хората да са компетентни. Поради неразбирането на гаден финансов продукт или услуга най-често клиентите предпочитат да стоят на дистанция, вместо да се впускат в приключение с неизвестен финансов край. Недоволството води до отлив от ползването и на други такива услуги, а доверието разширява обхвата на избор. Ето защо вместо самия живот, по-добре първият учител по управление на личните финанси да е училището. Умственият, емоционалният и практическият образователен процес, през който трябва да преминем, за да постигнем финансовата си свобода, се нарича финансова грамотност.

ИКОНОМИКА август 2014

Уроци по управление на личния портфейл

Резултатите от проекта „Моят живот, моите финанси“ доказват, че финансовата компетентност трябва да се получава още в училище

Статистиката категорично показва ниско ниво на общата финансова грамотност в България. Как в такъв случай се учим да управляваме парите си? Единият начин е от семейството. Проучванията сочат, че финансово грамотни са децата, чиито родители имат висока финансова компетентност и по правило са с добри доходи. Следователно има пряка връзка между личното благополучие и финансовата грамотност. Децата също така учат в училище и от приятелите си. Единствено училището осигурява комуникационен канал за

за учителите, както и с упражнения за индивидуална игра по всяка тема.

Финансовите знания

на учениците са се повишили от 43.6% на 83.4%, след като са минали курса на обучение, сочат резултатите от тестовете за оценка на финансовата грамотност, приложен в началото и края на програмата за финансова грамотност. Приключилият през юли 2014 г. проект „Моят живот, моите финанси“ се реализира в партньорство с фондация „Джуниър Ачиив-мънт България“ и финансовия портал „Моите пари“. Финансиран е по Програмата за подкрепа на НПО в България по Финансовия механизъм на ЕИП. По проекта е разработена иновативна програма по управление на лични финанси за ученици в последен гимназиален етап. Изготвени са учебник и учебна тетрадка. Един от най-атрактивните елементи са видеофилмите по всяка тема, направени от Георги Торнев и Мира Добрева. Те може да се гледат на сайтове като ischa.se и pravatami.bg. Интерес предизвика и видеоконкурсът „Моят живот, моите финанси“ във Фейсбук.

По проекта са обучени 16 учители от цялата страна - Видин, Враца, Плевен, Павликени, Лозница, Търговище, Исперих, Омуртаг, София, Стамболийски. Стремещът е да се експериментира какъв ще е ефектът в средни училища, които не са по икономика и финанси. В селища с висока безработица родителите са на гурбет в чужбина и децата заедно с възрастните баба и дядо, които се грижат за тях, трябва да управляват личните си финанси. И там този проект постига значим

социален ефект

Тези ученици прилагат пряко в своята практика знанията, получени по този пилотен проект.

ДОБРИЯТ ПРИМЕР

ТЕ ГОВОРЯТ



Програмата се оценява високо от преподавателите и според резултатите от проучването тя е много ефективна. Но за да могат повишените познания да доведат до трайна поведенческа промяна в посока по-рационално управление на личните финанси, е необходимо постоянно, последователно и мащабно образователно въздействие. Това би могло да се постигне само с усилията на широк кръг от заинтересовани страни - държавни институции, бизнес, медици, НПО, академични среди, обединени от идеята за въвеждане на програма за образование по лични финанси в училищата.

Препоръката е обучението по финансова грамотност да стане част от програмата на средното образование – може като свободно избираем предмет, но още по-добре да е в задължителната програма.

Фондация „Инициатива за финансова грамотност“ е създадена през 2012 г. и е единствената в България с фокус върху финансовата грамотност. Опитът, натрупан в други организации, но свързан с финансовата компетентност, дава увереност на основателите на фондацията, че си струва да се заемат с такава дейност. Идеята е

да се разработят инициативи

насочени към различни потребителски групи. „Във всекидневието си всеки от нас ползва различни финансови продукти, които стават все по-сложни и имат специфични характеристики. Ако не се вникне в дълбочина, потребителят може да избере неподходящ и неизгоден за него продукт и да последват разочарования. Неразбирането на

продукта може да предизвика недоволство у клиента. Светът стана турбулентен и всеки потребител е добре да намери своя правилен ориентир в света на парите”, посочва Росица Вартоник. Твърде малко обаче се предлага в тази посока и затова ръководената от нея фондация се появява в точното време и на правилното място.

Добрите резултати от този експеримент са база, на която да се стъпи в развитието на образователната система, от която се очаква да е все



по-практически ориентирана, уверява Милена Стойчева от „Джунър Ачийвмънт“. Финансовата материя е сложна и объркваща и е важно да има програма, която дава финансова култура на учениците, тъй като те първа ще формират своето финансово поведение, допълва Иван Стойков от „Моите пари“.

За да има ефект, трябва да има постоянство в обучението, а не всичко да е кампанийно. Това трябва да е дългосрочна цел и осъзната политика. Трябва да се осигурят работещи „канални“ за получаване на такова знание и за надграждането му, убедени са във фондация „Инициатива за финансова грамотност“.

Обучението

СИ СТРУВА

Резултатите от тестовете сред учениците са повече от обнадеждаващи

✓ **Най-трудните въпроси са свързани с показателите за избор на кредит (сред тях е Годишен процент на разходите - ГПР) и с гарантирането на влоговете в банки. При първия въпрос нивото на верни отговори е едва 13,07% при входящия тест и бележи значително повишаване при изходящия тест до 75%. По въпроса за гарантирането на влогове в банки повишението е от 20,49% до 85% верни отговори.**

✓ **Сред непознатите теми е пенсионното осигуряване (осигуряване в допълнителен задължителен пенсионен фонд и капиталов/солидарен принцип при осигуряването). Верните отговори са 28% при входящия тест. Общият процент верни отговори при изходящия тест достига 79,7%.**

✓ **Въпросът за приблизително изчисляване на бруто-нето заплата също е важен – верните отговори при входящия тест са 37,6% и 81,9% при изходящия.**

✓ **Позитивен е резултатът и при въпросите от сферата на капиталовия пазар (акции, облигации, риск) - покачването е от 49,3% до 82,9% верни отговори.**

✓ **Що се отнася до употребата на кредитни и дебитни карти, нивото на знания нараства от първоначалните 51,6% до 94% верни отговори.**

✓ **При въпросите от сферата на застраховането (Гражданска отговорност, Каско, имуществени застраховки) подобрението на знанията е от 44,7% до 77,8% верни отговори.**



ЛЮБИМАТА ИГРА СЕ ЗАВРЪЩА С НОВИ

100 000

ЛИТРА БЕЗПЛАТНО!

НА БЕНЗИНОСТАНЦИИ **ЛУКОЙЛ**

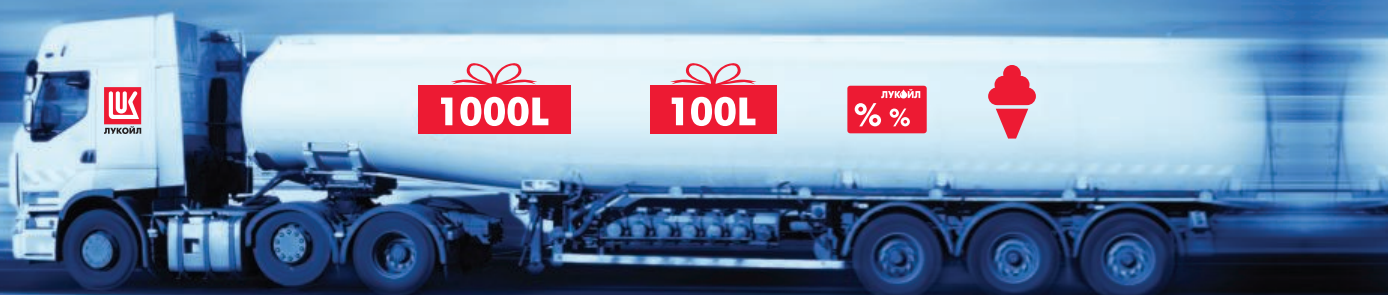
ИГРАЙ С НАС И СПЕЧЕЛИ!

-  50 карти x 1000 литра
безплатно гориво
-  500 карти x 100 литра
безплатно гориво
-  50 000
сладоледа
-  25 000 клубни карти за
зареждане с отстъпка

И ОЩЕ ЛЕТНИ ИЗНЕНАДИ

ОТ 8 АВГУСТ

САМО НА БЕНЗИНОСТАНЦИИ **ЛУКОЙЛ**





Доц. д-р
Григорий Вазов:

Ползвайте финансов консултант

Ръководен от максимата „дайте ми пари, акъл не ща“, българинът премина през финансовите пирамиди, хиперинфлацията, ликвидацията на банки и масовата приватизация



Доц. д-р Григорий Вазов е президент и ректор на Висшето училище по застраховане. Той е главен секретар на Съвета на ректорите на висшите училища в България.

максима „дайте ми пари, акъл не ща“, той „весело и напето“ премина през финансовите пирамиди, хиперинфлацията, ликвидацията на банки и масовата приватизация, докато всички въкупом стигнахме до валутен борг през 90-те години. След което, привлечен от високата доходност на рисковите фондове, отново загуби много пари. Към всичко това, като се прибави и отсъствието на застрахователна и пенсионноосигурителна култура (която също са част от финансовата грамотност), направената констатация за съжаление продължава да е

Доцент Вазов, какво към момента показва вашият общ поглед към финансовата грамотност на населението в България?

- Като изключим тези, които имат специализирано образование и професионално се занимават с финанси, бих казал, че като цяло българинът показва едно доста незадоволително ниво на финансова грамотност. Това е така, защото, ръководен от своята





вярна.

- Защо според вас общата финансова грамотност не е във фокуса на образователната система?

- Не съм съгласен с подобно общение. Всъщност, с малки изключения в почти всички университети се преподават финансови дисциплини, като в повечето от тях има и изградени финансови специалности. Заедно с това десетки консултантски фирми провеждат краткосрочни курсове в различни аспекти на финансовата грамотност. От друга страна, е невъзможно всички да обучат в правилно финансово поведение при настъпила конкретна ситуация, а и никъде по света не се прави. Проблемът е в качеството на това, което се преподава, и възможностите на тези, които го правят, от една страна, и от друга страна – най-после българинът да осъзнае, че използването на финансов консултант е най-правилното икономическо поведение в съвременния свят.

- Какви изводи направихте от опитите за финансова дестабилизация на банките през юни, които се оказаха своеобразен „стрес тест“ както за финансовата и за политическата система, така и за потребителите на банкови услуги?

- Изводът е, че в България всичко е възможно – не само, че определени (привилегирани) банки нарушават съществуващите регулации, но също така и съмнителни „специали-

Банковата система и потребителите не позволиха група хора заедно с политиците да отиграят вариант за дестабилизация на цялата държава



сти”, които не различават банка от ресторант, се наемат да коментират тези събития. Вторият ми извод е, че и сега българските политици бяха неадекватни, тъй като водещото в тяхното поведение са личностните интереси. Трето, единствено банковата система и потребителите на банкови услуги (с малки изключения) имаха адекватно поведение и не позволиха група хора заедно с политиците да отиграят един много сериозен вариант на дестабилизация на цялата държава.

- Нерядко клиентите стават обект на манипулация от страна на финансови и други институции, с които влизат в по-дългосрочни договорни отношения. Как потребителите да се пазят от това?

- Отговорът тук е съвсем кратък: Когато от едната страна на конкретни договор-

ни отношения стоят експертите на съответната финансова институция, то от другата страна и клиентът също трябва да използва свои финансови консултанти. В противен случай няма на кого да се сърди.

- На този етап какво е реалистично да се направи, за да може различните слоеве на населението да получат необходимата им финансова компетентност за по-доброто управление на своите пари?

- Това, което се прави и в момента, не е малко. Все пак на този етап е необходимо всички средства за масова информация рязко да увеличат своите финансови рубрики и да излагат, поясняват и коментират на разбираем език конкретни финансови казуси.

- Кои добри практики, свързани с повишаване на финансовата грамотност, биха могли да направят здрава почва и да се мултиплицират у нас?

- Това, което прави нашият университет, може действително да бъде определено като добри практики. На първо място, това е голямото разнообразие на учебни планове и учебни програми, които са изключително съвременни от гледна точка на финансовата теория и практика, при това имаме преподаватели, които заемат високи управленски позиции в българските финансови институции. На второ място, разработваме сериозни проекти, чрез които повишаваме финансовата компетентност на учениците от горните класове на елитните гимназии. Трето, това са често организираните от нас международни финансови форуми, чрез които много успешно успяваме да трансферираме добрите международни финансови практики у нас.

- Какъв е актуалният въпрос, свързан с финансовата култура, който ще зададете чрез сп. „Икономика“?

- Бих задал много въпроси, на които не знам дали в момента има кой да ми отговори. >





Деян Василев:

Практиката и кризите са най-добрият учител

За защитата на потребителите може да отговаря финансов омбудсман



Деян Василев е изпълнителен директор и съосновател на FinZoom Financial Guide Network. Част от FinZoom са порталите за финансови сравнения в България (www.moiterari.bg), Румъния (www.finzoom.ro) и Турция (www.finzoom.com.tr), чиято мисия е да помагат на потребителите да вземат правилни решения за своите лични финанси. Основател е на компанията за кредитно посредничество „Кредитланд“ и съосновател на Eastisoft Inc.

Осподин Василев, какво към момента показва вашият общ поглед към финансовата грамотност на населението в България?

Финансовата грамотност е една много обширна тема и засяга много аспекти – както общата финансова култура на всеки отделен човек, така и практиките на доставчиците на финансови продукти на пазара. Това, което наблюдаваме, е, че докато една част от населението е пестелива, консервативна и отбягва използването на кредитни продукти, то друга част активно живее на кредит, а за съжаление, една малка част от населението е достигнала и до свръхзадлъжнялост вследствие на ниските доходи, но и на непремереното теглене на кредити за консумация и потребление. Като цяло в нашите изследвания наблюдаваме, че не малка част от хората не са запознати с тънкостите и детайлите по най-масовите банкови и финансови продукти

– например какво е гратисен период по кредитна карта, какви лихви ни се плащат по гебитните карти и какви такси се начисляват.

Начинът, по който спестяваме парите си, също показва егностранчивост и консервативност – като се правят предимно банкови депозити и се внася по спестовни сметки (по последни данни около 40 млрд. лв.) или се купуват недвижими имоти. Отношението към традиционните за западните общества взаимни фондове е по-скоро скептично, породено от липсата на доверие към капиталовите пазари – не само в България, но и в международен план. Не мога да си представя, че повечето от европейците инвестират част от свободните си средства и на капиталовите пазари, а ние по някакъв начин сме по-умни и хитри и единствено имаме доверие на банковите депозити като начин за получаване на възвръщаемост по спестяванията ни. Интерес-

но е как хората ще променят начина, по който спестяват, когато повечето от банковите депозити започнат да дават лихви от порядъка на 1 до 2% годишно?

- Защо според вас общата финансова грамотност не е във фокуса на образователната система?

Образователната система според мен реагира на съвременните предизвикателства по един доста инертен начин. Наистина за учениците е не по-малко важно да добият практически познания по финансова грамотност, отколкото да знаят за строежа на атома и таблицата на Менделеев. За да помогнем в тази насока, от нашия портал Moiterari.bg подкрепихме фондация „Инициатива финансова грамотност“ с експертна помощ за създаването на учебно помагало по лични финанси за учениците между 8 и 11 клас, а 15 училища в България проведоха първите учебни часове по лични финанси през проле-

пта на тази година и се предвижда този проект да се разшири през учебната 2014-2015 г. Опитът и резултатите от него може да се приложат на по-широка база и експертите от Министерството на образованието и науката да настояват за ускорено въвеждане на този курс като част от учебната програма под формата на свободно избираеми и задължителни предмети.

- Какви изводи направихте от опитите за финансова дестабилизация на банките през юни, които се оказаха своеобразен „стрес тест“ както за финансовата и за политическата система, така и за потребителите на банкови услуги?

- През юни 2014-а видяхме, че хората могат да реагират отговорно и да не се поддават на слухове, чрез социалните мрежи може да се доинформират и самоорганизират в посока разумно поведение, а не да се поддават на безразсъдна паника. Дори и когато медиите и политици не излъчват правилните сигнали, а използват определени банки за корпоративни саморазправи. Ето защо спокойно мога да кажа, че гражданското общество успешно издържа един своеобразен „стрес тест“. За съжаление към юли 2014 г. ситуацията продължава да е динамична, а казусът около КТБ не се разрешава по най-правилния начин и все още сме заложници на една влиятелна партийно-олигархична група, която се опитва да национализира на наш гръб загубите, които е генерирала с годините. Сега големият въпрос е дали политиките и държавните институции, включително БНБ и КФН, ще издържат „стрес теста“ и ще докажат, че могат да действат като държавници въпреки огромния задкулисен натиск, на който ще се опитват да ги подложат определени кръгове.

- Няколко клиента стават обект на манипулация от страна на финансови и други институции, с които влизат в по-дългосрочни договорни отношения. Как потребителите да се пазят от това?

- Преди да стигнем до клиентите, трябва да сме сигурни, че институциите правят достатъчно, за да осигурят равен терен и прозрачни условия от доставчиците на финансови услуги. Както знаете, КФН отговаря за надзора над застрахователните

и пенсионните дружества. А КЗП се грижи дали няма неравноправни клаузи в договорите между клиентите и потребителите на услуги от банковите и небанковите финансови институции. Отдавна се препоръчва защитата на потребителите да се централизира, било то при финансов омбудсман или под егидата на една институция с ясни правомощия и отговорности. Например кой в момента гарантира дългосрочното финансово здраве и стабилност на пенсионните фондове, които натрупват все по-големи суми и в продължение на още десетилетие няма да се налага да изплащат пенсии. Сега се гасят пожари и се реагира постфактум на нелоялни и агресивни практики от страна на отделни дружества.

Що се отнася до потребителите, винаги трябва да мислят критично



”

*Потребителите
трябва да мислят
критично и да не се
уповават само на
рекламните послания
или на стагното
чувство*

“

но – да не се уповават само на рекламните послания или на стагното чувство. Важно е да се оценява кои фирми на пазара имат доказана с годините репутация, консервативно управление и лоялност към клиентите и да не се гонят най-високите лихви по депозитите или най-бързите кредити, най-евтините застраховки и т.н. Не на последно място, част от проблемите са и на ниво лично поведение – тенденцията към неразумно харчене на кредит и последвалото свръхзадлъжняване.

- На този етап какво е реалистично да се направи, за да може различните слоеве на населението да получат необходимата им финансова компетентност за по-доброто управление на своите пари?

- Понякога практиката и кризите са най-добрият учител – когато всички

ко върви добре, никой не полага усилия да се защити. В момента не ни липсват кризи и хората са двойно почувствителни и са критично настроени. Надявам се кризата да подтикне институциите към повече действия – Министерството на образованието да въведе курсове по финансова грамотност за ученици и студенти, чрез бюрата по труда и за безработните. А нека не пренебрегваме възможностите на частната инициатива – тези курсове може да са достъпни до широката общественост чрез онлайн образователни платформи. В Moitepari.bg също имаме конкретни планове за изграждане на мобилни приложения за

финансово планиране и финансова грамотност.

- Кои добри практики, свързани с повишаване на финансовата грамотност, биха могли да намерят здрава почва и да се мултиплицират у нас?

- Мисля, че един от най-бързите начини за достигане на масова публика е точно използването на съвременните технологии – мобилни приложения за таблети и смартфони, видеоматериали и онлайн тестове и уроци. Такива приложения и съдържание могат да се предлагат както по проекти от образователни фондации, така и от бавно прохождащата у нас професия независим финансов консултант. Независимите финансови консултанти са много разпространени и търсени на Запад и с подходяща регламентация и с последователното изграждане на положителна репутация с всеки спечелен клиент, тези професионалисти биха станали полезен елемент в екосистемата (да не използвам термина финансова джунгла) и в България.

- Какъв е актуалният въпрос, свързан с финансовата култура, който ще загадете чрез сп. „Икономика“?

- Към читателите на Вашето списание бих отправил следните три фундаментални въпроса за размисъл – знаете ли точно за какво сте изхарчили парите си през последните 6 месеца (по пера)? Имате ли заделен фонд „Бели пари, за черни дни“? Можете ли да си поставяте постижими финансови цели, да ги следвате и да ги постигате? Знаете ли на каква пенсия бихте могли да разчитате, след като навършите пенсионна възраст и правите ли достатъчно, за да си осигурите добри старини (колкото и далечно да ви изглежда това)?

Ако нямате положителен отговор на всички тези въпроси, значи трябва да помислите как може да обогатите финансовата си грамотност и може би да потърсите независим финансов консултант.



Владимир Савов:

Финансовата грамотност е дългосрочна инвестиция в човешки капитал

Стратегия предвижда финансовото обучение да бъде включено поетапно и в средните училища

оспогин Савов, какво към момента показва вашият общ поглед към финансовата грамотност на населението в България?

- За съжаление, финансовата грамотност в България не е на достатъчно високо ниво. Данните, с които работим, са от национално проучване на нивата на финансова грамотност, проведено през 2010 г. по поръчка на Световната



Владимир Савов е член на КФН. В „Уникредит Булбанк“ е бил мениджър „Кореспондентски отношения с чужбина“. От 2000 г. до 2009 г. работи в Москва като старши анализатор в Brunswick UBS, зам.-директор и директор в банка Уралсиб Капитал, директор на департамента за анализи в инвестиционната банка Credit Suisse, а от 2009 г. до 2013 г. е управляващ директор във финансова корпорация „Открытие“ – най-големия частен финансов холдинг в Русия.

банка. Резултатите са доста обезкуражаващи: 47% от хората определят финансовите си познания като незадоволителни или никакви. Сред хората на 16-17 години този процент вече е 53%. Финансовата грамотност е още по-ниска сред пенсионерите и при хората с най-ниски доходи. Същевременно проучването демонстрира и нещо позитивно - осъзната потребност от финансова информираност и грамотност. 74% от българите заявяват, че се интересуват от правата на потребителя на финансови услуги, 69% - от пенсионната система, 61% - от застраховане и застрахователни услуги и 49% - от капиталов пазар и сделки с ценни книжа. Целта на Комисията за финансов надзор (КФН) е да промени негативната картина по отношение на финансовата грамотност и потребностите от информираност. КФН регулярно организира обучения по теми от небанковия финансов сектор, насочени основно към ученици и студенти. Правим това по заявка от тяхна страна и установяваме, че имат интерес да повишат финансовата си грамотност. Положителен факт е също, че при срещите с нашите експерти младите хора имат много конкретни въпроси в областта на застраховането, капиталовите пазари, а често и на допълнителното пенсионно осигуряване. Именно младите биха могли да бъдат двигател на промяната в тази област: те растат и ще живеят активно в променяща се и отворена среда, в която ще трябва да поемат отговорност и да избират мотивирано какви финансови продукти и услуги да използват. Те, както и всички други, се нуждаят от практически знания и умения - как да управляват личния си бюджет, какви рискове и плюсове имат различните продукти и услуги...

За да отговорим на тези потребности, освен че сме винаги отворени да организираме финансови обучения, създадохме специален сайт - www.tvoitefinansii.bg. Той е насочен към потребителите на небанкови финансови услуги и дава информация за различните финансови продукти, основни права на потребителите на финансови услуги, базисни потребителски казуси като постъпване на работа или покупка на автомобил, тестове за финансова грамотност и др. Сайтът е на достъпен език и смятам, че за всеки би било интересно да го разгледа. Основен негов плюс е, че има иновативни приложения, инструмент за самообразование и много полезна информация.

- Защо според вас общата финан-

”

Паниката и поддаването на слухове никога не са добър съветник

“

сова грамотност не е във фокуса на образователната система?

- Преди да избухне финансовата криза, сред потребителите и в световен мащаб нямаше яснота за значението и важността на това да си достатъчно финансово грамотен. В резултат на кризата нагласите до голяма степен се промениха, което отчитам като положителен ефект от нея. Хората днес разбират в много по-голяма степен, че носят отговорност за решенията си и че за да бъдат по-успешни, трябва да бъдат и по-информирани - особено в сферата на личните си финанси. КФН счита, че програмите за финансова грамотност са дългосрочна инвестиция в човешки капитал. Финансовата грамотност е и най-добрата защита за потребителите на финансови услуги, което също е важно да се осъзнае. Проведената през юни в София регионална конференция „Защита на потребителите на финансови услуги и финансова грамотност“, която организирахме съвместно със Световната банка с огромен успех, доказва ясно, че поставените теми вече са приоритет и за националните, и за европейските институции и лидери на мнение. По време на събитието стана ясно, че правителството е финализирано работата по национална стратегия за по-

вишаване на финансовата грамотност за периода 2014 - 2018 г., която предвижда финансовото обучение да бъде включено поетапно и в средните училища. Считаю, че това е изключително добра новина и важна първа стъпка, която ще се отрази положително на нивото на финансово познание на младите хора, а оттам ефектът ще се усети в цялото общество. Но успех в областта на финансовото образование ще има единствено при ангажирането на хората и всички заинтересовани институции и при ефективно публично-частно партньорство за постигане на устойчиви резултати.

- Какви изводи направихте от опитите за финансова дестабилизация на банките през юни, които се оказваха своеобразен „стрес тест“ както за финансовата и за политическата система, така и за потребителите на банкови услуги?

- Изводите тепърва ще се правят, тъй като трябва да мине време, за да осъзнаем комплексно ситуацията и нейните последици. Важно да се каже е, че паниката и вслушването в слухове никога не са добър съветник. Трябва всички обществени фактори, включително и медиите, да проявяват отговорност и да не разпространяват информация със съмнителен произход. Тук и ролята на финансовата грамотност изпъква отново - хората не бива да очакват по-висока доходност за своите вложения, без да помислят и за увеличената степен на риск.

- Нерядко клиентите стават обект на манипулация от страна на финансови и други институции, с които влизат в по-дългосрочни договорни отношения. Как потребителите да се пазят от това?

- Според мен има два основни момента, за да се предотвратят измамите на клиенти. Единият е адекватното финансово образование. Вторият



Хората не бива да очакват по-висока доходност за своите вложения, без да помислят и за увеличената степен на риск



е всеобхватно законодателство, което да бъде в интерес на защитата на потребителите на финансови услуги. В тази посока се очаква в скоро време европейското законодателство за защита на потребителите да бъде възприето в националното ни законодателство. Категоричен съм, че силната защита на потребителите е предпоставка за ситуация, в която печелят всички – и самите потребители, и бизнесът, който си осигурява дългосрочна стабилност, ръст и разработване на нови пазарни сегменти. Именно затова основната цел на КФН е да повиши нивото на разбиране на финансовите пазари и финансовите продукти. По време на регионалната конференция в София, която споменах, специално бе подчертано, че трябва да има добре подготвени потребители и добре информирани институции, които да работят съвместно с регулаторната рамка, защото има натрупано недоверие във финансовите услуги и трябва да се предприемат конкретни мерки за преодоляването му. Еврокомисарят по защита на потребителите Невен Мимица беше съвсем ясен - ако няма доверие, няма да има растеж, а растежът в Европа е изключително важен. Представителят на Световната банка Самюъл Монзеле увери, че трябва всички заедно да предефинираме отношенията между потребителите и финансовата система в Европа, за да можем не само да допринесем за адресирането на предизвикателствата на настоящата криза, но и да се подготвим за следващите. Факт е, че и защитата на потребителите, и финансовата грамотност трябва да бъдат споделени приоритети на институциите, неправителствения сектор, на медиите и на самите граждани, които с общи усилия да бъдат провокирани да търсят информация по финансови теми, защото това е основно в тежен интерес. КФН отговаря за защитата на правата на потребителите на небанкови финансови услуги. Ако възникне проблем, те могат да се обърнат към нас, като възможностите за това са описани на сайта ни www.fsc.bg, както и на www.tvoitefinansii.bg.

- На този етап какво е реалистично да се направи, за да може различните слоеве на населението



да получат необходимата им финансова компетентност за по-добро управление на своите пари?

- Не смятам, че е открита универсална рецепта – по-скоро най-добрият път трябва да се търси в активна комуникация с всички страни, които имат отношение по въпроса. Принципните положения са, че трябва да се познават добре целевите групи и да се избере подходящ канал и начин за комуникация с тях. Ясно е, че няма как да популяризирам чрез социалните мрежи информация, насочена основно към пенсионери и няма как да пропуснеш социалните мрежи тогава, когато става въпрос за млади хора, които прекарват основна част от времето си в тях. Финансовата информация трябва да е ясна, конкретна и на достъпен език, да отговаря на възможните въпроси, а не да обърква още повече потребителите. Добре е да се спазва принципът 'going local' – да се доближим максимално близо до хората, които ще потребяват информацията. За съжаление това невинаги е възможно, но трябва да се правят целенасочени усилия в тази посока.

- Кои добри практики, свързани с повишаване на финансовата грамотност, биха могли да намерят зрява почва и да се мултиплицират у нас?

- Това също е отворен въпрос – трябва постоянно да се проучва опитът на другите гържави и да се търси оптималното му приложение у нас. Според мен всичко, което поражда висок интерес и дава резултат,

бих определил като добра практика за повишаване на финансовата грамотност. Мога да дам няколко успешни примера от инициативи на КФН като ежегодната програма за ученици „Небанковият сектор в България“, която ще се реализира тази година за 12-и пореден път. Тя се организира в партньорство с Министерството на образованието и науката и фондация „Атанас Буров“ и е предназначена за ученици и учители от специализирани училища в цялата страна. Програмата е практически ориентирана и запознава по интерактивен начин учениците от средните професионални училища в страната със структурата, участниците и процесите в небанковия финансов сектор, като им осигурява отлична възможност за карьерно ориентиране и повишаване на финансовата грамотност. Срещаме ги с бизнеса, разказваме им за ежедневната си работа, организираме различни финансови игри, помагаме им да разберат всичко от сферата на застраховането, капиталовия пазар и пенсионното осигуряване, и резултатът всяка година е много висок. Сред другите ни успешни практики бих откоил специализираните обучения на студенти, учители, журналисти, атрактивни събития като проведените „Дни на отворените врати“ и други потребителски формати. Добър пример е и сайтът www.tvoitefinansii.bg с всичките му функционалности и възможности за обратна връзка, който е инициатива, която смятаме да нагледваме и развиваме.





ЛЯТНО БАРБЕКЮ С БРАЗИЛСКИ ПРИВКУС

Главният готвач на Хилтън София, Андре Токев, ще Ви изненада с рибни и месни барбекю ястия на терасата на бар "Артистс". В допълнение екипът му обещава разнообразни предястия и гарнитури. Не пропускайте изкушенията, които ще Ви накарат да помечтаете за истински летни вкусове: Кралски рак, Октопод на грил, Пилешки крилца, Агнешки котлети, Печен качамак и Салата от авокадо.

**Заповядайте в Хилтън София, бул. България 1, тел. +359 2 933 5064
facebook.com/hiltonsofia**



Hilton
SOFIA



Румяна Витнова:

Неумело управляваме бюджета си

Децата вече са наясно със зависимостта между добрите финансови познания и мечтаното от тях прекрасно бъдеще



Румяна Витнова е преподавател по икономически дисциплини, в това число финанси и счетоводство от 16 години и е носител на първа професионално-квалификационна степен. Има множество публикации за иновативни образователни технологии, а през последните три години учениците ѝ са победители, медалисти и призъори в редица национални конкурси и състезания, като в някои от тях представят България на световни и европейски финали. През 2013 г. получава Почетно отличие „Неофит Рилски“ за дългогодишна цялостна високопрофесионална трудова дейност. За 2014 г. Румяна Витнова е носител на приза „Учител на годината на България“ в професионалната подготовка и на отличието „Учител на годината на община Враца“.

Оспожа Витнова, какво към момента показва вашият общ поглед към финансовата грамотност на населението в България?

- Характерно за българите като цяло е, че всеки разбира от всичко и точно затова повечето хора, научили нещо по някоя финансова тема, се смятат едва ли не за експерти и могат дълго да водят разговори, застъпвайки конкретното си мнение. Тези приказки обаче не ги правят финансово грамотни. Смятам, че като цяло нивото на финансова култура на българите продължава да е твърде ниско. Хората боравят свободно с малко понятия от света на финансите, не познават възможностите, които им дава финансовата ни система, и не търсят начини за личния си напредък чрез финансови инструменти, продукти или услуги. В това число и младите в България. Дисциплини като финанси и счетоводство се асоциират с неразбиране, трудност, страх или скука. Малцина целенасочено търсят

финансова информация, а повечето не обичат да трупат финансови знания. Въпреки че още децата са наясно за зависимостта между финансовата им грамотност и мечтаното от тях прекрасно бъдеще.

- Защо според вас общата финансова грамотност не е във фокуса на образователната система?

- Проблемът на цялото ни образование и в частност на икономическото в момента е, че липсва реална връзка между потребностите на бизнеса и предлаганата квалификация на завършващите средните училища и университетите. Също така липсват контакти между образователните и финансовите институции. Няма политика за отваряне на тези организации едни към други. Липсват дългосрочни стратегии и подходящи програми, които да обхванат последователно различни нива на образователната ни система. Аз лично съм

преподавала икономически дисциплини по няколко различни системи и програми и смятам, че общата финансова грамотност не е приоритет в нито една досега. Не отричам, че има добри нови образователни проекти като „Моят живот, моите финанси“ и програмите на „Джуниър Ачиъвмънт България“, но за качествено и трайно повишаване на общата финансова грамотност на българите е необходима дългосрочна гържавна политика на различни нива.

- Какви изводи направихте от опитите за финансова гестабилзация на банките през юни, които се оказаха своеобразен „стрес тест“ както за финансовата и за политическата система, така и за потребителите на банкови услуги?

- Един от основните изводи за мен е, че българите, поради ниското ниво на финансова грамотност, показват готовност да повярват на всеки и на

Всичко, което носи най-малка заплаха или риск за тях, колкото и разнопосочна да е информацията. Налице е неосъзнато упражняване на правата на потребители на финансови продукти и услуги поради неинформирания и нерационален избор, който правят, на банкови продукти и услуги. Хората неумело управляват личните си финанси, избират финансови продукти, чиято същност не разбират добре. Те може да не съответстват на конкретните им нужди, епизодично търсят информация и не се съобразяват с възможните рискове. Затова се поддават на страхове и паника.

- Нерядко клиентите стават обект на манипулация от страна на финансови и други институции, с които влизат в по-дългосрочни договорни отношения. Как потребителите да се пазят от това?

- Тук отговорът за мен е еднозначен - осъзнато и целенасочено информиране. Все пак преди да влезе в договорни отношения с конкретна финансова институция, всеки клиент на първо място трябва много добре да осъзнае и да анализира реалните си нужди и какви са целите му. На второ място, да се информира, като съпостави предлаганите оферти за конкретната му нужда от различните финансови институции. Това може да направи във финансови портали като „Моите пари“ или чрез финансови консултанти. И трето, при избора на най-добрата според него оферта да се консултира, да чете всичко по договора и да задава много въпроси. Клиентът трябва да е наясно с всички евентуални разходи, задължения и възможности по договора – лихви, такси, комисиони, задължителни застраховки и т.н.

- На този етап какво е реалистично да се направи, за да може различните слоеве на населението да получат необходимата им финансова компетентност за по-доброто управление на своите пари?

- На първо място, според мен, е реалистично образованието за обща финансова грамот-



Обученията в средното училище, организирани от фондация "Инициатива за финансова грамотност", дават висок резултат



Финансовата грамотност е една от ключовите компетенции на човека от XXI век



И в гр. Стамболийски има ученици, които са убедени, че в училище всеки трябва да придобие обща финансова компетентност


ност и управление на личните финанси да влезе в училищата в по-широки мащаби. Пилотният проект „Моят живот, моите финанси“, по който работих през тази учебна година, дава много оптимистични резултати за нивото на финансовите познания на учениците, съпоставено на входа и изхода. За мен също е много реалистично и имам амбицията да се разработи подходящо учебно помагало за най-малките ученици от първи и втори клас. Друга посока на ограмотояване на българите е работата по проекти на фондации, асоциации и НПО в клубове на различните социални групи. Според мен е удачно инициативите на фондациите да се предлагат на български работодатели за достъпно финансово ограмотояване на техния персонал в подходяща форма. Смятам също, че информационните материали и кампании на банките биха

могли да станат по-информативни и достъпни за потребителите.

- Кои добри практики, свързани с повишаване на финансовата грамотност, биха могли да намерят здрава почва и да се мултиплицират у нас?

- Най-общо това са: добрите европейски законодателни практики за хармонизиране на образование и бизнес; отварянето на банките към образователните институции; дългосрочна стратегия за повишаване на финансовата грамотност на всички нива; повишаване информираността и защитата на потребителите на финансови услуги в България.

- Какъв е актуалният въпрос, свързан с финансовата култура, който ще зададете чрез сп. „Икономика“?

- Даваме ли си сметка, че финансовата грамотност се е превърнала в една от ключовите компетенции на човека от XXI век, защото качеството и удовлетвореността от живота ни все повече и повече зависят от нея? 

Кирил
Сакскобургготски:

България трябва да приеме еврото

Енергийният
сектор може
да се изведе от
кризата, но без
политическа
намеса



ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

— н Саксбургготски, какви са проектите, над които работите в момента? Има ли инициатива, която е свързана по някакъв начин с България?

— Работя като изпълнителен директор на един от най-големите хедж фондове - „Map Group“, като отговарям за различни инвестиционни фондове. Работата ми е фокусирана върху пазара на Иберийския полуостров, основно в Испания и Португалия. Преди година бях назначен за ръководител и на латиноамериканския пазар, където целим да се разраснем в следващите години. Прекарвам повечето време в разговори с инвеститори на тези пазари. Това е интересна среда, но за съжаление е далеч от България. От друга страна, е ценно да бъде видяна ситуацията в такава голяма икономическа обстановка и какво се случва там, а някои от предизвикателствата са подобни на тези в България.

— Как се развива пазарът в Латинска Америка?

— Латиноамериканският пазар за инвестиции, включващ както частни, така и институционални инвестиции като пенсионни фондове и банки, е доста сложно място по отношение на регулациите и ликвидността на пазара.

В същото време целият сектор е много фрагментиран, защото има различни и индивидуални критерии, валути и регулации за инвестиции. Като цяло пазарът досега беше основан на протекционизъм, но това бавно и постепенно се променя. Все повече местни инвеститори искат да имат достъп до различни пазари извън континента, а това „отваря“ страните навън.

— Какви са сходствата и различията между този и българския пазар от финансова и регулаторна перспектива?

— В Латинска Америка има много различия по отношение на икономическите цикли. Има страни като Чили и Бразилия, които са силно зависими от

Кирил Саксбургготски е вторият син на последния български цар (1943-1946) и министър-председател на България (2001-2005) Симеон II и съпругата му доня Маргарита Гомес-Асебо и Секуела. Роден е на 11 юли 1964 г. в Мадрид. Кръстен е на чичо си княз Кирил Преславски (1895-1945).

Княз Кирил носи титлата Преславски. Завършва теоретична и квантова физика в Принстънския университет. Специализира финанси, живее и работи в Лондон като банков експерт в централите на финансова къща „Лемън Бродърс“ в Ню Йорк и Лондон (1991-2001) и в лондонската „Джи Ел Джи Партньърс“. Бил е съветник на българския президент Петър Стоянов по макроикономика (1997-2001). В момента е директор на хедж фонда „Map Group“. Създател е на „Bulgarian City Club“ (Българския клуб в Лондонското сити). Има две дъщери и син.

”

Сега е моментът България да покаже на света, че е стабилен партньор и добро място за инвестиции

“

износа на суровини, стоки и природни ресурси. Също разходите за труд и заплащането са се увеличили през последните 5 години, и като следствие пазарът там има голяма трудност да се напасне спрямо общите нива. Това е доста голяма разлика спрямо българския пазар, тъй като в Източна Европа не се разчита основно на природни ресурси.

Други пазари като Мексико и гонякь-де Перу се съревновават с конкурентни пазари на базата на ниски разходи за труд, чрез които да изнасят към



Кирил говори на откриването на Българския фонтан в Кенсингтън гардънс, проект на Българския Сити клуб



”

Фракингът може да играе роля в региона, тъй като има наченки на отваряне към него за допълнителен източник на енергия

“

развиващите се пазари. Тези пазари са доста по-близки като структура до българския, защото не разчитат само на суровини, но и на квалифицирана работна ръка. Износът включва стоки като дрехи, текстил, електротехника и всичко, което може да бъде произведено на ниска цена. В този смисъл тези страни са по-близки до България по отношение на структура на икономика и регулация.

- Нека се фокусираме върху България. Следите ли развитието през последните месеци на макроикономическата картина в страната? Наскоро бяха извършени няколко емисии на външен дълг, които целят да подсилят бюджета и банковата стабилност. Смятате ли, че това би имало положително влияние върху икономическата ситуация на страната?

- Следя икономическото развитие на България от инвеститорска гледна точка, тъй като освен ключова в региона, страната е и част от Европейския съюз (ЕС), а това има значение и за европейските перспективи. Те са особено значимелни в последните години, особено заради страни като Португалия и Испания - държави, които минаха през много икономически и финансови турбуленции под формата на криза, която обаче отминава с времето.

Не очаквам финансов колапс за страната, тъй като България, макар и изправена пред редица предизвикателства и трудности, е сред страните в Европейския съюз с най-ниско съотношение на целия държавен и държавно гарантиран дълг към брутен вътрешен продукт (БВП). България всъщност е в много изгодна позиция от тази гледна точка, защото е в долния спектър на задлъжнялост, а това вага

”

Банковият
съюз е
задължителна
стъпка за
Европа

“





Голям брой българи имат нагласата да се върнат в България, тъй като виждат перспективи за развитие



допълнителен буфер при извънредни ситуации. Сравнена със страни като Испания, където държавният дълг представлява над 100% от БВП, България няма основания за притеснения по отношение на заплахата от дефолт.

- Енергийният сектор в последните години е един от най-дискутираните, защото отчита най-сериозен дефицит. Смятате ли, че подхождат ли да се промени и как може да се постигне баланс в този сектор? Трябва ли да се премине към раздържавяване на енергийните фирми?

- В този сектор може да се гледа от няколко ъгъла. Първо, като човек с познания в ядрената енергетика, смятам, че секторът в България е затрутен по отношение на капацитета на производство на енергия спрямо нивата на консумация в бъдеще. Това се дължи на редица фактори, включително вътрешни особености. Важно е обаче да се отбележи, че това е сектор с дългосрочна перспектива, който изисква знания от техническа гледна точка, но и политическа воля и отдаденост, за да може да бъде планирано в период, по-голям от мандата на едно правителство.

България днес е в ситуация, в която е наложително да бъде изложено точно и ясно какви са проблемите в сектора и как могат да бъдат решени, като се избегне политическата намеса в сферата и просто да бъде направено това, което ще изведе сектора от кризата. Трябва да бъдат ограничени и външни влияния върху фактори като разходи, околна среда, видове енергия и методология на установяване на приоритетите. Секторът е в затрунено положение, но има категорична нужда от правилни действия.

България има доста прилики в това отношение със страни като Испания, където енергийните компании имат огромни задължения, а те продължават

да растат с времето, но се отдават малко внимание на потенциалните последици от този проблем. В Испания се стигна прекалено далеч по отношение на увеличаването на пропорцията на възобновяемите източници в енергийния микс, като до момента тя достига около 40 на сто. За сравнение, в България тя е около 16-17 на сто.

Да, смятам, че ситуацията е трудна. Затова изисква добро планиране и най-вече последователност, за да не бъде променяна изцяло посоката при смяна на правителството, а в дългосрочен аспект резките промени носят само негативи. Само чрез последователност секторът може да излезе от ситуацията, в която е.

- От началото на миналата година много се дискутира енергийната политика на цяла Европа. Заради събитията в Украйна беше поставен въпросът и за общ енергиен съюз. Каква трябва да е позицията на страната ни относно тази идея?

- Трябва да бъдат взети предвид природните ресурси, с които разполага всяка страна, както и диверсията на източниците на енергия. Защото събитията в Близкия изток и Украйна през последните години повдигат именно този аспект на проблема с енергийния сектор. Фракингът също може да играе роля в региона, тъй като има наченки на отваряне към него за допълнителен източник на енергия.

Много страни срещат едни и същи предизвикателства в сектора, основно заради много политически популизъм или липсата на или грешната информация за ползите и негативите за всеки един от възможните енергийни източници.

- Очаквате ли промяна след предстоящите предсрочни парламентарни избори на 5 октомври и каква трябва да е тя, за да живеят българите по-добре и да се чувстват като европейци?

- Не следя достатъчно отблизо политическата ситуация в страната, но със сигурност е важно да има стабилно мнозинство, което да извърши нужните реформи в страната и да се движи напред по отношение на дългосрочните цели, така че България да бъде по-конкурентоспособна. Важно е да бъдат привлечени и чужди инвестиции, които увеличават потенциала на страната.

- Имате ли желание да се включите под някаква форма пряко в политиката на България?

- Нямам планове, а и не искам да се включвам в политическата картина. От гледна точка на бизнес перспективи - поддържам връзка с много международни инвеститори и компании, които развиват проекти в България, и следя с интерес икономическите процеси както в България, така и в целия ЕС.

Смятам, че има положителни сигнали за подобрене на средата, не така бързо, както се случва във Великобритания, но някои от мерките на централните банки определено позволиха постепенното подобряване на бизнеса в съответните страни. С него виждаме и повече интерес от страна на инвеститори за дългосрочни проекти. Затова смятам, че сега е моментът България да покаже на света, че е добър и стабилен партньор и че е добро място за инвестиции.

- Какви са настроенята в Българския Сити клуб в Лондон, Великобритания? Има ли желание от страна на хората да се връщат тук? Какво ги съветвате и какво въсъщност би мотивирало младите да се върнат в страната?

- Има голям брой българи, които имат нагласата да се върнат в България, тъй като виждат перспективи за развитие. Въсъщност, страната има много кадри, с които да се гордее - студенти, приемани в най-елитните

”

Нямам планове, а и не искам да се включвам в политическата картина

“

университети със стипендии, топменджъри в ключови компании и хора, които успяват всеки ден в своята професия. Моето впечатление е, че има повишаване на нагласите за връщане обратно в страната с цел развитие.

България е отлично място за живот. В сегашната ситуация възможностите за развитие са донякъде ограничени, но с постепенното подобряване на икономическата обстановка те се повишават. Защото дори и най-негативните оценки показват, че най-лошото от финансова и икономическа гледна точка вече е зад гърба ни.

- Тъй като познавате страната и региона, какво е привлекателното за инвеститори в България и Източна Европа? Какви са предимствата и недостатъците на региона?

- България е сред страните с фокусиран квалифициран труд, а това е важно предимство. Оттук е ключово да се намери правилният капитал, който да развие този потенциал. Това изисква добра регулаторна рамка и административни улеснения. Друг плюс е географската позиция на България, близо до един от двигателите в региона - Турция. Като съседска страна тя предоставя възможности за много подобрения на експорта, както и на редица сектори като земеделие и транспорт.

- Може ли Турция да бъде основен фактор в Европейския съюз и каква трябва да е позицията на България спрямо страната при такава връзка?

- Турция е огромен пазар, който расте. Връзката на страната с Европа донякъде е по-деликатна заради различни странични фактори. Моето мнение обаче е, че колкото по-скоро Турция стане част от ЕС, толкова по-добре за всички. Ако това се случи, то би имало



и големи ползи за България по отношение на възможностите за подобряване на бизнес обстановката.

- Какъв път трябва да избере Европа за справяне с финансовата и икономическата криза - строги ограничения и рестрикции или по-високи бюджетни разходи?

- Вземайки предвид развитието на САЩ и Великобритания, смятам, че трябва стриктна бюджетна политика, която обаче да е съпроводена с ликвидност на централните банки. Това би довело до оздравителни процеси в Европа и икономически просперитет. Смятам, обаче, че в последните години и ЕС е имал моменти на нерешителност, давайки възможността да се избегнат гадени последици от проблеми, създадени от някои страни, а това не е добър общ сигнал. По този начин няколко страни поемат основната тежест в трудната ситуация, в частност Германия, и затова, може би, процесът на възстановяване на Стария континент продължава по-бавно спрямо други страни, като САЩ например.

- Какво мислите за банковия съюз

в Европа? На фона на сътресенията в банковия сектор по-активно се заговори за подобна стъпка, която може да е факт още през 2014 година. Какво трябва да е участието на България в съюза?

- Това е задължителна стъпка за Европа. В контекста на монетарен съюз подобна идея показва потенциала си за справяне с редица банкови проблеми. Въпреки многото и разнопосочни мнения, смятам, че това е стъпка напред, защото заложените капиталови изисквания и регулаторна рамка ще избегнат ситуации, в които банки могат да се окажат не достатъчно добре капитализирани. Колкото по-интегрирана е България към ЕС, толкова по-добре. Смятам, че това важи и за банковия съюз. Това създава повече икономическа активност и премахва редица бариери, така че ситуацията може да се опише като „win-win”.

- Считате ли, че България трябва да ускори присъединяването си към еврозоната и да приеме еврото?

- Успехът на Европейския съюз е очевиден, въпреки кризата от 2008 го-



С българския посланик във Великобритания Константин Димитров и дъщеря си Мафалда

дина. Важно е съюзът да остане силен и да продължи да функционира, защото той предоставя редица предимства на всяка страна членка. Това се отнася и до валутата. България трябва да мисли в тази посока, защото страната вече плаща цената да бъде част от един съюз. Освен това еврото доказва стабилността си през последните години. Смятам, че ползите от него са категорични - стабилна и единствена валута, отпадане на различни разходи за парични преводи, възможности за развитие в туризма и търговията.

- Вие сте любител на морските спортове, в частност на сърфа. Бихте ли дошъл на почивка на Българското Черноморие, за да карате сърф? Има ли в страната условия за подобен спорт?

- Обожавам сърфа. Има най-различни видове сърфинг, като най-познатият е най-обикновено каране на гърска над вълните. Конкретно за него няма особени условия в България. Но за уинд или кайт сърфинг има прекрасни възможности. Нямам много възможности да се застоювам по-дълго в страната, но се надя-

”

Колкото по-скоро Турция стане част от ЕС, толкова по-добре за всички. Това би донесло и големи ползи за България

“

вам скоро да планирам ваканция, в която да опитам и тези спортове, както и много други, за които има добри условия заради природата - голф, ски.

- Разкажете повече за децата си. Имате 2 дъщери и един син. С какво се занимават те? Какво учат и какви са интересите им? Имате ли планове за тях в България?

- По-голямата ми дъщеря Мафалда - Сесилия е на 20 години и в момента

учи музика в Лондон. Има голям талант и обича да композира. Олимпия е на 18 и ще учи в университет с добра американска програма, която окуражава студентския обмен за семестър или година. Би би било прекрасно да прекараме заедно една година в България, защото ще има възможност за качествено време, опознавайки страната и хората - нещо, за което аз нямах възможност. Синът ми Тасило е на 12 и е все още в училище в Лондон. Обича много спорта и особено футбола.

- Какъв е Кирил Саксбургзотски без бизнес костюм и извън офиса?

- Обичам да пътувам с децата си. Мога да се нарека голям щастливец, защото те също обожават да опознават чужди култури и затова го правим заедно. Избираме внимателно и бавно дестинациите, които да посетим, и се наслаждаваме на времето заедно. Харесвам и да спортувам с тях. Интересите ми са основно в науката, математиката и физиката, като в свободното си време чета такава литература. Когато не се занимавам с финанси пък, гледам да спортувам. **И**

Икономика на автопилот

ЯНА КОЛЕВА

Живеем в свят, в който това, за което се говори, не е онова, за което става дума. И това с пълна сила важи и за българската икономика. Заг цифрите и фактите, които добиват публичност, стоят реалности, които може никога да не излязат на показ. „Сигурността на държавната власт е висшият приоритет, съдейки по усилията, които полага държавата, за да се защити от нежелания поглед на населението“, твърди Ноам Чомски. Ето защо не бива да приемаме желаното за действително, колкото и пропагандната машина да разчита на това.

Шумът за съживяване на икономиката, за нови работни места и за по-добра финансова перспектива, които бяха „звездец“ в програмата на предишните парламентарни избори. После напразните намерения бяха обогатени с говорене за реиндустриализация и рестарт на икономиката, които безславно завършиха с

банковата пробойна

в КТБ, от която зейна гупка за милиарди. И това неминуемо хвърля тежка сянка върху цялостната финансова стабилност на страната и на икономиката.

Предстоят избори, т. е. време е за нови обещания. Но както по всичко личи, погледът ще е вперен по-скоро назад в отминаващото, отколкото в търсенето на нови възможности бизнесът да преодолее кризите и населението да се радва на по-високи доходи.

България се превърна в опитно поле за действието на различни теории и практики, чийто краен резултат не доведе до стабилна и просперираща икономика. И тъй като живеем в свят, в който това, за което се говори, не е онова, за което става дума, резултатът от



четвърт век експерименти показва, че целта не е била силна пазарна икономика, а

превръщане на богатството

прикрито зад изобилна манипулативна словесност. Все по-голяма илюзия изглежда основаването на „невидимата ръка“ на пазара, тъй като в българския вариант

тя е по-скоро свързана с невидимо присвояване на капитал и активи, отколкото със създаване на конкурентоспособен бизнес. Разбира се, има и добре работещи компании, но те засега не са в състояние да променят общата картина на икономическа безизходица. И вместо оскъдният обществен ресурс да се насочи към създаване на икономически стимули, парите ще отидат за справяне с последствията от

Задача с повишена трудност е да се създаде конкурентоспособност и растеж



изпразнената от съдържание банка.

„Ние очакваме нашата вечеря не защото месарят, пивоварят и пекарят са благосклонни, а защото се водят от собствения си интерес. Разчитаме не на тяхната хуманност, а на любовта им към самите себе си. И никога не им говорим за нашите нужди, а за техните изгоди.“ Това твърди Агам Смит в своя труд „Богатството на народите“, публикуван през 1776 г. В срещата

си с тезите на смятания за баща на пазарната икономика някои стигат само до подобни цитати, без да се интересуват, че основополагащият му труд е „Теория на моралните чувства“. Там той ясно посочва, че видимата ръка на науката, на културата и морала трябва да управлява невидимите ръце на пазара.

Политиците пак са

прицелени във властта

която носи облаги. Но за съжаление общественото богатство след всяко следващо управление се стопява, а дългът расте. И днес повече от всякога трябва да се мисли как да се създаде работеща икономика. Засега обаче тази задача стои на заден план и чака хора с потенциал и хъс, които да се заемат с това.

Стимулите са тези, които карат хората да работят повече и по-добре. Следователно, за да се насърчи развитието на икономиката, трябва да се разработи национална програма, основана именно на стимулите. А колкото повече решаването на икономическите проблеми се отлага, толкова повече кризата се задълбочава и проблемите се усложняват. Поради липсата на заетост и достойни доходи, работната ръка изтича навън и като последица недостигът на средства за здравеопазване, пенсии, образование, изгръжка на администрацията и т. н. рискува да стане хроничен.

Иновации, иновации...

В тях се крие решение, но и проблем. Първо, че са необходими големи финансови ресурси за въвеждането им, а, второ, и високообразовани кадри. В България се злоупотребява с темата „производителност на труда“ и тя е каквато е, защото твърде малко се прави за въвеждането на новите технологии. „Високата производителност не се постига с ръчен труд, нужна е автоматизация, което означава предприятия от ново поколение. По оперативна програма „Конкурентоспособност“ може да се купят машина-двее, но не и цяла технологична линия. Не се стимулира покупката на ноу-хау и лицензи, което да даде отскок в

развитието. Това е бомба със закъснител. Големият проблем не е в това, че българското производство е много енергоемко, колкото, че трудът не е автоматизиран. При иновациите, които ще повлияят на икономическото развитие, фокусът не е върху намаляване на себестойността, а върху това да се предложи ново изделие“, коментира Александър Трифонов, сертифициран консултант по управление. Той разказва как през 50-те години на миналия век, за да навлязат на външните автомобилни пазари, японците преценяват да зложат на атрактивността, не на надеждността. Дават пет години гаранция, след което резервните части стават изключително скъпи, за да подтикнат клиента да си купи нов автомобил.

Отварят си ниша

с елегантни и безшумни коли, но избират да имат бърз цикъл на обновяване на продукцията. Тенденциите в дизайна постоянно се променят, а те намират начин да привличат интереса с новите си предложения. Същевременно на бизнеса се дава възможност да купува лицензи от чужбина, но задължават фирмите след това да правят патенти. Примери много, въпросът е някой да се интересува от тях с цел да въвежда нови успешни практики.

В България вече четвърт век използват обтекаеми понятия и не се стига до конкретизация. Според Александър Трифонов икономическите процеси в света не са едностранно насочени към приватизация, а раздържавяването често се редува с национализация, последвано от приватизация. Така например британските железници два пъти са приватизирани и три пъти национализирани. Когато в частни ръце услугата се влоши, тя се одържавява и когато се стабилизира, отново собствеността може да се смени.

У нас не се прави детайлна оценка на вложените пари и от това обикновено частникът печели, а държавата губи. Дори когато се приема нов закон, това задължително трябва да е съпроводено с оценка за въздействието.

Тя трябва да е коректно направена, а не да е проформа и анализите да са манипулирани.

Липсват механизмите, които **трайно да насърчават**

инвестициите в страната. Законите се променят бързо, няма предвидимост и тук вече идват главно рисковите играчи. В Закона за насърчаване на местната индустрия, приет през 1928 г., е записано, че той важи за период от 15 години. А сега, само година след като Законът на публично-частното партньорство бе влязъл в сила, правителството на Пламен Орешарски излезе със становище, че той не работи и трябва да бъде отменен.

Реиндустриализацията и рестартът на икономиката останаха думи на вятъра. Икономическа стабилизация може да се постигне само ако има правила, важащи за всички, и разпределение на отговорности и задължения. Лошото в България е, че не само институциите не са на място, а те се използват целенасочено за задоволяване на политически и корпоративни интереси. Няма стимули за развитие. Същевременно липсва закон за браншовите камари. Александър Трифонов е убеден, че с него бизнесът по сектори може да получи по-голяма стабилност,

Вместо да се самоизяжда

След като държавата няма адекватна политика за развитие на икономиката, тя би могла да делегира функции на браншовите камари и съюзи, да им даде власт, но и да им вмени отговорност. Разбира се, има опасност, ако това се случи, моделът да бъде изкривен и браншовите камари да се превърнат в търговци на влияние.

Липсата на визия за развитие се отразява и на образованието. То не готви необходими за бизнеса кадри и се влиза в нов омагьосан кръг. Икономиката все повече затъва, останали без препитание, хората се принуждават да търсят работа в чужбина, което води до обезлюдяване и още по-голям демографски проблем,

които рефлектира върху фирмите с липсата на работна ръка.

Задача с повишена трудност е да се създаде конкурентоспособност на българската икономика. Дори за европейските правила в управлението на оперативните програми отдавна се намериха вратички. Повечето обществени поръчки се дават чрез задкулисно договаряне, затова и налетите пари не дадоха очаквания растеж за българския бизнес. Балканският шмекерлък си казва гумата и затова икономика-

та ни прогълтава да затъва. Няма персонална отговорност, липсва прозрачност и това дава възможност за сговор в името на определени интереси.

Няма стимули за развитие

„Реиндустриализацията не е да съживиш мъртво предприятие, като му наливаш пари. Ако ще произвеждаме торове например, те трябва да са част от веригата на рогно-



то производство и да са на такава цена, че да правят конкурентоспособно производството, в което ще се вливат. Иначе подобна държавна инвестиция става неоправдана. Не може да се разчита на случайната частна инициатива. Станахме свидетели как се отварят предприятия, те създават заетост, но за кратко, тъй като външният инвеститор преценява, че за него е по-изгодно да премести предприятието другаде”, обяснява Трифонов.

Държавата все по-малко има какво да предложи за растежа, след 25-годишния преход тя е с все по-символично присъствие и сила. Все по-ограничени са нейните възможности, икономиката

като шагренова кожа

продължава да се свива, хората работят все по-малко и все по-незначителни са доходите им, което чрез покупателната способност рефлектира върху икономиката и така спиралата на негативната цикличност се завърта. Докато имаше държавни активи и работещи предприятия, имаше и „магически“ формули, а и външни инвеститори лесно се привличаха. Реформаторското „меню“ вече е твърде постно. Растеж виждат само онези, които, макар и с лупа, трябва да докажат, че го има. Ето защо спасяването на българската икономика, ако използваме сполучливото сравнение на Жан-Клод Юнкер, ще е като ремонт на горящ самолет по време на полет. А това е по силите само на политик с концепция за позитивна промяна, но и с желязна воля да я наложи. 



Ехо от големите имотни инвестиции

Проекти „на трупчета“ може да станат печеливши, но това изисква професионален мениджмънт

ЯНА КОЛЕВА

В днешно време хората знаят цената на всичко, но не са наясно със стойността на нищо. Тази сентенция на Оскар Уайлд е напълно приложима и към недвижимите имоти. Спуканият балон остави след себе си пустеещи сгради. Времето на големите очаквания задълго отмина. Сега удари часът, когато трябва да се проумее, че цената е сума, обменена между купувач и продавач чрез сделка, която е резултат от преговорите между двете страни. Стойността всъщност е ценността на даден актив в определен момент. Тези две понятия не бива да се бъркат, предупреждават познавачи на имотния сектор.

След края на строителния бум съживяването на пазара става бавно и това беше поводът Клуб Investor.bg да организира дискусия за успешните практики при управлението на портфейл от имотни активи. Константин Бояджиев, Тодор Кавръков, Виктор Генев, Гален Тодоров и Добромир Ганев споделиха опит с надеждата добрият пример да се окаже заразителен и постепенно застоят да бъде преодолян.

Пазарът на недвижими имоти се опитва да намери своята

поносима нормалност

но това става бавно и трудно. Има редица обстоятелства, които продължават да влияят. Възлетът се заплете и от факта, че много компании в България придобиха имоти чрез приватизацията или по време на растежа преди кризата, когато предприемачи

без опит в инвестициите се сдобиха с недвижимост. Големият обем от подобни активи в баланса на фирмите, които не са специализирани в управлението на такива портфейли, води до високи разходи за данъци и кредити, за поддръжка и охрана. Липсва ли професионален мениджмънт, финансовият ресурс, затворен в недвижими имоти, продължава да тежи на икономиката.

Реализирането на тези активи изисква професионално отношение, което в повечето случаи също липсва. Няма и заложен бюджет за маркетинг, което на практика стопира продажбата им. На падащ пазар загубата на време е съществена при намирането на по-добра доходност, предупреждава Добромир Ганев.

Много проекти са осъществени до определен етап и са оставени „на трупчета“, тъй като инвеститорите им не са имали яснота защо ги изграждат или придобиват, как ще ги развиват.

Случайните играчи

се надяваха, че трендът още дълго ще е нагоре. Сега те са в още по-голямо объркване как точно да подхождат - особено ако целта е била спекулативна продажба, не е имало разчети за дългосрочна възвръщаемост, а са правени много компромиси при проектирането и изграждането. Професионалистите уверяват, че има начини да се добави стойност, но това става >

Успешна формула

В годините, когато строителството прегръваше, се твърдеше, че офисните и складовите площи са печеливша инвестиция. По-късно се разбра, че има много изисквания, за да може този лесно продаваем мит да се превърне в реалност.

„В кризата намирането на наематели става трудно и това изисква екипите по управление на собствеността да проявяват гъвкавост и находчивост.

Заделя се все по-голям рекламен бюджет, непрестанно се създават екстри за наемателите и не бива да се забравя, че не само трябва да се привличат нови наематели, но и старите да бъдат задържани.

Клиентите държат на комплексното обслужване, което им гарантира комфорт на обитаване и затова е препоръчително да

се осигуряват максимални удобства и широк диапазон от необходими за наемателите услуги, в това число спорт

и забавления”, твърди Тодор Кавръков, мениджър отдаване под наем в Търговски център „Европа”.

Наемателите според него оценяват перфектното поддържане на сградите, отличния

фасилити и пропърти мениджмънт, които включват не само техническа

поддръжка, но и постоянна връзка с тях самите.

ФОТО: СТОЯН ЙОТОВ

Добрият пропърти и фасилити мениджмънт има съответна цена, но си струва, щом носи добавена стойност

СЕКТОР

само при добър мениджмънт и прилагане на работещи практики.

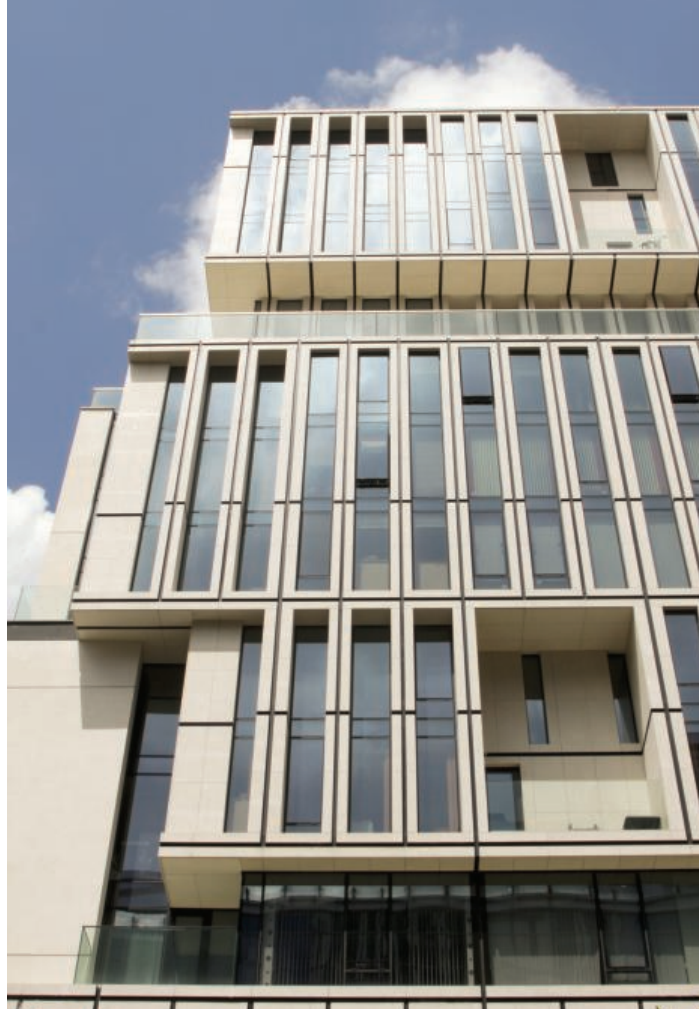
„Има специфично ноу-хау как един бизнес имот да се предложи на потенциалните купувачи. Не бива да се говори само за неговото РЗП и за продажбата на парцела, на преден план трябва да се изведат приходите, които той би могъл да носи при подходящо управление. За жалост повечето собственици, които са неспециалисти в сектора, не са в състояние да се справят с подобна задача. Това усложнява нещата както за потенциалния купувач, така и за самия продавач”, твърди Константин Бояджиев, директор „Бизнес развитие” в „Галакси пропърти груп”.

Поддръжката е твърде скъпа и затова банката, която заради необслужван кредит е влязла във владение на имота, опитва бързо да го продаде. Според Виктор Генев от консултантска къща „Амрита” в момента има

разминаване в цената

на която финансовата институция е готова да го реализира, и парите, които инвеститорите са съгласни да платят. Според него чуждестранните инвестиции са изключително важни за развитието на сектора на имотите. Докато външните инвеститори не се завърнат на пазара, няма как инвестиционните имоти да се реализират, това затруднява и осъществяването на нови проекти.

И днес продавачът опитва да извлече максимума, а купувачът гони по-ниската цена, но търси и качество. Масовостта при строежа на сградите е довела до около 90% лоши примери и само при 10% от имотите инвеститорът е помислил както за висок стандарт при изпълнението на обекта, така и за експлоатационните разходи, сочи опитът на Гален Тодоров от АХИ Кериър – клон България. Има сгради, изградени в бума, разчетени на силното търсене на имоти по онова време. Те са правени с много компромиси, което е сериозна пречка при реализацията им днес. От това какви системи са вградени и как са гарантирани комфортът на обитаване и енергийната ефективност се определят основни параметри на сделката. И ако за тези удобства не е помислено навреме, въвеждането на такива системи става изключително скъпо, когато обектът



СТАЯН ЙОТОВ

Липсва ли професионален мениджмънт, финансовият ресурс, затворен в недвижими имоти, продължава да тежи на икономиката


вече е изграден. Сега под лупа се преценява какви ще са експлоатационните разходи и ако се очертава да са високи, инвеститорът може да сметне за неизгодно да купи съществуващ обект. Затова към много от сградите, които търсят нов собственик, липсва всякакъв интерес.

Правилно решение

за покупката на голям имот не може да се вземе на тъмно без подробна информация за състоянието и качеството на обекта, какви пари са вложени в него и още колко трябва да се инвестират за окончателното му завършване, какво е търсенето и предлагането на такива обекти, какви биха били наемите, как ще се привлекат новите обитатели, как имотът да носи добри приходи. Препоръчително е инвеститорът да не купува без задълбочен анализ. Същевременно това са пари, които той ще плати за изготвянето на подробната оценка, независимо дали ще пристъпи към сделка. При растящ пазар мнозина са готови да купят котка в чувал. При падащ тренд обаче се търси сигурност за всеки вложен лев. За съжаление достъпът до информация за пазара на имоти не е никак лесен, тъй като реалната картина се изкривява. Липсват надеждни данни за наемните

нива и за действителните продажни цени.

Ако инвеститорът се стреми сградата, която купува или изгражда, да е сертифицирана по определен стандарт, трябва още при проектирането и строителството да бъдат приложени най-успешните практики. Сертификацията е добър атестат за всеки обект. Тя обаче не се дава веднъж завинаги, а трябва да се прави и периодично.

Правилното маркетингово решение, по който даден имот се изкарва на пазара, са решаващи при продажбата, уверява Константин Бояджиев. Как да се привлече инвеститор и как да бъде убеден в качеството на имота, без да се скрива истината, е умение, от което зависи крайният резултат на всеки опит за реализиране на недвижим имот. Каналът за продажба на жилища не работи при бизнес имотите. В този сложен пазарен лабиринт инвеститорите започват да осъзнават, че нямат особен шанс, ако не възложат на професионални екипи да решат определени задачи, свързани с качеството на сградата, с нейното управление или продажба. Добрият пропърти и фасилити мениджмънт има съответна цена, но си струва, щом носи добавена стойност. 

Дунав мост на 60 години

Цяла бездна от време, почти две хилядолетия, гелят Дунав мост при Русе – Гюргево от първите постоянни съоръжения, изградени над реката, още по времето на Римската империя.

През 105 г. от н. е. започва да функционира масивният мост Понтес – Дробета (в района на днешния Турну Севеин), построен от император Траян.

След 220 години, през 325 г. н. е., е завършен мостът Улия Ескус – Сукидава (между село Гиген и град Корабия), също масивно съоръжение, построено по времето на император Константин Велики. Много столетия след това всички усилия за построяване на трайна връзка между двата бряга са белязани с неуспех. През първата половина на XX век също са правени многократни опити (на правителствено и експертно ниво) за инициране на строителство на мостово съоръжение.

Дунав мост Русе – Гюргево започва да се строи 1849 години след моста на император Траян.

През месец януари 1948 г. в Букурещ между България и Румъния е подписан „Договор за приятелство, сътрудничество и взаимопомощ“ и е взето решение за изграждане на съоръжение над Дунав между Гиген и Корабия, там, където е бил старият Константинов мост.

Три години по-късно, в средата на 1951 г., страните членки на СИВ подписват протокол за построяване на „Мост на дружбата над река Дунав“. В края на същата година е подписано и специално споразумение за участие на Съветския съюз в строителството на Дунав мост като страна, осигуряваща неговото финансиране.

Тогава е взето и окончателното решение за местоположението на моста: Русе – Гюргево. В онези години за Източния блок това е бил обект с изключително голямо геополитическо и стратегическо значение. Затова мостът получава наименованието „Обект 889“ и се проектира и изгражда в условията на строга секретност.

Може би най-интересният факт е продължителността на строителството – само 2 г. и 3 месеца – от началото на 1952 г. до месец март на 1954 г.! Мостът между Русе и Гюргево наистина е едно от най-големите съоръжения в долното течение на Дунав: дължината му е 2224 м, междинните опори са 38. Съоръжението има 4 отвора с дължина 160 метра, 8 отвора с дължина 80 метра, 24 отвора с дължина 34,5 метра и подвижна част в средата с дължина 86 метра, осигуряваща преминаването на големи плавателни съдове. Разгънатата площ на стоманените конструкции е почти 200 хил. кв. метра, а разгъна-

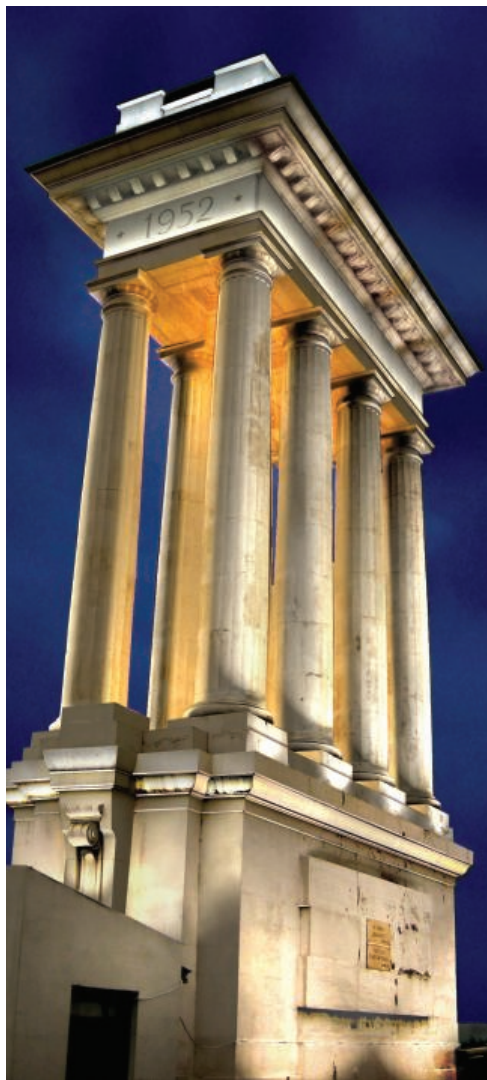
тата площ на бетоновите повърхности – над 10 хил. кв. метра

На Дунав мост са използвани няколко нови технологии, които са допринесли за постигане на качество и съкращаване на времетраенето на основните строителни работи: щитов кофраж за многократна употреба, монтиране на конструкции без междинно подпиране, сглобяеми стоманобетонни плочи под железопътната и пътната част в зоната на виадуктите, набиране на пилоти чрез предварително разливане на земните пластове с вода под налягане. Един от най-отговорните моменти при строителството на мостът е бил транспортването и монтажа на двуетажните стоманени ферми за отворите 160 метра чрез потапяне на носещите монтажни съдове – операция, която е изисквала повече от ювелирна точност.

Управляващ орган при строителството на моста е бил „Смесено Главно управление Дунав мост“. Целият ръководен технически персонал е бил с изключително висока квалификация.

Строителството на моста между Русе и Гюргево е съпроводено с много трудности, в това число и от природно естество – двете зими са най-тежките за целия XX век: много ниски температури (до – 25°C), гвукратно замръзване на реката и много силен ледоход, както и необичайно високо ниво на Дунав през есента и зимата на 1952 – 1953 г.

След 1952 г. Дунав мост наистина става нещо като „център на кристализация“ за икономиката ни: качествено ново ниво на транспортното строителство у нас; създава се цяла школа за строителни кадри със значим принос в развитието на страната; около него израстват много значими обекти на железопътната, пътната и сградната инфраструктура; преустановява се сезонността в строителството. **И**



A portrait of Maria Gabriel, a woman with long dark hair, wearing a dark blazer over a white top. She is leaning on a dark railing with her hands clasped. The background is a blurred indoor setting with warm lighting.

Мария Габриел,
депутат от ГЕРБ в Европейския парламент:

**Надеждата ми е
2015 г. да не е
нулева за европрограмите**

оспожо Габриел, вие сте втори мандат евродепутат. Станахте зам.-председател на групата на ЕНП, също така ще ръководите контактите на ЕНП със страните от Близкия изток, Средиземноморието и Северна Африка. Накратко, какви задачи стоят пред вас?

- Като заместник-председател ще отговарям за отношенията на парламентарната група на ЕНП с тези страни, обединени в т. нар. Средиземноморски съюз, Включващ 43 държави. Пълноправен член е и Лигата на арабските държави – регионална организация с 22 страни членки. Голям брой от всички тези държави са най-близките съседи на ЕС. С тях имаме исторически, икономически, културни и миграционни връзки, а днес страните от двете бряга на Средиземно море се сблъскват с многобройни предизвикателства като увеличението на миграционните потоци, нестабилност и конфликти в Близкия изток (Израел, Палестина, Сирия) и Африка. Ето защо общата ни цел е да работим за един успешен и динамичен Средиземноморски регион, който може да се развива устойчиво в мир и сигурност. На юг от Европа е и част от нашето бъдеще.

- Добре познавате реалностите в България и възможностите за влияние, които Европейският парламент дава. Какви наши проблеми очакват своето решение на европейско ниво?

- Голяма част от националните проблеми са всъщност проблемите, пред които е изправен ЕС като цяло. Това са въпроси като икономическото възстановяване и растеж, енергийната независимост, миграционните потоци, транспортната и телекомуникационната инфраструктура... Търсим решенията на европейско ниво, но това трябва да става и с активното участие на България. Изследване на Европейския парламент показва, че допълнителните икономически ползи от разширяване на общите политики на европейско ниво могат да достигнат 800 млрд. евро, което се равнява на 6% от настоящия БВП. Не всеки проблем обаче може да бъде решен на европейско ниво. Спазването на принципа на субсидираност означава, че някои от въпросите може да бъдат решени най-адекватно на ниво държава членка.

- По време на предишния мандат се ангажирахте с каузи, които ви донесоха популярност в страната.

Така например спечелихте уважението на българските пчелари заради подкрепата, която им оказахте. Каква ще е новата ви мисия на български евродепутат?

- Искам да успокоя българските пчелари, че ще продължа да работя за защита на пчеларството в Европа и България. Това е сектор, който изисква нашето внимание, защото без пчели няма биоразнообразие, няма растения, няма живот. В рамките на ЕП ще опитам да създам интергрупа, посветена специално на пчеларството, здравето на пчелите, опазване на биоразнообразието, и се надявам колегите в ЕП да подкрепят предложението.

В рамките на Комисията по граждански свободи, правосъдие и вътрешни работи ще продължа да работя за насърчаване на солидарността и споделяне на отговорностите в контекста на миграционните потоци и лицата, търсещи убежище. Това е изключително важно за България като външна граница на ЕС. Прилагането на новата визова политика, имаща икономически и туристически потенциал, също ще бъде приоритет в работата ми през новия мандат. Тази нова визова политика се очаква да генерира приходи от 130 млрд. евро и създаването на 1,3 млн. работни места. Ще бъда член на Комисията по външни работи, в която за мен и за България са важни две основни теми: дипломатическата служба на ЕС и споразумението за партньорство ЕС-САЩ. За да може Европа да говори с един глас на международната сцена, дипломатическата служба трябва да се превърне в

силна структура, позволяваща да имаме координирани действия, ефикасен човешки ресурс и ясно разпределение на отговорности. Много важни ще бъдат преговорите, свързани с трансатлантическото споразумение за партньорство и постигане на целта ни за създаване на най-големия пазар в света - трансатлантически между Европа и Щатите. В тези преговори ще отстояваме интересите на Европа и България, като например т.нар. защитени географски указания за земеделски продукти, сектора на културата и аудио-визуалния сектор. Те са част от нашата идентичност, не са стока като другите и не трябва да подлежат на преговори. В Комисията

по правата на жените и равенството между половете продължавам да отстоявам каузите си. Тук целта ми е насърчаване на мрежите на жените предприемачи, популяризиране на тяхната роля като потенциал за икономически растеж, премахване на разликата в заплащането между мъжете и жените за еднакъв труд, борбата с насилието срещу жените. Ако разликата в заплащането се намали дори само с 1%, БВП на ЕС ще се увеличи със 17 млрд. евро годишно. А ако насилието срещу жените се намали дори само с 10%, преките разходи в икономиката може да бъдат намалени с около 7 млрд. евро годишно - икономическата цена на това насилие е изчислена на 69 млрд. евро за година.

- Какво спореж вас може да постигне селското ни стопанство през новия програмен период чрез европейското финансиране?

- Новата Обща селскостопанска политика беше под прожекторите в предишния мандат на Европейския парламент и е една от най-важните за България. Положихме много усилия да извоюваме предимства за българските

Интернет, информационните и комуникационните технологии предлагат широка гама от индустрии, които и България може да развие

земеделци, така че те да бъдат конкурентноспособни на колегите си от другите страни членки и да се радват на по-голяма справедливост за труда им. Сега предизвикателството на национално ниво е всичко постигнато за нашите селскостопански производители на европейско ниво да бъде приложено

въз основа на ясни критерии за плащанията и средствата да достигнат до всички земеделци. Така ще бъдат оправдани усилията ни, с които постигнахме увеличението с над 2 млрд. евро директни плащания, подкрепа за малките и младите земеделски стопани, обвързано с производството, подпомагане за животновъдството, зеленчукопроизводството, овощарството. Ако това се случи, българското земеделие го чака по-добро бъдеще. Надеждата ми е 2015 г. да не остане нулева, каквато се оказа 2014-а.

- Какви „бутки“ има да се вождат, за да може нашият агросектор да работи в условия, близки до тези на фермерите в старите страни членки, които са решаващи

за конкурентоспособността?

- „Битките“ трябва да бъдат за: пазарна ориентация на земеделието; борба с обезлюдяването на селата; мерки за подпомагане на планинските и необлагодетелстваните райони; внедряване на иновации; целенасочена подкрепа за интензивни сектори като животновъдство, зеленчукопроизводство и трайни насаждения; запазване на традиционните и специфични земеделски производства; увеличаване доходите на земеделците чрез схемите по новата ОСП; изграждане на пазарна инфраструктура за стоки от растителен и животински произход; възможности за подпомагане на всички форми на сдружаване на земеделските производители.

- Реиндустриализацията е новият стремеж на Евросъюза. До момента България не можа да даде принос в това направление. Виждате ли възможности за индустриална революция у нас?

- Когато говорим за реиндустриализация, трябва да сме наясно, че нейната ефективност не е в изкуственото възраждане на стари индустрии или във възобновяването на стари фабрики с държавни или европейски средства. Реиндустриализацията има за цел да създаде нови работни места, да доведе до иновации. Става дума за интелигентен растеж, за нов бизнес, в който да може да се инвестира. Пример за това са плановете, свързани с цифровите технологии. Интернет, информационните и комуникационните технологии предлагат широка гама от възможни индустрии, които България може да използва. Има огромен потенциал в облачните услуги. Чрез тях потребители, администратори и компании ще използват софтуерни приложения под формата на уеб услуги, чиято информация ще се съхранява във виртуален център за данни. Фирми, които предоставят услугата „изчисления в облак“ могат да установят офисите си в Европа, ако успеем да гарантираме създаването на правилна рамка за използване на пълния потенциал на тези технологии, както и устойчив достъп до енергия. От друга страна, използването на мобилен интернет отключва още една перспектива – индустрията на интернет приложенията (арр есопоту). Затова правилното разпределение на европейските фондове е от голямо значение в това отношение. Те трябва да служат за изграждане на необходимите инфраструктури, включително в отдалечените райони (чрез регионалната политика), и за обучение



на достатъчно експерти по информационни и комуникационни технологии. Цифровите технологии може много да допринесат и за развитието на туристическия сектор, защото безспорно България има голям потенциал за туризъм.

- Пътувате доста из България. Каква картина се очерта пред вас за състоянието на българската икономика и на селското ни стопанство?

- Пътуванията ми из страната през последните пет години, включително в кампанията за европейските избори, ми дадоха допълнително увереност в потенциала на България, на икономиката и селското стопанство, но най-вече на хората. Видях градове, които само за няколко години са претърпели пълна трансформация в положителния смисъл, включително благодарение на усилията на кметовете. В други обаче има още много работа да се свърши. Имаме потенциал, но редица общини са изправени пред невъзможността да

започнат или довършат важни за жителите им проекти поради проблеми с европейските оперативни програми. За реформите е нужно време, но трябва и воля да бъдат започнати или продължени.

- Има ли според вас начин за постигане на устойчиви темпове на растеж на българската икономика?

- Свободата на движение на стоки, капитали, услуги и хора все още има неизползван потенциал както за предприемачите, така и за гражданите по отношение на ефективността, растежа и създаването на работни места. Това обаче предполага единния пазар да бъде завършен в редица сектори като цифровия пазар, пазара на услуги, телекомуникациите и пр. Икономиката на България ще спечели от допълването на съществуващия единен пазар, като ефектът от това за потребителите и гражданите се изчислява в потенциална печалба от 235 млрд. евро годишно за съюза. Ако предприемачите и малките и средните пред-



ФОТО: ЛИЧЕН АРХИВ

приятния успеят да разширят своите клиенти в съседни страни, дори в целия ЕС, ще има растеж. Трябва да обърнем специално внимание и на инвестициите в сферата на образованието и обучението. От ключово значение в учебните програми е насърчаването на предприемаческия дух у младите хора и придобиване на съответните знания и умения на бъдещи предприемачи. Защото именно предприемачите създават нови работни места и икономически растеж. Инвестициите в образование, научни изследвания и технологии водят до нови идеи, иновации, продукти, конкурентоспособна икономика въз основа на знания и нови цифрови услуги. Разходите за енергия също се отразяват съществено на конкурентоспособността. Ето защо са нужни инвестиции за енергийна ефективност и в перспектива създаването на енергиен съюз за по-голяма енергийна сигурност и независимост. Чрез общите европейски политики и изпълнението им на национално ниво

България може да се върне отново на пътя на растежа.

- Как преценяване готовността на България за началото на новия програмен период?

- Определящият фактор е споразумението за партньорство на България с Европейската комисия, което за съжаление се бави. Периодът е седемгодишен – 2014-2020, а първата година от него вече е повече от прелоловена. Освен споразумението, трябва да се одобряват и оперативните програми. Надявам се процесът да се динамизира и на Европейската комисия да се изпрати добър преработен вариант, който да не бъде връщан отново. Ключовият момент в този контекст е диалогът между партньорите „гържава-общини-браншови организации“, така че да бъде спазен подходът на многостепенно управление.

- По ваша прогноза кога реално ще започне реализирането на проектите с европейско финансиране по новите оперативни програми?

- Това зависи от всички нас. Европейските фондове са животелната сила за България в контекст на криза. Важно е как ги усвояваме и това ще предопредели дали те ще достигат до страната ни. Голямото предизвикателство е да има диалог и отговорност, каквито гражданите очакват. 2014 г. е нулева. Важно е и 2015-а да не се превърне в назакателна за българските бенефициенти. Не бива да се допуска да загубим близо трите милиарда евро, които България следва да усвои до 2015 г.


- Какво сочи вашата кратка равностметка за първия ви мандат на евродепутат в обществен и личен план?

- Голямото ми удовлетворение през първия мандат е създадената връзка с хората, с тях идентифицирахме исканията, които да отстоявам в Европейския парламент. В резултат на този редовен диалог с гражданите дойдоха и личните ми постижения. Сред тях бих отбелязала отличито „Евродепутат на годината 2013“ в категорията „Равенство на половете“, номинацията от Върховния представител от ЕС Катрин Аштън да ръководя наблюдателната мисия на ЕС на изборите в ДР Конго през 2011 г., избирането ми за зам.-председател на ЕНП Жени. Щастлива съм, че в резултат на мой доклад отпаднаха визите за България и други 12 страни членки за Обединените арабски емирства. Започвам работата в новия мандат с още по-голяма мобилизация и мотивираност.

- Какво бихте препоръчали на българските политици, които отпук насетне ще поемат кормилото на властта?

- Във всички действия е важно да ни води националният интерес и съгласуване на дневния ред с този на гражданите. Ако действително искаме за България растеж и по-добро бъдеще, следва да не поставяме под съмнение основните европейски ценности за върховенство на закона, демокрация, човешки права и свободи.

- Имате силна обществена ангажираност, но какви са вашите интереси отвъд професионалния ви дневен ред?

- Имам щастие професионалната ми ангажираност да отговаря на моите лични стремежи. Образованието ми в областта на международните отношения се проектира изцяло в професионалния интерес по въпросите на външната политика на ЕС. Това ми дава възможност да съчетаая по безспорен начин личното с професионалното ежедневие. 

Време е да създадем финансов буфер за преодоляване на последствията от природни катаклизми



Застраховка срещу

ЯНА КОЛЕВА

Нуждата от застраховка е като необходимостта от парашут. Липсва ли при пръв възможен случай, може никога повече да не се наложи да я ползвате. В правотата на тази стара мъдрост се уверяваме всеки път, когато се почувстваме безсилни пред природните стихии, които вземат огромни материални и човешки жертви. И всеки път се убеждаваме колко важно е застраховането, но колко пренебрегвано е то у нас.

В България само хората с добри доходи и големите компании правят застраховки срещу природни бедствия, обобщават застрахователи. Затова след голямото земетресение в Перник, след наводненията в Цар Калоян и с. Бисер, а през тази година във Варненския квартал Аспарухово, в Добрич и Килифарево, населението разчита държавата, общините, доброволци и гарители да помагат при възстановяването на щетите. Ужа-

сващите бури с градушка през това лято, които не подминаха София, също гадоха потвърждение, че стихии те зачестяват. Да продължим

да караме постарому

или е време да създадем фонд, който да дава финансова подкрепа при форсмажорни обстоятелства, е въпросът, който пак излиза на дневен ред.

От години се говори за необходимостта от катастрофичен пул, но така и никои от управлявалите го момента не се ангажира с реализацията на идеята. Средствата за този фонд, както и да го наречем, може да постъпват чрез задължителни вноски от населението и бизнеса. Това може да е под формата на застраховка по подобие на „Гражданска отговорност“ за автомобилите, или като годишна такса, която ще се събира с имотния данък.

В интернет може да открием множество „за“ и „против“ подобен фонд, съпътствани с аргументира-

ни и недотам обосновани твърдения. Така например пулт можел да създаде стимули за морален хазарт, защото след като някаква централна институция поема отговорността и обещава реконструкция при бедствие, няма да е чудно някои граждани в по-рискови райони съзнателно да спомогнат техните собствени къщи да бъдат наводнени или срутени от свлачище, като занемарят или преустановят иначе предприемани от тях действия по обезопасяването на имотите. Във въпросното дере в кв. Аспарухово, където по време на пороя загинаха хора, се оказа, че има редица незаконни постройки, останали във от ползрението на строителния контрол. Едва ли обаче някои от тези жители е правил молебен за гъжд с цел да остане без дом и евентуално общината или държавата да го настани във фургон.

Застрахователи увериха, че сред засегнатите имоти в Аспарухово няма нито един застрахован. Това е знак, че държавата най-сетне тряб-



БЕДСТВИЯ

Ва да се ангажира с набирването на целеви ресурс, с който да се покриват щети от катастрофични събития като наводнения, земетресения, унищожителни градушки, пожари, терористични актове и други, като кръгът може да бъде добре прецизиран. Така няма да се налага всеки път инцидентно да се бърка в отънелия държавен и общински бюджет, да се разчита на SMS-и и други волни пожертвования.

Около 70 млн. лв. се заделят годишно в държавния бюджет за природни бедствия и аварии, които бързо се стопяват. Заради големите наводнения България трябва да кандидатства пред Европейската комисия за подкрепа от фонд „Солидарност“, препоръчва икономистът Румен Гълбинов, който е с дългогодишен опит в застраховането. Той напомня, че още преди да стане член на ЕС, България на два пъти е получавала подкрепа от този фонд, като средствата възлизат на над 20 млн. евро. Правителството на Пламен >



ФОТО: ВИКТОР ЛЕВИ

От години се говори за необходимостта от катастрофичен пул, който да обезщетява пострадали при бедствия (на снимките - кв. Аспарухово във Варна след наводнението), но така и никой от управлявалите до момента не се ангажира с реализацията на идеята

УПРАВЛЕНИЕ

Орешарски трябваше да поиска подпомагане за преодоляване на щетите от големите наводнения, но както за с. Бисер, така и сега, това не беше направено.

У нас след всяко природно бедствие се поставя въпросът за създаването на катастрофичен пул и

СКОРО ВСИЧКО СЕ ЗАБРАВЯ

В Румъния обаче от четири години е създаден специален фонд и страната е натрупала резерв от 300 млн. евро. Година-две след унищожителните земетресения през 1999 г. Турция започна да заделя ресурс, който е в състояние да покрие събитие с щети над 2 млрд. долара. Гълъбинов обяснява, че парите не просто се събират, но се управляват по доходоносен начин, като се прилагат консервативните методи, които освен че са нискорискови, осигуряват висока ликвидност. Вложенията са в стабилни финан-

сови инструменти като ДЦК, депозити и т.н. По същия начин се управляват парите, натрупани във Фонда за гарантиране влоговете в банките. Фалитът на една финансова институция също е катастрофа. Прилага се принципът на солидарна предвидливост и това дава възможност за адекватна финансова реакция при екстремни обстоятелства. Държавното пенсионно и здравно осигуряване също разчита на солидарността, като ползва само онзи, който има нужда и отговаря на условията.

Съпротивата срещу налагането на подобна мярка е силна, особено ако това ще е задължителна застраховка. Преди години се говореше за създаването на национална катастрофична застрахователна схема, включваща задължителна имуществена полица. Но при ниските доходи



Малък процент от пострадалите при бедствия са застраховани

предпочитане са клиенти с нискорисков профил, а евентуалната национална програма при бедствия и аварии ще покрива щетите при възникване на подобно събитие.

Във Франция такъв фонд е създаден през 1919 г. след поредица от големи наводнения. После той разширява обхват и започва да покрива щети и от земетресения. Преди години при размирици в крайните квартали на Париж бяха покрити и последиците от вандалските действия, тъй като застрахователите не покриват щети от граждански въстания. Днес фондът е с резерв от над 4 млрд. евро, разказва Румен Гълъбинов. Испания създава аналогичен фонд в началото на 40-те години на миналия век и първоначалният замисъл бил да се преодолеят последиците от Гражданската война. След това той разширява обхват и постепенно включва наводнения, бури, а вече и щети от тероризъм. След терористичния акт на гара Аточа в Мадрид са използвани пари от този фонд за въз-

в страната и особено в сегашната икономическа криза, въвеждането ѝ не е реалистично. Според Румен Гълъбинов за българските условия най-подходящият вариант е вноските да се натрупват чрез

КВАЗИФОРМА НА ЗАСТРАХОВАНЕ

и парите да се събират с имотния данък под формата на поносима такса. И без това застрахователите не са много отворени да застраховат имоти край реки и сгради в земетръсни и свлачищни райони. За



становяване на разрушенията и за обезщетения на пострадалите и за семействата на загиналите. Резервът на испанския фонд е над 5,8 млрд. евро, казва още Гълъбинов.

В последните 20-ина години

имущественото застраховане не бележи ръст. Само по време на кредитния бум заради задължителната полица за всеки ипотеканан имот, то достига 8-10%, но в кризата отново последва спад. Същевременно България остана сред европейските страни, които нямат свой гаранционен фонд за преодоляване щетите от природни бедствия. И вместо да чакаме неволята да помага всеки път при наводнения и земетресения, по-добре да изградим механизъм за подпомагане при катастрофични събития. Набирането на средствата също ще е нелек процес. Дори задължителната „Гражданска отговорност“ не се плаща от всички. Затова събираемостта се гарантира чрез създаването на адекватна система, съобразена с традициите и манталитета на населението. **И**

Франция

Френското законодателство предвижда стандартната имуществена застраховка да включва покритие и за катастрофичните рискове. Във връзка с това покритие застрахователите следва да събират от застрахованите допълнителна премия в размер, определен от правителството. Над 95% от населението сключва тази всеобхватна застраховка и така се ползва от покритието срещу катастрофични рискове.

Във Франция е създаден Централен презастрахователен фонд, финансиран от държавата и овластен да извършва презастраховане на катастрофични рискове. Но за да може застрахователите да се ползват с гаранцията, дадена от правителството, трябва да прехвърлят на фонда половината от поетите от тях средства за катастрофични рискове.

Испания

Покритието на катастрофични рискове в Испания се осигурява от специален държавен консорциум. Той покрива рискове, които застрахователите в частния сектор не поемат. Съгласно испанското законодателство покритието на катастрофични рискове се включва в стандартни застрахователни полици. И въпреки че не е задължително, повечето хора имат такива полици поради условията, които банките налагат при предоставянето на ипотечен заем. В резултат на това по-голямата част от недвижимото имущество в Испания е застраховано срещу катастрофични рискове. Застрахователите събират допълнителна премия върху стандартните имуществени застраховки в определен процент и всеки месец трябва да превеждат събраните допълнителни премии на консорциума, за което получават комисиона.

Швейцария

Швейцарското законодателство изисква от застрахователите да включват покритие на катастрофични рискове в допълнение към застраховката срещу пожар. В Швейцария съществуват и специални законови разпоредби за начина на извършване на строителството на сгради в райони, застрашени от природни бедствия. Там повечето собственици на недвижимо имущество го застраховат. Голямата част от населението сключва застраховка и за покъщината. Швейцарските застрахователи са разработили програми и поддържат специален застрахователен пул за катастрофичните рискове.

Италия, Германия и Великобритания

Правителствата на Италия, Германия и Великобритания не гарантират финансово застраховането срещу катастрофични рискове. В Италия и Германия застраховането срещу катастрофични рискове е доброволно и се предоставя единствено от частни застрахователни дружества срещу заплащането на допълнителна премия, докато във Великобритания то е включено в стандартните имуществени застраховки, които се радват на масовост.

Делян Добрев:

Трябва нов търг за „Южен поток“

**Необходим е
професионален
дебат за
рисковете и
ползите от
проучванията и
добива на
шистов газ**



НИКОЛАЙ МАРЧЕНКО

-н Добрев, наскоро, заедно с лидера на ГЕРБ Бойко Борисов, имахте среща с еврокомисаря по енергетиката Гюнтер Йотингер. Какви проблеми обсъдихте?

- Обсъждахме енергетиката в България и какви са възможните решения за излизане от трудната ситуация. В последните години станахме свидетели на това как с опит да се провежда социална политика през цената на тока се докараха до фалит почти всички дружества в енергетиката. Най-застрашени в момента са Националната електрическа компания (НЕК) и Електроенергийният системен оператор (ЕСО). За 2013 г. те генерираха огромни загуби. Ситуацията не е различна и за 2014 г. и към шестмесечието също ще има големи загуби. Загубата на НЕК за 2013-а е над 320 млн. лв. Задълженията само за една година нарастват с 30%, или с над 600 млн. лв. от общите задължения за 2012 г.

Още миналата година ние настоявахме, че социална политика не може да се прави през цената на тока. И намалението с 5%, което никога не усети, в крайна сметка ще си го платим с лхвите. Така изглежда към днешния ден.

- Какво препоръча комисарят Йотингер на България във връзка с тези проблеми?

-Европейската комисия изисква от нас да спазваме европейските правила както относно либерализацията на пазара на електроенергия, така и по отношение на големите инфраструктурни обекти.

- Става дума за т.нар. Трети енергиен либерализационен пакет на ЕС?

- Нарушаването на тези европейски правила води до наказателни процедури за България. Няколко такива вървят в момента. Две са свързани с действията на това правителство по „Южен поток“.

Европейските правила казват, че за избор на изпълнител трябва да има прозрачен конкурс, обявление в европейския вестник, за да може всички компании да участват в търга. И за да се постигне най-доброто качество и най-добрата цена.

Конкурсът в България е проведен между Коледа и Нова година, за да може да кандидатства определена компания. Тази фирма бе известна още септември 2013 г., когато самата „Стройтрансгаз“ обявя на интернет-страницата си, че е спечелила търга в България, три месеца преди той да стартира. Така че в интерес на България и българските граждани е да бъде проведен прозрачен конкурс. Второ, в интерес на българските граждани е



© БИРО СТОЯН ЙОТОВ

Делян Добрев е народен представител в 41-ото и 42-ото Народно събрание от ГЕРБ и бивш министър на икономиката и енергетиката в правителството на Бойко Борисов от март 2012 до март 2013 г. Роден е през 1978 г. в Хасково. Бакалавър е по икономика от Уеслианския университет, гр. Мидълтаун, щата Кънектикът, САЩ. Има специализации по счетоводство и финанси в Лондонското училище по икономика и политически науки.

да има конкуренция по тази тръба – да може всеки, който иска, да доставя газ до България по този газопровод. Ако това го има, ще имаме повече от един доставчик на газ – ще има други компании. Нищо лошо няма в това да има и други доставчици на газ, нали за това се борим от 20 години, да диверсифицираме източниците на газ. Тази конкуренция ще намали цените на газа в цяла България. Затова спазването на европейските правила не е самоцел – те са в интерес на България.

- Как ще се разреши този проблем? Трябва ли да има нов търг за изпълнител на „Южен поток“?

- Според мен трябва да се проведе нова, открита и прозрачна тръжна процедура. Която със сигурност ще постигне и по-добра цена, защото при този нагласен търг от м.г. цената скочи от 3 на над 4 млрд. евро. Освен новата процедура, в никакъв случай не трябва да се приемат предложенията на депутати от БСП, които изключват газопровода „Южен поток“ от европейските правила по отношение на достъпа на други доставчици на тръбата. Според някои документи тези промени са предложени от „Южен поток транспорт“. Кое е огромен скандал – във всяка една държава само това би предизвикало оставка на цялото правителство, не само на министъра на енергетиката, който го е допуснал. Право на законодателна дейност в България имат единствено Министерският съвет и народните представители. И няма по-ярък пример за лобизъм от това народни представители от БСП да внесат текст в законопроект, който им е даден от частни компании, и то – извън страната.

- Какъв е изходът за България от енергийната криза?

- Опасяваме се, че следващото правителство ще се окаже в ситуацията на ГЕРБ през 2009 г. Подписани са грандомански договори, за които няма осигурено финансиране. Да се надяваме, че това няма да се случи. Знаете, през 2009 г. имахме „Голям шлем“ от енергийни проекти (*сред тях АЕЦ „Белене“ и петролопроводът „Бургас – Александруполис“ – бел. ред.*), от които остана само „Южен поток“. По начина обаче, по който се реализира „Южен поток“, той се води към провал.

От друга страна, се водят преговори за VII блок в АЕЦ „Козлодуй“. Ние нямаме много информация за тях, но се надяваме те да не поставят държавата в неловката ситуация да не може да осигури средства. Или да се налага да дава банкови или държавни гаранции, или да залагат V и VI блок на АЕЦ „Козлодуй“ за строителството на VII-и. С големите проекти трябва да

се борави изключително внимателно.

По времето, през което аз бях министър, освен спирането на „Белене“ и ВЕИ проектите, се подписаха само два нови договора. Единият е за проучванията в дълбоко Черно море с Total, OMV и Repsol. И това е договорът, който ще бъде оценен от цялото българско общество след няколко години, когато приключат проучванията и започне добивът в Черно море на собствен газ. Ползите от него – както преки, така и косвени, са най-стратегическото решение за икономиката на България в последните 20 години, според мен.

Вторият е новият договор за доставка на газ в България, който бе подписан на 22% по-ниска цена. И то – директен договор с „Газпром“, а не с посредници, както бе през целия преход. Тук възниква въпросът защо сегашното правителство прави няколко първи копки на „Южен поток“, измислени процедури, а не води вместо това преговори за намаляване цената на газа. Както всички европейски държави направиха в последната една година.

- ГЕРБ има ли план за възстановяване на енергийния сектор, ако се върне на власт?

- Планът е този: независим регулатор, подкрепа на енергийнобедните в страната през механизмите на бюджета, инвестиции в енергийната ефективност. Ако отворим една скоба – тези 2 млрд. лв. дефицити в енергетиката за последните година и няколко месеца са достатъчни, за да се санират всички панелни блокове в България. Ефектът от саниранияте жилища ще е много по-голям, отколкото 5% отстъпка в цената на тока.

- Защо досега нищо не се прави за изграждане на терминали за втечен природен газ. Нещо, което да позволи на България подобно на Полша, да намали енергийната си зависимост от „Газпром“?

- За LNG терминали (за втечен) ли говорим? LNG терминал в Черно море не може да бъде изграден, защото Турция не разрешава през Босфора да преминават LNG кораби. Правени са многократни опити не само от България, но и от почти всички държави, граничещи с Черно море, по дипломатически начин да бъдат убедени турските колеги. За съжаление, според нашите съседни съществуват опасности за преминаване на LNG кораби през Босфора. Така че това не е опция.

Знаете, че ние активно подкрепяме проекта за газопровод „Набуко“. За съжаление, той не беше реализиран. Вместо него бе избран конкурентният проект за Трансадриатически газопровод (TAP), който минава през Гърция и Италия. В момента приключиха процедурите и започна изграждането

на българо-гръцката връзка, която ще свърже българската газопреносна система с газопровода TAP, който ще пренася газ от Каспийския регион и който е истинска алтернатива на руския газ. Каквато проектът „Южен поток“ не предоставя, защото източникът на газа е един и същи. Но все пак, много по-важен според нас е добивът на собствен газ, който е с 35% по-евтин от който и да е вносен.

- Защо се бавят газовите връзки със съседните държави?

- Някои хора казват, че ако ги бяхме изградили тези интерконектори, щеше да е по-ниска цената на газа. Кое не е вярно, защото дори да бяха изградени към днешен ден интерконекторите, няма газ, който да бъде доставен в България. Самите държави Турция и Гърция са вносител на газ от Русия – през българската транзитна система преминават от поряръка на 17 млрд. куб. м газ за тези страни. Това означава, че дори да имахме изградени интерконектори, няма свободен газ, който България да закупи. Съществуват няколко варианта с LNG-терминалите, но тяхната ефективност по отношение на цената не е сигурна.

Различна ще бъде ситуацията след изграждането на газопровода TAP, което ще се случи към края на 2018 – началото на 2019 г., защото тогава ще има газ от азербайджанското находище „Шах Дениз II“.

По време на правителството на ГЕРБ бе изградена и газовата връзка с Румъния, като за една година на власт правителството на Орешарски все още не я пуसало. Вярно е, че има технически проблем по гръното на река Дунав, като едва ли повече от година тези проблеми не могат да бъдат разрешени. Румъния, благодарение на собствен добив, към 2013 г. задоволява 85% от нуждите си с местен газ. Докато България задоволява едва 10% и е най-зависима в целия ЕС от доставката на руско гориво.

- Планира ли ГЕРБ да премахне мораториума за проучвания и добив на шистов газ?

- По отношение на мораториума за шистов газ, винаги сме смятали, че по тази тема трябва да има дебат в обществото. В миналото Народно събрание имаше специална комисия, която да обследва този въпрос. България остана единствената държава в света, която все още има мораториум върху проучванията, не само върху добива. Великобритания, където също имаше ограничения, въведе данъчни стимули, за да навакса изоставането си в добива на шистов газ в сравнение със САЩ. Така че тази тема не трябва да бъде табу – трябва да има професионален дебат за рисковете и възможностите за такъв добив. **И**



Кметовете на Панагюрище Никола Белишки (вдясно) и на Брацигово Васил Гюлеметов (вторият вляво) бяха първите наградени. Те получиха поздравления от своите колеги - градоначалниците на София Йорданка Фандъкова и на Неделино Стоян Беширов (вляво) и от организатора на конкурса Боян Томов (вторият вдясно)

Конкурсът Кмет на месеца на Портала на българските общини отличава работата и добрите инициативи на градоначалници

Признание за успешните местни лидери

БОГИНЯ ВЕНЦИСЛАВОВА

Кмет на месеца" е една изключително успешна инициатива, която Порталът на българските общини реализира. Идеята за формата се роди от желанието на екипа на Kmeta.bg да отразява и популяризира дейността на градоначалниците и техните екипи в различни области.

Така през март 2014 година започна първото издание на „Кмет на месеца“. С цел интересът към изданието винаги да бъде висок, се стигна

до избор всеки месец номинираните кметове да се състезават според постиженията си в различни сектори. Темите на „Кмет на месеца“ се посочват от екипа на медията, които освен това посочват номинираните. Традиционно награварата е в две категории - за общини с население под 20 000 души, и за такива с население над 20 000 души.

„Кмет на месеца“ вече може да се похвали с пет свои издания с различни акценти, с редица популярни лица, които признават идеята за успешна, както и с разгадените си награди.

Първото издание на конкурса стартира през март, а точната дата, която Kmeta.bg избра, бе 3 март. Затова и темата, на която екипът на Портала на българските общини се спря, бе „Култура и патриотизъм“. 10 градоначалници се впуснаха в битка за гласовете на читателите на сайта, но двама станаха първите наградени в изданието - градоначалниците на Панагюрище Никола Белишки и на Брацигово - Васил Гюлеметов.

Двамата бяха поканени на официална церемония, където получиха отличията си от едни от големите победители в конкурса „Кмет на годината 2013“ - Йорданка Фангъкова, градоначалник на столицата, и Стоян Беширов, кмет на Негелино. Двамата управници бяха отличени през 2013 година от читателите на Портала на българските общини в категориите съответно „Кмет на годината“ и „Кмет на гражданите“.

Никола Белишки получи награда си от столичния кмет и посочи,

че Панагюрище е дълбоко свързан с историята, „дал е много и ние сме длъжни да пазим наследството си, традициите си, и да ги предаваме на поколенията след нас, а в същия момент да запазим и своята идентичност“.

Първият награден градоначалник в категорията за общини с население под 20 хиляди души стана управникът на Брацигово, който подчерта, че усилията му са насочени към това градът да се превърне в привлекателно място за живеене и в притегателен център за туристите.

„Град Брацигово заслужава наградата си, тъй като има изключително голямо културно-историческо наследство, завещао ни от дедите, а също и изключително голяма роля в борбите за национално освобождение и за отстояването на националните интереси на Република България“, отбеляза Гюлеметов по време на церемонията, която се състоя в галерия „Credo Verum“ в София.

В първото издание на „Кмет на месеца“ гласа си дадоха повече от 10 хиляди читатели на Kmeta.bg. Това даде увереност на медията, че всяко следващо издание трябва да надминава предишното. Втората инициатива, която се проведе през април, бе с тема „Положителните екопрактики в нашия град“.

Акцентът предизвика особен интерес и за времето на гласуване участваха близо 15 хиляди души, като само за първата седмица повече от 2500 души посочиха своя фаворит на страницата на Kmeta.bg.

Призове по темата за екологията взеха кметовете на Горна Оряховица Добромир Добрев и на Челопеч Алекси Кесяков. Официалната церемония по връчване на наградите се състоя в галерия „Ракурси“, а сред специалните гости бяха заместник-министърът на околната среда и водите Чавдар Георгиев и изпълнителният директор на „Екобулпак“ Видьо Видев.

„Инициативата на Kmeta.bg е >



ФОТО СТОЯН ЙОТОВ

За инициативи в екологията бяха отличени кметовете на Горна Оряховица Добромир Добрев (вторият вдясно) и на Челопеч Алекси Кесяков (вторият вляво). Официалната церемония се състоя в галерия „Ракурси“, а наградите връчиха зам.-министърът на околната среда и водите Чавдар Георгиев (вдясно) и изпълнителният директор на „Екобулпак“ Видьо Видев (вляво)

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

НАГРАДИ

изключително правилна и подходяща, за което имате моите адмирации”, не пропусна да отбележи кметът на Челопеч, който стана вторият награден в категорията за община с население под 20 хиляди души.

„Опазването на околната среда е наша обща грижа - тя не е само на държавата или общините. Чрез съвместно партньорство можем да постигнем добри резултати”, посочи пък заместник-министърът Чавдар Георгиев, който връчи наградата в първата категория - за община с население над 20 хиляди души. Призът отиде при Добромир Добрев, който събра най-голяма подкрепа в категорията си.

„Kmeta.bg ще продължава да е в полза и подкрепа на градоначалниците, ще отличаваме общини, които работят добре по различни инициативи”, заяви изпълнителният директор на „Бранд Медия България” и издател на сп. „Икономика” и портала на общините Боян Томов. Той изтъкна дългата работа по проекта и усилията, които са положени, за да се доказва

всекидневната роля на труда на българския кмет. „За нас е изключително важно да можем да работим всеки ден с градоначалниците и със служителите на българските общини”, каза Томов, като подчерта голямото значение на комуникацията с малките населени места, на които, по думите му, трябва да се обърне повече внимание. Според него това трябва да бъде национална медийна политика, за да се фокусира обществото върху проблемите на градските управници и да се популяризират ползите от ежедневната работа на местните власти в различните сектори.

Третото издание на „Кмет на месеца” провокира общините най-много, защото през май екипът на медията избра да поощри градоначалниците на населени места, които прилагат добри практики и иновации в българското образование.

Засиленият интерес към платформата стана повод през май да нарушим традициите и вместо две, да раздадем три награди. Читателите избираха между 10 градоначалници в

две категории - община с население над 20 хиляди души, и такива, където живеят по-малко от 20 хиляди души.

Победители станаха кметовете на Свищов - Станислав Благов, Сливница - Васко Стоилков, и Златоград - Мирослав Янчев. Тримата бяха избрани в най-оспорваното издание на „Кмет на месеца”, в което гласуваха повече от 100 хиляди души.

Най-голяма подкрепа измежду номинираните в категорията за община с население над 20 хиляди души събра градоначалникът на Свищов, за когото гласуваха 73.24% от читателите на Kmeta.bg. Най-оспорвано бе гласуването за излъчване на победител във втората категория. До последно надпреварата бе между кметовете на Сливница и Златоград - Васко Стоилков и Мирослав Янчев. В крайна сметка двамата завършиха с равни проценти.

Победителите в третото издание на „Кмет на месеца” получиха призове си на официална церемония в галерия „Ракурси” в столицата. Събитието уважиха професорът по егип-



ФОТО: СТОЯН ИГОТОВ

По темата образование награди получиха трима градоначалници - на Свищов - Станислав Благов (вторият вдясно), на Сливница - Васко Стоилков (вторият вляво) и на Златоград - Мирослав Янчев. Призове връчиха бившият просветен министър Сергей Игнатов (вляво) и ректорът на УНИБИТ Стоян Денчев (вдясно)



Кметовете на Павликени Емануил Манолов (вторият вляво) и на Челопеч Алекси Кесяков (вместо него приза взе Сашка Вътева, директор на дирекция „Специализирана“ на общината) получиха наградите за развитие на земеделие в общините си. Те им бяха връчени от председателя на Федерацията на независимите синдикати в земеделието Светла Василева (вляво) и бившият министър на земеделието Венцислав Върбанов (вдясно)

тология и бивш образователен министър Сергей Игнатов и ректорът на Университета по библиотекознание и информационни технологии в София проф. Стоян Денчев. „В областта на образованието няма големи и малки общини. Там, където има дух и традиции, образованието винаги ще върви“, заяви ректорът на УНИБИТ, който награди кмета на Сливница. Управникът на Свищов Станислав Благов пък получи отличието си от бившия просветен министър Сергей Игнатов.

След успешното издание на „Кмет на месеца“ през май, темата, която Kmeta.bg избра за юни, бе „Земеделие“. В гласуването участваха повече от 10 хиляди души и те определиха победителите в двете категории - за община с население над 20 хиляди души - Павликени и кметът Емануил Манолов, и за община с население под 20 хиляди души - кметът Алекси Кесяков, който е начело на администрацията в Челопеч. Това стана и втора негова награда от конкурса.

Най-голяма подкрепа измежду но-

минираниите в категорията за община с население над 20 хиляди души събра градоначалникът на Павликени, за когото гласуваха 75.62% от читателите на Kmeta.bg. Най-сериозна „битка“ имаше в категорията за община с население под 20 хил. души, а призът в крайна сметка спечели кметът на Челопеч Алекси Кесяков. Той събра подкрепа от 55.82 на сто.

Събитието, което вече традиционно се провежда в галерия „Ракурси“ в столицата, уважиха председателят на Асоциацията на земеделските производители в България (АЗПБ) и бивш земеделски министър Венцислав Върбанов и председателят на Федерацията на независимите синдикати от земеделието (ФНСЗ) Светла Василева.

„Кметът е най-важната фигура в едно населено място - но той е още по-важен, когато преразпределя финансовите средства, когато мисли за благосъстоянието на населеното място, когато осигурява заетост“, заяви по време на церемонията Ва-

силева. Признание инициативата на Kmeta.bg получи и от бившия земеделски министър Венцислав Върбанов, който отбеляза, че „общините останали основните клетки в нашето общество и те печелят доверието на хората и символизират властта“. „Хубаво е да се забелязват усилията на кметовете - това е начин да си препредават добрите практики“, допълни още той.

Подкрепата, която „Кмет на месеца“ получава не само от градоначалниците, но и редица популярни лица - като певеца и актьор Орлин Павлов, актрисата Йоанна Темелкова, певеца Дичо и редица други, мотивира Портала на българските общини да продължава да отличава и показва успехите на управниците. През месец юли отново 10 градоначалници се борят за приза, а темата е „Туризъм“.

В края на годината Kmeta.bg ще пробведе и своя конкурс „Кмет на годината“, като отличи най-успешните представители на местното управление през изминалите 12 месеца. [И](#)

Мая Косева:

Разширяваме пазара на българско кисело мляко

Мая Косева, като единствената гържавна компания в млечно-преработвателния сектор в България какви са основните цели, които залагате за развитието в следващите няколко години?

- Както може би добре знаете, „Ел Би Булгарикум“ ЕАД е компания с доста богата и дългогодишна история, която ние искаме освен да пазим и популяризираме, също и да развиваме в бъдеще. И като стана дума за история, нека се върнем малко назад във времето. През 1959 г. е създаден Научно изследователският институт по млечна промишленост, където са се правили проучвания, свързани със състава и качеството на млеката, сирицната мая и заместителите ѝ, закваските и някои технологични процеси при производството. През 1965 г. се създава ДСО „Млечна промишленост“, към което обединение преминава и институтът. От 1991 г. „Ел Би Булгарикум“ ЕАД става наследник на интелектуална собственост, ноу-хау, лицензионна дейност и експортни позиции на ДСО „Млечна промишленост“.

Към днешна дата марката „Ел Би Булгарикум“ е наложена на пазари



„Ел Би Булгарикум“ модернизира производството си със 7,8 млн. лева по европейски проекти

като Европа, Африка, Южна Америка, Близкия и Далечния изток, като една от основните ни дейности е свързана с предоставянето на ноу-хау и технологии за производство на оригинални български млечни продукти в чужбина чрез сключване на дългосрочни лицензионни споразумения. Тази част от бизнеса ще продължим със сигурност да развиваме както в краткосрочен, така и в дългосрочен план.

Относно българския пазар можем да кажем, че в момента дружеството има подписани договори за два проекта по ОП „Конкурентоспособност“ на стойност близо 7,8 млн. лева. Чрез тях се финансират производствените и научните мощности за базите ни в София и Видин, както и Научно изследователският център на „Ел Би Булгарикум“ ЕАД. Новото оборудване ще помогне за разработването и внедряването на нови поколения закваски, функционални храни и пробиотични продукти – разнообразни формули за здравословни храни.

Ще продължим да съхраняваме

традициите в производството на оригиналните български млечни продукти, с автентичните им вкусови и здравословни свойства, които постоянно се стремим да усъвършенстваме. Същевременно с това имаме и идеи за нови продукти, които ще са прекрасен микс между традицията и иновация. Пример за такъв продукт е полибактериален препарат, който представлява сух концентрат от няколко бактериални щамове с български произход, с комплекс от пробиотични свойства. Той спомага за профилактика на високите нива на холестерола, има антиоксидантна активност и имуностимулиращ ефект. Особено важно е да се отбележи, че откритието на шам с имуностимулиращ ефект, принадлежащ към бактериалния вид *Lactobacillus bulgaricus*, е изключителна рядкост. Особено важно е, че този ефект е клинично доказан. В продукта могат да се добавят и други бактериални щамове с по-богат комплекс от полезни свойства. Продуктът е и с повишена усвояемост на протеиновата материя, дължаща се на частичното разграждане на протеините до по-бързо и лесноусвояими вещества.

Имаме и много други цели, по които всекидневно работим, развиваме и наградяваме, като: фокус към кли-



Мая Косева е завършила СУ „Св. Климент Охридски“, специалност „Българска филология“ и „Психология“. Работила е в Министерство на културата като парламентарен секретар, член на Съвета на директорите на хотел „Рила“-София, в.с. „Елените“, книжарници „АБВ“, съветник на министъра на регионалното развитие и благоустройството, зам.-председател и председател на Съвета на директорите на „Автомагистрали“ ЕАД, сътрудник в парламента. В момента е председател на УС на държавната компания „Ел Би Булгарикум“.

ентите; отговорност към контрола на производство и качеството на продуктите; развитие на иновациите, социалната отговорност към обществото и човешките ресурси.

- Какво включва интелектуалната собственост на гружеството в областта на млечната индустрия?

- Към днешна дата гружеството притежава 8 патента за изобретения, издадени от патентното ведомство на България, които са за пробиотични щамове млечнокисели бактерии, функционални храни и технологии. Отделно притежавате 57 регистрирани търговски марки за територията на България, 5 регистрирани продуктови търговски марки в Европейския съюз и 22 продуктови търговски марки, регистрирани в чужбина. Фирменото ни лого е регистрирано като търговска марка в Европейския съюз и още 26 страни, а гру-

жеството е вписан ползвател на 6 наименования за произход в България и на 1 наименование за произход по Лисабонската спогодба.

- Марката „Ел Би Булгарикум“ се е превърнала в синоним на ви-

соко качество. Как се справяте с контрола и качеството на продукцията?

- Високото качество е еквивалент на постоянен процес на производствен контрол, който екшпът на „Ел Би Булгарикум“ осъществява. Стремим се да доусъвършенстваме разработената ни политика по контрол на качеството и безопасност на продуктите с цел подобряване на вече постигнатите резултати. За това и активно се интересуваме от изискванията и очакванията на нашите настоящи и бъдещи клиенти, за да можем максимално да удовлетворим техните нужди чрез предлагане на висококачествени услуги и продукти.

Контролът при нас започва от фермата със задължителни тестове на суровото прясно мляко. Извършват се тестове при товарене и транспортиране, както и при приемане на суровината в завода. >



Допълнително се правят и физико-химични, биохимични и микробиологични анализи. Продукцията задължително подлежи на тестване при пакетирание и непосредствено преди излизане от производствената база. По този начин, стремейки се да осъществим цялостен контрол при всяка стъпка от производствения процес, гарантираме на нашите клиенти продукти с високо качество, автентичен вкус и отлична хранителна стойност.

Фирмата ни е сертифицирана по международните стандарти - ISO 22000:2005, който цели да осигурява пълно качество по веригата от производителя до потребителя, както и по IFS (International Food Standard).


- Разшириха ли се външните пазари и има ли интерес към продукцията на дружеството в чужбина?

- „Ел Би Булгарикум“ ЕАД има изградени дългогодишни и дълготрайни отношения с различни сържави както от ЕС, така и от Близкия и

Далечния изток за продажба на бяло саламурено сирене и кашкавал. Ще продължим да работим в тази насока, както и да налагаме и утвърждаваме марката на българското кисело мляко по света.

Не е много добре познат фактът, че в Япония българското кисело мляко и България са две неразривно свързани понятия, което си има своята предистория. През 1970 г. България представя своето традиционно кисело мляко на Световното изложение в Осака, Япония. По това време в Япония млякото, което се продава там, е подсладено със захар или мед, добавя му се желатин и т.н. Управляващият директор на „Мејджџи“ решава, че българският млечнокисел продукт ще бъде прият и на японския пазар. Така започва историята на рогното ни кисело мляко в Япония – ние представяме ноу-хау и технологии за производство и млечнокисели бактерии. Наскоро посетих Япония по покана на нашите бизнес партньори от „Мејджџи“

и бях впечатлена от отношението към нашата компания, от постигнатите изключителни резултати в усвояване на производствения процес и неуморното популяризиране на българското кисело мляко с неговите полезни здравословни ефекти. Днес „Мејджџи“ сържи около 40% пазарен дял с продуктите, произведени по български технологии, като продава над 200 млн. кофички годишно само от обикновеното българско кисело мляко.

Наша дългосрочна цел е българското кисело мляко, нашият национален продукт и незаменима храна у нас от векове, да се радва на още по-добра пазарна реализация както в България, така и в чужбина. Чрез прилагане и използване на добрите ни бизнес практики, технологичните ни умения, ноу-хау и богата колекция от млечнокисели бактерии, имаме уникален шанс, рано или късно, да направим достъпен този продукт до максимален брой хора по света. 



Изложбен щанд на „Ел Би Булгарикум“

целувка от природата

КОМ

натурална минерална вода



целувка от природата

КОМ

натурална минерална вода

natural mineral water

ЗА ПОРЪЧКА



02 936 8080 www.kom.bg

Електронно управление

Системата „едно гише“ ще ускори обработката на кораби и товари в пристанищата, ще се създаде и съвместно обща среда за обмен на информация в ЕС

Идеята „Single Window“ или „обслужване на едно гише“ придоби публичност през 2005 г. след издаването на Recommendation No. 33 на Economic Commission for Europe (ECE) и на United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business (UN/CEFACT). В тях са дадени основните препоръки и принципи за създаването на „Single Window“ за повишаване ефективността при обмяната на информацията между бизнеса и правителствените ведомства и агенции.

Концепцията за подобряване на административното обслужване и базисният модел на принципа „едно гише“ са разработени у нас преди повече от 10 години, по-късно намират място в приетата Стратегия за развитие на държавната администрация 2014 - 2020 г. Като механизъм на работа в администрациите на изпълнителната власт и другите организации и юридически лица, предоставящи публични услуги, подходът се прилага ограничено. Сигурно затова и двата документа все още са публикувани в портала за обществени обсъждания.

Целта на базисния модел на обслужване на „едно гише“ е да подпомога и да насърчава ръководителите и служителите в държавната администрация, партньорите и клиентите да реализират визията за подобряване на административното обслужване.

Поради стратегическото значение на морския транспорт за Стария континент, ЕС отделя специално място на въвеждането на системата „едно гише“ във водния транспорт (Maritime Single Windows). Две взаим-



носвързани политики определят развитието на европейската концепция Maritime Single Windows: Директива 2010/65/ЕС - за докладване от кораби, пристигащи и/или напускащи пристанищата на държавите членки (Директива относно формалностите за докладване), която описва действията, които държавите членки следва да приложат, за да се направи ефективно използване на електронното предаване на данни и системите за обмен на информация и Директива 2002/59/ЕС. Тя се отнася до мерките, които трябва да бъдат предприети за създаване на общностна система за контрол на движението на плавателни съдове и обмен на данни. Интегрираното морско наблюдение има за цел да предоставя на органите, заинтересовани или работещи в областта на морското наблюдение, средства за обмен на информация и данни. Обменът на данни

ще направи наблюдението по-евтино и по-ефективно. В момента ЕС и националните власти, отговарящи за различни аспекти на наблюдението – например граничен контрол, безопасност и сигурност, контрол на рибарството, митници, околна среда или отбрана, събират данни отделно едни от други и често не ги обменят. Така едни и същи данни могат да бъдат събрани повече от един път.

Целта на Maritime Single Window е повишаване на конкурентоспособността на морския транспорт чрез намаляване и опростяване на формалностите,

улесняване на бизнеса и ускоряване на приемането и обработката на кораби и товари в пристанищата на ЕС.

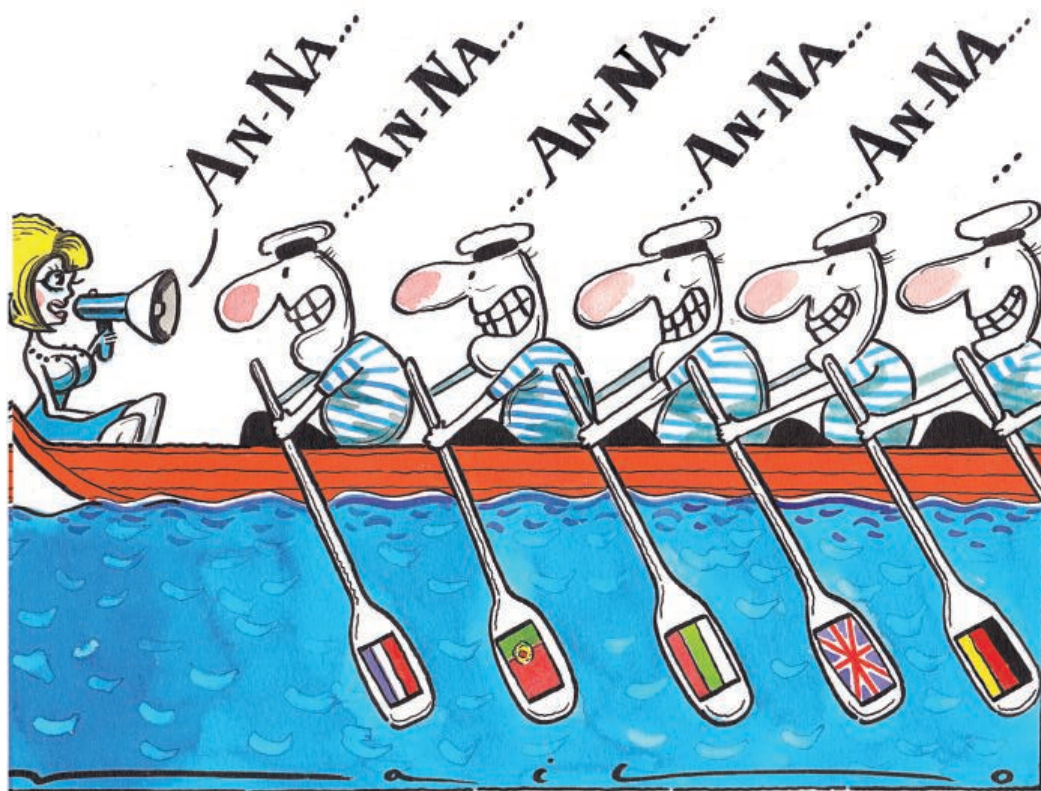
Европейската комисия и страните от ЕС и ЕИП разработват съвместно обща среда за обмен на информация. Тя ще включва съществуващите системи и мрежи за наблюдение и ще дава на всички заинтересовани власти достъп до информацията, която им е необходима за изпълнение на техните задачи в морето. Благодарение на общата среда за обмен на информация различните системи ще станат оперативно съвместими, така че данни и друга информация ще могат да бъдат обменени лесно с помощта



На работна среща в края на юли 2014 г. експерти от български институции, свързани с водния транспорт, дискутираха опита и възможностите на Maritime Single Window (MSW).



В морския бизнес



Държавите партньори от ЕС в международния проект АННА („едно гише“ в морския транспорт“) се обърнаха към художниците от своите страни с поканата да представят забавна творческа интерпретация, свързана със същността на Директива 2010/65/ЕС (или какво е „едно гише“ за обслужване в морския транспорт). Особеният поглед на художниците от 25 страни и чувството им за хумор бяха представени на изложба в Португалия през 2013 г., а 12 от творбите влязоха в календара на проекта АННА. Сред тях е и карикатурата на художника Ивайло Цветков.

на нови технологии.

В процеса на прилагане на своите политики ЕК подкрепя усилията за въвеждане на единни механизми за обмен на информация за корабоплаването в това число и финансово и един от тези механизми е проектът, в който партньор от българска страна е Държавно предприятие „Пристанищна инфраструктура“ „AnNa - Advanced National Networks for Administrationse“

Общата цел на проекта е прилагане на хармонизиран подход за намаляване на административната тежест за морския бизнес чрез обмен на данни между националните мрежи („едно гише“) и в тясно сътрудничество с Европейската комисия за прилагане на Директива 2010/65/ЕС.

Партньори в изпълнението на проекта са Белгия, Кипър, България, Италия, Латвия, Холандия, Франция, Гърция,

Ирландия, Португалия, Румъния, Словения, Испания, Швеция, Великобритания. Със статут на наблюдатели са Хърватска, Дания, Германия, Исландия, Ирландия, Финландия, Малта, Норвегия, Израел, Черна гора и международни организации в областта на водния транспорт като ESPO, WSC, ECASBA, ECSA и др. Проектът се финансира от Европейската комисия чрез агенция TEN-T.

В рамките на проекта се изготвя единен план за действие на страните партньори по въвеждане на единни параметри за обмен на информация за корабоплаването и внедряването на пилотен проект, който в експериментална среда да демонстрира положителните страни и слабостите на разработения модел за набирание на информация, нейната обработка на национално ниво и обмена на информация с партньорите от страните на ЕС. На база на резултатите предстои разработването на план за прилагане на механизмите на единната информационна среда след 2015 г., в който ще бъдат обхванати и възможностите за включване и на неинституционални потребители. Така на практика ще бъде въведено електронното управление в морския бизнес. **И**



ВЪВ ВОДОВЪРТЕЖА

Ако е добре организирана, едномесечната практика във всяка компания може да даде неочаквано добри резултати

ЯНА КОЛЕВА

Може ли абсолютно начинаещи „да влязат в обувките“ на големите и да им дадат съвет какво да правят? Бизнес практиката по иновационен мениджмънт във фирма „Трелеборг България“ по свой начин даде позитивен отговор на този въпрос. В рамките на един месец се проведе своеобразен експеримент по управление на иновациите „АПИно - Иновации в действие“. Инициативата е организирана от Академията по иновационен мениджмънт, за която стои Клубът по управление на знания, иновации и стратегии, и МТ&М колеж. Стажът се проведе в „Трелеборг България“ и 13-те участници, селектирани след представяне на CV и препоръка, работиха по зададени от компанията казуси.

Целта

която организаторите си поставиха, е да повишат уменията на младежите за генериране на иновативни бизнес идеи, да развият креативното им мислене и да ги запознаят с техники за решаване на управленски проблеми. Равносметката за резултатите беше направена в средата на юли. „Точно такава практика се провежда за първи път в България и в нея участват студенти от различни университети, с различни специалности. В експеримента се включиха магистри, а дори и двамата ученици. Имаше опасност от провал, а то взе, че се получи. Краусорсингът и отворените иновации и сега проработиха. И ако тази добра практика се припознае от университети, компании и НПО,



тя може да даде осезаем резултат“, уверява Деян Дойков. Като експерт по предприемачество, бизнес планиране и проектиране, управление на малки и средни предприятия, мениджмънт на иновации той е силно ангажиран с инициативата.

Трите екипа

се представиха достойно. За всеобхватност на индустриалния анализ беше отличен колективът, работил по проблема „Санитарна техника“. Награда за креативност и презентация получи екип „Електроника“. Първата награда отиде при екип „Медицина“, като участниците в него получиха покана от директора на компанията да се

присъединят към евентуалната реализация на започнатото.

„Работихме под натиска на времето и на реалността. Запознах ни с различни методологии за решаване на проблеми и за управление на иновации. За мен е важно да мога да отсявам приложимите идеи и да зная как успешно да ги развивам. Научих, че не всяка страхотна идея е иновация, че за да се превърне в иновация, идеята трябва да има добавена стойност и да получи пазарна реализация. За жалост доста оригинални идеи нямат потенциала да се превърнат в иновация“, коментира Георги Балабанов. Той е познат на читателите на сп. „Икономика“ с проекта „Храна от баба“, с кой-

НА ИНОВАЦИИТЕ



Експериментът показва силна зависимост между личната мотивация и резултатите

то участва в първия сезон на преакселератора на Start It Smart. Там 10-седмичното обучение приключи през май и скоро след това той намира следваща възможност за

надграждане на знанията

Попада на информацията за тази инициатива по време на събитие в betahaus, където един от менторите в предстоящата практика прави своя презентация. Георги Балабанов кандидатства, одобряват го и така попада във водовъртежа на иновациите. Участниците са разпределени в три екипа, които ще работят по различни задачи, те посещават предприятието в Перник и после идва същинската част. Екипът на Георги трябва да идентифицира области в медицински сектор, където течният силикон може да намери приложение. Голямото предизвикателство е да открият фирми на българския и румънския пазар, които произвеждат медицинска апаратура, да осъществят с тях контакти и намерят допирна точка по техен проблем, за решаването на който двете компании може да заработят заедно. Оказва се, че не всички имат сайт, а когато им пращат имейли,

Участниците в тази бизнес практика се убедиха, че не всяка страхотна идея е иновация





Екип „Медицина“ получи първата наградата. Генералният директор на „Трелеборг България“ Руслан Папазян (вляво) връчи на участниците грамоти и награди. Сред тях бе и Георги Балабанов (вдясно)

повечето не отговарят на писмата. В крайна сметка, екипът осъществява връзка с една стартираща и още една развита компания, които имат конкретен проблем и виждат в лицето на „Трелеборг България“ свой бъдещ партньор. Преговорите с тези потенциални клиенти тепърва ще се водят и ако се стигне до сътрудничество, младите хора са добре дошли да се включат в работката.

За Георги Балабанов този стаж е нещо ново. Той му дава възможност да преживее целия процес от

НЕИЗВЕСТНОТО

което стои зад първоначалната възможност за практика по иновационен мениджмънт, до постижението екипът, в който работи, да спечели първата награда.

„Знаех, че проектът има потенциал, но беше въпрос на любопитство как точно да го доведем до успех. Екипите бяха силно мотивирани и качеството на резултатите е на изключително високо ниво. Като мултинационална компания с традиции иновациите за нас са много важни и трябва непрестанно да въвеждаме новости, иначе изчезваме от пазара. Знаем, че когато човек дълго работи в дадена сфера, той сам си поставя ограничения. И затова понякога хора, които нямат обременеността на конкретните професионални умения, генерират идеи, които може да получат интересно

развитие”, коментира Руслан Папазян, генерален директор на „Трелеборг България“. Ръководството ще продължи и занапред да прилага тази успешна иновативна практика. Дори намерението е да предложат този модел на свои колеги от мултинационалната компания в други страни.

За Милена Колева, ментор на екипа, спечелил първата награда, най-ценното е сплотеността на участниците, които са мотивирани и амбицирани през цялото време. Тяхната основна цел е не толкова да спечелят отличие, колкото да предоставят работещо решение за бизнеса: „От тези млади хора се искаше да дадат в кратки срокове нови идеи в непозната за тях област. Често всички бяхме объркани, но съумявахме да намерим


ВЕРНИЯ ПЪТ

След това клиентът ни даваше обратна връзка и ни връщаше малко назад. Но това беше много вълнуващо и затова не усещаме как времето минава. Важно беше да изпробваме креативността на участниците. Те правиха презентации, доведоха и потенциални партньори. Изненадани сме от постигнатото в такава екстремна ситуация.”

Всичко е направено на доброволни начала и никой не е бил платен – нито преподавателите, нито които и да било от участниците и организаторите. Личната мотивация

на Деян Доиков например е била да приложи наученото в други програми като тази на бизнес училището на Университета на Портсмут в България, но и да открие нов хоризонт. Включил се заради експеримента, защото аналогична практика в „Паломита“ дала изненадващо добър резултат. Там участниците стигнали до уникална идея и били поканени веднага да започнат работа в компанията. Този подход е

НАДЕЖДЕН ИНСТРУМЕНТ

който може да се ползва от фирмите в усилията им да правят нововъведения при технологични и организационни процеси и иновации в управлението, смята Веселин Илиев, главен директор „Международно икономическо сътрудничество“ в БСК, също съпричастен към проекта. Намерението отпук насетне е идеята за академия по иновации да се доразвие, в нея да се включат повече млади хора и практиките да се провеждат в широк кръг от компании. Същевременно бизнесът ще усети и необходимостта от новите професии иновационен мениджър и иновационен експерт. Форматът може да се запази и няколко екипа да решават различни проблеми на фирмата. Стремешът е да се намери подходящ бизнес модел, който да удовлетворява всички участници, тъй като организаторите и менторите не може постоянно да са доброволци без заплащане. 

*Розе и лято - неповторим букет от слънце,
вкус и аромат.*



VILLA LYUBIMETS WINES



Стоян Василев смята, че личната трансформация носи благо на целия свят



Риск печели

Стоян Василев е технологичен предприемач в САЩ. Новата му мисия е да промени имиджа на българския аутсорсинг

STOYAN VASILEV

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Човек на риска, който разчита на своята силна интуиция. Нещата се получават, дори когато по нищо не личи, че обстоятелствата ще сработят. Това най-общо е житейската формула на Стоян Василев. Животът му е низ от трудности и изпитания, които той винаги успешно преодолява. Звучи като в приказка, но наистина излиза, че при него „съкровището е скрито там, където човек се спъва“. Този принцип е изведен от Джоузеф Кембъл, който е един от най-големите изследователи на митологията. С неговите теории, приложени към съвременния маркетинг, Стоян Василев се запознава още преди години за целите на своята работа.

Животът на 29-годишния българин е приключение. Накратко, от малък се занимава с визуални изкуства,

учи в езикова гимназия в Пловдив, но бързо разбира, че креативността е неговият път. Не е никак лесно година и половина преди да завърши гимназия, да се прехвърли в частно художествено училище в София. За един срок взема целия последен клас и сам заминава за Сан Франциско, за да продължи да

УЧИ ИЗКУСТВА

Минава през редица перипетии, докато се запише в профилирана ху-

гожествена гимназия, което ще му даде възможност да се яви на портфолио дните, в които се кандидатства за колеж. Приемат го в няколко висши училища в САЩ, но той гържи да учи New Genres (пърформанс, видео, инсталация) в San Francisco Art Institute - единствения арт колеж в Америка, който предлага тази специалност за бакалавър. Оценяват високо творбите му и му обещават стипендия, но не пълна. Няма откъде да намери останалата част от





необходимите средства, затова се възползва от възможността да запише само лятна програма. Показва хъс, упоритост и талант и щастие то кацва на рамото му – в края на едномесечното обучение получава предложение за пълна стипендия за 4 години, и то точно преди полета му за България. После обаче трябва сам да си осигури издръжката за живот. Започва да дава уроци по фронт-енд програмиране, което току-що е научил от няколко книги. Година по-късно вече е професионален фрилансър, паралелно с обучението в SFAI.

Година след като завършва висшето си образование, започва работа в Силициевата долина в корпорацията Sybase, която е собственост на SAP. Остава там само половин година, тъй като средата се оказва скучна за неговата артистична натура. Настъпва време за промяна. Включва се в дейността на Free Range Studios, за която преди това е работил на свободна практика като програмист, и се премества

в Ню Йорк

Компанията се занимава с брандинг и изграждане лична история на фирми и неправителствени организации, ангажирани с определена кауза. >



Решавам проблема, а не го прехвърлям на друг

Проблемът на хората тук е, че не поемат отговорност за проблемите, от които те са част. Ако човек е недоволен от нещо, той трябва да се заеме с неговата промяна, а не да чака някой друг да го свърши. Но хората предпочитат да „аутсорсват отговорността“. Най-общо българите в България имат небалансиран манталитет – една част бягат от отговорност и чакат нещата някак си сами да се оправят, а другите се държат като господари, смята Стоян Василев.

Предимствата на страната са, че има хора с огромен потенциал, природата е красива, животът е етвин. В България всичко, свързано с правенето на бизнес, освен закоравялата бюрокрация, е по-лесно. Спрямо САЩ условията в България наподобяват телевизионна игра – има приятели, които може в трудна ситуация да помогнат, намират се и хора с пари, лесно се наема офис, данъците са значително по-ниски. В САЩ пазарът е пренаситен и в почти всички ниши за бизнес конкуренцията е по-голяма. Но защо тогава оставаш в САЩ, а не се върнеш, питам Стоян. „Аз не искам животът ми да е лесен - отсича той. – Целта ми е да създам света, в който искам да живея... Но времето е кратко, нямам 500 години на разположение. И затова в този къс времеви хоризонт поемам повече рискове. Нямам и търпение да чакам евентуалните плодове на безрискови начинания. Предпочитам нещата, на които държа, да се случват сега. Ако зная със сигурност какво ще стане с мен след 2-3 месеца, мигновено губя интерес. Затова непрекъснато пренареждам приоритетите и създавам желания от за мене свят. В момента Ню Йорк е градът, от който черпя голяма част от енергията, необходима за действие.“

По онова време Free Range Studios навлиза в етап на трансформация, в който трябва да начертае новата си визия за следващите девет години. Заради инициативността и добрите предложения, които дава, възлагат на Стоян Василев да изгради и да управлява новия технически отдел. Липсата на необходимата свобода за действие се оказва сериозен препъникамък и след година и половина той взема решение да напусне и да стане предприемач.

Едно от нещата с най-висока добавена стойност в работата му във Free Range Studios е срещата с изследванията на Джоузеф Кембъл и тяхното приложение в брандинга, развит от Джона Сакс, основател на Free Range Studios. В книгата „Героят с хиляди лица“ Кембъл извежда тезата, че митовете са основани на сходен модел и се повтарят безкрайно в различни вариации. Неговата теория, а и самият той като изключителна личност оказват силно влияние на редица кинорежисьори и сценаристи, сред които Джордж Лукас, Стивън Спилбърг, Мартин Скорсезе, Франсис Форд Копола. Джоузеф Кембъл обобщава, че във всеки мит има герой, който не смята себе си за герой. Появява се ментор, който започва да го подкрепя и насърчава. Важен елемент е

МАГИЧЕСКИЯТ ПОМОЩНИК

който дава силата. С такава свръхестествена помощ героят търпи трансформация и побеждава злото. Този модел намира приложение и в маркетинга. Клиентът е героят, брандът е менторът, а продуктът притежава магическата сила. Стоян участва в практическите интерпретации, като влага своите технически и артистични умения. Но желанието да се отгаде на собствен бизнес надделява, а натрупаният опит му дава добра стартова позиция.

Водец за Стоян Василев е принципът „Щом нещо може да се направи по-добре, защо аз да не го направя...“. Този е и подтикът преди година и половина да създаде своята компания J28 (<http://j28.us>), чрез която той помага на хора и организации да изграждат иновативни продукти, както и своята смислена и модерна онлайн идентичност. Това ново пре-



Българските компании да пазят уникалността на своя географски произход, препоръчва Стоян Василев

дизвикателство обаче не поглъща цялото му внимание. Крайната му цел не е материалното развитие - то е само средство за постигане на други цели. След неколкогодишно прекъсване на творческата си кариера във визуалните изкуства Стоян осъзнава, че музиката е най-директният метод за креативност, комуникация и създаване на преживявания. Кулува оборудване за диджейинг и музикална продукция и скоро започва да организира собствени партита в Манхатън и Бруклин. Мотивът? „Ако не аз, кой? Ако не сега, то кога? Някои хора си мислят, че трябва да се случат много други неща, преди да започнат да водят

ЖИВОТА, ЗА КОЙТО МЕЧАТАТ

В най-важните аспекти от живота аз започвам с крайната цел.” Благодарение на този подход Стоян винаги намира начин да включи нови предизвикателства в програмата си.

В началото на своята предприемаческа дейност младият българин аутсорсвал голяма част от дейностите в други страни от Източна Европа и забелязал, че всичко,

което той е в състояние да направи, може да го изиска от подизпълнителите със същото качество на изработка. Но така и не успявал да ги накара да подобрят своята ефективност, да работят по-бързо и да се научат да създават по-сложни изделия. Разбрал също, че потенциалът на услугите е по-ограничен, отколкото на продуктите. Затова започнал да се фокусира върху разработването на продукти. Личният опит му показал, че идеята е най-много 10-15% от успеха, а всичко друго е начинът, по който тя се реализира, работа в екип, дисциплина и пазар, който зависи от правилното време и обстоятелствата. Техническите и артистичните му заложби и умения от самото начало го правят предпочитан партньор в разработването на определени продукти. Работата му на

ТЕХНОЛОГИЧЕН ПРЕДПРИЕМАЧ

върви успешно и в един момент негов приятел му подсказал да ползва екип от IT специалисти в България. В началото Стоян бил твърде скептично настроен за подобен вариант, но решил да пробва. И през юли той беше в България за среща с екипа си, който вече се състои от шестима души.

Компаниите, в това число и български, които оперират на пазарите в Западна Европа и САЩ, се стремят да не показват своя истински произход и скриват своята уникалност, характерна за тяхната географска точка и култура. Това, според Стоян Василев, е пречка, която спира развитието на глобалния пазар, и затова една от целите, над които работи в момента, е „ребрандинг“ на аутсорсинга. Всеки ден се открива огромен човешки потенциал, който не е в развития свят, но на него се гледа с пренебрежение. Ето защо като българин, който лично се е борил с трудностите, свързани с живот в чужда и мултикултурна среда, се е вдъхновил да разкрие по подходящ начин, че в България има не само талантиливи професионалисти, но също богата култура и красива природа. Вместо всичко, което тук се прави, да остава скрит аутсорсинг, напълно анонимен за неговите чуждестранни клиенти. **И**



SAN BENEDETTO



*Спонсор на
„Мис Национален отбор“
2014*



В градска среда формулата на „+ Това“ може успешно да се мултиплицира

Работа и забавление ПЛЮС ТОВА

Млад човек си купи креслото, на което си е поставил цели, които е изпълнил. Писател си избра най-удобния дизайнерски стол, на който е седял, за да пише на него новата си книга. Мотивацията е важен момент в живота и всеки намира свой стимул за действие, разказва Йоана Велева. Тя е стопанката на „+Това“, пространство за срещи, събития и изложби, в което модерният дизайн е на особена почит.

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Кое може да накара един финансист да каже „Стоп“ и да направи рязък професионален завой? Мнозина мечтаят за свой бизнес, но не всички са готови да поемат риска. Идеята идва спонтанно и познанията на Йоана Велева в бизнес планирането и управлението на бюджети ѝ дават увереност, че ще се справи и като предприемач. Започва от нещо малко, в което бизнесът, културата и социалните проекти трябва да водят взаимноизгодно съвместно съществуване. Като съосновател и основен двигател на проекта тя трябва постоянно да го развива така, че да може да се издържа от него. Йоана умее да работи с цифри, а партньорите от архитектурно студио „Функт“ влагат в



Тук има много мебели и аксесоари за дома, готови да отидат при своя нов собственик

проекта много творческа енергия. Името идва по време на брейнсторминг сред основателите, „+Това“ печели, защото е нетрадиционно. А плюс това - има и закачка, която се харесва.

Както във всяко начало, очакванията са големи, но през тези три години след създаването на „+Това“ се появяват различни

ПОДВОДНИ КАМЪНИ

Така например бързо се установява, че реализирането на изложби и презентации се нуждае от солидно финансиране. Налага се да се търси нов фокус, в който да се намери златната среда между добрите намерения и финансовия резултат. Успяват да постигнат баланса с корпоративни събития, които носят приходи. Само ако има гостатъчно комерсиални дейности, подобно

пространство може да продължи да съществува, е изводът на Йоана.

„+Това“ разполага със собствена кухня и посетителите може да наблюдават как се приготвя храната. Основният продукт обаче е организирането на събития. Тук ветрилото от възможности е широко отворено - от фирмени презентации до детски рождени дни. Появяват се и различни предложения, които намират реализация. Така например екип, който разработва нова фирмена стратегия, държи да излезе извън познатата среда на офиса. В рамките на един ден „+Това“ става тяхно работно пространство. Провеждат се и тимбилдинги. Друга нестандартна хрумка е да канят именити писатели, музиканти, художници, артисти, които имат и кулинарни способности. В рамките на няколко часа те готвят и техни почитате-

Йоана Велева опитва да наложи модерната естетика за срещи, събития и изложби под един покрив

ли се възползват от възможността за неформална среща. Получава се невероятно шоу, което няма чисто комерсиален ефект. В програмата на „+Това“ ще откриете разнообразни творчески уъркшопи. Добрата кухненска база осигурява възможност и за кулинарни работилници. Новата услуга е кетърингът, чрез който се използва капацитетът на кухнята. Поредицата от представления на книги, концерти и изложби в „+Това“ показва, че изкуството има място в ежедневието отвъд голямата сцена. Основното предизвикателство е да се организират нови нестандартни събития, подходящи за такова пространство.

„Вкусът на хората бързо се променя и за да останеш в бизнеса, трябва да си в състояние да ги изненадаваш, но и да се променяш заедно с тях. Иначе познатото омръзва и това, което не получават при теб, ще го търсят другаде“, казва Йоана Велева. „+Това“ се намира в близост до парка „Займов“. Основателите са се убедили, че мястото на такова пространство е

сред „оазис“ от спокойствие

и тишина извън забързания ритъм на големия град, а не на някоя оживена улица. Част от концепцията е предлагането на мебели и интериорни акценти, изработени от български дизайнери. Те не стоят като мостри за показ, а се ползват и същевременно всеки, който ги хареса, може да си ги купи.

„Живеем с ритмите на столицата и се съобразяваме с интересите и предпочитанията на хората, а не се стремим на всяка цена да създаваме модни тенденции“, обяснява Йоана. В резултат „+Това“ се е превърнало в културно средище, където изкуството и творчеството имат свой пулс. То е и барометър за състоянието на икономиката - има ли стресови ситуации и застои, кли-



Преди три години Йоана Велева поема риска да стане предприемач

ентите намаляват. В този

кипеж от събития

които организира, Йоана е развила много умения и дори работата за нея се е превърнала в хоби. Тя с ентузиазъм участва във всичко, което се състои тук. Тоест, работи и се забавлява плюс това. Този бизнес дава възможност за среща с много хора. Тук стартират различни проекти и най-хубавото е, че именно в „+Това“ се отприщва позитивната енергия на множество начинания.

„+Това“ не пази ревностно натрупания опит, а го споделя и с гру-

пи, които обмислят да се заемат с подобна дейност. Колкото повече пространства от този тип има, толкова по-лесно ще се възприема културата на срещи, събития и изложби под един покрив. Ако тази модерна естетика намери ценители и последователи, тя ще съумее да се наложи и да облагороди градската среда, вярва Йоана Велева. А дали „+Това“ ще развие свой франчайзинг? Засега подобна възможност се отхвърля, тъй като няма стандартизиран продукт, а се разчита на постоянната динамика в предлагането. **И**

Изглежда е време секторът да погледне към нежния пол като източник на кадри

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

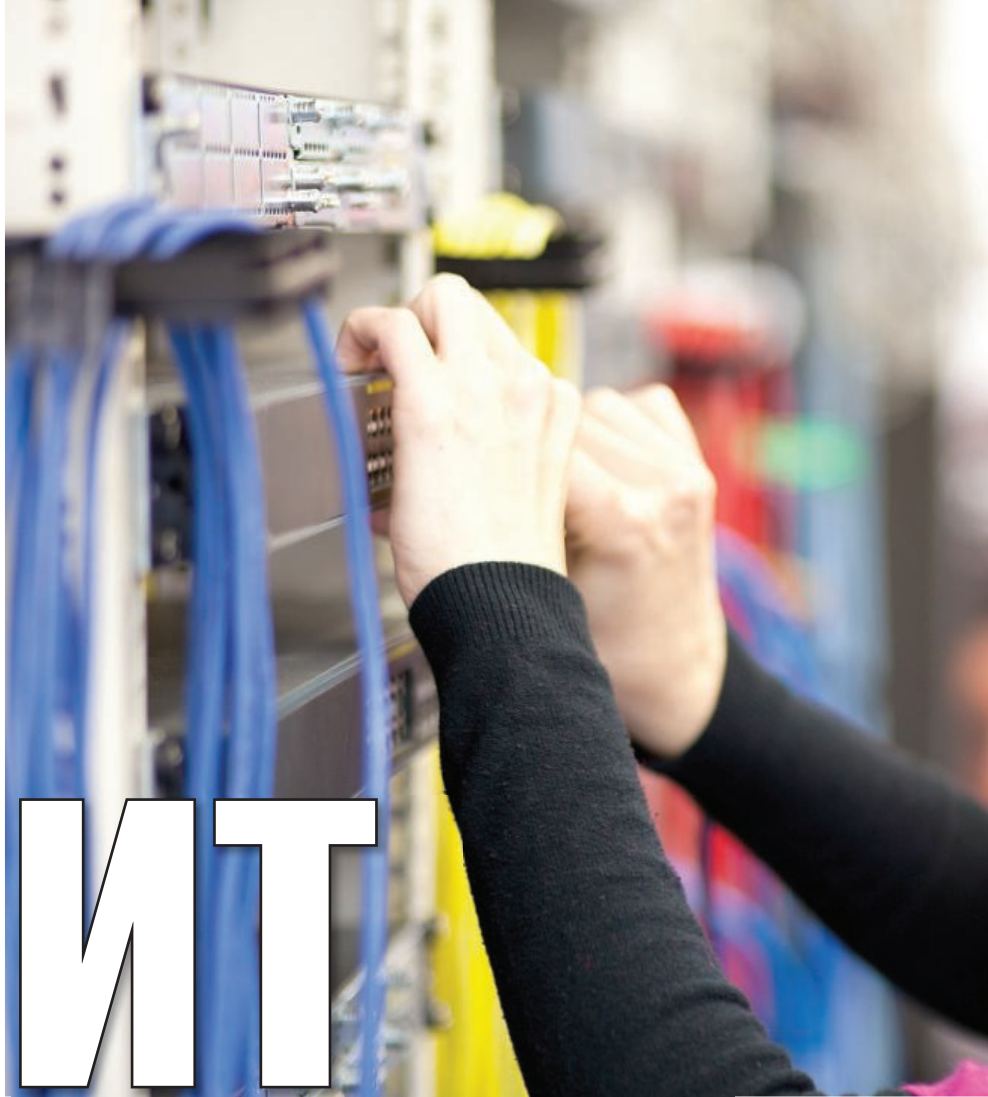
20 000

– толкова ще са незаемите работни места за ИТ специалисти само през следващата година в България по данни на Българската асоциация на софтуерните компании. Не е тайна, че повечето големи фирми в бранша са готови веднага да наемат подходящ човек, ако попаднат на такъв. Нещо повече – според представители на бранша към момента той би могъл да утרוи бизнеса си, ако разполагаше с нужните му кадри. Т.е. проблемът на технологичния сектор не е в липсата на клиенти и възможности за продажби, а в невъзможността да реализират всички проекти след тяхното договаряне. Защото въпреки страхотните заплати в сектора, често надвишаващи 2000 или 3000 лв., и въпреки сериозната безработица в страната ни като цяло, повечето ИТ компании непрекъснато се оплакват, че квалифицирани кадри просто няма. В резултат икономиката ни губи приходи, които при това биха влезли отвън, губи възможност за създаване на нови работни места и за инвестиции в сектор с висока добавена стойност.

Проблемът далеч не се отнася само за България, а важи с пълна сила за повечето развити страни.

Търсенето на софтуерни специалисти

В глобален план е по-високо от когато и да било. Американското бюро по трудова статистика прогнозира, че само в САЩ търсенето на кадри в сферата на ИТ ще нарасне с 22% до 2022 г., което е значително по-бързо от всяка друга сфера на наемния труд. В Германия пък по официални правителствени данни през 2012 г. броят на незаемите работни места в този сегмент е бил 18 700, а очакванията са той да е дори по-висок през отминалата година. Дори в една малка европейска страна като Дания се очаква до 2020



ИТ

Индустрията изкушава дамите

г. незаемите работни позиции в ИТ сектора да са наг 14 000.

Всъщност, тези данни са напълно логични. Светът става все по-зависим от софтуерните системи, все повече браншове преминават към дигитална среда, вече говорим за електронно образование, електронни разплащания, електронно здравеопазване, електронни книги (списъкът може да бъде продължен до безкрай). Затова не е чудно, през следващите десетилетия нуждата от специалисти, които да осъществят тази информационна революция, ще продължава да нараства. Решения на този проблем също

не се търсят от вчера, а компаниите имат всевъзможни идеи - от нови политики за улесняване миграцията на ИТ специалисти, за каквито вече се заговори и у нас, до специални програми за технологично обучение на хора с увреждания. Затова изглежда донякъде странно, че софтуерните компании много късно се обърнаха към една голяма, и въпреки това доста подценявана група от обществото. Става въпрос за нежния пол, в който все повече представители на бранша виждат възможно решение на проблема с кадрите.

Не че в технологичните компа-



Технологичните гиганти финансират инициативи за популяризиране на програмирането сред момичетата

нии и днес не работят жени и не извършват някои от най-сложните и комплексни задачи в сферата на програмирането, мрежовите технологии, информационната сигурност, 3D моделирането и гр. Истината обаче е, че в повечето софтуерни фирми както у нас, така и по света т.нар. полово неравенство (gender inequality) има огромни мащаби. Факт, който определено противоречи на

Трудността

с която компаниите намират специалисти днес. Макар и някои ИТ мениджъри да не осъзнават, че има проблем, доказателство за наличието на такъв са статистиките, публикувани през последните месеци от ИТ гиганти като Google, LinkedIn, Yahoo и най-наскоро – от Facebook. В четирите корпорации мъжете заемат между 61 и 70% от работните места, а половото неравенство придобива дори още по-осезаем мащаб, когато отделим настрана не техническите работни позиции. От Facebook и Yahoo например обявяват, че 85% от всичките им служители, ангажирани с чисти ИТ дейности, са мъже. Едно актуално изслед-

ване на интереса на женския пол към технологиите, проведено в САЩ пък, показва, че тази пропаст се оформя още на университетските скамейки, като едва 14% от завършилите компютърни науки в страната през 2013 г. са представителки на нежния пол.

Дълго време тези данни са били стереотипизирани и не са взимани под внимание, но нарастващата криза за технологични специалисти вече променя нагласите. Затова не е чудно, че някои от най-големите компании от бранша наскоро започнаха целенасочени действия за привличане на повече дами в своите редици, а в по-дългосрочен план – и за цялостна промяна на отношението на жените към програмирането и други технологични сфери на дейност. При това - насочвайки се там, където проблемът се заражда – още при децата. Неотдавна Google е провела мащабно проучване сред малките момиченца, което показва, че повечето от тях имат цялостен проблем с възприемането на компютърните науки. Всъщност, най-често срещаната гума, с която момичетата асоциират компютрите, е „сुकя“. Затова и усилията на гиганта се на-

сочват към промяна именно на тази нагласа и създаването на нови методи на обучение, които да провокират интереса на децата към програмирането.

Неотдавна корпорацията стартира своята кампания Made to Code, в рамките на която Google ще разпредели 50 млн. щ. долара през следващите три години за инициативи, целящи да направят програмирането интересно

За младите момичета

Част от парите ще бъдат инвестирани в дейности на организации като Girls Who Code и Black Girls Code, които от години се занимават с този проблем. Друга част от средствата ще бъдат вложени в маркетингови инициативи, които имат за цел да популяризират програмирането като възможност за кариера сред момичетата.

Подобни програми вече стартират и други технологични гиганти като компанията за мобилни разплащания Square, както и онлайн образователни платформи като Codecademy.

По всичко личи, че е настъпил моментът за координирано усилие от страна на технологичната общност за решаване на този проблем и изглежда компаниите от бранша вече осъзнават това. Нужни са усилия „по места“ - в по-малките градове, училища и местни общности, нужни са менторски програми, както и целенасочена гържавна подкрепа в рамките на образователната система. А може би повече от всичко са нужни добри примери, каквито днес стимулират младите мъже да стават програмисти или ИТ предприемачи. Защото вероятно всеки младеж, интересуваш се от технологии днес, би искал да стане като Лари Пейдж, Сергей Брин, Стив Джобс или Марк Цукерберг, докато представителките от нежния пол по върховете на ИТ бранша са много по-малко и са предимно професионални мениджъри, а не технологични предприемачи. И макар тази кампания да е закъсняла с поне две десетилетия (колкото ще трябва да се превърнат в пълноценни ИТ специалисти), по-важното е тя все пак да започне днес, за да може следващото поколение да не страда от същите проблеми, с които се бори обществото ни сега.

УЛИЦИ СЪС СВЕТЕЩИ ...

Един проект за генно инженерство разбуни духовете в много държави по света и постави въпроса: възможно ли е да създадем светещи растения като безплатна алтернатива на традиционното улично осветление? И също - добра идея ли е да го правим?



Антъни Евънс представя проекта си на иновационен форум

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

Вероятно малцина са запознати, че уличното осветление съществува още от втората половина на XVII век, когато първо в Париж, а след това в Амстердам и Лондон по улиците се появяват високи стойки за фенери, които да предлагат известен комфорт на преминаващите късно през нощта минувачи. Оттогава до днес то е претърпяло огромни промени през последните няколко века, заменяйки фенерите

с познатите днес централизиранни електрически системи. Въпреки безспорния полезен ефект за намаляване на пътно транспортните произшествия и за комфорта на жителите на градовете като цяло, обаче през цялото това време уличното осветление не успява да се справи с някои сериозни предизвикателства. То е скъпо за поддръжка, енергоемко, източник е на аварии и има значителен въглероден отпечатък – фактор, който придобива все по-голямо значение в днешно време, когато дебатът

за околната среда се води с пълна сила по целия свят.

Всички тези проблеми си остават валидни за всеки тип съвременно улично осветление, без значение от технологията. Американският учен Антъни Евънс обаче предлага изключително екстравагантно решение едновременно на всички тях, а именно ... да премахнем уличните лампи. И по-конкретно – да ги заменим със ... светещи растения. Правилно прочетохте – става въпрос за разполагането на хиляди генно модифицирани рас-

ДЪРВЕТА

тения по улиците на градовете, които да събират светлина през деня и да светят през нощта. Ако и на вас ви звучи като научна фантастика, то не правите изключение от повечето хора, научили за проекта.

А сега малко по-сериозно

Проектът на Евънс, наречен *Glowing Plant*, има за цел създаването на технология за естествено природно осветление, което в по-далечна перспектива да замени изкуствените източници на светлина. Екипът планира да направи това като промени генетичната структура на растението *Arabidopsis thaliana*, което се среща в Европа и Азия, и го накара да излъчва слаба, зелено-синя светлина. За целта към неговата ДНК ще бъде добавен генетичен материал

от светулка. В рамките на проекта, който е некоммерсиален, хиляди хора, които са го подкрепили, ще получат свое собствено светещо растение. В първоначалния си вид подобните на храст организми няма да бъдат подходящи за осветяване на големи помещения и ще се използват предимно за декорация. Целта на проекта обаче е да прокара пътя към по-нататъшни изследвания, които да направят възможна появата на растения, излъчващи по-силна светлина.

Историята

Всъщност създаването на светещи растения не е нещо ново и подобни експерименти са правени още от 1980 г., когато учени добавят към тютюнево растение ген от светулка. Тогава обаче, за да засияе, то е било пръскано предварително с определена субстанция. През 2010 г. друг екип от биоло-

зи използва гени на бактерия, за да създаде прототип на светещо растение. Учени от Кеймбридж пък успяват през същата година да накарат бактерии да светят продължително, добавяйки към тяхната ДНК генетичен материал от светулка. Именно на знанието от тези опити е базирана и работата на Евънс.

Успешна Kickstarter кампания

През миналата година екипът на *Glowing Plant* дори проведе успешна кампания за финансиране на своя проект в портала за групово финансиране *Kickstarter*. Тогава учените си поставиха за цел да наберат финансиране в размер на 65 000 щ. долара, но проектът получи толкова силна подкрепа, че в края на кампанията събраната сума беше 484 013 щ. долара. Съвсем в стила >



на Kickstarter, всички потребители, финансирани проекта, ще получат разнообразни награди, като всеки дал 40 щ. долара или повече, ще получи собствени семена за светещо растение, което да отгледа в дома си. След постигане на първоначалната финансова цел екипът на Glowing Plant повдига летвата, като обещава да изпрати по една светеща роза на всеки, дарил 150 щ. долара или повече.

Законно ли е?

Правителството на САЩ изглежда няма проблеми с проекта. Още в началото на кампанията Евънс бърза да обяви, че екипът му е осъществил контакт с американското ведомство за инспекции по здравето на животните и растенията (APHIS - Animal and Plant Health Inspection Service), както и с Министерството на земеделието на САЩ, които регулират генното инженерство. Двете институции дават зелена светлина за проекта. Въпреки това обаче редица анализатори и експерти вече изказаха опасения от неговото осъществяване, посочвайки, че създаването на светещи растения и изпращането им на стотици хора ще бъде прецедент като нерегулирано разпространение на изкуствено създадени организми. Освен това, според някои учени, дори и този конкретен пилотен

проект да не е опасен, той ще улесни осъществяването на други изследвания в бъдеще, които може да имат по-сериозни последици. Какво ще стане например, ако по някакъв начин светещите растения успеят

да се разпространят неконтролируемо в околната среда?

И също – какво влияние могат да окажат те на насекомите, които неизбежно ще влизат в допир с тях? Все въпроси, които тепърва ще търсят своите отговори. Освен това Kickstarter е международна платформа и е възможно кампанията на Евънс да е подкрепена и от потребители, живеещи в страни, където регулацията на генно модифицираните организми е много по-ограничаваща в сравнение със САЩ. Според Алисън Сноу, еколог от Държавния университет Охайо, която изучава рисковете от генно модифицираните организми, за самите ГМО експерти ще бъде сериозна ПР катастрофа, ако някое от тези растения се разпространи из дивата природа.

Според други анализатори обаче, „кутията на Пандора“ вече е отворена и процесът трудно може да бъде спрян. Защото дори и в една държава ГМО регулацията да забрани експерименти като тези в рамките на Glowing Plant, то оп-

итите ще бъдат осъществени в други страни с по-слабо законодателство. И ако едни компании се откажат да тръгнат по този път по морално-етични побуди, то със сигурност ще се намерят такива, които ще се възползват от празната ниша. В такъв случай какво ни очаква? Отговорът може би е – период, който в някои медии вече наричат „ерата на биохакерството“.

Време, в което дори аматьори ще могат да създават в своите домове променени растителни и животински видове, а пазарът ще бъде буквално засипан с подобни комерсиални продукти. Уличното осветление може би ще се осъществява от странни светещи растения по тротоарите, но пък туристите все по-често ще срещат и в планинските местности случайно попаднали и заживели собствен живот подобни екземпляри. Възможно е след това променените гени да се прехвърлят и на животните, консумиращи тези растения, както и да попаднат в храната ни. Междувременно екипът на Glowing Plant се готви през този месец да организира първото събитие за представяне на своите ГМО творения, а вероятно само времето ще покаже дали тяхната поява ще е за добро, или ще предизвика много повече проблеми, отколкото всъщност ще реши. **И**



Идеята за светещи дървета разбуни духовете заради опасността да бъде изпуснат контролът над генно модифицирани организми



VIA PONTICA RESORT Health & Leisure

"Виа Понтика" е бутиков пет звезден хотелски комплекс, заобиколен от красив зелен парк и собствен плаж с VIP зона. Комплексът е идеално място за семейна почивка, като предлага два ресторанта, модерен бар на плажа, детски площадки и анимация, външен и вътрешен басейн и действаща винарска изба с дегустационна зала

"Виа Понтика" предлага и професионални лечебни и възстановителни процедури с поморийска кал и луга.

~ ~ ~

"Via Pontica" is a boutique five stars resort surrounded by a beautiful green park and private sand beach with VIP area. The complex is perfect place for a family vacation with two restaurants, trendy beach bar, playground and animation for children, indoor and outdoor pools and unique winery with degustation hall

"Via Pontica" offers professional rehabilitation mud and lye cure procedures.



FESTA VIA PONTICA RESORT
ГР. ПОМОРИЕ, УЛ.ЧАЙКА 2



0 700 144 22

+359 2 818 96 17

sales@festahotels.com

WWW.FESTAHOTELS.COM



Човечеството вече прави първите си стъпки за превръщане на ДНК в цифрова информация. А заедно с това и към изпращането на истински копия от растения и животни по електронен път

Изпрати ми живот по интернет

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

Ако и вие напоследък сте повярвали на всички онези прогнози, че индустриалната ера си отива и отстъпва мястото си на информационната, в която двигател на обществото ни ще са интернет, мобилните приложения, социалните мрежи и обработката на големи масиви от данни, подгответе се за изненада. Информационната епоха също вече е към края си. Тя наистина се случи и наистина беше такава, каквато анализаторите и ИТ гурутата я описват. Сякаш по подразбиране обаче очаквахме, че нейната продължителност ще е също толкова дълга, колкото и предишните големи епохи в историята на цивилизацията ни – земеделското общество и индустриалната ера. И сгрешихме. Все по-бързото експоненциално развитие на науката и технологиите стана причина този нов период да бъде значително по-

кратък. Какво ни очаква след него? Добре гошли в

ерата на биологичния дизайн

Време, в което ще можем да променяме живите организми според собствените ни желания и дори ще имаме инструменти за конвертирането на ДНК в дигитална информация, която след това ще може да се обработва от компютри и да се изпраща до всяка точка на света, свързана с интернет. Или с други думи – човечеството ще достигне етап, в който определено растение или животно ще може да бъде изпратено в цифров вид на хиляди километри, след което просто да бъде създадено в точката, в която е пристигнало. Ако ви се струва фантастично или дори налудничаво, трябва да добавим, че идеята не е на случаен човек, а принадлежи на най-голямото светило

в областта на генетиката – самият Крейг Вентър, който през 90-те години се прочува като ръководител на проекта „Човешки геном“, а през 2010 г. стана известен като

създател на първия изкуствен жив организъм

Сега ученият стига дори още по-далеч, посочвайки в интервю за списание Wired, че човечеството вече може да манипулира ДНК със същата лекота, с която може да редактира софтуерните програми в компютъра. А това от своя страна ни доближава до възможността да изпращаме конвертираната ДНК информация в цифров вид през комуникационната мрежа. По този начин, използвайки своеобразни „биологични телепортори“, ние ще можем да пресъздаваме протеини, вируси и живи клетки на отдалечена локация и на практика





протеините, които могат да бъдат разглеждани като негов хардуер.

Какво ще ни донесе това?

Крейг Вентър е убеден, че дигитализирането на информацията за ДНК ще доведе до истинска индустриална революция, както и до децентрализиране на производството, позволявайки на всяко домакинство само да си създава живи организми. Харесвате ли това цъфне по интернет? Можете ли да си го гауноунете още сега! Искате ли да купите онова котенце от сайта за животни и да зарадвате гъщеря си още днес? Няма проблем – вече се принтира ... Продажбата на декоративни растения и животни е само един от примерите за сегменти, които ще бъдат повлияни от тази технология.

Само можем да спекулираме за ефекта, който подобни промени биха оказали върху земеделието, хранително-вкусовата промишленост, търговията на дребно и много други сфери от живота ни.

В образованието ще се появят нови възможности за изучаване на биологията чрез създаване на живи организми направо в класните стаи, а в културната сфера вероятно ще станем свидетели на редица нови произведения, вдъхновени от синтетичната биология. Изкуството винаги е било повлияно от напредъка на науката и няма причина да не очакваме, че подобен технологичен пробив ще се отрази на сюжетите и формите на изкуство. Може би една от най-осезаемите промени обаче ще е в предпочитанията за кариерно развитие на младите хора. Ако днес биологията трудно може да се нарече най-предпочитана специалност за висше образование и професия, то подобни научни открития вероятно ще увеличат в пъти броя на желаещите да се реализират в тази сфера.

В по-далечно бъдеще

дигитализирането на ДНК неочаквано за някои може да се окаже решение и на още един проблем – този с усвояването на Космоса и колонизирането на планети в другите звездни системи. Огромните разстояния

да възпроизвеждаме живи организми, променяйки завинаги представата за това какво означава живот.

Ако някой на тази планета може да си играе на „бог“, то това вероятно е именно Крейг Вентър. Пионер в сферата на молекулярната биология, той работи в този научен сегмент вече повече от две десетилетия. През 2001 г. той и екипът му картографират човешкия геном и го публикуват в общественото пространство, променяйки изцяло представата за това, как функционират телата ни. След това се заема с изследвания в областта на синтетичната биология, създавайки първата изкуствена бактерия, която по нищо не се отличава от истинските си събратя. Вентър е основател последователно на компанията *Celera Genomics*, Института по изследване на генома, както и „Джей Крейг Вентър институт“. През 2007 г. и 2008 г. е избран за една от стотте най-влиятелни личности на света в класацията на сп. *Time*. Носител

е на десетки награди и е автор на над 200 научни публикации и няколко книги. Именно в последната от тях – „Живот със скоростта на светлината: От двойната спирала до зората на дигиталния живот“, той описва перспективата човечеството да започне да

конвертира ДНК в цифров вид

В основата на тази революция, според Вентър, лежи фактът, че цялата информация, нужна за създаването на една самовъзпроизвеждаща се жива клетка, се намира в двете спирали на ДНК (дезоксирибонуклеинова киселина). Аналогията със света на информационните технологии е голяма и ученият е убеден, че много скоро ние ще можем да пренаписваме и подобряваме тази информация, създавайки своеобразни нови „клетъчни софтуерни програми“. Този софтуер от своя страна ще може да дефинира



Крейг Вентър (долу) и екипът му работят по проект за конвертирането на ДНК в дигитална информация

между звездите правят почти невъзможна за хората перспективата да се преселят на екстрасоларни планети (такива извън Слънчевата система). Дори светлината изминава разстоянието до най-близките до Слънцето звезди за няколко години, а на пилотируем космически кораб ще трябва несравнимо повече време за това. Някои футуролози и научнофантастични писатели обаче прогнозират, че след време човечеството ще може да изпраща в далечния Космос машини, способни да достигнат до там и след това да започнат да създават по предварително зададен дизайн живи организми или дори хора. Една елегантна възможност за разпространение на живота в галактиката.

Етичните въпроси

Такива е имало винаги – още от зората на човешката цивилизация, а въпросът е дали достиженията на науката ще бъдат използвани за добро или зло, убеден е Вентър. И вероятно е прав – човечеството от векове измисля опасни иновации, започвайки от огъня, преминавайки през автомобилите, електричеството и достигайки до ядрената енергетика и други технологии, които създават облика на обществото ни днес.

Налага се обаче въпросът: дали не



сме достигнали един етап в своето развитие, в който технологичните грешки вече не могат да бъдат пренебрегвани, а последиците от тях ще бъдат все по-трудни или дори невъзможни за преодоляване. Защото ако в продължение на векове огънят

е можел да предизвика единствено пожари, ограничени в гадено селище или регион, то една биологична катастрофа или криза с изпусната от контрол нанотехнология може да окаже влияние на цели държави и континенти. **И**

*Хотел "3 Планини"
обещава спокойствие и чиста природа!*

Boutique Hôtel



"3 Планини" е луксозен бутик Спа хотел, изграден в характерен алпийски архитектурен стил, съчетан с традиционни елементи. Намира се близо до Банско. Състои се от 42 апартамента от 39 m² до 65 m² с южно изложение и собствен балкон с прекрасен изглед към върховете на Пирин и Родопите. Хотелът разполага с уникален спа център, разположен на обща площ от 600 кв.м.

За резервации и допълнителна информация:

тел.: 074 792 955; 0888 805 993

e-mail: reservation@3-mountains.com



WWW.3-MOUNTAINS.COM



Романтика на релси

**Железничари
ентусиасти
връщат блясъка
на старите парни
локомотиви и
композиции на
БДЖ, които са хит
за атракционни
пътувания**

СТИЛИЯН ГРЕБЕНИЧАРСКИ

фото СТОЯН ЙОТОВ

Много са заслугите на железницата за обществото и икономиката - такива, каквито ги познаваме днес. Въпреки че през последните години се водят глобални дискусии повече за ниската ефективност и конкурентоспособност, има един непреходен фактор, който я съпровожда от величието на миналото към предизвикателствата на бъдещето.

Пионерският дух – същият, покори реките и планините, овладял огън и вода, борещ се с догмите на науката и лимитите на въображението, за да свърже хората и даде тласък на човечеството. Той не само кара хиляди да посветят кариерата и способностите си на железницата, но и се оказва заразителен за множество странични наблюдатели. Любителите на транспорта, моделисти и трейнспотъри („ловци“ на влакове с камери в ръце) отделят сериозни финансови средства и свободно време, за да за-



АРХИВ БДЖ

Парен локомотив 609.76 начело на ретро композиция по теснолинейната линия Септември - Добринище. Поради впечатляващите гледки и атрактивното развитие на железния път тя е сред най-предпочитаните сред любителите

ние - романтично и авантюристично по своята същност, но и оказало се ефективно за Български държавни железници.

Атракционните пътувания в България

България има най-големия брой парни локомотиви в движение от всички страни на Балканския полуостров и в Източна Европа. Комбинацията с красивата природа и богатството на културно-историческо забележителности прави страната все по-популярна дестинация сред туроператорите, специализирани във влакови турове.

През 2013 г. са осъществени 14 атракционни пътувания, докато през 2012 г. този брой е бил едва 4. От началото на тази година 8 групи са имали удоволствието да пътуват с ретро състави, а вече има и 4 заявки за следващата. Интересът е дори по-висок, но поради рехабилитирането на сериозна част от инфраструктурата не е било възможно да се осъществят някои от запитванията. Дейността е ефективна за националния пътнически превозвач, тъй като при ценообразуването той начислява винаги процент печалба над експлоатационните разходи.

„Успехът се дължи основно на хората, приели като свое призвание да възстановят и покажат пред света историческото наследство на железопътния ни транспорт. Най-големият „разход“ са техните умения, старание и страст”, изтъква Ивайло Марков, ръководител отдел Музейно дело и атракционни пътувания в Холдинг БДЖ.

Записванията се осъществяват поне един месец предварително, а за всяка заявка се изготвя индивидуална оферта, съобразена с желанието на клиента. Атракционните пътувания могат да са на всякакви разстояния, по цялата железопътна мрежа на страната. Те се осъществяват във различни комбинации с парни локомотиви, ретро композиции или регови подвижен състав.

Забележителните гледки и специфичното развитие на железния път правят най-желан теснолинейния маршрут между Септември и Добринище. Там се намира и най-високата гара на Балканите - Аврамово (1267 м.). Други предпочитани са подбалканската линия, Димитровград - Подкова, трите линии, пресичащи Стара планина и др. Осъществявани са както кратки пътувания в околностите на София, така и над едноседмични обиколки през голяма част от железопътните трасета.

Пътуванията с ретро композиции са сравнително скъпо удоволствие. Клиентите са основно влакови любители и железничари от цял свят - английски, германски, австрийски, американски, австралийски, японски туристи. Има и заявки за бизнес пътувания, фирмени и семейни тържества, както и за заснемане на кинопродукции. „Едно хоби може да бъде страст и човек да инвестира много повече в него, за разлика от „традиционните“ ваканции. Този тип преживявания водят по-платежеспособни туристи и подобряват имиджа на България като дестинация”, посочва туристическият експерт Константин Занков.

Между 11 и 21 септември експрес

говолят тръпката си. Атракционните железопътни пътувания отдавна са заели своето ключово място в туристическия бизнес. Водещите тематични издания посвещават обширни материали за най-впечатляващите пътешествия.

През последните години за железниците в България се говори предимно в негативен аспект. Дали защото лошата новина продава по-добре, или зад нея наистина стоят сериозни проблеми, но факт е, че имиджът им е сериозно накърнен, а внушението е, че те са в тежест на обществото. На този фон съществуват обаче множество положителни инициативи, които за съжаление често не попадат под прожекторите на общественото внимание. Инициативи, водещи началото си именно от пионерския дух и ентузиазъм, предавани се от поколение на поколение сред железничарите. С този материал ще се опитаме да хвърлим светлина върху едно начина-



Парен локомотив 03.12 на депо Горна Оряховица впечатлява туристите с перфектния си външен вид и любовта към детайла



„Черно море“ ще пътува между София, Мездра, Велико Търново, Стара Загора, Бургас, Подкова, Свиленград, Северна Гърция, Кулата, Дупница и с трансфер към теснолинейката Добричице - Септември. Цените за пътешествието започват от 2400 паунда с включен двупосочен билет Лондон - София. България попада в портфолиото на организатора, редом до емблематични маршрути във Френските и Швейцарските Алпи, Германия, Сардиния, Елзас, Тоскана и гр.

БДЖ разполага с общо 4 парни локомотива в движение. Три за нормално междурелсие - 01.23, 05.01 в депо София, 03.12 в депо Горна Оряховица и един теснолинейен - 609.76 в депо Септември. Две са луксозните ретро композиции, които могат да бъдат заявени в цялост или с отделни вагони.

„Корона“ и „Витоша“ експрес

„Корона експрес“, съставен от пет вагона, произведени по поръчка между 1938-42 г. в Германия, е бил предназначен за официалните пътувания на царското семейство. Три вагона: на цар Борис III, царица Йоана и принц Кирил, са съставени от апартамент, спални кабинки и баня. Композицията е запазена в напълно автентичен вид, а ремонти се извършват единствено по техническата част. Вагонът на принц Кирил е построен идентичен с

този на Адолф Хитлер, но през 1954 г. той става личен на новия министър-председател Вълко Червенков. Поради неговия висок ръст се е наложило прустройство на две кабинки в една и

поставянето на по-голямо легло. „Корона експрес“ е бил правителствен състав чак до 1975 г.

В началото на 70-те години властта решава, че има нужда от нови, модерни вагони за представителни цели и от Гьорлиц, ГДР, е доставена 10-вагонната специализирана композиция „Витоша експрес“. В нейния състав влизат вагони - ресторант, кухня, централа, заседателна зала, луксозни апартаменти с баня за оглавяващите делегациите и гр. Вагът е изцяло климатизиран и предоставя пълна автономност на 30 души за една седмица - храна, вода, електричество. В нея са пътували редица световни лидери - два пъти Муамар Кадафи, Ким Ир Сен, Хелмут Кол и гр.

„Реално композициите и оборудването им не може да се остойността, те са уникални. Преди около 10 г. собственикът на „Ориент експрес“, разбрал за влака на цар Борис III, прояви желание да го разгледа и остана изключително впечатлен от това какво сме успели да съхраним. Неговата композиция е изцяло възстановена по архивни материали и в нея няма почти нищо автентично“, разказва Юли Пейчев, отговарящ за ретро вагоните в Поделение за пътнически превози София. Преди две години в Чехия започва възстановяването на вагона на австро-унгарския император Франц Йосиф. Конструкцията, произведена през 1906 г., е възстановена по снимки и чертежи, от състояние за скрап до годна за експлоатация срещу 400 хил. евро.

„Флотът“ от парни локомотиви на БДЖ предстои да се допълни с още





Част от интериора във вагона на принц Кирил. Железницата е едно от малкото места, където през комунизма са съхранени автентични прибори и принадлежности с герба на царското семейство



построена в Schwartzkopff, Берлин, и пристига 12 години по-късно. Счита се, че те са едно от върховете достижения на полското и германското локомотивостроене. Колоосната им формула 1-6-2 е уникална в световен план, което предизвиква голям интерес сред специалистите и любители. Те са най-големите тендърни (без отделен прикачвач се тендър за въглища и вода) в Европа, а вероятно и в света, и най-мощните парни локомотиви изобщо в историята на БДЖ. Теглото им е 111 т, а заредени с въглища и вода - 149 т. Вероятно и затова са известни сред железничарите с прозвището „Баба Меца“.

Серията е била предназначена за обслужване на тежки въглищни влакове, предимно в участъка София - Перник, но епизодично са били използвани и по други линии със сериозни наклони. 46.03 е работела между 1938-43 г. като помощна за товарни влакове между Белово и Негмирово. В движение е до 1967 г., след

два. В момента се извършва възстановяване за експлоатация на машини с номера 46.03 в депо София и 16.27 в депо Горна Оряховица.

„Баба Меца“

Локомотив 46.03 е част от серия, съставена от 20 броя, които остават и единствените произведени от този тип в света. Първата партия (12 броя двуцилиндрови), към която е причислена и възстановяваната машина, е произведена от Н.Сegielski, Познан, и доставена през 1931 г. Втората партия е (8 броя трицилиндрови)



Ангел (най-вляво) и колегите му от депо София, макар и отдадени на внушителната машина, намират минутка и за фотообектива



Две години огън на 46.03 е бил поетът Никола Вапцаров



което попада в резерв. За две години огън в нея е бил поетът Никола Вапцаров.

Възстановяването на 46.03 започва в началото на април. Най-тежка е работата по котела, който е прегледан внимателно, а всички проби и тестове са показали, че е в състояние да се експлоатира. Трудоемки са и дейностите по ходовата част. От ключово значение за екипа е, че специално този локомотив е много добре окомплектован и почти без липси.

Ангел Алексиев, основната фигура за възстановяването и експлоатацията на парни машини в депо София, се надява до Нова година пещта да е запалена, да започнат функционални проби и в началото на април да е първото официално пътуване. „Чувството „да запалиш“ машина, която е стояла 40 години, е неопишуемо. Когато изкараме 05.01, цялото депо се събра, за да види с очите как ще потегли“, казва той.

За да се случат нещата, много важни са взаимната подкрепа, съдействието и ентузиазмът на колегите, както и помощта на труператорите. Те са се застъпили пред ръководството на БДЖ за проектите и са гарантирали интерес за пътувания с машините. Любителите на ретро подвижния състав от цял свят с нетърпение очакват кога локомотивите ще са готови и има заявки композиции да бъдат теглени именно от тях.

„Да си машинист на парен локомотив е тежка, специфична работа, която не допада на всеки. Най-важно е желанието. Радващо е, че всички, които пътуват с мен, са млади момчета. Вече 11 години съм посветил на парните машини, всяка от които е уникална по свой начин. Само като слушам как работят, мога да разбера дали и къде има някакъв проблем“, посочва Ангел. Той споделя, че вече усеща натрупана умора, а мечтата му е да възстанови още една машина и да предаде делото на следващото поколение. Тази умора, обаче, е напълно прикрита от плама и настроението, с които зарежда разказа си.

16.27

Серия 16 са най-новите парни машини, доставени за БДЖ (1952 г.). Закупените 33 локомотива са били последните



В началото на април 46.03 - най-големият тендерен парен локомотив в Европа, трябва да се присъедини към 01.23 и 05.01, безотказно кръстосващи железопътните линии в страната

останали на склад от общо 859 от модел, предназначен за военните нужди на Германия. Машините за България са произведени през 1948-49 г. във Виена от заготовки и части, останали след войната. Колоосната схема е 1-5-0, с пет двигателни колооси с височина 1,4 м. Мощността на локомотива е 1800 к.с., а дължината му с тенде-

ра - 23 м. Максималното му тегло е 156 т, включително 30 куб. м вода и 10 т въглища. Разходът с 4-вагонна композиция между Горна Оряховица и Русе например, е между 2,5 и 3 т висококалорични въглища. Въпреки широкото си разпространение в миналото, от този тип досега има запазена за движение само една машина - в Люк-



Алберт се надява през пролетта 16.27 да измине първите си, обвити с пара, метри на собствен ход



сембург.

Локомотив 16.27 е експлоатиран предимно като помощен за товарни и пътнически влакове в изкачване на участъка Борово - Бяла. В движение е до 1975 г., когато преминава през заводски ремонт и е зачислен в резерва. Поради това е напълно окомплектован и в много добро техническо състояние. Дебелината на котела е същата, каквато е била и при производството му. След 1992 г. повечето локомотиви от серията са нарязани за скрап.

„Да имаш перфектни технически познания не е достатъчно, трябва да носиш професията в себе си. Моят

гядо бе машинист на парни локомотиви и покрай него израснах в депото сред тях”, споделя Алберт Иванов - машинист на 03.12 и основен инициатор и участник във възстановяването на парни локомотиви в депото. Тежък му лошият имидж на железниците днес и ограничените ресурси, с които разполага, за да реализира плановете си, но когато заговаря за първите метри на собствен ход и отзивите на пътниците, очите му грейват.

Той разполага с 3000 човекочаса, за да върне към живот 16.27, а за специфични дейности разчита на своите

колеги в депото. Предстои водна проба на котела, а след това работа по почистването и обшивките. Алберт се надява през пролетта на следващата година локомотивът вече да е в движение.

Ангел и Алберт имат планове още парни машини да кръстосват железния път в България. Интерес към тях има, а те се надяват да бъдат осигурени и средства за възстановяване. А за любителите на железницата остава удоволствието от резултатите на техния труд и ентузиазъм, както и надеждата, че ще намерят подкрепа и последователи. **И**



Локомотив 16.01 в депо Горна Оряховица. Машината доскоро е обслужвала атракционни влакове, но поради технически проблем е преценено, че е по-добре да бъде възстановена 16.27. Такъв ще е нейният вид след няколко месеца, но с оригиналните си черно-червени цветове.

Функционални и модерни

Архитектурно студио **funkt** намира ниши и създава свой разпознаваем почерк



Проект за еднофамилна къща в местността Ярема, недалеч от София. Планирано строителство 2014-2015 г.



СТОЯН ИОТОВ

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Архитектурната дейност е като режисьорската – няма значение какъв път си извървял до успеха, важно е добре да свършиш своята част от работата и да постигнеш забележим краен резултат, смятат младите професионалисти от студио **funkt**. Затова не е учудващо, че вече имат свой стил на работа и разпознаваем почерк в архитектурата, които се характеризират с фокус върху всеки детайл, повече естествени материали, по-малко излишни части и голяма доза удобство и практичност. Архитектурата и дизайнът не бива да се превръщат в паметник на безумието на своя създател, уверява Илиан Хаджиин. А и както името на студиото подсказва, в основата на тяхната работа е функционалността, а не екстравагантните идеи. И за да няма съмнение кой е авторът, върху всяка своя творба поставят лого с ръкописен шрифт **funkt.eu**. В пъзела от имена и достижения в българската архитектура те вече са разпознаваеми.

В началото

се надявали, че ще може да проектират градски пространства и об-



Елементите отлично качество, уникалност, къс срок и ниска цена не може да бъдат едновременно комбинирани, твърдят Лора Варийска и Илиан Хаджиин

ществени сгради, но реалностите ги ориентират към интериорния дизайн.

До 2008 г., когато строителният балон се спуска, всичко е полуфабрикатена индустрия с гипсокартон, стомана, неръждавейка. За да се отличи на пазара, **funkt** се насочва към разработването на своеобразна занаятчийска естетика с нов дизайн. Вече имат богато портфолио и проектите на студиото включват градски пространства, къщи, апартаменти, офиси, мебели. *Sura Star* е обектът, от който се насочват към интериор за заведения и така в кризата намират ниша за изява и по естествен начин се препозиционират. С техен дизайн са *Take a Cake*, *БГ бар*, *Ракия бар „Ракета“*, както и офисите на *Eleven*, *SiteGround*, *Saatchi & Saatchi*.

Идеята

за създаването на студио **funkt** възниква през 2006 г. от желанието на неговите основатели Мария Балева, Лора Варийска и Илиан Хаджиин да разполагат с времето и енергията си и да развият свой „начин на



Интериор на офиса на „Прознание“ в стара софийска сграда. Проект и реализация 2013 г.



ФОТО АРХИВ: FUNKT



изразяване”. Още същата година новата бизнес структура става факт и с премерена стъпка студиото започва да се разраства, като към него се присъединяват Валентин Денков, Александър Карагинков, Мартин Ангелов.

Илиан Хаджиин е архитект и... дърводелец, изграден при дългогодишното строителство на семейната къща в Драгалевци. Двамата с Мария Балева завършват Университета по архитектура, строителство и геодезия и започват работа в LP consult - ателието на арх. Атанас Панов. Когато натрупват опит, решават да започнат самостоятелна дейност. По правило във функт всички са архитекти, а Лора е изключението, което потвърждава правилото. Завършила е маркетинг и комуникация в Братислава. Грижи се за всичко в бизнеса, с което творческата гуша на колегите ѝ не се ангажира. Във всеки проект има много неща за доуточняване, а комуникацията е основна в работата с клиентите.

Лора дава страничната гледна точка за архитектите в студиото. Колегите ѝ често се впускат в преразход на усилия и време, а тя има грижата да настрои екипа към максимална

ЕФЕКТИВНОСТ

Според нея основният проблем е, че клиентите винаги бързат много, поставят нереалистично кратки срокове, същевременно искат нещо специално, което да е възможно по-евтино. „Елементите отлично качество, уникалност, къс срок и ниска цена не може да бъдат едновременно комбинирани. Нещо винаги е за сметка на другото. За да се стигне до чудото в архитектурата и дизайна, се предлагат няколко варианта, които трябва да бъдат обсъдени с клиента. Проектът трябва супер бързо да се реализира, но за всичко е необходимо да се осигурят по три оферти, за да се избере най-добрата цена. И когато изпълнението набере скорост, се случва някой клиент да каже, че не си е представял нещата по точно този начин, и да поиска промяна”, разказва Лора Вारीйска.

Архитектите от функт се спре-



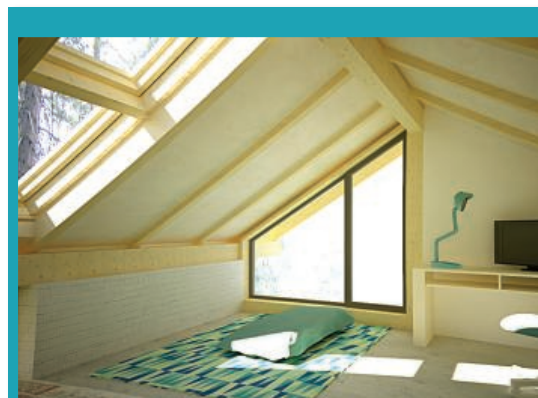
Интериор на апартамент в сграда „Жаклин“, реализиран през 2011 г.

мят да проектират изпълними неща. Опитът, който Хаджиин има като дърводелец, е особено ценен, тъй като е развил уменията да „разбива“ и най-сложния проект на операции. За много от разработките чуват как те са неизпълними, но екипът на практика показва, че всичко, което проектира, може да се реализира. Тук основното правило е, че зад всяка черта на архитекта стоят реални пари и реални обекти. „Има нови сгради, направени така, че ако се махнат отделни части, те ще функционират чудесно и без тях. В стремежа да са оригинални, често зад решенията не стоят функционални говори”, коментира Илиан Хаджиин. Основната

ОТГОВОРНОСТ

е не само да проектираш една сграда, но да направиш нужното тя да бъде завършена, да ѝ дадеш живот, смятат младите архитекти. Някои ги наемат единствено за проектиране. Но те предпочитат да са от А до Я в реализацията, защото не осъществяват ли авторски надзор, обикновено се стига до „Намери десетте разлики”. Често изпълнителите вземат решения, които не са

заложили в проекта, и това проваля тяхната работа. Затова предлагат вариант, при който да управляват цялостното изпълнение. И не проек-





АРХИВ: FUNKT

ГЛЕДНА ТОЧКА

Резултатът зависи от постоянството

Архитектите от **funkt** направиха интериора на редица заведения и имат свой поглед към този бизнес. Според тях, за да успее едно заведение, собствениците трябва да си дават сметка, че всички детайли са важни и определящи - не само храната и напитките, а също от интериора и персонала до най-дребната подробност. Постоянството на качеството е определящо и то трябва да се поддържа не само за месец след откриването. Преди да се заемат да правят ново заведение, инвеститорите трябва да са си отговорили на един основен въпрос: С какво ще са по-различни от всички останали на пазара и кое ще ги направи предпочитани. Имат ли идеята, трябва да я реализират по най-добър начин. И още нещо - практиката показва, че по-успешно работят заведенията, чиито собственици се радват на широка популярност в определени среди. Дизайнът може да е уникален, но лошото обслужване е в състояние да съсипе всичко. Конкуренцията е много голяма и всяко заведение лесно може да изпадне от активен оборот. Има и свръхестествен елемент как ставаш любим и как оставаш предпочитан, смята Лора. А според Илиан нивото на персонала трябва да се повишава, а не да се влошава. И както в автомобилния дизайн, заведението трябва да пази облика си, но и да се обновява и променя. В София няма заведения по на 300 години, които не са затваряли. Тук има места, които внезапно изгряват и после бързо залязват. В крайна сметка успяват онези, които правят този бизнес с любов.

тирането, а намирането на качествени и отговорни изпълнители е най-големият проблем.

Стремежът на **funkt** е да се ум-

върдги на пазара с високо качество на достъпна цена. Масово предлаганото качество обаче е доста пониско, продукът е по-евтин и на

този фон техните услуги изглеждат скъпи. Този избор обаче се изплаща във времето, уверява Валентин Денков. Той идва в студиото като стажант по време на следването си в Единбург. После, когато завършва, го канят да се присъедини към екипа. Любопитна подробност е, че известно време след създаването си **funkt** започва да набира

СТАЖАНТИ

нещо, което дори големи компании не правят. „По този начин си „откупуваме“ младостта, тъй като в момента, в който спрем да разбираме новата генерация, ще изостанем. Хората много бързо закостеняват и спират да експериментират. А младите нямат готови клишета и затова опитват да направят всичко по свой начин“, обяснява Хаджиин. Дори доскоро на сайта им стоеше обява, че търсят стажантка.

Засега работят основно на българския пазар, но се готвят за излизане на чужди пазари. Имат предложения, чиято реализация зависи от това да са не само интересни и уникални в проектирането, но атрактивни и като крайна цена на реализирания проект. **И**



АРХИВ: FUNKT

Реконструкция и интериори на стара градска къща в Добрич. Проект 2013 г., реализация 2014-а

Ник Д'Алоисио -

Когато си на 15 или 17, смартфоните и технологиите са нещо, без което едва ли можеш да живееш и да си представиш живота си. Колко са обаче децата на тази възраст, които не са потребители, а създатели на мобилни технологии? Мнозина едва ли биха посочили число, по-голямо от нула, но... има едно изключение. Това е Ник Д'Алоисио, който през миналата година се превърна в сензация в технологичния свят, след като първо набра 1 милион от частни инвеститори, за да разработи приложението си, а после Yahoo! го купи за 30 милиона долара.

Приложението Summly, което детето чудо създава, компресира дълги текстове в няколко основни изречения – до 400 думи. Започва да работи по него, още когато е 15-годишен. Когато е готов с първоначалната версия, мнозина хора в технологичния свят си дават сметка, че подобен алгоритъм, който „смила“ информацията, ще е революция в днешния свят, когато всички сме залети от новини на мобилните си устройства. Приложението предизвиква интереса на госта сериозни инвеститори – като се започне от холивудски звезди, подкрепящи стартиращи бизнеси, до световноизвестни милиардери. Първо го щъл имейл от група инвеститори от Хонконг, сред които Ли Ка Шин – най-богатият човек в Азия. Чрез фонда си Horizons Ventures той влага 300 хил. долара в идеята на Ник. След това инвеститори в Summly стават актьорът Ащън Къчър, известен с интереса си към технологични стартиращи проекти, създателят на Zungo Марк Пинкърс, Йоко Оно, британският комедиен актьор Стивън Фрай.

Д'Алоисио набира инвестиция от 1 милион долара и я използва, за да наеме учени, които да му помогнат в усъвършенстването на първоначалния алгоритъм. Схемата работи, така че при избирането на определени думи от цялата статия да се

ДЕТЕТО ЧУДО НА ТЕХНОЛОГИИТЕ



На 17 британецът се превърна в най-младия предприемач в света, продавайки мобилното си приложение на Yahoo!. И е убеден, че няма да спре дотук

построи кратко обобщение на новината, която да пасва на екрана на iPhone-а, без да се налага да скролваш или да чакаш да зареди.

Малко след първоначалната инвестиция, в края на 2011 г., Sumtly е пусната за устройства на Apple и само за месец привлича 500 000 ползватели и става номер 1 сред

новинарските приложения за iPhone в 28 държави. Затова едва ли някой е учуден, когато през май 2013 г. Yahoo! купува приложението за 30 милиона долара. Тогава идва и звездният миг на малкия предприемач. Същата година „Уол Стрийт Джърнъл“ го обявява за технологичен иноватор на годината. Списани-

е „Тайм“ го включва в своя ТОП 100, като е обявен за най-влиятелния тийнейджър в света. В момента младият предприемач работи за Yahoo News Digest, като след покупката на приложението му компанията обяви редица подобрения по него и в началото на 2014 г. изпълнителният директор Мариса Майер и Ник представиха и версията за Android на едно от най-големите технологични събития в света - Consumer Electronics Show в Лас Вегас. Апликацията сечели тази година наградата за дизайн на „Епъл“ (Apple Design Award) на Световната конференция за разработчици на компанията.

Д'Алоисио започва да прави приложения за iPhone още от отварянето на магазина за апликации App Store на Apple през 2008 г., когато е само на 12 г. Той работи на своя Мак от семейния апартамент в лондонския квартал Уимбълдън. Баща му Лу работи в Morgan Stanley, а майка му Даяна е адвокат. Двамата са австралийци, на Зеления континент е роден и Ник, но когато е още малък, семейството се мести да живее в Лондон. Има и по-малък брат Матю. Тъй като Ник още е непълнолетен, лицензът за разработчик на Apple е на името на баща му. Никога в училище не е изучавал програмиране или компютърни науки, родителите му също нямат интереси в областта. Любознателният тийнейджър сам се научава да програмира, като рови из интернет и гледа видео с инструкции.

Първите му усилия довеждат до приложение, което прави аудио откъси от речи на угола на Ник – основателя на компанията от Купертино Стив Джобс. По същото време младежът е открил неофициалната биография на създателя на Apple. Компанията обаче отхвърлила това приложение – и с право, разказва Д'Алоисио сега през смях – записите са лоши копия, приложението е твърде просто, със слаби функционалности.

Когато не програмира или не се >



занимава с домашните за училище, Ник обича да чете лингвистика и дори е изучавал езици като латински и мандарин. Интересува се от концепции като граматически рамки (grammatical frameworks) – език за програмиране, базиран на граматиката, или морфеман разбор, както и от теориите на лингвиста Ричард Монтагю. „Той ми е любимец, защото създава теория как естественият език може да се опише като синтактичен език за програмиране“, обяснява ентузиастично младежът.

Ранната версия на Summly, наречена Trimit, се появява в App Store на Apple през юли 2011 г. Там е забелязана от блога TechCrunch и така достига и до вниманието на инвестиционната група на Ли Ка Шин. Когато от Horizons Ventures се свързват с него, Ник е едва на 15. В един хубав ден от лятната ваканция младежът получава съобщението им на имейла си и за малко да го изтрие, решавайки, че е спам. В мейла пишело, че фондът се интересува от компанията, създава Trimit. Инвеститорите едва ли са знаели, че компанията всъщност е едно момче, програмиращо в апартамента на родителите си, което дори няма необходимата възраст за шофьорска книжка.

Мислех си, че мога да продам апликацията в магазина за приложения на Apple за долар-два или най-много за сума, за която да си купя нов компютър, разказва днес Ник за изненадата и шока си, когато получава писмото от хонконгския милиардер. Трябвало да мине известно време, за да осъзнае случващото се и да отговори. Родителите му също били объркани от този интерес, а когато по-късно все пак отишли с Ник в лондонския офис на Horizons Ventures, изненадата им била още по-голяма, защото на срещата станало ясно, че синът им ще получи 300 000 долара, за да доразработи идеята си.

Наесен Д'Алоисио се върнал в училище, но продължил работата по приложението. Първо се свързал с израелски екип по програмиране, а после през интернет открил и пенсиониран професор, живеещ в Тайланд, който е написал няколко книги по темата за естествените езици и програмирането. Той стана наши-



ят основен учен, а сега работи за Yahoo!, казва Ник.

Междувременно младежът започва да обикаля света по различни технологични конференции, за да представи приложението и на групи потенциални инвеститори. Така се стига до привличането на Ащън Къчър, Йоко Оно и Стивън Фрай.

Ник е нормално дете, прави това, което правят и всички 17-годишни, казва майка му Даяна след шеметния успех - излиза на партита, на уикенди, има приятелка от училище. И все пак, на 17 той вече има 30 милиона долара и се занимава с програмиране, което не е присъщо на повечето пограстващи.

След сделката с Yahoo! той вече не ходи на училище, но преподавателите му продължават да го обучават извънкласно, защото Ник е убеден, че трябва да завърши гимназия, а после и университет.

Засега Д'Алоисио не иска да похарчи 30-те милиона долара. Твърде съм млад, за да оценя стойността им, та аз съм на 17, за мен и 100 паунда са много, разказва той след сделката. Но не скрива, че вероятно

еден ден би дал част от сумата като бизнес ангел, за да финансира начинанията на други млади предприемачи. Близките му не се притесняват, че парите може да го покварят или ще бъде изкушен да ги похарчи неразумно, лежейки го края на живота си по плажовете. Стъпил е здраво на земята, няма да повярват колко е нестеллив, обяснява майка му. Има още много да направи, няма да спре дотук, още по-категоричен е пък баща му.

Днес Ник е зает на пълен работен ден в офиса на Yahoo! в Лондон, като 80% от работата му е концентрирана върху подобренията на апликацията си, а през останалото време се подготвя с идеи за нови разработки. Вероятно сред тях ще е подобен алгоритъм като на Summly, който да резюмира видеофайлове.

Засега младежът е решен да продължи и образованието си, но още не е решил къде – в Лондон или в САЩ, за да е по-близо до Силициевата долина. „Категорично искам да стартирам нова компания. Сериозно-то предприемачество води до пристрастяване“, убеден е Ник. **И**

Лятото вдигна продажбите на розе

Лятото е може би най-подходящото време за разбиране на митове и клишета. Едни от най-разпространените са свързани с консумацията на вино в горещите месеци. Днес обаче е ясно, че правилата за избор, пиене, комбинация с храна и сервиране на Дионисиевата напитка вече не са това, което бяха.

Разпространен мит е, че жените предпочитат бяло вино и розе, а мъжете – червено. Това отгавна не е така по света и вече се усеща като тенденция и на българския пазар, разказа Пламен Байков, оперативен директор в най-големия български производител на високоалкохолни напитки и вина „Винпром Пещера“. На практика Вкусовите на слабия и силния пол отгавна не са разделени по цвѳета на виното - дори напротив - и дамѳте, и господа ѳа предпочитат все по-често категорията на розетата.

Розето има много по-малък пазарен дял спрямо белите и червените вина, но в последните години ръстѳвете му не са в проценти, а в пъти. Важно е да се знае, че розе се прави от червено грозде, но по технологията на белите вина. Показателно за потенциала на тази категория е и повишаването на ценовия клас. Ако допреди 5 години най-скъпите розета у нас се предлагат на цени 40 лв., днес те достигат нива от 140 лв., споделиха още винени познавачи. Цветовете, както и цените, варират от бледорозов, тип „съомга“, до наситен ягѳдов и малинов. Розето дължи своята нарастваща популярност и на лесното съчетаване с храна и фактът, че е подходящо за кон-

сумация през цялата година и по всяко време на генонощето – лятна вечеря, лек обяг или бизнес среща. Това го прави предпочитана напитка и от силния, и от по-слабия пол.

Удачен избор в категорията розе на добра цена е Verano Azur Rose 2012. Сорът му е Каберне Совиньон, произведен от собствени лѳзови масиви с контролиран гѳбив, по класическа технология за производство на бяло вино от червено грозде. Виното има фин малинов розѳв цвят, интензивен аромат на ягѳди и пресни черешѳи. Вкусът е много добре балансиран с освежаваща киселинност и приятно закръглен финал.

Вече е разбит и митът, че истинските мъже не пият бяло вино, дори напротив - интересът на силния пол към добре охладеното бяло вино нараства в последните години. Рагващо е, че и все повече хора избират български вина, които не отстъпват по качество на чуждите. За по-топлие месеци експертите на „Винпром Пещера“ препоръчват сухите бели вина. Добър вариант е Verano Azur 2012, Sauvignon Blanc, Chardonnay и Viognier. Това е свежо и лесно за консумация вино с бледѳжълт цвят със зеленикави оттѳенъци. Sauvignon Blanc е най-голямото количество и по тази причина най-силно доловими са характерните за него аромати, на зелена трева и тропически плодове. Вкусът е хармоничен и балансиран с нотки на цитрус и бели цѳветя.

Но независимо какѳо вино предпочетете за горещите месеци, консумирайте го в приятна компания. **И**





Хамди Улукая получава наградата на Ernst & Young National Entrepreneur Of The Year през 2012 г.

НИЯ ИЛИЕВА

Хамди Улукая израства в Ерзънкан, Турция, и работи в семейната мандра. Докато учи политически науки в Турция, младият турчин от кюрдски произход заминава за САЩ, за да усъвършенства английския си, но с малък банков заем стартира собствен бизнес. Днес компанията му Chobani (Чобани - от турски чобан - овчар) има над 3000 служители по света и оборот за над милиард долара. През 2013 г. той получи и наградата на „Ернст и Янг“ за световен предприемач на годината. През предходната 2012 г. пък компанията го награждава с националната награда за предприемачество.

Балкански йогурт донесе на турския емигрант милиарди и световно признание за предприемачество

Историята на успеха понякога идва след невероятен обрат. Ето как за няколко години момчето от мандрата, както Улукая сам описва себе си, става милиардер.

Хамди заминава за САЩ през 1994 г. и учи в университета „Аделфи“. После се заселва в Облъни – столицата на щата Ню Йорк, и започва да прави това, което умее най-добре – сирене. Основава собствена малка фирма „Ефратес“, която прави млечния продукт и го продава на търговци на едро. Товари стоката в колата си и обикаля сам из Източното крайбрежие да търси клиенти. Малко по малко бизнесът му става по-стабилен, но и до днес той си спомня за времето от 2002 до 2004 г. като най-трудните години в живота си. На следващата година идва голямата промяна.

„Седях в офиса на малката ни ком-

пания за сирене и видях рекламна брошура за продажбата на стара фабрика за йогурт. Изхвърлих я на боклука. Но половин час по-късно я извадих от там и се обадох. Фабриката се ока- за само на час разстояние, 95-годиш- на производствена база на „Крафт“, която компанията планираше да затвори. Бяха останали само 60-ина работници, които я подготвиха за за-

криването. Мениджърът ме разведе да разгледам и по цената, която искаха за нея, можеше да се предположи, че се продава за скрап“, разказва днес предприемачът. „Когато си тръгвах, без да знам защо, поисках да я купя. Адвокатът ми ме попита дали не съм луд. Но аз вече имах планове за производство на йогурт, защото тук, в Америка, Вкусът му не беше добър. Когато някой чужденец посети Гърция и

Турция, за по-малко от 15 минути се убеждава, че йогуртът там е невероятен“ – такива мисли се въртели в главата на кюрда, когато разгледал фабриката.

Тъй като малкият му цех за сирене не позволява да финансира подобна покупка, Хамди се обръща за кредит към финансираща организация за гребен бизнес - SBA (Small Business Administration). За една нощ съставя бизнес плана си и скоро получава заема. Така мечтаната фабрика става негова. Още тогава наех 5 човека от работещите там и досега те са в екипа ни, разказва Хамди. Първото събрание на борда беше с мен и тези петима души в затвореното старо хале. Първоначално малката група се заема с реконструкцията на фабриката.

В следващите 18 месеца Хамди се опитва да направи перфектната рецепта за йогурт. Довел майстори от Турция и Гърция. През октомври 2007 г. идват първите поръчки от кашер



С екипа си от Ню Йорк на награждаването



Барът „Чобани Сохо“, който предлага здравословна храна, включваща продуктите на компанията

Мандрата Хамди Улукая

магазин в Лонг Айленд. Още тогава знаехме, че има нужда да се разрастваме, връща лентата Хамди. Днес във въпросната фабрика работят 1200 души.

Постепенно той налага бранда си „Чобани“, като получава договори с големи търговски вериги в Щатите. Йогуртът се превръща в истински хит и днес вече е марка номер едно в своя клас в Америка.

Още през 2011 г. идва и международният пробив. Продуктите на „Чобани“ са представени в Нов Южен Уелс, Австралия. Малко по-късно започва и експорт за Канада, но лицензът на компанията изтича през 2013 г. и за момента външът не е подновен. През 2012 г. тръгват и първите продажби в Обединеното кралство, в магазините на веригата „Теско“.

В края на 2012 г. Хамди отваря и една от най-големите в света фабрики за кисело мляко в Туин Фолс, Айдахо (Twin Falls, Idaho). Заводът е разположен на един милион квадратни фута, а инвестицията е за 450 милиона долара. Там започват работата 300 души.

Третата фабрика на компанията е в Австралия – в град Данденонг. Хамди купува стар завод през 2011 г. и година по-късно той започва работа. Сега продуктите се продават на целия континент.

От лятото на 2012 г. работи и Средиземноморски йогурт бар в Ню Йорк, в популярния квартал Сохо. Менюто се състои от различни проду-

кти, включващи йогурта на компанията и други естествени съставки.

Компанията на Улукая става и спонсор на американския национален олимпийски и параолимпийски отбор. „Чобани“ също така спонсорира австралийски национален отбор по шорттрек и пързалане.



Улукая участва и в инициативи за ученици в Харлем, Бруклин и Бронкс на организацията Citizen Schools. В проекта „Crack the Case“ децата правят дизайн на опаковките на йогурта

Хамди основава и фондация - Shepherd's Gift Foundation, в която отиват 10% от печалбата на компанията „Чобани“. Тя подкрепя проектите на различни обществени и местни организации в сферата на социалното подпомагане, културата, децата, спорта, здравословното хранене и други.

Разбира се, не всичко в живота на Хамди върви по мед и масло. Сериозно петно на репутацията на компанията



слага бившата му съпруга Айше Гирай, която стартира съдебно дело. Тя твърди, че през годините е участвала с немалко средства в изграждането на бизнеса и иска да получи съответната парична компенсация. Не само това, но по нейни гуми бившият ѝ съпруг е откраднал рецептата за популярния йогурт от свои конкуренти, като подкупил служител на компанията, който му издал формулата.

През есента на 2013 г. на компанията се налага да изтегли продуктите си от много търговски вериги, след като са докладвани редица случаи на неприятни стомашни проблеми на хора, яли от йогурта.

По-късно няколко съдилища в Англия и САЩ постановяват, че „Чобани“ заблуждава потребителите, като твърди, че прави гръцки йогурт, защото те остават с впечатление, че млечният десерт се прави в Гърция. И налагат решение да се промени името на продукта.

В началото на тази година пък веригата Whole Foods обяви, че се отказва от продажбата на продуктите „Чобани“, защото кравите, от които се добива млякото, се хранят с генномодифицирани храни.

Въпреки това, според прогнозите на брокерската компания Sanford C. Bernstein тази година се очаква да е твърде успешна за „Чобани“. Компанията за гръцки йогурт има 45% дял на пазара на млечни продукти, които се очаква да достигне 8 милиарда долара през 2014 г. Така на Хамди Улукая се падат почти 4 млрд. долара от продажби само в САЩ.

Ето защо не напразно американските медии обявиха, че историята на Хамди трябва да се изучава в университетите като пример за това как един малък бизнес може да се съревновава с големите играчи.





Най-популярното коте в света е любимо не само на най-малките. Днес около японската играчка се е оформила огромна индустрия с годишен оборот от 7 милиарда долара

НИЯ ИЛИЕВА

Надали много деца ще повярват, но през ноември Hello Kitty (Хелю Кити) става на 40 години. Юбилеят на може би най-известното коте в света ще бъде отбелязан пишно, както подобава на един герой от световен ранг. Днес, четири десетилетия след създаването си, сладникавият продукт на японската компания „Sanrio“ (Санрио) се е превърнал в основата на индустрия за 7 милиарда долара годишно и едва ли има човек, който поне веднъж в живота си да не е виждал розовеещото лого с животинката.

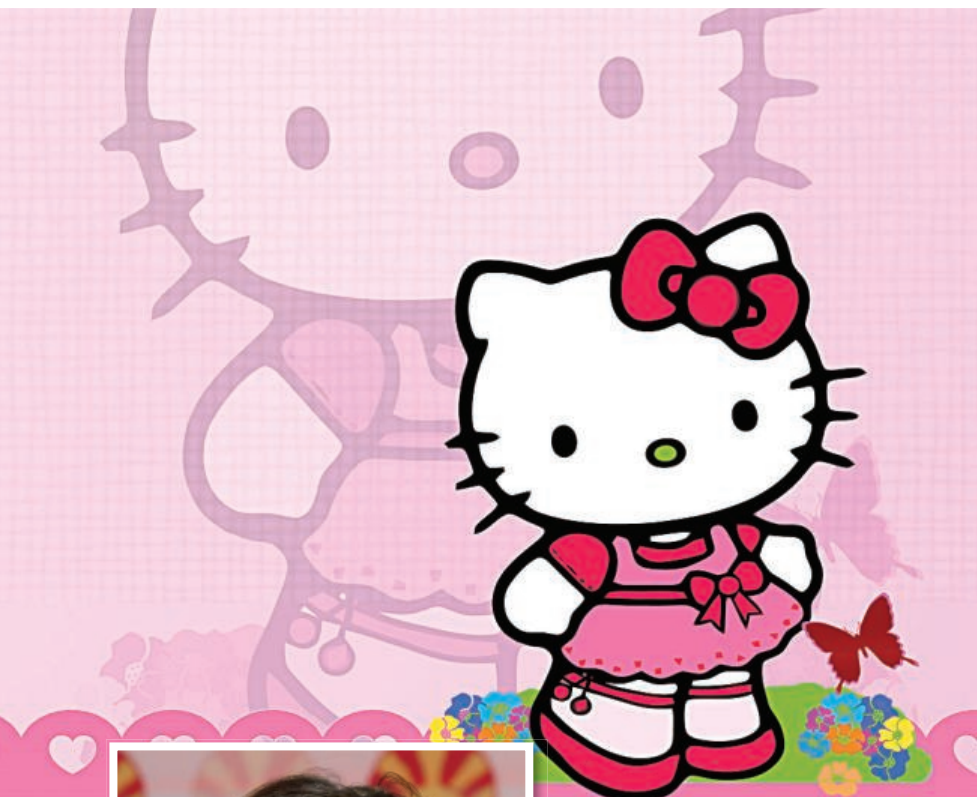
Бялото коте със стилизирани чер-

ти и розова панделка на ухото се появява през 1974 г., макар че като марка е регистрирано през 1976 г. Автор на изображението е художничката Юко Шимицу.

През 1962 г. Шинтаро Цуджи, основателят на „Санрио“, започва да продава гумени сандали с нарисувани цветя. Още тогава той забелязва интереса на японците към продукти със сладникави картинки и наема специален художник-аниматор, който да рисува такива върху стоките му. Компанията произвежда линия с подаръци, изцяло нарисувана с картинки. Така се ражда и Хелю Кити. Първата ѝ поява е върху винилово портмоне, на което котето е изобразено как



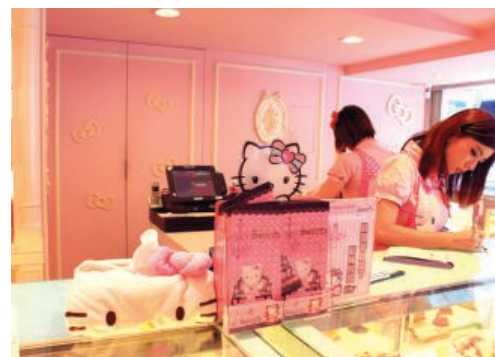
Котето и други герои на Санрио са дори върху самолет



Паркът на Хелоу Кити в Малайзия



Днес логото с котето е върху 22 000 продукта, сред които главно детски



Ресторантът „Хелоу Кити“ в Тайпе



Създателката на Кити - художничката Юко Шимицу

седи между бутилка мляко и буркан със златна рибка. През 1976 г. продуктите с анимираната героиня се появяват и в САЩ.

Компанията решава котето да има британски произход, защото по времето, когато е създадено, това е модно в Япония. Така и до днес Хелоу Кити си остава британка. Отначало тя е трябвало да се казва „Бяло Котенце“ (като едно от котетата на Алиса в книгата „Алиса в Огледалния свят“ на Луис Карол), отново заради популярността на британската култура сред децата в Япония по онова време. Това предложение обаче е отхвърлено.

Ето и други любопитни факти за Хелоу Кити – родена е на 1 ноември 1974 г. в преградията на Кеймбридж.

Родителите ѝ са Джордж и Мери Бел, има и сестра-близначка Мими. Нейни приятели са Кети (зайче), Фифи (овца), Трејси (миеца мечка), Джоуи (мишка). Висока е „колкото пет блестящи ябълки“ и тежи „колкото три блестящи ябълки“. Умее да прави курабийки и палачинки за приятелите си, да играе тенис, да прави оригами. Любимата ѝ храна е ябълковият пай на майка ѝ Мери. Хобитата на Хелоу Кити са пътешестване, музика, четене, приключения, намиране на нови приятели. Любимите ѝ гуми са „приятелство“ и „слагко“ (на японски: „kawaiii“). Колекционира малки симпатични неща, бонбони, златни рибки и груги, има и свой любим – Милият Даниел (Dear Daniel). Според създателите си Хелоу Кити няма уста, защото говори със сърцето си. А и също, защото са искали хората да се асоциират с измислената изграчка и да проектират своите чувства върху нея – да са щастливи или тъжни заедно с Хелоу Кити. Тя е посланикът на „Санрио“ по света и затова говори на всички езици и е символ на приятелството, обясняват от компанията.

Хелоу Кити започва да се продава като топъл хляб още със създаването си и продажбите на „Санрио“ нарастват 7 пъти до 1978 година. Регулярно се появяват нови серии продукти и дизайн на котето, следвайки новите модни тенденции.

МАРКАТА

В началото маркетингът на компанията е насочен основно към малките момичета, докато през 90-те години „Санрио“ решава да атакува и други клиентски сегменти. Първо се включват тийнейджърите и подрастващите. Така се появяват дамски чанти, лаптопи и други продукти, а серията Face, която е лансирана през 1994-1996 г., е първата, която съдържа продукти и за големи.

Според „Санрио“, през 1999 г. Hello Kitty е върху 12 000 продукта, а през 2008 г. анимираното коте донеся като приходи за компанията и първия милиард. Днес котето вече е върху 22 000 продукта на „Санрио“. След 2007 г. компанията се решава да „позатъмни“ дизайна на героинята си и увеличава черния цвят за сметка на розовото, като се опитва да избяга от сладникавия стил (kawaii).

Хелоу Кити се появява и на кобранирани продукти на други компании. През 2009 г. Bank of America започва да предлага сметки Хелоу Кити, като техните държатели могат да получават чековете си и дебитна карта Виза с изображението на Кити. От 2004 г. има и дебитни карти на MasterCard с дизайна на популярното коте.

Друг продукт с корпоративен партньор на „Санрио“ е електрическата китара Hello Kitty Stratocaster, която е направена през 2006 г. съвместно с Fender. Има дори самолет на Хелоу Кити - Airbus A330-200 на тайванския превозвач EVA Airways, който носи името Hello Kitty Jet и обикаля света между 2005 и 2009 година. През 2011 и 2012 г. компанията отново слага Кити на 3 свои самолета A330-300s. По-късно същата година, заради големия интерес, тайванските авиолинии брандират още самолети с котето, а и с други анимационни герои на „Санрио“.

През 2007 г. Кити влиза и на пазара на вино, което може да се поръчва онлайн, целейки се в по-възрастната



Кафенето „Хелоу Кити“ в Сеул



Милият Даниел, любимият на Хелоу Кити

аудитория.

Котето е и върху ръчно направените бижута на Kimora Lee Simmons, съвместна работа между „Санрио“ и Simmons Jewelry Co. през 2005 и 2008 г.

Днес индустрията около Хелоу Кити се е разраснала неимоверно в какви ли не сфери - в Тайпе, Тайван, има тематичен ресторант Hello Kitty Sweets. В Сеул, Южна Корея, е популярно кафене, посветено на легендарното коте. Също в Тайван през



Хелоу Кити е изключително популярна в Япония

2008 г. отваря детска болница в град Юанлин, където интериорът е изцяло тематичен. Според директора на болницата гледката със сладкото коте ще помага на децата да се излекуват по-бързо.

Хелоу Кити е част от тематични паркове Harmonyland and Sanrio Puroland.

През май 2008 г. Токио обявява Хелоу Кити за посланик на японския туризъм в Китай и Хонконг, две от местата, където героинята е изключително популярна сред децата и младите момичета. Това е и първият случай, в който в тази роля японското министерство номинира не човек, а художествен герой.

УНИЦЕФ пък дава на Хелоу Кити ексклузивната титла Специален приятел на децата. Заради популярността си през годините котето е герой и на много филми, песни, видео игри. Ето защо днес котето има статута на поп икона и 40-ят му рожден ден ще бъде отбелязан пишно. Сред проявите е провеждането на Хелоу Кити конвенция, където всички фенове на марката могат да се присъединят. Събитието ще се проведе от 30 октомври до 2 ноември в Лос Анджелис. Специална изложба на Японския американски национален музей също ще отбележи събитието, като тя ще тече от 11 октомври до 26 април 2015 г. и освен да проследи историята на марката, ще представи и редица изследвания за феномена Хелоу Кити с различни мероприятия. В социалните мрежи пък тече кампанията „Спогели презгръдка с Хелоу Кити“ – (Share a Hug with Hello Kitty!), в която феновете може да се отбелязват на снимки, за да засвидетелстват любовта си към бялото коте и към своите приятели. По всичко личи, че и след като отбележи 40-ия си рожден ден, Кити ще си остане неостаряващ любим приятел на децата по целия свят. [И](#)



SUZUKI SX4 S-CROSS -

СВОБОДА И УДОБСТВО

БОЖИДАРА ИВАНОВА

Качвайки се в новия SUZUKI SX4 S-CROSS имаш чувството, че можеш да стигнеш навсякъде с лекота. Автомобилът има спортен силует, който създава усещане за стабилност и покоряване на всякакви терени. Панорамният шибидох се отваря широко и открива красива гледка към небето. Дизайнът на SX4 S-CROSS е зареден с емоция. Просторното купе на колата позволява петима възрастни да се настанят съвсем удобно. Седалките са кожени, а предните места имат нагреватели за отопление. Задната облегалка предлага избор за регулиране на два различни ъгъла на наклони. Моделът притежава и система за безключов старт с бутон, както и автоматични чистачки и автоматични светлини. Още щом усетят гържовните капки, чистачките се задействат автоматично, като регулират сами своята скорост в зависимост от интензивността на валежа и скоростта на автомобила. Фаровете и габаритните светлини се включват и изключват заедно с локалното осветление. Климатикът е двузонав автоматичен и позволява на шофьора и неговия спътник на предната седалка да настройват желаната температура независимо един от друг.

Запалвайки тествания автомобил, 4WD системата предлага избор от четири режима на шофиране - авто-



матичен, спортен, при сняг и със заключен диференциал. Превключването става само с едно завъртане на шайбата върху централната конзола. При нормални условия на шофиране в автоматичен режим се поставя приоритет върху икономията на гориво. Ако установи, че има хлъзгане, системата превключва на режим 4WD. Спортният режим улеснява преодоляването на завоите, като подава по-голям въртящ момент към задните колела. Едновременно с това подобрява и реакцията на двигателя, подчертавайки

характеристиките на ускорителя и на въртящия момент. Режимът при сняг е подходящ за зимни условия и хлъзгави настилки. Той увеличава тягата при ускорение върху хлъзгави повърхности и подобрява стабилността върху тях. Режимът със свързан диференциал може да избави автомобила от сняг, кал или пясък. Воланът пасва на всеки водач, тъй като позволява регулиране на наклона при всички нива на оборудване, както и регулиране на височината. Над него е централно разположеният дисплей, който дава информация за консумацията на гориво, пробега, 4WD режима, а при GLX режима - и за статуса на сензорите за паркиране.

SX4 S-CROSS предлага интелигентни решения за повече полезно пространство. Багажникът на колата разполага с цели 430 литра вместимост, а при огъване на задната седалка, пространството може да се увеличи. За повече удобство багажникът включва 12 V DC гнездо за храняване и закачалки за по-лек багаж.

Suzuki SX4 S-CROSS е с 1.6-литров бензинов двигател с 4 цилиндъра и обем 1586 куб. см. Максималната скорост, която развива моделът, е 165 км/ч, като разходът на гориво в градски условия е 6.8 литра/100 км, а в извънградски режим - 5.0 литра/100 км. Автомобилът ускорява от 0 до 100 км/ч за 13.5 секунди. Общото тегло на колата е 1730 килограма. Цената на тествания SX4 S-CROSS е 37 290 лв. с ДДС. [И](#)

Петър Мелтев и Ивайло Рогозинов от ХаХаХа ИмПро разказват как импровизационният театър си проправя път

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Талантът най-силно си личи при импровизацията. И особено при импровизации, в които театърът се опитва да се превърне в бизнес. Вече има успешен пример за това и той се нарича Ха-ХаХа ИмПро. Тези, които са гледали тяхно представление, реагират със спонтанен смях при споменаване на името им, а онези, които все още не са имали среща с актьорите, е време да научат за тях. Защото това е първата професионална група за импровизационен театър в България, създадена точно преди пет години. В импро театъра

няма сценарий

и предварително зададени роли. Каквото и да се случи, ще стане само веднъж. Всяко импро е застрашено от провал във всяка секунда. Но в него и провалът е успех и тъкмо затова е толкова вълнуващо, обясняват актьорите. В ИмПро всеки изпълнява най-различни роли. Не се използват реквизит и костюми, не се правят смешки, а се разказват истории. Най-важният принцип в импро-



Царе на смеха

СТОЯН ЙОТОВ



Петър Мелтев и Ивайло Рогозинов разсъждават дали коренът на българската икономика не е „икономисвам“

визационния театърът е „Да, и...“. Съгласяваш се, каквото и да ти сервира на сцената, и продължаваш играта.

Импро театърът иска преди всичко въображение. Всяко ИмПро е уникално. И ако никога не сте гледали такъв театър, а в този момент опитвате да си го представите, може да се получи като в притчата за слепците и слона, всеки от които, докосвайки различни части от тялото му, има своя версия що за животно е това.

„Изненадата е заложена в самия принцип на тяхното представление – това са импровизации по подгадени от публиката ключови гуми. И понеже няма как да разкажем какво точно ни накура да бършем сълзи от смях,



Смехът има силен лечебен ефект, вярват в ХаХаХа ИмПро

предлагаме като начало да посетите сайта им, а още по-добре – едно от следващите им представления”, препоръчват зрители, превърнали се в техни фенове.

Има ли бизнес в ХаХаХа ИмПро, питам Ивайло Розозинов и Петър Мелтев. Ивайло пренасочва въпроса към материално отговорното лице, тоест към управителя Петър Мелтев. Той веднага уверява, че има бизнес, но

пазарът е неработен

и оттам идва проблемът. В момента има две крайности – високото изкуство и забавлението. В съзнанието на хората те най-често нямат допирна точка. Онези, които търсят забавление, чакат някой да се грижи за доброто им настроение, а през това време те може да правят нещо друго. Например да ядат и пият и да водят разговор в компания, но в момента, в който погледнат към

УСПЕХЪТ И ПРОВАЛЪТ

Доброто шоу е това, което искаш да изиграеш отново, смята Петър Мелтев. Понякога провалът е много хубаво нещо, защото той е най-добрият учител, добавя Ивайло Розозинов. От успеха се главозамайваш и не научаваш нищо, а когато не се получи, започваш да си задаваш въпроси. „Ние не може да се провалим, може само представлението да пропадне, когато завали дъжд, а играем на открито”, отсича Мелтев. А Розозинов твърди, че дори когато в импро игрите нещо куца, пак са интересни за зрителите.

сцената, очакват да е изключително интересно. Другите пък отиват да гледат „Хамлет” и знаят, че по време на спектакъла не бива дори да се закашлят, за да не повлияят на играта. Представленията на ХаХаХа ИмПро обаче изискват от зрителя участие в забавлението. Публиката в голямата ѝ част не познава и не търси подобен род развлечение. Нужен е маркетинг, но към момента няма маркетингови услуги, ориенти-

рани към такъв продукт. „Ние все още не знаем какво е професионален маркетинг. Това нещо като психолог ли е? Има ли кушетка?”, импровизира Петър Мелтев.

Импровизационният театър би могъл да се превърне в добър бизнес, но в България трайното навлизане в тази ниша изисква много работа. ХаХаХа ИмПро опитва да проправи пътеката, по която и други да тръгнат. За жалост няма улица на импро >



СТАНИСЛАВ ИГОТОВ

театрите, за която всички да знаят какво точно се предлага в тези салони.

„Преди пет години за нас беше предизвикателство да опитаме какво ще се получи, а сега виждаме, че е забавно за хората в страната и в чужбина, пред които играем. Но театрите нямат интерес да пускат трупи като нашата в своите салони“, не скрива Петър Мелтев. Затова актьорите вече са на фаза вторичен ентузиазъм и усещат ефекта на дългогодишната връзка, в която улегналостта кара партньорите да търсят нови преживявания, но и възможности, от които идват финансови постъпления. Петър Мелтев уверява, че ако се намери любител на театъра, който съответства на техния начин на живот и на чувството им за хумор и е готов да работи при първоначална малка печалба, може да му поверят грижата за разрастването на тази дейност.

„Княят ни често на корпоративни събития и от това правим много пари, защото

доброто настроение

струва най-скъпо. Договори се сключ-

По острието на бръснача

Стремежът на ХаХаХа ИмПро не е да се харесва на публиката, тъй като тогава актьорите ще започнат да дават по-малко, отколкото зрителите са в състояние да получат. Целта е да изненадват, да предизвикват и постоянно да предлагат нещо ново. Зрителите подсъзнателно се вълнуват как се върви по острието на бръснача и как се пада от него. Импро актьорите непрекъснато „падат“, случва се да загубят нишката на историята, но всичко това е присъщо на импровизираното шоу. Комедията на Чарли Чаплин разчита, че героят ще стъпи на обелката от банан. При импро театъра обаче не е изненада, ако актьорът при първа възможност се подхлъзне на динената кора. Публиката ще се смее, ако няколко пъти я подмине, после внезапно я настъпи и политне. Тогава се чува ХаХаХа... И от смеха на зрителите зависи дали импровизационният театър ще продължи да върви по острието на бръснача.



ват, издават се фактури...”, казва в стил импро Ивайло Розозинов. Обичат шоуто, но знаят, че от импровизацията трябва и да се живее. Затова организират ИмПро тимбилдинги с импровизационни игри, тренинги и представления. Смеейки се, участниците разбират какво значи да имаш доверие на партньора си и да работите в екип.

Актьорите от ХаХаХа ИмПро опитват да намерят своята нова роля в различни сегменти на пазара и то с нещо, в което засега нямат конкуренция. Предлагат дори ИмПро класове, в които обучават непрофесионалисти. В тях се учат основни

правила на импровизацията, развива се набор от практически умения, които служат и в живота - креативност, работа в екип, активно слушане, поемане на риск, разказвачески умения, изграждане на персонажи. И има много тренинг, който действа разтоварващо.

Нямат сграда, нямат осигурено финансиране, но имат хъс. Наясно са, че само в Москва и Ню Йорк театрът може да печели добре с високи цени на билетите. Шегуват се с всичко, но работят не на шега, изпълнени с увереност, че импровизационният театър ще намери своята почва и у нас. **И**



Paradise Center

гр. София,
бул. "Черни връх" №100
етаж 3

cacharel



Мит е, че художникът трябва да прави всичко сам и да е странник, уверява Хубен Черкелов

Другият живот на парите

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Художникът Хубен Черкелов успя да превърне името си в бранд зад Океана. На Уолстрийт са най-големите му ценители

Хубен Черкелов отново заяви присъствие в родината с изложбата „Отсъствия“, която през юли гостува във фонд „13 века България“. В нея той показва своята „запазна марка“ - рисуванни пари. Картините са авторска интерпретация на американски, руски, мексикански, канадски, а дори и на български банкноти от 50-те години. Техниката е монопринт.

Хубен Черкелов е завършил живопис в Националната художествена академия в София и майсторски клас при Йорк Имендорф в Амстердам през 1995 г. Съосновател е на

групата Нови радикални практики в България. Със свои съмишленици през 1996 г. създава галерия XXL в София. Опитват да наложат новаторски стил, но не срещат разбиране и подкрепа. Всичко това обаче им помага да осъзнаят, че имат „повече бензин в резервоара“, отколкото е пътят за развитие в страната на ограничените възможности, и през 2000 г. вземат решение да прелетят зад Океана. Установяват се в Ню Йорк и всеки намира своя реализация.

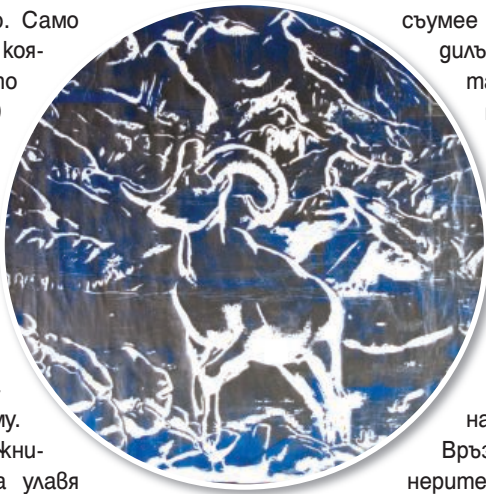
Това, което българинът получава в чужбина, е пазар, но за да може да се възползва от него, работи усилено. За около три години успява да намери верния път за развитие и изява.



ФОТО: СТОЯН ЙОТОВ



Насочва се към интерпретации на образи от банкноти и монети, налага собствен разпознаваем стил и става известен като Houben R.T., а името му се превръща в бранд. От страни изглежда лесно, но в тази огромна конкуренция това е агресивно трудно. Само в сградата, в която е ателието му, има още 50 ателиета на други художници. Риск, късмет и технически умения, това според Хубен Черкелов са предпоставките за успеха му. И още: „Художникът трябва да улавя



духа на времето и да има таланта да създава легенди около себе си. Той има шанс да се наложи, стига да е работоспособен, да предлага качествен продукт и да съумее да привлече добър дилър или артконсултант, чрез които да продава.”
Често се твърди, че пазарът трябва сам да намери твореца, но истината според Хубен Черкелов е в това авторът да попадне на правилните хора. Връзката с колекционерите е необходимото

условие при продажбите и стигне ли до тях, успехът зависи от това дали ще задвижи PR машината в своя полза. Чрез технологичните форми на глобална свързаност днес много по-лесно всеки може да популяризира творчеството си.
Най-силен интерес към творбите на Хубен Черкелов има от работещите на Уолстрийт, тъй като те и подсъзнателно са предразположени към изкуство, в което парите са основен обект. В картините има много история и най-ценното за техните притежатели е, че в определени ситуации те се превръщат в мост към доверието между партньорите в бизнеса. **И**

Моделите на дизайнерката са елегантни и удобни, подчертаващи женската индивидуалност

Лаура Биаджоти - кралицата на кашмира

БОЖИДАРА ИВАНОВА

Лаура Биаджоти е италианска модна дизайнерка, известна като „кралицата на кашмира“. Тя се нарежда сред легендарните имена в модната индустрия, налагайки носенето на една греха в различни съчетания през целия ден.

Лаура Биаджоти е родена в Рим през 1943 г. Като малка е мечтала да стане археолог, но животът я отвявява съвсем в различна посока. Още от ранна възраст започва да помага на родителите си в бизнеса с облекла. През 60-те години майка ѝ Делия Биаджоти работи като дизайнер на униформите на авиокомпанията „Ал Италия“. По това време „The House of Biagiotti“ е сред най-големите модни къщи в Италия. Лаура работи с майка си от 1964 до 1965 г. Междувременно тя работи и с други дизайнери като Schubert, Varosco, Carrucci, Heinz Riva, Licitro.

Макар че никога не успява да осъществи мечтата си да стане археолог, модата ѝ гоната и тя се стреми да започне да работи самостоятелно. Лаура създава линия дамско ежедневно облекло с подкрепата на Анджело Тарлаци. През 1987 г. дизайнерката пуска мъжката си линия „Laura Biagiotti Uomo“ и линия за облекла за закръглени жени „Laura-Piu“. Детската линия облекла носи името „Laura Biagiotti Junior“. Слънчевите очила на марката също са доста популярни.

Лаура Биаджоти прави своето



Кралицата на кашмира с дъщеря си Лавиния след ревю

първо модно шоу на 29-годишна възраст. В него тя съчетава елементи от балета и операта. По-късно се премества за известно време в Пекин. През април 1988 г. Лаура става първата италианска дизайнерка с модна колекция в Китай. През 1993 г. Биаджоти получава наградата „Марко Поло“ от китайското правителство за развитието на модата в

Поднебесната империя.

През 1995 г. шоуто ѝ се показва в Кремъл по покана на руското правителство и има зашеметяващ успех. Малко след това дизайнерката отваря магазин в Москва. Същата година е награден с приза „Рицар на труда“ от президента на Италия Джорджо Неаполитано за принос в италианската мода.



Лаура Биаджоти и нейният съпруг Джани Чиня осъществяват своя мечта, придобивайки замък от XVI век отвъд римските порти - „Марко Симоне”. Те го превръщат в място за работа и семейно гнездо. Съпругът на Биаджоти умира през 1996 г.

През 2000 г., заедно с дъщеря си Лавиния Чиня, Лаура основава нова модна къща само за плетива - „Biagiotti Roma”. По-късно успява да закупи компания, която се занимава с кашмир - „MacPherson” и започва да произвежда нов тип облекла, с които си спечелва прозвището Кралицата на кашмира.

Лаура Биаджоти залага основно на удобния стил. „Еlegantността, Вкусът и създанието принадлежат на италианския характер и традиции от векове и аз споделям тази привилегия с всички останали дизайнери от моята страна”, категорична е популярната модна дизайнерка.

През 2002 г. италианските пощи я

удостояват с чест, пукайки марки на стойност 41 евроцента с нейното име.

Освен модните облекла, Лаура Биаджоти предлага на своите почитатели различни ухаения. Първият парфюм на модната къща излиза през 1982 г. - „Fiori Bianchi”. След него през 1988 г. се появява „Roma”, четири години по-късно и „Venezia”. След успеха на трите аромата следват поредица от парфюми, сред които хитовете „Tempore Donna”, „Laura Biagiotti Donna” и „Laura Rose”.

Модната къща „The House of Biagiotti” през 2012 г. отпразнува 40 години от създаването си, управля-

вана вещо от дъщерята на Лаура - Лавиния. Експертите предричат още много успехи за семейната компания.

Стильт Лаура Биаджоти е консервативен, елегантен и с особено отношение към детайла. Нейният по черк е близък до този на друга италианска модна икона - Джорджо Армани, който също е почитател на загатнатия стил. Облеклата на Биаджоти подчертават женската индивидуалност. Освен това, те са и много удобни. Запазена марка на дизайнерката е перфектният шеф, широките удобни рокли и финото плисе. Нейна е и идеята за носене на една и съща греха от сутрин до вечер, съчетана по различен начин. В първата си колекция тя използва едно и също бяло яке в три различни ансамбъла, което ражда концепцията за гардероба на Биаджоти - практичен и удобен. **И**



Лаура Биаджоти с наградата от президента Неаполитано

Да полетиш с вятъра

Няма два еднакви полета и всеки път усещането е неповторимо, разказват опитни майстори в парапланеризма



БОЖИДАРА ИВАНОВА

Вероятно всеки човек си е представял какво би било да полети. Един от начините да се изпита чувството в реалност е полет с парапланер. Парапланеризмът е един от най-лесните и финансово достъпни начини да се изпита тръпката от летене. Самият парапланер представлява крило, което се изпълва с въздух и позволява на парапланериста да се издигне високо над земята. Условието за парапланеризъм в България са страхотни, имайки предвид различните релефи - планини, равнини, низини. От метеоро-



ятна гледка към Кюстендил и зобикалящите го планини - Осогово, Конявска планина и Лисец. Мястото е неописуемо, а гледката - зашеметяваща.

Топлото посрещане на парапланеристите ме предразполага да започна с хилядите си въпроси към тях. Те разпъват крилата си и започват да разказват кога е най-подходящият момент за летене. По думите им основното изискване за един успешен полет с парапланер е да има слънце, което напича земята и образува термики - вертикални въздушни течения, които се ползват от някои птици и парапланеристи, за да достигнат големи височини. Други фактори, които влияят на парапланеризма, са силата и посоката на вятъра, влажност на въздуха, температурата на въздуха и други.

Според разказа им най-хубавото време за летене е през пролетта, лятото и есента, а най-летателните месеци са юли и август. Най-силни са термиките около 2-3 часа следобед, когато и слънцето пече най-силно. Тогава е и най-подходящо за полет, тъй като парапланеристите могат да се издигнат най-високо в небето. С течение на времето термиките отслабват, а привечер изчезват. Сравнително опасно е да се лети на силни ветрове или когато има възможност за образуване на буреносни облаци. Поради тази причина е необходимо редовно следене на прогнозата и мястото на излитане.

В Осоговската планина има редовно летящи около десетина човека от Кюстендил, различни по възраст, пол и умения. Те говорят с голяма страст и възбуда за спорта, който практикуват.

„Още от малък, когато съм виждал парапланеристи в небето, съм се чудил какво ли изпитват в момента и какво ли могат да видят от височините, на които се реят. От хилядолетия човекът е мечтал да може да полети. Сега вече имаме необходимите технологии и знания, за да го направим успешно. Парапланеризмът е спорт, който изпитва до кра-

ен предел много специфични знания и умения, съчетавайки физически и психически качества на пилота, което дава възможности за страхотни постижения”, разказва Васил Балабанов, практикуващ парапланеризъм в Осоговската планина. По думите му основните неща, които най-много привличат в този спорт, са поемането на риск и преценката, пред която си изправен, а именно дали си заслужава да се поема риска.

„Първите излитания на повечето бъдещи пилоти са тангеми, тоест с



пилот-инструктор, който гържи нещата изцяло в свои ръце при полета. Така беше и при мен. За първи път съм летял край Сопот през 2007 г. тангемно”, продължава Васил. „Много по-голяма е тръпката обаче, когато излетиш самостоятелно и поемеш цялата отговорност с придобитите знания и умения”, категоричен е той.

Васил разказва и за тръпката, която изпитва, когато гледа земята отвисоко. „Това, което ме кара отново и отново да летя, е фактът, че всеки път, когато излети, ме очаква ново приключение. Нямам гъва еднaкви полета и винаги се стремя да достигна по-големи височини и по-дълги

рологична гледна точка страната ни е прекрасно място за летене заради големия брой слънчеви дни годишно. От гледна точка на пейзажи и гледки от високо, в България има невероятно разнообразие и живопис.

Любопитството към този спорт ни отвежда в Осоговската планина, където шестима парапланеристи се готвят да излетят в близост до хижа Иглика. За да се стигне до мястото, откъдето започва полетът им, се минава през една живописна гъста гора на 1250 метра надморска височина, която създава усещане за нереалност. Излизайки от нея, пред очите ми се открива една неверо-

прелетни разстояния с възможно най-малко усилия, без да правя компромиси със сигурността си. Това е силно свързано с изучаването на природата, в частност метеорология и аеродинамика. Едно от най-страхотните усещания в парапланеризма е точно моментът преди излитането, който е свързан с това, че не знаеш къде и кога ще кацнеш - дали след 10 минути или след 4 часа в тотално непознати и далечни региони”.


„Най-големият страх, с който трябваше да се преборя, когато започнах да летя, е свързан с липсата на контрол. Но с времето, прекарано във въздуха, придобиваш все повече и повече увереност в летенето”, допълва Васил Балабанов.

Пълното оборудване, необходимо за летене с парапланер, закупено ново от производителя или дистрибутор, излиза около 5000 лева, като може да бъде и по-скъпо, в зависимост от различни марки и класове на екипировката. Тя се състои от парапланер - крило, сбруя (повесна система), запасен парашут (в случаи на аварийни ситуации), каска и различни летателни уреди като вариометър и GPS, които дават инфор-

мация за височина, скорост спрямо земята, скорост на вятъра, посока на вятъра, издигане или пропадане в метри за секунда.

Парапланеристите вече са на старта, готови да полетят в небето. Първият излита и изчезва за миг от хоризонта, след което се появява, издигайки се нагоре към облаци, хванал термика. Останалите поддържат постоянна радиовръзка с вече излетелите пилоти, която продължава по време на целия им полет. Няма как да пропусна и впечатленията ми от колективната игра в този индивидуален спорт, в която всички се опитват като ято птици да намерят най-добрите условия и маршрути за летене. Впоследствие всеки един от екипа каца на различно място. За целта е направена предварителна организация за прибирането на тези, които са достигнали до по-далечни региони. Парапланеризмът позволява рекордни прелети при добро познаване на условията и динамиката на летенето. Колкото и невероятно да звучи, с парапланер могат да се изминат около 300 км или да се изкачите на височина от над 4000 метра.

Парапланеристкият ген приключва с бира и обсъждане на летенето. Всеки разказва какво е успял да направи, какво е подобрил от предишния си полет или какви грешни решения е взел.

Гледайки парапланеристите в небето, исках да полетя с тях и да изпитам това усещане, което те кара да се страхуваш толкова много и едновременно с това да изпитваш удоволствие и да се наслаждаваш на всичко, което виждаш. Парапланеризмът определено е спорт, в който има много адреналин и силни емоции, без ограничения на пол и възраст – мъже и жени, от 2-годишни хлапета до 82-годишни ентузиаста. Невероятно е как малко плат, въжета и лек метал могат да дадат това чувство за радост, сила, свобода, вдъхновение и гордост. Независимо от какви подбуди би опитал всеки, усещането за полет с парапланер със сигурност ще остане едно от най-вълнуващите неща в живота ви. Направите ли го веднъж, със сигурност ще станете част от онези хора, които са летели и ходят по земята с поглед, обърнат към небето, защото са били вече там. 



Аква комплекс и италиански ресторант „Леонардо“ са атрактивните предложения за гостите на апартаментите



Морски изкушения в Лъки Банско

Ако планирате лятната си почивка, но търсите нещо ново и елегантно, където действително да си починете, задължително посетете новия Аква комплекс на Апартамент Лъки Банско****.

Двата басейна – за деца и възрастни, обградени от красиви шезлонги и шатри в кафяво и млечно бяло, разделени от цветарници с нежно ухаеща лавангула, дават невероятно усещане за душевна хармония и спокойствие.

Атракциите за малките палачници гаряват минути за отмора на техните родители, още повече, че децата са под непрекъснато наблюдение и контрол на сертифицирани спасители.

В цената на басейна от 10 лв. за възрастен влиза ползването на басейн, кърпа, шезлонг с чадър и минерална вода.

Цената на билета за деца над 110 см, с ползване на всички екстри, е 5 лв. за целия сезон. За по-малките, с височина под 110 см, входът е безплатен.

Всичките удобства на новия Аква комплекс се допълват от модерния италиански ресторант „Леонардо“ (www.leonardobansko.com).

Средиземноморският стил на рес-

торанта, изпълнен в светли тонове, с удобни маси и столове, и с мамещ поглед към къещите се в басейните, гравва посетителите.

„Леонардо“ е целогодишен ресторант, с капацитет 65 места, с уникална италианска кухня, която можете да опитате само тук.

В ресторанта за вас ще се погрижи шеф Гани Павлов, който е завършил кулинарния институт „International Academy of Italian Cuisine“ в Тоскана, Италия.

Кухнята на ресторанта не можете да опитате на друго място. Тя включва най-доброто от италианските специалитети, като стартира със завидно разнообразие от салати, минава през предястия, паста, основни ястия и пици и завършва с домашно приготвени десерти.

Задължително поръчайте фламбيرانата паста в пита от Пармиджано и пресните паста, приготвени в „Леонардо“, за да се убедите, че не е необходимо да ходите до Италия.

Истинско забавление и възможност да откраднете кулинарните тайни дава „шоу кукинга“, където на „живо“ пред гостите се приготвя всеки детайл от избраното ястие.

За най-малките има специално меню с напитки и ястия, съобразени със спецификата на детското хранене. Предлагат се уникални десерти, но изкушението е домашно приготвен сладолед, събрал всички цветове на дъгата.

Невероятният Аква комплекс със средиземноморски привкус можете да видите предварително на адрес: www.luckybansko.com



Горчивият бразилски мондиал



Единствено на легендарната „Маракана“ в Рио ще се провеждат състезания на олимпийските игри след 2 години

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Милиарди хора от цял свят се пуснаха по футболната вълна и наблюдаваха с интерес и затаен дъх Световното първенство по футбол тази година. Милиони пътуваха до Бразилия, а сега всичко приключи и вече е позабранено. Шампионът е коронясан, тълпите са разпръснати и всичко, което е останало, са поостарелите билбордове и огромни стадиони. След историческата и доста сърцераздирателна загуба от Германия със 7-1, последното нещо, за което бразилците искат да чуят сега, е друга голяма загуба. Тази на пари.

Публичните разходи за стадиони





След болезненото отпадане на футболния тим страната е на път да преживее още една сериозна загуба - финансова. Милиардите, похарчени за инфраструктурни проекти преди световното първенство, няма да се оправдаят и при най-смелите прогнози

и други инфраструктурни проекти се оценяват на рекордните 11,3 млрд. щатски долара, а общите разходи са над 14 млрд. долара. Цифрата беше посрещната с голямо обществено недоволство и протести в период от 18 месеца преди началото на Мондиала. Основните мотиви, изтъквани от демонстрантите, са високите цени на транспорта, корупцията и лошите обществени услуги. Не на последно място те негодуват срещу дефицита на средства в сферите на образованието и здравеопазването.

Въпреки това 2 млрд. долара бяха инвестирани в стадиони, за да се осигури достатъчно добра спортна инфраструктура за играчите и за >



Президентите на Бразилия Дилма Русеф и на ФИФА Сеп Блатер обявяват мондиала за успешен, но докато футболната асоциация наистина ще излезе на печалба, същото трудно може да се твърди за страната домакин



техните фенове. Охраната, която е изключително важна за подобен рог масово посещавани събития, струва на Бразилия 855 млн. долара, докато за пътища са дадени 652 млн. долара. Останалата част от инфраструктурата, в която влизат хотелите например, струва 3 млрд. долара.

Като резултат броят на чуждестранните фенове в Бразилия стигна 1 милион от общо 202 страни, или около 3 пъти повече от тези в Южна Африка през 2010 година. Според министерство на гражданската авиация на Бразилия пък 16,7 милиона са използвали полети по време на събитието, като рекордът за един ден е 572 000 души.

Икономическият подем беше един от основните аргументи, изтъквани от депутатите пред бразилската общественост като обещание за бъдещето. Макар че Бразилия е в икономически подем и милиони хора успяват да се издигнат в социално отношение, благосъстоянието е разпределено много неравномерно.

Всъщност Мондиалът в Бразилия е най-скъпият за всички времена - близо три пъти по-скъп от проведеното през 2006 година първенство на света в Германия. Още повече, че предстоят разходи от най-малко още 2,5 млрд. долара за домакинството на Летните олимпийски

игри през 2016 година. Повечето анализатори и икономисти обаче са на мнение, че в крайна сметка общата инвестиция ще е всичко друго, но не и изгодна.

Ще има краткосрочно увеличение на туризма и свързаните с него потребителски разходи. След като Купата приключи обаче, дългосрочните структурни проблеми ще останат. Тъжно е, че Бразилия не успя да върне у дома шампионската купа, но това, което е наистина тъжно, е фактът, че световното първенство не донесе увеличение на работните места, както много от анализаторите предполагаха. 12-те градове домакини на мачове от Мондиала имат по-малко нетни работни места в периода януари-май 2014 г., отколкото за същия период през 2013 г.

В анкета на Gallup от месец май над 55 на сто от анкетираните бразилци изразяват увереност, че турнирът ще навреди на бразилската икономика. За първи път от 2006 г. насам анкетата също показва, че бразилците са по-склонни да вярват, че икономическите условия в страната стават все по-лоши.

Една от причините вероятно е, че страната се бори с голяма бедност и астрономически нива на престъпност. Бразилският министър на спорта Алдо Ребело заяви, че тур-

нирът може да привлече 90 милиарда долара в икономиката през следващите 10 години. FIFA пък заяви, че 12-те нови или ремонтирани стадиона в цялата страна ще бъдат голям плюс за местните клубове.

Анализаторите твърдят, че гуглите на Ребело са доста пресилени, особено предвид факта, че оценката за 15-годишно икономическото въздействие на Световната купа в Германия през 2006 г. е под 5 млрд. долара и че реалните приходи за първенството в Южна Африка през 2010 г. - под 1 милиард щатски долара.

Същевременно Бразилия се поготвя за още едно голямо спортно събитие - Летните олимпийски игри, които ще се проведат в Рио де Жанейро през 2016 г. Бюджетът на страната за тях може да достигне и до 3 млрд. долара. Анализаторите смятат, че причината сумата да е толкова висока са новите спортове, както и увеличаващите се цени в страната.

Това отново повдига въпроса за скъпата инфраструктура, изграждана за подобен рог спортни събития, която след тях не се използва, а поддръжката и амортизацията след това означават още разходи за домакини на събитието.

Добрата новина е, че за олимпиадата ще се използва инфраструк-



турата, изградена за футболното първенство. Лошата е, че това ще се случи само в Рио де Жанейро. Останалите стадиони и инвестиции в другите 11 града няма да влязат в употреба за международния спортен форум. Някои от стадионите в Бразилия обаче вероятно ще се превърнат в „бели слонове“. Докато „Маракана“ ще бъде ползван целогодишно и по време на Олимпийските игри през 2016 г., стадиони като Manaus Arena de Amazonia, който има капацитет от 40 000 места, ще се превърне в дом на отбор от четвърта дивизия, който привлича около 1500 фенове на мач. Освен цената на строителството (и направения гълз за него), не е ясно кой може да бъде в състояние да покрие дори месечна поддръжка от 250 хил. долара, ако правителството не намери купувач.

Бразилия трябва да се конкурира по-добре на пазара, а цялата тази инвестиция с нищо няма да подобри това. Парите, хвърлени в събитието, раздразниха дори някои от бразилските футболни величия, които вярват, че именно FIFA, а не Бразилия, ще бъде големият победител. Организацията е на път да реализира около 4 млрд. долара приходи от Мондиал 2014, или чиста печалба от 2,5 млрд. долара. Бразилия влага много по-крупна сума – около 14 млрд. долара, като очакванията са

приходите да достигнат едва 11 млрд. долара, и то по гуми на властите. Което означава, че страната ще се превърне в губещ.

Затова и анализатори смятат, че икономическото бъдеще на кароците не трябва да се основава на футболен турнир.

Други пък поддържат тезата, че Мондиалът и перспективата за Летните олимпийски игри през 2016 г. в Рио де Жанейро подхранват инфлацията. В последните месеци Централната банка безуспешно полага усилия да обуздае явлениято, като вдига лихвения процент, което пък спъва инвестициите и растежа. През юни инфлацията в Бразилия на годишна база достигна 6,4 на сто, приближавайки лимита от 6,5 на сто, поставен от Централната банка.

Икономиката на Бразилия загуби блясъка си след 2007 г., когато страната бе избрана за домакин на Мондиала с усилията на бившия президент Луис Инасио Лула да Силва. През 2010 г. ръстът на икономиката достигна 7,5%, но следващите години не бяха добри и той спадна до 2,5% през 2013 г. Тази година икономистите разчитат на увеличение на БВП с едва 1,2% на сто, въпреки световното по футбол. Днес покупателната способност е задушена от постоянното вдигане на цените,

като това дава повод за социално недоволство и тежи на бюджета на правителството. Много икономисти смятат, че Бразилия прекалено се бе съсредоточила към насърчаване на потреблението, без да пести достатъчно или пък да инвестира в инфраструктура.

„Нашата страна може да се счита за победител по отношение на организацията на това световно първенство“, заяви Русеф след финалния мач в Бразилия. „Сигурна съм, че това беше един от най-красивите Мондиали“. „Вижте какво направихме като организация на Мондиала. Представете си какво можем да направим на олимпиадата!“, каза министърът на туризма Винициус Лагес.

Едва ли гумите му обаче „топлят“ бразилците, за които дори посещението на футболен мач беше непосилно без допълнително субсидиране на билетите. Простата сметка показва, че при средна заплата от около 800 долара, цената на най-евтиния билет е 1/4 от тази сума. Ситуацията с Олимпийските игри няма да е по-различна. Така за бразилците не остава нито хлябът, нито зрелището, ако перифразираме така познатата от римско време формула, с която властта „замазва“ очите на масите. А изборите за президент предстоят. **И**

НИЯ ИЛИЕВА

Името му в превод означава Островът на блаженството или Благословеният остров, и да, напълно го оправдава. Точно с тези думи може да се опише съвсем накратко остров Сокотра.

Островната група в Индийския океан е сякаш извънземен феномен, който се простира на 400 км от крайбрежието на Йемен. Въпреки че не е силно застроен и не е типичен курорт, Сокотра привлича туристи от цял свят заради уникалната си природа, от хилядолетия непокътнатата от развитието на цивилиза-

цията.

Сокотра е най-големият член на архипелага със същото име, като представлява елипса от четири острова - главния остров Сокотра (3625 км²), три по-малки острова – Абг ал Кури, Самхах и Дарса, и няколко скални образувания (Ka'l Fir'awn и Sabuniyah), които са обитавани единствено от птици. Главният остров е с три географски релефа – тесни крайбрежни равнини, варовиково плато, пропито с карстови пещери и планината Хаххиер. Климатът е пустинен. Според научните изследвания животът на архипелага започва преди повече от 250 милиона години,

когато е бил убежище на птици и насекоми. Днес островът е дом на много видове растителност, гървета и множество представители на фауната – морска и сухоземна, както и на много видове редки птици. Екип от биолози на ООН установил близо 700 ендемични вида, непознати по другите земи на планетата. Само Хаваите и островите Галапагос могат да се похвалят с по-внушителни цифри. Доста от видовете, обитаващи тези ширини, са застрашени и изчезващи.

Като място за туристи Сокотра е популярен от неотдавна – малко повече от десетилетие се предлага

Блаженият остров Сокотра

**Труднодостъпно, райското кътче е запазило
самобитността си през хилядолетията и днес е
от малкото места, недокоснати от цивилизацията**

като екзотична дестинация. На острова

НЯМА ПЪТНИ ЗНАЦИ

няма карти, а няколкото проходими пътища са павирани буквално преди 7-8 години. Затова разходката из него не е препоръчителна без гид, който добре познава местността. Преди петнайсетина години на Сокотра е изградено и летище - екстра, която подпомага достъпа на туристи. В годините преди то да бъде издигнато, до там се е стигало само с кораб, като през по-голямата част от годината - от май до ноември, заради лошо време и силни мусонни

ветрове буквално островът е недостъпен по вода. Препоръчително е посещенията на Сокотра да се правят между септември и март, когато времето е най-благоприятно.

Недостъпността и отдалечеността са помогнали островът да запази самобитността си, затова там няма да намерите шумни и луксозни комплекси за туристи. Има шела хотелчета и къмпинги, а местните

ЖИВЕЯТ В КАМЕННИ СЕЛА

Тук е подходящо за екотуризъм, а остете почитатели на наблюдението на природата и гългите преходи. Насе-

лението на Сокотра наброява около 50 000 души, повечето от които са в основния град на острова Хадибу. Прехранват се предимно с риболов, отглеждане на домашни животни и на фурми.

Остров Сокотра е част от Йемен, но е много далеч от всичко, което се случва на сушата в арабската държава. Близко е и до друго размирно място - Сомалия, която предявява териториални претенции към острова през годините. И езикът, и културата на Йемен и Сокотра са различни. А и за разлика от близоизточната държава, в която тлеят и се разрастват конфликти, островът



Пустинната роза - един от многото уникални видове на острова

Дървото Драконова кръв е символ на Сокотра





е тих и спокоен кът. Меко казано, а и госта клиширано, но е самата истина – райско местенце, едно от малкото останали по земното кълбо.

От 2000 г. с план на ООН Сокотра е разделен на зони, като над две трети от Триторията е национален парк – вече споменахме уникалните видове растителност.

Един от символите на Сокотра е тамяновото дърво. Горичките от такива дървета - малки, къси и чворести, са честа гледка тук. Капките от дървото са есенцията за тамяна. Сокотра е дом на девет вида тамяново дърво и всички са уникални на острова.



Местните са приветливи с туристите, а животът им е като изваден от древни приказки

Освен тамяна, други символи на Сокотра са дърветата смирна, гракононото дърво, няколко редки птици, голямата морска костенурка.

Едно от най-забележителните и странно изглеждащи растения е дървото

Драконова кръв

(*Dracena Cinnibaris*). Неговата кърва-вочервена смола, отделяна от стволете, от векове се използва за приготвяне на художествени бои и цветен лак. По-късно учените установили, че червеният цвят се пригива от ярките пигменти гракорубин и гракокармин, но и до ден днешен не е

известно тяхното биологическо значение. Друг странен вид, срещан на острова, е пустинната роза – храст с розови цветчета и с причудливи стволлове.

Една от атракциите, предвидена за посещение на туристи, е *Ayhaft Sapoon Park*. Паркът се счита за естествен разсадник заради многобройните си диворастящи видове. Друг от туровете включва преход в защитената местност Хомхол, където освен невероятни пейзажи и гледки, може да се открият чапли и фламинго, граконови и тамянови дървета. На най-северната част на острова пък се намира местността *Wadi Alshifa*, която предлага за туристите разходка с високопроходими 4x4 автомобили. Наблизо са и лагуните на *Ar`Ar* – наситено сини с фин светъл пясък.

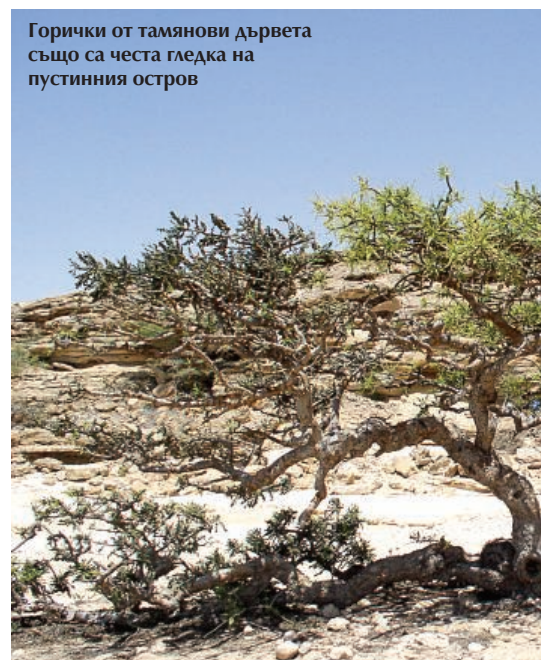
Много красиво преживяване е разглеждането на пещерата Ноф, едно от местата, където може да се проследи вековната история на Сокотра. Пещерата е дълга 2.5 км и вътре може да се видят

СТАЛАКТИТИ, СТАЛАГМИТИ И РИМСКИ ИЗВОР

Стенописи от стар търговски кораб все още са запазени непокътнати. Има и доказателства, че пещерата е използвана за ритуални цели.

Друго красиво пещерно образува-

Горички от тамянови дървета също са честа гледка на пустинния остров



ние, намиращо се в източната част на острова, е пещерата Хала (Hala), една от задължителните спирки по пътя на туристическите обиколки.

На богатството на океана пък туристите може да се любуват в защитената морска зона Dihatgi, която е дом на най-големия коралов риф в архипелага. По време на плуване или гмуркане може да се видят всякакви красиви риби, змиорки, морски таралежи.

Атракция е и градчето Qalansuya – живописно морско селище с традиционни местни къщи и тесни улици. Основният поминък на местните жители, както и изобщо на острова, е риболовът и отглеждането на финиковата палма. Има огромен кей за малки рибарски лодки. Наблизо е лагуната Detwah, защитена зона, известна с уникалния си пейзаж. Тя предлага

незабравима приказна гледка

към тюркоазената синя вода и финия бял пясък на брега. Наблизо е и



И морските обитатели тук са сред най-красивите, а да видите делфини не е рядкост

градчето Shu'ab, а по пътя може да се видят „въртящите се делфини“ – свободно разващите се на водите морски бозайници. Корморани също могат да бъдат видени в този регион. Плажът тук е съвсем девствен, в комплект с мангрови гори.

Самобитно и като извадено от стари времена е местното население на острова. Повечето от хората в планинските части и до днес продължават да живеят в скални пещери и да си палят огън чрез

триене на пръчки. Общо 3000 души обитават варовиковите и карстови образувания. Смята се, че те са потомци на преселници от гревния град-гържава Сава, намираща се на Арабския полуостров, повечето са със светла кожа и светли очи. Приветливо и топло посрещат туристите и, разбира се, обичат да бъдат развадени с дребни подаръци.

Ако някога поискате да заприличате на тях, неоткриваеми дори за модерните технологии, и да поживеете в стил Робинзон Крузо на самотен остров, Сокотра е едно от малкото останали места по света, където желанието ви ще се изпълни.



Пещерите пазят историята на Сокотра и също са уникална гледка

РЕСТОРАНТ ЕДНО ВРЕМЕ

ЕЗЕРОТО АРИАНА



НИЕ РАБОТИМ САМО С
НАТУРАЛНИ ПРОДУКТИ

За резервации и доставки по домовете:

0888 22 33 55



КМЕТ НА МЕСЕЦА

**Градоначалници влизат в битка за
„Кмет на месеца“! Десет от тях ще се
борят за титлата в две категории!
Гласувайте всеки месец**

www.kmeta.bg



America awaits you

Meet with hundreds of cultures, stories and memories of America with the airline that flies to more countries than any other.



HOLLYWOOD

turkishairlines.com | 00359 2 947 40 07

A STAR ALLIANCE MEMBER 

EUROPE'S BEST AIRLINE | **TURKISH AIRLINES** 

Voted Europe's Best Airline 2013 at the Skytrax Passenger Choice Awards.