

ИКОНОМИКА

брой 48 / април 2015 г. / цена 5 лв.

БИЗНЕС
С МИСИЯ

БУДИТЕЛЯТ
ОТ КАЗАНЛЪК

КОЛЕЛОТО НА
ТЕХНОЛОГИИТЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ
ИМОТИ

for before

**ВЪЛКЪТ ОТ УОЛСТРИЙТ
ДЖОРДАН БЕЛФЪРТ:**

Няма причина да не бъдете богати

ISSN 1314-376X





ОБЩИНСКА БАНКА

Добрите решения



НЯКОИ ИЗПИТВАТ СЕБЕ СИ
НИЕ ПРЕДЛАГАМЕ
ИЗПИТАН КРЕДИТ

Ж и л и щ е н к р е д и т

Мечтан дом

БЕЗПЛАТНА застраховка „Живот“

www.municipalbank.bg

четете списание
Икономика на
руски и английски
език

Read Economy Magazine in English

Читайте Журнал Экономика на русском языке

www.economymagazine.bg





8

- 8 | ТЕ ГОВОРЯТ
Бизнес с мисия
- 20 | ИНТЕРВЮ
Джордан Белфърт:
Няма причина да не
бъдете богати
- 28 | УСПЕЛИТЕ
Колелото на
технологиите
- 34 | ЛИДЕРИТЕ
Тим Курт:
И на върха трябва
да си здраво
стъпил на земята
- 36 | ЛИЧНОСТИ
Будителят
от Казанлък



40

- 40 | НАУКА
Ключът към знанието
- 44 | МАРКЕТИНГ
Логиката кара
хората да мислят,
емоцията ги подтиква
да действат
- 48 | ИМОТИ
Офис Парк Пловдив
посреща новите
инвестиции
под тепетата
- 50 | Раздвижване в
недвижимите имоти
- 58 | СЕКТОР
Неудобните обувки на
обувната промишленост



62

- 62 | ВИЗИОНЕРИ
Цветелина Николова:
Лозя, целунати
от слънцето
- 64 | ПАРТНЬОРСТВО
Н.Пр. Антон Пъкурецу:
Реформите в
правосъдието
не трябва да спират
- 68 | HR КОНСУЛТ
Магическо хапче
за растежа
- 74 | МЕСТНА ВЛАСТ
Ирина Савина:
Над 2 млрд. лева
са необходими за
ВиК мрежата в София



76

- 76 | ТРАНСПОРТ
Петър Сеферов:
Пристанище Варна чака
20% ръст на товарите
- 79 | ТУРИЗЪМ
Хотелът е все
повече дом и офис
- 82 | ЗАД ГРАНИЦА
Вкус и аромат
от България
в Кипър
- 86 | ЗАГАДКИ
Телепортиране
в бъдещето
- 89 | ПРОГНОЗИ
Архитекти на
предстоящото



100

- 92 | ИНОВАЦИИ
В света на софтуерните приключения
- 94 | ТЕХНОЛОГИИ
Клетъчните комуникации превземат икономиката
- 97 | Интернет
под заплаха
- 100 | Ядрен реактор
във всеки дом
- 102 | Да патентоваш...
ДНК
- 106 | ЗДРАВЕ
Имунофан побеждава стреса



108

- 108 | НОТИ
Ъпгрейд на музикалната индустрия
- 112 | СЦЕНА
Балетът – дворец мой, затвор мой
- 114 | ГАЛЕРИЯ
Ведрата реалност на Жани
- 116 | ПЪТЕШЕСТВИЕ
Портофино - курортът на богатите и известните
- 122 | ЧЕТИВО
Нови книги от „Сиела“

Пътят към устойчивия успех



Ако искаш да си богат, трябва да програмираш разума си за това. Няма причина и вие да не бъдете богати. Това казва специално за читателите на „Икономика“ Джордан Белфърт, по-известен като Вълкът от Уолстрийт. Майсторът на продажбите ще проведе обучение в София на 7 април по своя метод Пряка линия на убеждаване. Тези, които няма да успеят да посетят лекцията, може да прочетат на нашите страници изповедта на Белфърт за пътя от мизерията до върха, обратно и пак нагоре, и за научените уроци в тази одисея. „Ако нещо е грешно, неморално или безпринципно, просто не го правете. Винаги ще има изкушения и капани за бързи печалби, но те не водят до дълготраен успех“, категоричен е днес Белфърт.

В духа на отговорното предприемачество е и основната тема на броя – „Бизнес с мисия“. Корпоративната социална отговорност вече не се приема от българските компании като еднократна благотворителност, а се превръща в дългосрочен проект, насочен към устойчивото развитие на бизнеса, обществото и околната среда.

Приятно четене!
НЕВЕНА МИРЧЕВА,
главен редактор

FOR
FREE



Online Magazine
economymagazine.bg

„Виктория Груп“ със Златна мартеница за ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИЗМА

„Виктория Груп“ беше отличена с наградата Златна мартеница за сериозна инвестиционна дейност в сферата на хотелиерството и туризма в България. Наградата беше присъдена от Сдружение „Произведено в България – съюз на малкия и среден бизнес“ за 21-ви пореден път, и получена лично от Калоян Николов, генерален мениджър на „Кемпински хотел Маринела София“, който сподели: „Наградата идва в точния момент. Това е признание за „Виктория Груп“, които години наред инвестират в хотелиерството и туризма, създавайки не просто хотели, а места за незабравими преживявания, развивайки таланти и изграждайки екип от професионалисти. Съчетаваме уникалната инфраструктура на всеки наш обект с новаторски идеи и огромно сърце, като с това сме заслужили доверието на нашите партньори. Спокойно можем да кажем, че „Виктория Груп“ е туристическата визитка на България“.



Вероника Пунчева е новият управляващ директор на МЕТРО България

Вероника Пунчева заема позицията управляващ директор на МЕТРО Кеш енд Кери България от 1 април 2015 г. Доктор Кристоф Шулте, който бе начело на МЕТРО България до този момент, е назначен за директор „Стратегии“ в централата на компанията в Дюселдорф.

Г-жа Пунчева започва работа в МЕТРО Кеш енд Кери България като старши търго-

вец „Сухи храни“ през август 1998 г., за да продължи кариерата си като директор „Управление на гоставките и мърчандайзинг на хранителни стоки“ в МЕТРО Кеш енд Кери Украйна през юни 2004 г. През септември 2008 г. тя е назначена за управляващ директор на МЕТРО Кеш енд Кери Сърбия, което оглавява до заемането на настоящата си позиция в Германия през януари 2013 г.

Четири проекта печелят конкурса за социални предприемачи Rinker's Challenge

Четири проекта за социално предприемачество станаха победители в първото издание на Rinker's Challenge на Фондация „Помощ за благотворителността в България“. Това са: „R.O.“

(Rights and Obligations) - образователна и забавна уеббразуъригра, насочена към деца и младежи, която има за цел да повиши правната култура на младите хора в страната. Предприемачите Георги Държанлиев, Бойко Първанов и екипът им получават стартово финансиране от 20 000 лева. Вторият проект е „Mind the gap“



– иновативно предложение за културно-исторически туризъм. За него Лилия Георгиева и екипът ѝ получават стартово финансиране от 20 000 лева. Третият проект е „ВеганМапаче“ - веганска кафе-пекарна във Варна, чийто

основатели Мария Кристина Паз и Флориан Демирев получават стартово финансиране от 10 000 лева. Четвъртият проект е „Таратанци“ - самоучител по танци и ролева игра, чиято основна задача е сближаване и развитие на въображението. Ива Тодорова и екипът ѝ получават стартово финансиране от 10 000 лева.

КРИВ - КАЧЕСТВО, РАСТЕЖ, ИНОВАЦИИ ОТ БЪЛГАРИЯ

ПРОЛЕТЕН БАЛ

БЛАГОТВОРИТЕЛНОСТ ЗА КАЧЕСТВО 29 април 2015

ПОД ПАТРОНАЖА
на Бойко Борисов, Министър-председател на Република България



UNDER THE PATRONAGE
of Boyko Borissov, Prime Minister of Republic of Bulgaria

KRIB - QUALITY, GROWTH, INNOVATIONS FROM BULGARIA

SPRING BALL

CHARITY FOR EXCELLENCE April 29, 2015



БИЗНЕС С МИСИЯ

Все повече компании се ангажират с корпоративната социална отговорност, защото чрез нея създават доверие, което се отплаща

Корпоративната социална отговорност не е козметичен продукт. Нейната цел е да промени ценностите и начина, по който се прави бизнес, без дори да се усеща принудата на закона. За това ново отношение на компаниите има различни гръмки формулировки, които просто целят да заострят тяхното внимание и да ги привлекат „в играта“.

Татяна Явашева

Днес бизнесът знае доста повече за корпоративната социална отговорност, отколкото преди 5-10 години например. Не че и преди това някои фирми не са дарявали, не са се стремили да опазват околната среда, не са имали каузи извън пряката задача да работят и да печелят. И за да не ни препъва всеки път това дълго словосъчетание корпоративна социална отговорност, в обращение навлезе абривиатурата КСО. Терминът е заемка от английски - corporate social responsibility (CSR), и така става ясно, че подобна практика идва от Запад.

Пиеса с много действия

Тази дейност не е еднократен акт, а е дългосрочен процес, свързан с много усилия. Целта е да се постигне баланс между трите стълба на устойчивото развитие – икономическия растеж, развитието на обществото и опазването на околната среда.

Засега обаче КСО притежава всички черти на модно задължение за по-големите компании, но със сигурност има и такива, които даряват и дори не желаят името им да се споменава. Всъщност е по-добре да говорим с имена, защото тези практики е хубаво да се споделят, докато не станат част от дейността на всяка фирма. И тогава пак ще си струва да се говори за тази

ангажираност, защото винаги може да се направи повече за обществото и да сме по-отговорни към околната среда, а опитът на другите със сигурност може да е полезен.

Но стига ми тази награда

КСО вече се превръща в корпоративен стандарт за всеки бизнес, който се стреми да е устойчив. Дори Българският форум на бизнес лидерите (БФБЛ) създаде добра традиция и вече 12 години поред връчва годишни награди за отговорен бизнес с цел да се популяризира социално отговорното поведение на бизнеса у нас. Те са признание за усилията на тези компании, които развиват успешно проекти в областта на КСО, и същевременно целят да насърчат останалите организации да развиват активна социална политика. Годишните награди на БФБЛ са национални и са отворени за компании от цялата страна, независимо от тяхната големина и сфера на дейност.

Възвръщаемост

В своята същност КСО е правене на бизнес по устойчив начин, при това ангажиран с идеята да помага, а не да вреди на хората и на природата. КСО не бива да е дребен реванш за компромисите спрямо клиентите и за щетите върху здравето на хората и върху околната среда, които даден бизнес прави. Ко-



гато се инвестира в обществено полезни каузи, след това тази инвестиция се възвръща дори само заради факта, че вече има по-голямо доверие в организацията. Факт е, че все още голяма част от КСО проектите се правят с PR цел, но това няма чак такова значение, ако дейността е постигнала осезаем позитивен резултат. Компаниите стават дарители, въвеждат зелени технологии, правят обучения на персонала си, които не са пряко свързани с неговата работа. Много от служителите дават дарения или се ангажират в различни социални проекти и каузи. Някои например допринасят със своя доброволен труд.

Мисия с бъдеще


„Когато преди години се заехме с тази кауза, обичайната реакция беше да се учудват, че се занимаваме с подобно нещо. Но за нас това е мисия с бъдеще, тъй като от корпоративната социална отговорност зависи цялостната промяна на средата за живеене и за бизнес в България“, обяснява Борис Колев, изпълнителен директор на CSR Bulgaria. Това е първата българска специализирана мрежа за КСО, която започна да изгражда трайна връзка между нуждите на обществото и ресурсите на бизнеса.

Репутация

Все още преобладаващата част от фирмите, които имат такива практики, са с чуждо участие. За тях тази ангажираност обикновено се „спуска“ отгоре, разказва Борис Колев от CSR България. Но колкото повече се говори за КСО, толкова повече компании започват да приемат като своя ценност това ново отношение на споделяне на добрите бизнес резултати с онези, които имат нужда от подкрепа. Разбира се, има и фирми, за които КСО е красива роза в трънения венец от ниски заплати, укрити приходи, липса на бизнес етика и живот по ръба на закона.

КСО бавно и полета заема важно място в бюджетите и дейностите на различните компании. И все по-често фирмите започват да мислят и за това. Не е необходимо да се отделят само средства, тъй като не всяка дейност е свързана с пари. В крайна сметка социално отговорните компании печелят от добрия имидж, който си създават, и отговорното поведение, което имат.

Дали корпоративната социална отговорност наистина прави бизнеса по-добър или тя е неговата индугенция? Достатъчно е само веднъж като клиент да видим opakото на „медала“ и то е като лъжичката катран в кацата с меда.

Представители на бизнеса в България споделят пред списание „Икономика“ своите виждания за КСО и предлагат добри практики от своя опит. 

Striving for a top career?

Join the MBA programs of Europe's largest business university: students from over 30 nations & internationally renowned faculty.

Global Executive MBA

3 international residencies (Asia, CEE, USA). FT ranked. Jointly offered with the University of Minnesota, USA.

Executive MBA Bucharest

2 international residencies (USA, Austria). Taught in Bucharest.

Professional MBA

International residency (USA). Specialization e.g. in Finance, Marketing & Sales, Energy Management, Project Management, Entrepreneurship & Innovation.

WU Executive Academy

Vienna University of Economics and Business
mba@wu.ac.at
+43-1-313 36-4816
executiveacademy.at/mba



Петър Докладал, регионален мениджър на ЧЕЗ България:

Имаме мисия за устойчиво развитие

Корпоративната социална отговорност (КСО) е бизнес практика за стратегическо управление, в което се цели бизнесът да е от полза както на самата компания, така и на заобикалящата я среда. За компаниите на ЧЕЗ както в България, така и в другите страни, КСО винаги е играла много значима роля. Това не е просто формула за бизнес успех, това е мисия за устойчиво развитие.

В последните години КСО, може да се каже, се превърна в мода. Много международни компании въведоха тази практика и, осъзнавайки успеха, който тя има, продължиха в тази посока. Похвално е, че вече и по-малките компании усещат необходимостта от такава стратегия. Те виждат положителната реакция на обществото към подобна промяна и тя става част от мисията им.

ЧЕЗ винаги е била отговорна компания и ние вярваме в успеха на тези проекти. Всяка една фирма, която има уважение както към своите клиенти, така и към обществото, бизнеса и всички институции, е една по-успешна фирма.

Основната причина да имаме активност, свързана с КСО, е стремежът ни да помагаме на хората, а и на средата, в която се развиваме. ЧЕЗ участва в много проекти в различни сфери - енергийната ефективност, градската среда, доброволчески инициативи, околна среда и природа, развитието на младите таланти на България. Усилията ни не останаха незабелязани и през февруари т. г. БФБЛ отличи нашата компания с първа награда в категория „Инвеститор в човешкия капитал и условията на труд“.

Вече 10 години ЧЕЗ професионално и отговорно изпълнява своите задължения на доставчик на жизненоважна услуга, каквато е доставката на електроенергия за една трета от населението на България. В




Наскоро компанията ни получи първа награда в категория „Инвеститор в човешкия капитал и условията на труд“

центъра на нашата дейност поставяме клиента и се стремим в рамките на ресурсите, с които разполагаме, да му предложим услуга и обслужване на европейско ниво. Тъй като работим на няколко европейски пазара, ние знаем как това може да стане и какво трябва да

се направи. Но невинаги е възможно. Предизвикателствата не са малко от гледна точка на регулаторна среда, общата ситуация в сектор енергетика и т.н. Ние сме стратегически инвеститор и следваме дългосрочна политика за развитие и модернизиране на електро-разпределителната инфраструктура и подобряване на обслужването в съответствие с нашата визия.

ЧЕЗ ще продължи да работи за развитие на бизнеса си в България, както и да инвестира в страната отговорно и с грижа за клиентите и служителите. Като социално ангажирана компания, съпричастна към нуждите на обществото, ще подкрепяме и напред различни инициативи за опазването на околната среда, за развитието на младите хора в България. Готови сме да работим в сътрудничество и в открит диалог с всички заинтересовани страни за постигане на нашата цел – модерно електрозахранване за всеки един наш клиент в България.

С навършването на 10 години ЧЕЗ в България компанията ни организира редица събития и срещи, посветени на значими теми. Организираме различни дарителски акции, за да бъдем полезни на обществото, с грижа за природата и околната среда. 



Илияна Захариева, Корпоративни комуникации, Мтел:

Вярваме в таланта на децата

как интернет може да ни бъде от полза, за да учим нови неща. Това е и основната тема на книгата „Първи стъпки в интернет“, която Мтел издаде. Целта е подрастващите да осъзнаят колко е важно не само да могат да използват

интернет, но и да са наясно как да го правят по сигурен начин. Не са малко и спортните активности, в които включваме деца – това лято проведохме три футболни турнира за деца, а през зимата стартирахме кампанията „Научи се да караш ски“, която помогна на хиляди деца да направят първите си стъпки в зимния спорт. Децата наистина имат хъс да спортуват и им е нужно малко, за да запалиш искрата в тях. Повече от 10 години стоим зад училището за кучета-водачи на

незрящи хора. Ежегодно реализираме поне пет малки, но стойностни екопроекта, които трудно биха получили финансиране, ако не им протягахме ръка с нашата грантова програма. Активни сме не само на корпоративно ниво, но и с индивидуален принос. През 2014 г. Българският дарителски форум ни отличи с признанието за „Най-голям принос чрез доброволен труд на служителите“. За трети път Мтел печели награда в тази категория и не мога да скрия, че съм горда не от наградата, а от примера, който ние с колегите даваме - през 2013 г. 220 служители на компанията са участвали в доброволчески инициативи. Размерът на остойностеното време, което са прекарвали в подкрепа на определени каузи, се равнява на 16 872 лв.

Голямата ни цел е да работим за едно поколение с бъдеще, така че инвестираме приоритетно в деца. Правим го по няколко линии и това е преплетено в цялостната ни CSR политика. Вероятно сте чули и за инициативата ни „Мтел Талант“, която върна Люба от „Х Factor“ на голямата сцена, съвсем скоро, с наша подкрепа, тя записа и първия си хит. Екопрограмата ни тази година ще бъде обърната към деца, ще разчитаме те да предложат проекти и да ги реализират. Правим това, защото вярваме, че децата ни са талантливи и имат бъдеще тук, в България. [И](#)

За трети път телекомът печели отличие за „Най-голям принос чрез доброволен труд на служителите“

Бизнесът е един от стълбовете на обществото. Нашето семейство е от над 4 милиона души и ние носим отговорността да бъдем пример за тях. Мтел има цялостна стратегия за корпоративна социална отговорност, която включва задължителните елементи – социални, културни и екологични проекти, отговорно поведение спрямо служителите и включването им в корпоративните социални активности. Но най-ценното е, че политиката ни в областта на социалната отговорност е дългосрочна и последователна. Най-мащабните ни проекти са посветени на децата. Такъв е проектът ни „Приемни бъдещето“. Приемната грижа е възможност за децата, лишени от грижите на собствените си родители, да израснат в семейна среда, да установят емоционална връзка с приемните си родители, да усвоят социални модели на поведение и да развият своя потенциал за независим живот. Развитието на „социалната услуга“ като алтернатива на институционалното отглеждане на деца, е шанс за много български деца. Всеки клиент може да дари 1 лев за децата в приемни семейства в нашите магазини в цялата страна. Работим в партньорство с Национална асоциация по приемна грижа. Те, както и останалите ни партньори в проекта - Министерството на труда и социалната политика, Българският дарителски форум и Държавната агенция за закрила на детето – ни консултират кои са максимално ефективните начини, чрез които да подкрепим децата в приемни семейства. Другият ни голям проект, в който много вярваме, е – „Интернет за всички“. Отново във фокуса му са децата. По време на интерактивните сесии те се запознават със значението на сигурността при работата в световната мрежа и



Децата от приемни семейства се забавляват на ледената пързалка „Мтел Ринк“

Силвия Костова, началник управление „Корпоративни комуникации и маркетинг“ в Пощенска банка:



Това е бизнес МОДЕЛЪТ НА БЪДЕЩЕТО

За Пощенска банка ангажиментите в сферата на социалната отговорност са част от мисията на банката. Те са неразделна част от корпоративните ни стандарти и стремежа да подкрепяме икономиката, околната среда и обществото, излизайки дори извън рамките на дейността ни като банкова институция. Проектите, които осъществяваме в сферата на КСО, отговарят на мисията ни да бъдем пълноценен участник в процесите, през които преминава българското общество, и да допринасяме за развитието на основните сфери на обществения живот като образование, култура, спорт и грижа за околната среда.

Броят на компаниите, които реализират свои КСО проекти, расте и ще продължи да расте, защото това е бизнес моделът на бъдещето, който всички отговорни корпоративни граждани трябва да следваме. Възможностите, които бизнесът предоставя, са необятни и когато даден бизнес се ръководи умело и отговорно, ползите са за цялото общество. Пощенска банка работи активно за утвърждаване на социално

За проекта
„Най-добър старт за
всяко дете“ Пощенска
банка наскоро получи
две отличия

отговорно бизнес поведение и изграждане на конкурентоспособна и устойчива икономика.

В момента подготвяме проект в сферата на образованието, който планираме да стартира през месец май. Продължаваме и инициативите за ограничаване на негативното въздействие върху околната среда, като стремежът е все повече наши служители да се включат в активностите на Зеления борд на банката.



Победителите в Postbank Business Run 2014 г.



Пощенска банка традиционно участва в инициативата Parking Day, преобразявайки паркоместа в зелени зони

безплатни домашни посещения от медицински сестри и акушерки на бременни и родители на деца до три години. С помощта на събраните средства от кампанията вече работят два центъра в Шумен и Сливен. През 2014 г. там са направени домашни посещения на повече от 10 000 семейства. Дългосрочната цел на проекта е въвеждането на този модел на грижа на национално ниво.

Безспорно най-широк обществен отзвук в цялата страната има съвместният ни проект с УНИЦЕФ „Най-добър старт за всяко дете“. Постигнатите резултати са забележителни – събраните дарения за година и два месеца възлизат на повече от 480 000 лв., за което изключителен принос има силната ангажираност на всички служители на банката. Проектът подкрепя развиването на мрежа от центрове за майчино и детско здраве, които предоставят

„Най-добър старт за всяко дете“ е една от най-успешните инвестиции на Пощенска банка в устойчивото развитие в България, за което наскоро получихме отличието „Инвеститор в обществото“ на тазгодишното издание на наградите за отговорен бизнес на Български форум на бизнес лидерите и голямата награда на Българския дарителски форум. [И](#)



община Дългопол
област Варна

скрито пред очите ти
#мястото
www.myastoto.bg



БЪЛГАРИЯ

Министерство на туризма

Оперативна програма “Регионално развитие” 2007 – 2013

www.bgregio.eu

Инвестираме във Вашето бъдеще

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България.



Европейски съюз
Европейски фонд
за регионално развитие



Иван Костадинов, генерален директор на „НИС Петрол“ ЕООД:

КСО е кауза за всеки бизнес

Уилям Форд казва, че „добрата компания предлага отлични продукти и услуги, а великата компания прави всичко това и се стреми да направи света едно по-добро място“ Това е същността и смисълът на КСО, което изцяло покрива нашата корпоративна философия. В този смисъл програмата за КСО е кауза.

Всяка година расте броят на компаниите в България, които изпълняват КСО проекти и това е естествен процес. КСО е отговор на очакванията на обществото към бизнеса, но и възможност за компаниите да създаваме лоялност и да градим устойчива репутация. КСО е и успешен маркетингов инструмент, защото потребители избират за себе си и семейството си продукти и услуги, които свързват с добри модели или практики. И не на последно място - нарастващият брой проекти е резултат и индикация за висока корпоративна култура и осъзнатост от страна на бизнеса. Обществото ни много добре отсява и преценява стойностните и истинските активности от епизодичните включвания в благотворителни каузи или в социални проекти. Факт е, че отдавна сме се разделили с практиката „да правим добро за един ден“ и имаме компании със сериозни програми, които не само че се ангажират с важни обществени и социални проблеми, но и допринасят за тяхното решаване и продължават да работят в тази посока.

Споменах вече, че КСО е кауза. Не е нужно да имаш или да търсиш причини, за да бъдеш отговорен и ангажиран с обществен проблем. Нужни са осъзнатост, мотивация и последователност за всяка



Потребители избират за себе си и семейството си продукти и услуги, които свързват с добри модели или практики

кауза. Към настоящия момент бих искал да не изпреварвам събитията и да не споделям плановете ни в тази посока. „НИС Петрол“ е дъщерна компания на НИС и това ни дава едно основно предимство, а именно - да продължим добрите практики и проекти на компанията и в България.

Бизнесът е натоварен с много очаквания. Ежедневно получаваме покани и запитвания да подкрепим един или друг проект, една или друга инициатива. И когато не отговориш на тези очаквания да бъдеш спомоществувател, вече идват негативите за компанията. Мисля, че тук е тънката граница, която и обществото ни трябва да разбере и осъзнае, а именно, че посредством програмите за КСО подпомагаме и заставаме зад проекти, които търсят и целят да дадат решения, които подпомагат, влияят и подобряват средата, в която сме поставени - в социален, икономически, екологичен аспект. [И](#)



INVESTMENT

Трудно ли се ориентирате при следните факти:

- ▶ Япония и ЕС са на прага на дефлация,
- ▶ Основните лихви на редица централни банки са на исторически минимума,
- ▶ Номиналната доходност по редица правителствени облигации е отрицателна,
- ▶ Доходността на българските депозити и ДЦК също е рекордно ниска и спада,
- ▶ Редица германски и американски банки сключват депозити с отрицателна лихва,
- ▶ Инвестиралият в гръцки правителствени облигации изгубиха над 50%,
- ▶ Негарантираните депозити във втората най-голяма банка в Кипър бяха обезценени с 40%,
- ▶ Негарантираните депозити в КТБ ще бъдат частично възстановени,
- ▶ Петролът се срива с повече от 30% за по-малко от половин година,
- ▶ Руската рубла е на рекордни минимума спрямо еврото и долара.

**Заедно ще намерим решение
за Вашите инвестиции!**

**BULL
TREND** 
BROKERAGE LTD



Теодора Стоименова,
мениджър
„Комуникация“ в АбВи:



Промяната зависи от нас

В биофармацевтичната компания АбВи вярваме в индивидуалната отговорност и личния пример. Затова още от създаването на компанията и стъпването ѝ на българския пазар през 2013 г. екипът започна осъществяването на социална програма, която ангажира служители с доброволен труд и дарения. Наречена е „Ти водиш промяната“ и в нея участват всички служители.

АбВи-България следва политиката за социална отговорност, разработена на глобално ниво, но я адаптираме към българските условия и нужди. През 2014 г. насочихме усилията си към изоставените деца и децата с увреждания, защото това е огромен неразрешен проблем и искаме да дадем своя принос. Проектът цели да покаже на служителите, че всеки може да има принос в подобряването живота на децата в България. От друга страна, АбВи се ангажира и на корпоративно ниво да предостави значими дарения, с което се дава пример на всички служители. Създаден е социален комитет, който ръководи този проект.

Това е първата програма за социална отговорност, която се реализира от АбВи - България. Въпреки че сме малко хора, само за една година успяхме да покажем, че можем да сме активни участници в подобряване живота на децата. Знаем, че подкре-

пата ни е капка в морето от детско страдание, но сме убедени, че дори да променим и една-едничка детска съдба, си е струвало.

Проектът „Ти водиш промяната“ стартира през пролетта на 2014 г. и ще продължи до април 2017 г., когато ще се направи оценка на ефективността му. След приключването му, в зависимост от постигнатия ефект, ще вземем решение как той да продължи. До момента обаче инициативата показва, че дори и малки екипи може да са активни участници в социалното подпомагане, когато каузата е избрана правилно и дейностите предизвикват съпричастност и инициативност сред участниците.

Подкрепата ни е капка в морето от детско страдание, но си струва да подобрим и една-едничка детска съдба, смятат в АбВи

Само за една година АбВи успя да помогне на деца с различни увреждания и със сърдечни малформации, изоставени бебета, като осигуряваме не само материална подкрепа, но и помощ да се чувстват пълноценни. Условията, в които живеят децата в нужда, са важни, но още по-важно е отношението на възрастните към тях. Тези дейности изискват много посвещение и подготовка, за да бъдат наистина полезни за децата. Убедихме се, че няма смисъл от спорадично дарителство и затова разработваме доброволческа стратегия, която да обхване всички служители и да ги ангажира в значими проекти за дълъг период от време. **И**

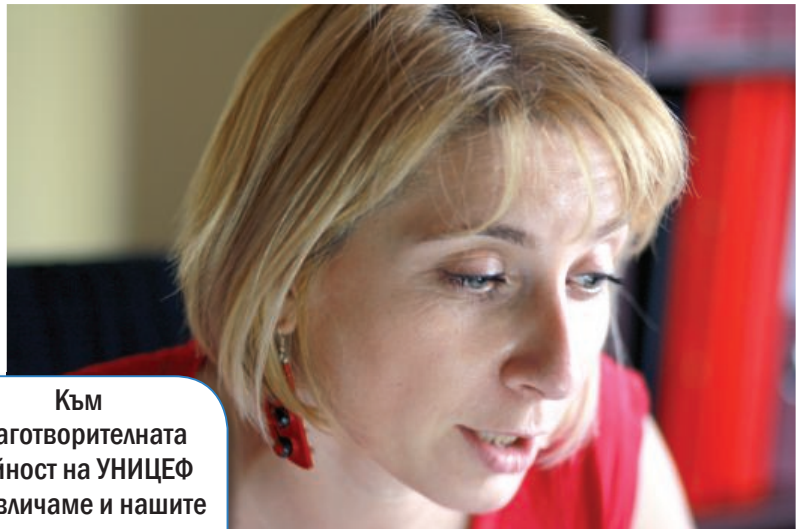
Стойна Вутова, зам.-управител на „Анимекс“:


Еднократните дарения не решават проблемите

При покупка на земеделска техника от „Анимекс“ всеки фермер има възможност да се присъедини към благотворителната инициатива в подкрепа на децата в нужда. „Анимекс“ е сред първите компании БЛАГОДЕТЕЛ с месечни дарения към УНИЦЕФ, а в допълнение тя дарява и част от стойността на всеки закупен трактор в полза на програмите на организацията за децата в България. Всеки клиент на „Анимекс“ получава благодарствен сертификат и покана да се присъедини към програмата за месечни дарения „Компания БЛАГОДЕТЕЛ“ на УНИЦЕФ.

Всичко това го правим, защото искаме да помагаме и да сме социално отговорна компания. Не можем да пренебрегнем нещастieto в света, в който живеем. Еднократните и без конкретна цел дарения не решават проблемите, тъй като децата имат нужда от грижа всеки ден. Нека не звучи като клише, но децата наистина са нашето бъдеще и те трябва да имат шанс за щастлив живот. УНИЦЕФ е най-силният застъпник за децата в света и е водеща организация, работеща в над 190 страни. Нейните цели изцяло отговарят на вижданията на нашата компания за мирен и сигурен свят, без глад и бедност, с осигурено здравеопазване и образование. Ефектът не е само в сумите, които сме дарили, а в това, че успяваме да

Към благотворителната дейност на УНИЦЕФ привличаме и нашите клиенти, които купуват земеделска техника, казват от фирма „Анимекс“



привлечем и нашите клиенти към мисията на УНИЦЕФ. Но тази не е единствената наша КСО инициатива. Първият ни жест на съпричастност е благотворителен мач, организиран от фондация „Димитър Бербатов“. После се ангажирахме с подкрепа към децата, които тренират в Спортния клуб по джудо „Недьо Ранчев“ в Стара Загора. Една от дарителските инициативи през 2015 г. е към Детско-юношески футболен клуб „Олимпия Спорт“ в Града под липите. Служителите във фирмата периодично посещават детски домове и помощни училища. Включват се в техните занимания и игри. В „Анимекс“ вярваме, че всичко това си струва заради усмивката на децата. 





Джордан Белфърт:

Няма причина да не бъдете богати

Устойчивият успех е плод на много, но отплащащи се усилия, казва Вълкът от Уолстрийт пред „Икономика“

Jordan Belfort:

There's no reason why you shouldn't be rich

Lasting success is hard work, but well worth it, The Wolf of Wall Street for Economy Magazine

Джордан Белфърт е роден на 9 юли 1962 г. в Бронкс, Ню Йорк. През 90-те години той изгражда най-динамичната и успешна организация за продажби в историята на Уолстрийт. Покорява най-високите финансови върхове и печели по 50 млн. долара на година. Постигане, което му спечелва прозвището Вълка от Уолстрийт. Като собственик на Stratton Oakmont, Белфърт има над 1000 брокери и печели над 1,5 млрд. долара. Стартира от нулата над 30 компании за милион долара и става герой на един от най-зрелищните и широко отразени провали.

С уроците от шеметните си възход и падение той изгражда живота си наново, като световно признат експерт зад забележителни бизнес постижения на хора и компании в цял свят. Днес той консултира на 50 компании и е сред най-търсените лектори. А обученията му значително подобряват фирмените продажби, ефективност и екипен дух. Персоналният му метод за продажби и мотивиращите му семинари получават отзвук в цял свят.

В България Белфърт става популярен през 2013 г. с филма на Мартин Скорсезе „Вълкът от Уолстрийт“ с Леонардо ди Каприо в главната роля.

Джордан Белфърт ще проведе обучение в София на 7 април. Сред медийните партньори на събитието е и списание „Икономика“.

Стилиян Гребеничарски

Г-н Белфърт, за какво мечтаехте като дете, какво от това сбъднахте и за какво мечтаете днес?

- Живеех с родителите си в Куинс и когато бях дете, това бе място за хора от средната класа с по-ниски доходи. Не бе място на банди и насилие, но никой нямаше много пари, луксозни коли и висок стандарт. С приятелите ми бяхме образовани, без много пари, но с достатъчно, за да разберем колко малко всъщност имаме. Често въздишахме с възхищение, гледайки предградията, където живееха богатите, и отраснахме с нагласата, че един ден ще живеем в някоя от онези големи къщи в Лонг Айленд и ще караме скъпи коли.

- Кой беше моментът, когато разбрахте, че първият милион е въпрос на време?

- Направих първия си милион преди да навърша 26 г. Чувството бе великолепно, защото в този момент осъзнах, че съм на път към нещо много по-голямо от 1 милион долара. Аз не бях от онези хора, които чакат дълго за своя първи милион. За мен се случи толкова бързо, че след него дойдоха още пет само в следващите няколко месеца. Постигнах ги, като разработих собствена система за продажби, убеждение и мотивация на екипа си. Това е моята Пряка линия на Убеждаване, която преподавам по цял свят днес.

- Колко тънка е границата на закона на Wall Street?

- Истината е, че докато има начин хората да печелят на пръв поглед лесни пари, избирайки „преките пътища“, ще има такива, които няма да си научат урока. Мисля, че като цяло всички ние осъзнахме, че трябва да бъдем по-отговорни. Спомнете си, че Wall Street не беше единственото място за съмнителните сделки. Участваха всички – от правителството, нямашо стриктни регулации за капиталовите пазари, до всеки гражданин, изтеглил кредит, който не може да си позволи да обслужва.

- Дефинирайте „успеха“. Как бихте го направили преди 25 години? Какво дава и какво взима той на Wall Street?

- Успехът е въпрос на визията ви за бъдещето – смела и ярка. Визия, която първо вдъхновява вас, а след това и останалите. Той е свързан с познаване на правилата и стратегиите в бизнеса и предприемачеството, включително да знаеш как да си изискан в провала и необуздан в успеха. Опира до това да продаваш визията си така, че да привлечеш по един ефективен начин най-добрите клиенти към своята фуния на продажбите.

Първият и най-очевиден урок, който аз научих по трудния начин, е, че трябва да запазиш своите принципи и почтеност през цялото време. Добрата репутация ще ви отвори много врати както в личен, така и в професионален план. Тя е ключ към много възможности и продължителен успех.

Stiliyan Grebenicharski

Mr. Belfort, what were your childhood dreams, which of them came true and what do you dream of now?

- I was living in Queens with my parents and when I was a kid it was a place for people from lower middle class. It wasn't place with gang and violence but no one had a lot of money, fancy cars and such. Just lots of apartments buildings. Me and my friends were educated and didn't have a lot of money, but we have enough education and money to understand how little we have. We were always saying wow, looking down the road to the suburbs, and saying that's where the rich people live. So we grew up with this mindset that one day when we grow big, we will move to the big houses on Long Island, drive fancy cars.

- Which was the moment you realized getting your first million is a matter of time?

- I made my first million when I was almost 26. It felt great and I was in this amazing situation because I realized at that point that I was on to something much bigger than a million dollar. So I wasn't one of those people who make their million slowly. For me it happened so fast that the first million came with a five more millions just in a couple of months. I made it by inventing my own system for sales and persuasion for motivating my people. This is my Straight Line Persuasion System which I teach today over the world.

- How thin is the borderline of the law on Wall Street?

- The truth is, as long as there is a way for people to make seemingly easy money by cutting corners, there are those who won't get the lesson. I think that as a whole we have all realized we have to take more responsibility. Remember it wasn't just Wall Street making shady deals. It was everyone from the government not having stricter regulations in place on Wall Street to the everyday citizen taking out loans they couldn't afford.

- Define success. How did you do this 25 years ago? What do you receive from it and at what cost?

- It's about your vision for the future – BOLD and BRIGHT – something that first inspires you and then others. It's about knowing the rules and strategies of business and entrepreneurship, including failing elegantly and succeeding wildly. It's about marketing yourself to attract the best buyers into your sales funnel in a cost effective manner.

The first, and most obvious lesson, which I learned the hard way is keeping your ethics and integrity at all times. Having a solid reputation personally and in business will open a lot of doors and is a key to lasting success and great opportunities. That being said, I also believe that it is important to take risks, albeit calculated and intelligent risks, but real and sometimes scary risks, where you are willing to fail, rather than not attempt to realize your dreams. Michael



Аз също вярвам, че е важно да се рискува. Тези рискове трябва да са преценени и интелигентни, но също така истински и понякога плашещи, където си склонен да се провалиш, вместо да не направиш опит да сбъднеш мечтите си. Майкъл Джордън открито признава, че е претърпял множество провали в кариерата си. Както казва той: „Мога да приема провала, всеки се проваля в нещо. Но не мога да приема да не опитам“. Да се провалиш със стил означава просто да приемеш неуспеха такъв, какъвто е – една възможност да отстраниш това, което не работи, и да пробваш пак. Когато елиминираш всички недостатъци, оставаш само с тези неща, които работят.

Успехът е и смесицата между способността никога да не се предаваш и отдадеността и здравата работа. Устойчивият успех е плод на много, но отплащащи се усилия.

- Може ли човек да се подготви за живота в бързата лента? Как да разбере кога да намали и кога да смени маршрута?

- Преди да купонясвам като рок звезда и да се превърна в безскрупулния вълк, аз бях добър човек. Бях отгледан според високите етични норми на моите родители и моралният ми компас бе твърдо насочен в правилната посока. Може да съм бил млад и дори по-добре изглеждащ от Леонардо ди Каприо, но знаех, че ще бъда успешен. Когато започнах работата си в една от най-големите компании на Wall Street, си мислех, че бъдещето ми е предопределено. Моят първи ден буквално съвпадна със срива на капиталовите пазари. Така, вместо в издигащите се небостъргачи на Wall Street, се озовах в малка брокерска къща в Лонг Айленд. За много хора историята би приключила тук, но не и моята. Успях да взема бизнес идеи от големите компании и да ги комбинирам с усета на малките, за да създам най-голямата независима брокерска къща в страната. Парите просто потекоха. Парите не са лошо нещо. Парите не ви променят. Отдадох се на алчност и сребролюбие и моралният ми компас започна да се отдалява от оста си. Бях на 24 и правех над 50 млн. долара, но нещо се промени. Не можеш да се възползваш от хората и



Jordan readily admits that he's failed many times in his career. As he says, „I can accept failure, everyone fails at something. But I can't accept not trying.“ To fail elegantly is to simply accept failure for what it is: an opportunity to eliminate what doesn't work and try again. For when you eliminate everything that doesn't work, you're left with only those things that do.

And lastly it's the ability to keep going and never give up mixed with hard work and dedication that leads to success. Lasting success is hard work, but well worth it.

- Could one be prepared for living in the fast lane? How could he/she know when to slow down and when to change the route?

- Before I partied like a rock star and became the ruthless wolf, I was a good man. I was raised with high ethical standards by loving parents and my moral compass was firmly pointed in the right direction. I may have been young, and even better looking than Leonardo DiCaprio, but I knew I was going to be a success. When I began working for one of Wall Street's biggest firms, I thought my future was set. My first day at work was literally the day the stock market crashed and instead of the towering skyscrapers of Wall Street I found myself in a small brokerage firm in Long Island. For many people, this could have been the ending of their story, but not mine. I was able to take the business ideas of the major firms and mix them with the sensibilities of a smaller firm to create the largest independently owned brokerage firm in the country. Money was rolling in. Money isn't bad. Money doesn't change you. I gave in to greed and avarice and my moral compass began spinning off its axis. I was 24 years old and making more than \$50 million, but something had changed. You can't take advantage of people and break all the rules without paying the price.

I wrote „The Wolf of Wall Street“ when I got out, not only as a cautionary tale, but also to show that you can be at the bottom of the barrel and still come back stronger than ever before. To me it was almost like an advanced form of hyper therapy form to re-examine your actions from above, peel back the



да нарушаваш всички правила, без да платиш цената.

Написах „Вълкът от Уолсٹрийт“, когато излязох навън, не само като предупредителна история, а също, за да покажа, че дори да сте на дъното, можете да се завърнете по-силен от всякога. За мен тя бе като висша форма на терапия, където изследваш отстрани още веднъж своите действия, премахваш слоевете и анализираш каква е била причината за тези действия – добрите и лошите. Успях да видя себе си от напълно нова перспектива. Когато излязох от затвора и завърших книгата, вече знаех, че никога повече няма да направя нещо, което е дори на границата на правилата. Някога бях добър човек, но се деформирах, и сега, много години по-късно, съм в състояние да намеря отново доброто. Вълкът го няма, но това не означава, че не харесвам да съм богат. Няма и причина вие също да не бъдете богати.

- Колко различни са финансовите пазари днес от времето, когато осъществихте вашия възход?

- Мисля, че целият свят е осъзнал колко свързани сме всъщност и хората вече са все по-наясно с влиянието си върху икономиките.

- Унищожиха ли технологиите романтиката в търговията и какво място остана за личните качества на брокера?

- Без способността да влияете и убеждавате хората, ви остава доста малък шанс за успех. Убеждаването е един-

layers and look at your motivations, what was driving you, the good and the bad. I was able to get whole new perspective on myself. When I left jail and finished writing my book I was already at the point when I knew that I would never ever do anything again that is even in the grey.

I was once good man, but became warped; and now many years later, I've been able to find that goodness again. The wolf is gone, but that doesn't mean I don't like being rich—and there's no reason why you shouldn't be rich too.

- **How different are financial markets nowadays, compared with the time of your trading days?**

- I think the whole world has realized how interconnected we really are and people are more aware of the effects we all have on each other's economies.

- **Has technology destroyed „romantics“ in trading and what is the space left for a broker's personal qualities?**

- Without the ability to persuade and influence people you will have very little chance of success. Persuasion is the single most valuable tool we have in our personal arsenal. It allows us to sell ourselves to others for a job. Persuasion is how we sell ideas or products to people or companies. It also allows us to persuade in other ways.

- **Some define financial sector as an „assembling line“**

ственият най-важен инструмент, с който разполагаме в арсенала си. То ни позволява да лансираме себе си пред останалите, когато става въпрос за работа, и да продаваме нашите идеи и продукти на хора и компании.

- Някои определят финансовия сектор като поточна линия за пречупени амбиции. Как един млад специалист в сектора да извърви пътя от илюзията до реалността за „бялата якичка“?

- Ако искате да работите на Wall Street, прицелете се в място в компания с висока репутация, намерете добър ментор и започнете да изкачвате йерархията. Разбира се, можете да започнете своя собствена фирма, но Wall Street е едно от тези места, където може да успеете, дори когато работите за някой друг, стига да имате нагласата, че изграждате нещо свое в рамките на чуждия бизнес.

- Кои от тези илюзии са най-опасни? А кои от реалностите?

- Вижте, ако едно нещо е грешно, неморално или безпринципно, просто не го правете. Винаги ще има изкушения и капани за бързи печалби, но те не водят до дълготраен успех. Ако прочетете книгата ми, ще се убедите в това.

- Много хора днес търсят мотивация, разглеждайки я като продукт. Ако една реч може да е запалването, кое е горивото?

- Студент в Йейл прави изследване за курса си по икономика, което един ден ще се превърне в основата на „FedEx“. На другия край на страната, специалист по продуктов дизайн в Станфорд представя пред своите колеги концепция, която днес знаем като „SnapChat“. В Сан Франциско момче заболява от грип, но не успява да намери препоръки за добър доктор – от тази липса се ражда „Yelp“. В предградие на Кълъмбъс, Охайо, жена се чувства също толкова объркана, опитвайки да намери

for broken ambitions. How can a young professional cover the distance between a white collar's illusion and reality?

- If you want a job on Wall Street, you should get a job at a reputable firm, get a good mentor and work your way up. Of course you can open your own firm, but Wall Street is one of those places where you can still have success even if you are working for someone else as long as you take the attitude that you are building your own business within their business.

- Which of these illusions are the most dangerous? Which of the realities?

- Well, if it's wrong, immoral or unethical just don't do it. There will always be temptations, the instant gratification trap – but these are not keys to lasting success. If you read my book you will learn that.

- Many seek motivation, considering it as a product. If a speech could be the ignition for this, what would be the fuel?

- A Yale University student writes a paper for his economics class, the basis of which would one day evolve into FedEx. On the other side of the country a Stanford product design major pitches a concept to his classmates we know today as Snapchat. In San Francisco a guy catches the flu and struggles to find recommendations for a good doctor. Yelp is born out of his frustrations. And in the 'burbs of Columbus, Ohio a woman is equally frustrated trying to find a good construction contractor. This leads to the creation of Angie's List.

See a pattern here? The need to complete a class project, get a good grade, or solve an immediate problem sparked an idea in the minds of four people. You've been in similar situations. We all have. You may have even thought, „If only someone would come up with a better“ These



добър строител, от което следва създаването на „Angie’s List“.

Виждате ли закономерност тук? Нуждата да се завърши курсов проект, да се получи добра оценка или да се реши спешен проблем запалва идеята в главите на четирима души. Вие също сте били в подобни ситуации. Всички сме били. Вие сигурно сте си мислили: „Само ако можеше някой да направи по-добра...“ Тези хора не са чакали на някой друг да дойде по-добра идея, по-добър начин или по-добър капан. Това, което са направили, е да вложат страстта си в своята идея. Измислили са я за момент и оттогава са започнали да я отглеждат. Преминали са през „Какво ако?“ фазата, продължили са до „Как може?“, за да стигнат до „Кой би?“. След като бъде отгледана, с малко усърдие от ваша страна тя може да прерасне във визия. Сега вече имаме нещо, за което си струва да говорим!



- Носи ли обучението по-голямо удовлетворение, а може ли да донесе повече пари от търговията?

-Аз вярвам, че когато правим, даваме или създаваме нещо, което по-късно продаваме, ние разменяме енергия. Силно вярвам в баланса на енергията. Енергията, която даваме, трябва да е равна на тази, която получаваме. Парите са форма на енергията. Когато говоря с хора в тежка ситуация и виждам как светлината и надеждата се връщат в техните очи, това ми дава огромна сила. Дори без каквито и да е пари, тази размяна е повече от справедлива.

- Как се справи Ди Каприо в ролята на Джордан Белфорт? Може ли да припечели допълнително на Wall Street? А колко полезен за един брокер може да е актьорският курс?

- Прекарах доста време, безброй часове, с Лео. Съвършената му игра се дължи не просто на много усилия, той работи наистина много здраво. Мисля, че той беше изключително отдаден да попие всяко парче от мен, включително такива, които не са в книгата, и да разбере какво има в главата ми. Трябва да кажа, че той закова тази роля. Беше зашеметяващо да гледам играта му. Писането на книгата беше катарзис за мен, но филмът ме остави без думи. Всички свършиха чудесна работа.

Ако не можеш да се представиш за някой с ум като бръснач, ентузиазизиран до краен предел и експерт в това, което върши, ти не можеш да развиеш своята игра. Толкова е просто. Замислете се за секунда: наистина ли правите бизнес с пълен новак? Не. Всички искаме да работим с професионалисти с пронизваща мисъл, които са винаги в час и връщат работата си със страст. И

people didn't wait for someone else to come up with a better idea, a better way of doing things or a better mousetrap. What they did do is get passionate about their idea. They took a momentary thought and began to incubate it. They went through a „what if“ stage. Then advanced to a „how can“ stage. Then a „who would“ stage. As your idea warms up in the incubation stage, it can, with some diligence on your part, expand into a vision. Now you've got something worth talking about!

- Does coaching bring more satisfaction than trading? Could it bring more money?

- I believe that when we do anything or give anything or create anything and then sell it, it is an energy exchange. I firmly believe in the balance of energy. Energy out should equal energy in. Money is a form of energy. That being said, when I speak to people in dire straits anywhere, and I see the light and hope come back in their eyes, that gives me a great energy – and the exchange is more than fair, without any money.

- How good of a Jordan Belfort was DiCaprio? Do you think he can get a part time job on Wall Street? How beneficial could an acting course be for a broker?

- I spent a lot of time with Leo, countless hours with him. His excellence is not as if he strives for it, he is working really, really hard. I think he was so determined to suck every bit of information from me and stuff that wasn't in the book, and what was on my mind. And I have to say he nailed it. It was mind blowing to see his act. Writing my book was a catharsis experience but seeing the movie left me speechless, in a good way because they all did such a good job.

If you can't present yourself as someone who is sharp as a tack, enthusiastic as hell, and an expert in your field, you literally cannot move your game forward. It's that simple. Think about it for a second: do you really do business with a freaking novice? Nope. We all want to deal with pros, or 'experts,' as the phrase goes, and we want to deal with people who are sharp and on the ball, and also seem excited about what they do. И

Колелото на ТЕХНОЛОГИИТЕ



*Компаниите развиват зависи-
мост от иновациите – и тези,
които ги създават, и онези,
които ги прилагат*

Веднъж едно хлапе сподели за разговора си с 96-годишна жена: „Сигурно често ти казват, какво знаете вие, които сте родени в ерата на интернет, за времето, когато нямаше глобална мрежа?! Някога и на нас по същия начин ни говореха за времето, когато е нямало електричество.“

Татяна Явашева

На всеки два дни светът генерира толкова информация, колкото от зараждането на човешката цивилизация до 2003 г., изчисли Ерик Шмид от Google. Неусетно тези два дни ще станат един, а после лавината от информация съвсем ще ни затрупа. Колкото и банално да звучи, появата на интернет отприщи потока на словото и на общуването, макар и по нов начин. Представете си свързките от началото на тази технологична ера и застрашително нарастващият обем от информация, който произвеждаме и трябва да съхраняваме в електронен вид. Нима това би било възможно без облачните технологии? Можем ли да се върнем в ерата на пишещите машини, когато все още компютрите не са навлезли? Попитайте само едно дете, родено в новото хилядолетие, и то ще отвърне, че не ще да живее във времето на динозаврите. Технологиите не само преобразиха живота ни, те всеки ден го променят. Без тях

не само не можем, но и не искаме да можем. Те са нашето улеснение, но и нашето „робство“. Представете си само компаниите в технологичната сфера – те са като хамстера, който денонощно върти колелото в клетката. Изостане ли, някой друг е взел преднина и това може да обезсмисли всичките му усилия до момента. Това вече с пълна сила важи както за тези, които ги създават, така и за онези, които ги прилагат.

Технологиите ни събират, но те са и в основата на модерното отчуждение. Сигурно и вие сте били свидетели как млади хора седат на една маса, поръчват си храна и напитки, изваждат мобилните устройства и всеки потъва в своя свят.

В сп. „Икономика“ пишем за „Интернет на нещата“, но ви предупреждаваме, че има живот и извън интернет.

Светлин Наков:

Умните батерии ще направят ключов поврат

Светлин Наков е съосновател на Софтуерния университет в София. Завършил е ФМИ на СУ „Св. Климент Охридски“. Има над 20 години опит в технологичната индустрия като софтуерен инженер, мениджър, предприемач. От 2009 г. до 2013 г. е в основата на създаването и развитието на софтуерната академия на „Телерик“. Сам се оттегля, за да реализира мечтата си за нов вид преподаване по информационни технологии.

Технологиите ще навлизат във всяка част от нашия живот. Както интернет и мобилните телефони глобално промениха света, очаквам появата на още няколко нови технологии да преобрази начина на живот. В период от 50 години се очаква да има пътувания в Космоса като вид екстремн туризъм. В телата ни ще бъдат вградени модерни микросистеми, които ще ни помагат да следим своя жизнен статус или да поддържаме здравето си. Очаквам бурно развитие на биомедицината, информационните технологии ще навлизат все по-уверено в генетиката и в областите, свързани с човешкото здраве. Има огромно поле за работа в сферата на здравеопазването и технологиите са писта, по която с бърза скорост ще напредват медицината и фармацията. Може би ще стане някой нов пробив във физиката, например антигравитацията.

Както интернет и мобилните телефони глобално промениха света, очаквам появата на още няколко нови технологии да преобрази живота ни



Може би студеният ядрен синтез ще реши проблемите в енергетиката. Ако се намери устойчиво решение за батериите на телефоните, лаптопите и автомобилите, ще се стигне до нова технологична революция. Наблюденията сочат, че всяка „революция“ идва с ново технологично постижение. Интернет навлиза и това води до ключови изменения, които рефлектират върху всички области на

живота. После се стига до надграждането със социалните мрежи, което също води до значима обществена промяна. Появиха се мобилните телефони, в тях бе вкаран и интернет и това също доведе до осезаема промяна. Може би „умната“ батерия е следващ повратен момент.

Работя в сферата на образованието и забелязвам, че то става все по-отворено. Има много безплатна информация и всеки има право да учи. Виждаме какво става с „Корсера“, електронната образователна интерактивна платформа в интернет, която предлага свободно достъпни онлайн курсове на обучение. Тя е създадена от двама професори по компютърни науки в Станфордския университет, но повечето висши училища по един или друг начин започват да предлагат подобни проекти. Аз обаче не вярвам в онлайн обучението в сегашния им вид. По-скоро те ще се усъвършенстват по начин, който позволява от пасивни слушатели да станем активни участници в образователния процес. Този проблем засега е нерешен и промяната ще дойде точно в тази посока. Технологиите трябва да помагат при ученето чрез изживяване, дори отсъствието на жив лектор и водещ. [И](#)

”

Вероятно ще има нов пробив във физиката, например антигравитацията. Може би студеният ядрен синтез ще реши проблемите в енергетиката

“

Д-р Наталия Футекова:

Светът става все

Гл. ас. д-р Наталия Футекова е икономист, доктор по информатика и преподавател в катедра „Информационни технологии и комуникации“ на Университета за национално и световно стопанство. Има редица публикации в международни научни конференции, свързани с ERP системи. Същевременно тя е управляващ съдружник в ERP.BG. Притежава над 10-годишен опит в редица проекти по внедряване на информационни системи и има основна роля в разработената методология за внедряване на ERP системата EnterpriseOne®.

През последните години най-значимо е влиянието на три технологични сегмента, които някои маркетингози обединяват с общото наименование lo/mo/so (local, mobile, social), или с други думи – услугите за локализация, мобилните приложения и социалните мрежи. Тяхната комбинация позволи появата на огромен брой нови приложения в сферата на развлеченията, медиите, комуникациите, бизнеса и обучението. Ако преди инициативата беше в големите софтуерни компании и телекоми, то днес отворените платформи за мобилни и социални приложения позволяват на всеки малък екип от програмисти или обикновени ентузиаста да създаде интересна нова апликация и да промени цели сектори на икономиката. Всичко това влияе и на бизнес софтуера. Някои ERP (Enterprise Resource Planning) системи като разработената от нас EnterpriseOne, вече са изцяло оптимизирани за мобилни устройства и тъчскрийн екрани. Неотдавна дори създадохме интерфейс (API – Application Programming Interface) за разработка на приложения за различни платформи, вклю-

В следващите години ще се разгърнат истинските мащаби на явлениято, наречено „интернет на нещата“



ПО-ДОСТЪПЕН ЗА ВСЕ ПОВЕЧЕ ХОРА



чително Android, iOS, web, за да улесним независими разработчици да правят приложения за нашата ERP система.

В сферата на корпоративното управление можем да кажем, че технологии като Business Intelligence вече се налагат като стандарт и все повече мениджъри се убеждават в предимствата на този тип софтуер за взимането на по-добри управленски решения. Безспорно влиянието на интернет през последните години е огромно. Социалните мрежи промениха публичния живот и помогнаха на напълно непознати хора да се организират в защита на различни каузи и политики. Електронната поща, чат приложенията, интернет телефонията и обединените комуникации ни позволяват да комуникираме безплатно или на пренебрежима цена с целия свят. PayPal и другите платформи за алтернативни разплащания позволяват на всеки човек да преведе или да получи пари във всеки момент, където и да се намира.

Знание, за което преди е трябвало да отидеш в градската библиотека, сега е достъпно с няколко клика на мишката.

Тази тенденция със сигурност ще се засилва с разширяването на покритието с високоскоростен интернет, както и с масовото навлизане на „облачните“ услуги сред населението, които ще стимулират нова вълна от иновации. Само преди месец-два Google представи нова мобилна версия на своя преводач, която позволява да насочиш камерата на телефона си към различни надписи около теб, а той да ги сканира и преведе в реално време. По всичко личи, че благодарение на онлайн технологиите светът ще става все по-достъпен за все повече хора.

Ако първото поколение интернет се характеризираше с еднопосочна комуникация, а уеб 2.0 е това на споделянето, социалното взаимодействие и съдържанието, генерирано от потребителите, то уеб 3.0 ще свърже с мрежата всевъзможни заобикалящи ни предмети – от хладилника и кафеварката вкъщи, през входната врата, автомобила, градския транспорт, до спортните комплекси, публичните сгради, сензори, покриващи градовете, гривни, часовници, бижута, както и всевъзможни други устройства навсякъде около нас. Тази тенденция вече започва да променя редица обществени и икономически сфери като производството на автомобили, интериорния дизайн, здравеопазването, образованието, контрола на достъпа, промишлеността, югилити инфраструктурата и много други. Очаквам през следващите години да станем свидетели на разгръщането на истинските мащаби на явлението, наречено „интернет на нещата“.

”
Технологии като Business Intelligence се превръщат в стандарт и много мениджъри ползват предимствата на този тип софтуер за взимането на по-добри управленски решения
 “

ERP системите също няма да бъдат подминати от тази вълна и постепенно ще се превърнат в своеобразен централен хъб, който ще е в комуникация с разнообразни крайни устройства – настолни, мобилни, различни сензори и производствени машини, дори потребителска електроника в домовете на хората. Вероятно не е далеч денят, когато свързаният с интернет хладилник ще може сам да установи липсата на важен хранителен продукт и да го поръча автоматично от ERP системата на търговската верига. Всичко това създава много нови възможности, но и поставя редица предизвикателства

пред разработчиците на бизнес софтуерни решения, и в крайна сметка обещава да промени изцяло облика на системите за управление на бизнеса. [И](#)



Дарин Маджаров:

РЕВОЛЮЦИЈАТА В

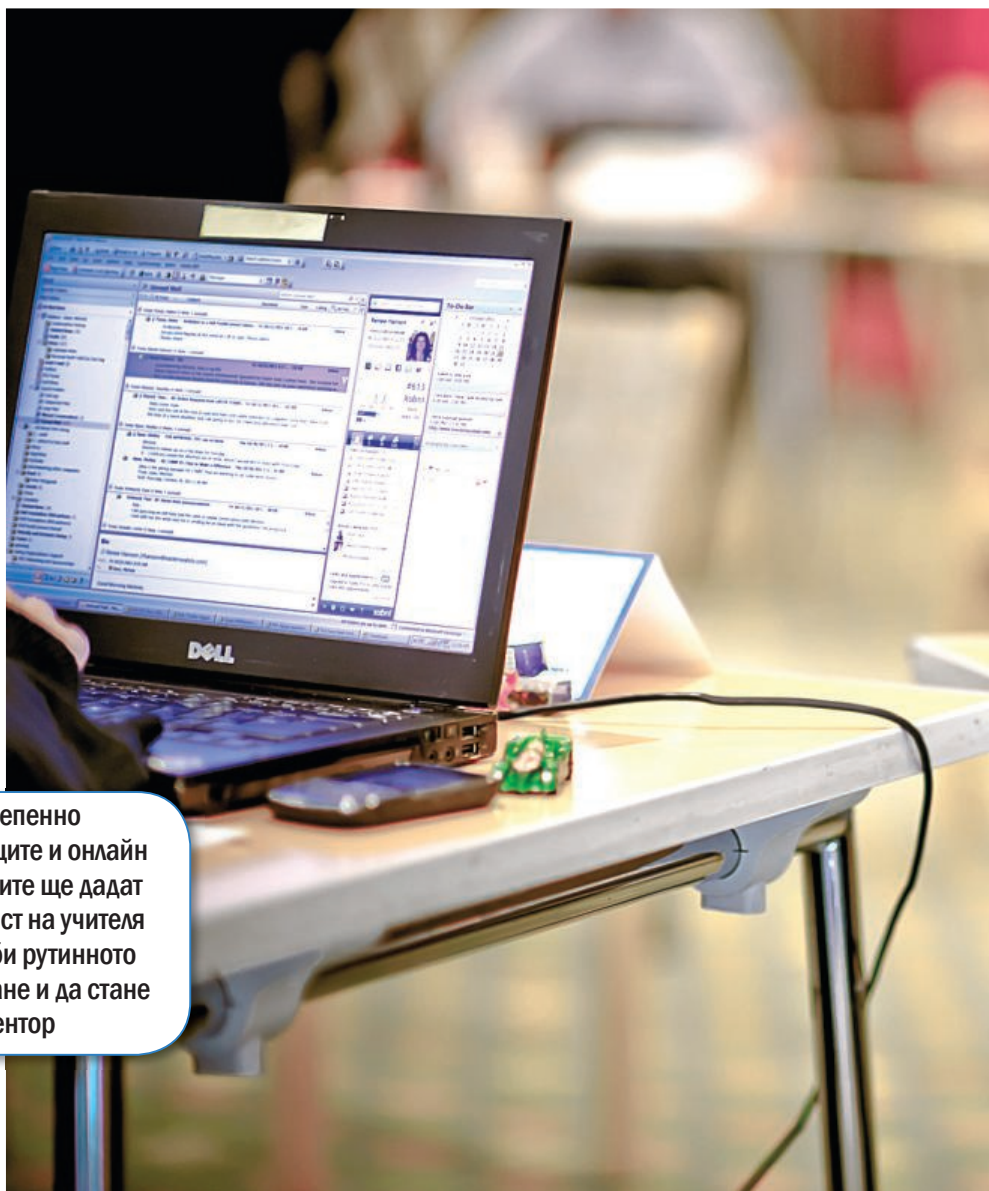
Дарин Маджаров е създател на образователната платформа Уча.се. Има магистърска степен по електроника и компютърни науки в Jacobs University в Бремен, Германия. През 2011 г. става докторант в областта на възобновяемите източници на енергия и електрическите коли в Католическия университет в Льовен, Белгия. Но когато преди 2-3 години осъзнава какъв огромен потенциал има развитието на видеоуроците, се връща в България и се заема с реализацията на тази своя идея. Сега е в най-щастливия период от живота си. Екипът на Уча.се наброява 36 души. Онлайн уроците са гледани над 10 млн. пъти.

Новите технологии уверено навлизат в образованието. Те позволяват учителят да не преподава един и същ урок по много пъти пред различните класове. Чрез използването на видеоуроци и платформи той може да се разтовари от тази рутина и да се концентрира върху онова, в което е най-полезен – да е ментор. Ученикът би могъл да гледа видеоурок за новия материал, а учителят да е полезен, когато детето се затрудни в усвояването на материала. Учениците ще отиват по-подготвени в училище, а в клас под напътствието на учителя ще работят върху различни проекти.

Това ще освобождава време на преподавателя и той ще може да работи върху създаването на ценни качества у учениците – лидерски или презентационни умения, работа в екип. Онлайн платформите все повече ще имат практическо приложение. А има вече и работещи примери. Например в Уча.се, след като изгледа видеоурока, ученикът прави упражнения.

Ако сгреша, трябва само един клик и ще може да изгледа откъс от видеоурока, за да изгледа пропуски-

те. Така всеки може по-уверено да напредва. Всички активности на ученика се пазят в неговия профил и всеки ще може да проследява напредъка си.



Постепенно видео уроците и онлайн платформите ще дадат възможност на учителя да загърби рутинното преподаване и да стане ментор

образованието става неусетно

В САЩ са правени много експерименти, свързани с преподаването и видеоуроците. Доказано е, че когато информацията се получава не само чрез глас, а и чрез подходяща нагледна визуализация в самия видеоурок, тогава информацията се усвоява по-бързо. Затова промените трябва да стъпват на реалните нагласи и възможности.

Таблетите и лаптопите не бива да са самоцел в образователната реформа. Те трябва да навлязат, когато има какво да се прави с тях и е налице качествено съдържание. Когато учителите се уверят, че има нови технологични

възможности, които улесняват учебния процес и го правят по-ефективен, те търсят начини как да въведат новостите и често се обръщат към нас. Вече две години

работим здраво върху качествено съдържание, тъй като промяната не е сегашните учебници да се ползват в електронен формат. Нужно е учебният материал да се представя по нов начин.

”
**Най-интересно
 ще е навлизането
 на технологиите в
 образованието и
 това ще има голям
 обществен ефект**
 “

Технологичната „революция“ в образованието става тихо, все повече учители включват видео в своите часове. Консервативната система постепенно се обновява, а може би след време учениците ще имат вкъщи и роботи, с които да пишат домашните заедно.

Всички новости обикновено са свързани с технологиите. Банално е да кажа, че не можем без интернет и без компютри, както и без телефони. Електромобилите вероятно ще изместят сегашните коли на течни горива. Най-интересно обаче ще е навлизането на технологиите в образованието и това ще има голям обществен ефект. Тази система не се е променяла драстично вече 100-200 години. Моделът, който и до днес е утвърден, е скроен още по време на индустриализацията. Тогава целта е била да се готвят кадри за поточните линии, където хората е трябвало механично да изпълняват едни и същи операции. Тогава образователната система не се е интересувала от специфичния талант на всеки и не е имало стремеж той да се развива.

Сега светът е друг и образованието ще трябва все повече да се отваря към индивидуалните качества на всеки. Ако един усвоява по-бавно, той не бива да бави всички останали. Онлайн платформите дават възможност за индивидуален напредък. Като цяло технологиите са за улеснение и все повече не може да си представим живота без тях. [И](#)



Тим Курт:

И на върха трябва да си здроаво стъпил на земята



Добрият учител дава точното количество свобода да действаш и мотивацията да достигнеш отвъд хоризонта

Татяна Явашева

Когато си на върха, се изисква... да останеш здраво стъпил на земята и да имаш поглед върху пълната картина.

Лидер е, който... е постигнал тази позиция с подкрепата на своя екип и е в състояние да вдъхновява последователите си ден след ден.

Да ръководиш компания, която работи на глобалните пазари... е огромно предизвикателство, което се нуждае от отговорно ръководство.

Плюсовете и минусите да произвеждаш в България:

Плюсове: мотивирани хора, големи възможности. **Минуси:** незадоволителни административни процедури, непредвидими обстоятелства.

Усвоих уменията за перфектно управление на времето... благодарение на своето германско възпитание.

Най-добрият учител... ти дава точното количество свобода да действаш и мотивацията да достигнеш отвъд хоризонта.

Правилото, което неотклонно след-

вам... бъди себе си и никога не казвай никога.

Моята формула за ефективност на бизнеса... винаги и във всичко може да се постигне подобрене.

”
Винаги и във всичко може да се постигне подобрене – това е моята формула за ефективност на бизнеса
“

Иновациите... са ключов фактор за успеха, но понякога е предизвикателно да се развиват по устойчив път.

Инвестирам в... хората и младото поколение.

Карам ски и велосипед... защото по някакъв начин мога да практикувам и единия, и другия спорт в страната, в която живея.

Спортът ми носи... точния баланс и понякога тласъка, от който имам нужда.

Здравословният начин на живот... следва да бъде част от ежедневието на всеки, за да се наслаждавате на личния си живот и кариерата си до старини.

Балансът между кариера и семейство... е труден за постигане, но би следвало да е цел на всеки.

Моята любима максима... всеки следващ ден е дар, който ти дава нови шансове. **И**

Тим Курт е изпълнителен директор на „Аурубис“ България. Роден е на 8 юли 1967 г. в Бремен, Германия. Той е специалист по логистика от Университета по приложни науки във Фрийдберг, Германия. Започва кариерата си в Unilever (1990-2001 г.), където като ръководител на направление „Износ“ натрупва опит в планиране, покупки, счетоводство и обслужване на клиентите. Развитието на кариерата си продължава в компанията Nitisco и до 2004 г. е ръководител „Логистика“ за някои от основните брандове, като се занимава главно с планиране и осигуряване на суровини за дейността на фирмата. От 2004 до 2006 г. живее и работи в Ополе, Полша, където е директор „Верига доставки“. В „Норддойче Афинери“ (предишното наименование на „Аурубис“) започва работа през 2006 г. и до юли 2014 г. е вицепрезидент „Корпоративна логистика“. В периода 2009-2013 г. заема и корпоративната функция мениджър „Иновации“ на концерната. Участвал е в реализацията на множество проекти на групата, някои от които в България. **И**

АУРУБИС БЪЛГАРИЯ

Медодобивният завод е построен през 1958 г. в региона на Средногорието. Състои се от четири основни производствени единици: металургично производство, рафинерия за катодна мед, производство на сярна киселина и обогатителна фабрика. През април 2009 г. официално е прието новото име на компанията – „Аурубис“, след като година по-рано групата „Кумерио“ е придобита от „Норддойче Афинери“. Сега в нея са ангажирани над 820 служители. Компанията реализира около 8% от износа на страната за пазари, сред които са Турция, Белгия, Китай, Сингапур. За последните 10 години за модернизирани на производството и опазване на околната среда са инвестирани над 550 млн. евро, за което са връчени редица отличия, сред които „Инвеститор в опазване на околната среда“, получена през 2014 г. от Българската агенция за инвестиции. Компанията е със силно развита програма за корпоративна социална отговорност. **И**



Будителят от Казанлък

Учителят по физика Теодосий Теодосиев създаде своя школа за таланти и показа, че и в тази професия няма предел за развитието

Един от законите на Теодосий Теодосиев повелява, че за да постигнете нещо значимо в живота си, трябва да имате своя минимум от неблагоприятни условия. Той ги има в изобилие и може би в това е част от „тайната“ на неговата фабрика за златни медалисти на световните олимпиади по физика. Тео, както е свикнал да го наричат, има дългогодишна учителска практика и освен признанието на учениците си в началото на тази година получи още две значими отличия – специалната награда на Българската асоциация по информационни технологии, след което и приза на Дарик радио Мъж на годината 2014.

Татяна Явашева

През XXI век най-скъпият продукт ще бъде доброто образование, вярва Теодосий Теодосиев. И въпреки че би могъл да печели добре от престижа си на преподавател на световно ниво, той подарява, а не продава знания. Да е учител за него е мисия, а не начин за оцеляване.

Номер едно

На най-представителните международни олимпиади по физика малка България има златни медали колкото Франция и Великобритания, взети заедно – те вече са над 100 и близо две трети от тях са спечелени от негови ученици. „Явно има нещо, с което превъзхождаме останалия свят“, заключава той. По време на международна олимпиада негов китайски колега споделил, че е от малък град с няколко милиона жители. В първия кръг от техните национални олимпиади участват от 12 до 14 млн. ученици, докато накрая излъчат отбор от петима души, които да спечелят медал в международната надпревара. А Теодосий Теодосиев е успявал само от една паралелка, на която е бил класен ръководител, да изкара шестима, които от международна олимпиада са донесли три златни медала. Това е истински подвиг.

Отвъд статистиката

Населението на земята наброява над 7 млрд., а в България живеят около 7 млн. души, което е една хилядна от човечеството. Там, където има голямо интелектуално състезание, по законите на статистиката България би трябвало веднъж на 10 века да излъчва абсолютен първенец в дадена дисциплина, изчислява Теодосий Теодосиев. Но по международните олимпиади нашите ученици не спират да печелят златни медали. „Моят принос е, че само съм изгладил тези диаманти и съм ги превърнал в брилянти, достойни за световно изложение“, казва физикът. Според него българчетата не се различават кой знае колко от учениците в другите

страни. Талантите се раздават от генератор на случайни числа и там, където има най-много хора, оттам излизат и най-голямо количество талантлив хора. Неслучайно напоследък китайците обират първите места в почти всичко. Но има едно „но“ и най-интересно е кога тази статистика се нарушава. Това се случва, когато се прояви друго, по-силно качество, което има способността да изкриви статистиката.

Школа

Старата сграда на някогашния Техникум по хидравлика и пневматика дава подслон за школата на най-добрия ни преподавател по физика. И въпреки лошите битови условия в нея, интересът към лекциите му е толкова голям, че за да решават задачи, в Казанлък идват деца от цяла България. И за това те не плащат нищо, тъй като Теодосий Теодосиев работи безвъзмездно. Така по пътя към най-престижните университети в света Казанлък е честа спирка. Уникалното в неговата система е, че това е по-скоро философска школа, отколкото школа по точни науки. При китайците, които успяват, има ред и желязна дисциплина, подготовката всеки ден е над 12 часа и се учи до свърхизтощение. При „златния физик“ от Казанлък ученето е празник. Той изхожда от постиженията на психоанализата и опитва да

работи върху подсъзнанието на учениците. Съумява да „подслади“ сложната наука, преподава занимателно и приятно чрез изящна словесност. Според него на всяко дете първо трябва да му се снесе страхът, че няма да успее. То трябва да знае, че има „ключ“ за всеки проблем, и ако преодолее притесненията си, може да се справи.

Конкуренция

Ако не създаваме добри кадри, ще загубим конкуренцията с останалия свят и ще останем в задния двор на историята, смята Теодосий Теодосиев. Той вярва, че добре развитият интелект е най-силното конкурентно предимство на България и затова неговата „фабрика за таланти“ не спира да работи. Имал афинитет към

”
Моят принос е, че
само съм изгладил
тези диаманти и съм ги
превърнал в брилянти,
достойни за световно
изложение

На глас

УСИЛИЯТА СИ ЗАСЛУЖАВАТ

- ✓ Всеки, който влезе в световния елит, придобива много по-големи степени на свобода. За него светът става малък и всеки, който иска да се чувства в свои води навсякъде, трябва да положи усилия, чиито плодове ще бере след време.
- ✓ В Китай и Тайван се учи по 12 часа физика седмично и там са на гребена на икономическата вълна. При нас се учат само езици и се подготвят хора за износ, което не е най-добрата тактика.
- ✓ Някои се притесняват, че умните хора в България ще свършат. Моята практика показва, че който работи върху интелекта си, го развива. Затова има народи, които напредват, и други, които изостават.
- ✓ В момента се наблюдава бягство от точните науки. Това е световна тенденция, но България е малка страна и не бива да се оставя на това течение, тъй като не може отвън да си купи такива кадри.
- ✓ Нашата страна не успя да напредне в последния четвърт век, тъй като имаме огромен морален проблем. Възпитателната система е зле скроена, а проспират онези народи, които опазят своя морал.
- ✓ Днес свръхконсумацията превзема света. В един организъм най-бързо растат туморите и затова в момента консумативизмът е туморът на човечеството. Ставаме цивилизация на количеството.
- ✓ Правителство, което реши да промени образователната система, трябва да е готово да загуби следващите избори. Те ще са болезнени за всички, които са част от блатото на българското образование. **И**

изкуствата, но станал учител, тъй като навремето искал да има по-свободна професия, и, за радост, открил, че възпитанието на деца също може да се превърне в изкуство. Постепенно съчетал преподаването на знания с „моделирането на човешки души“. Усъвършенствал своята система и я нарекъл Методика за формиране на силов интелект. Дал е кураж на много деца, научил ги е да мислят и да не се страхуват от трудностите. В неговия начин на педагогическо взаимодействие има много сугестия и затова е убеден, че видеоуроците не постигат същия ефект, тъй като го няма личното при-

”
добре развитият
интелект е
най-силното
конкурентно
предимство
на България

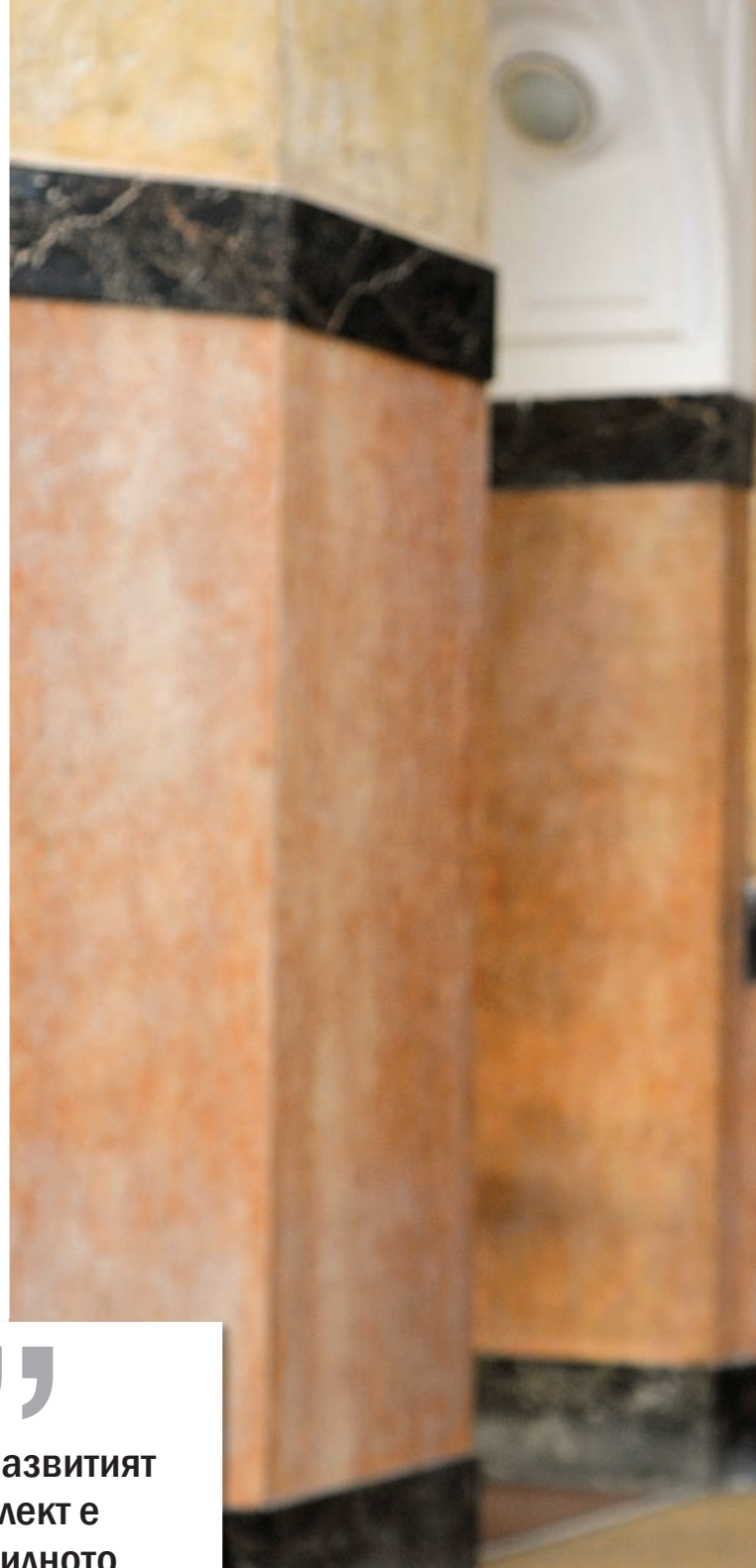
“

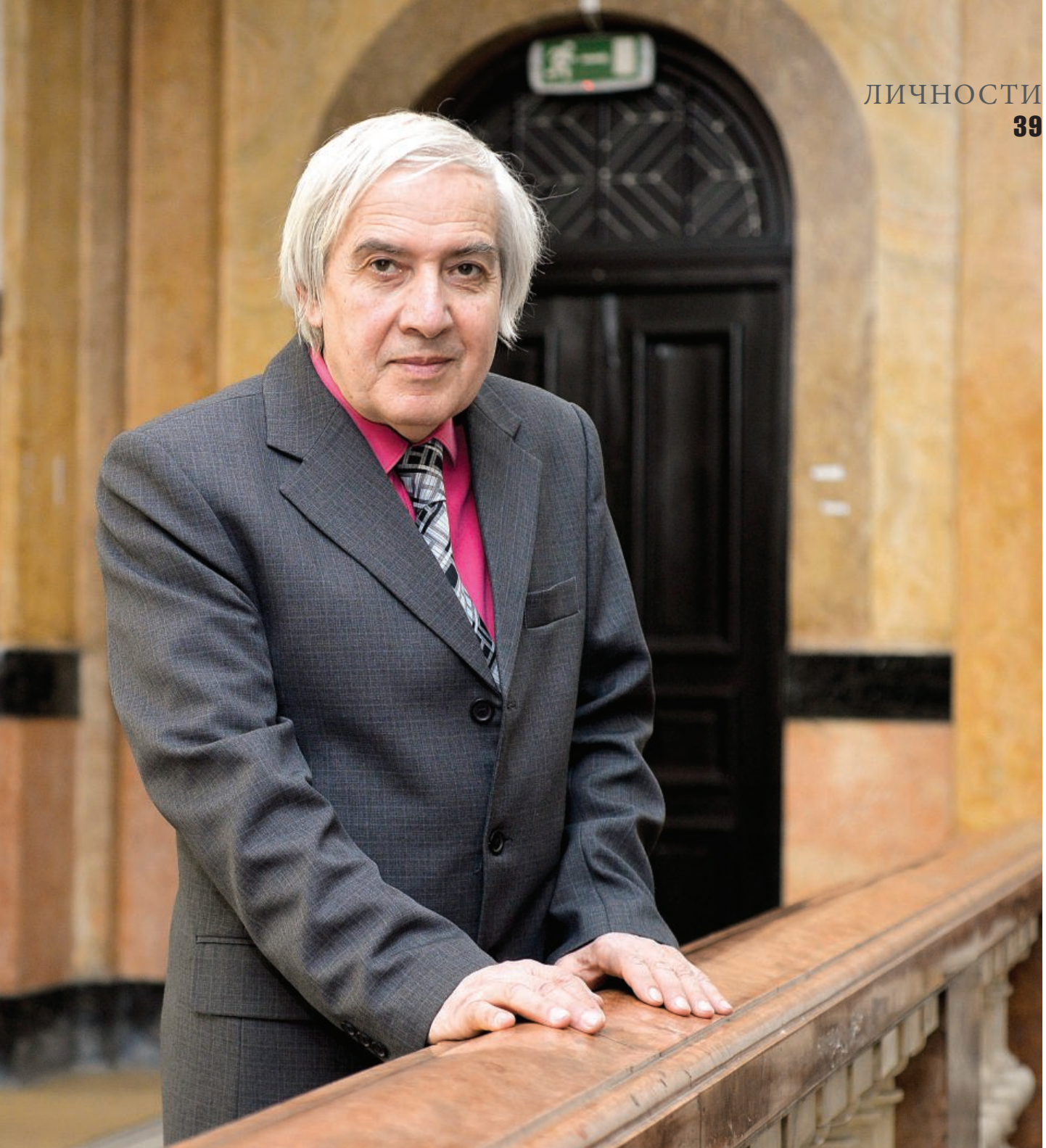
съствие. Залага на дар слово и не му е нужно друго, освен въображение, черна дъска и тебешир.

Красотата ще спаси света

Теодосий Теодосиев продължава да е действащ учител в ПМГ „Никола Обрешков“ в Казанлък.

В своята школа приема ученици от цялата страна, а дори и от чужбина. Цени живия контакт и работи с повече ученици, тъй като участието в олимпиада за него не е най-важното. Целта му е да научи колкото се може повече хора на красив начин на мислене:





„Красотата е нещо много важно за икономиката и за производството. Японците, които преживяха ядрена бомбардировка, опустошителна война, изплащаха колосални дългове, съумяха в един период от време да се превърнат във втора икономическа сила в света. Там учениците, освен часовете по изкуство, имат и занимания по съзерцание.

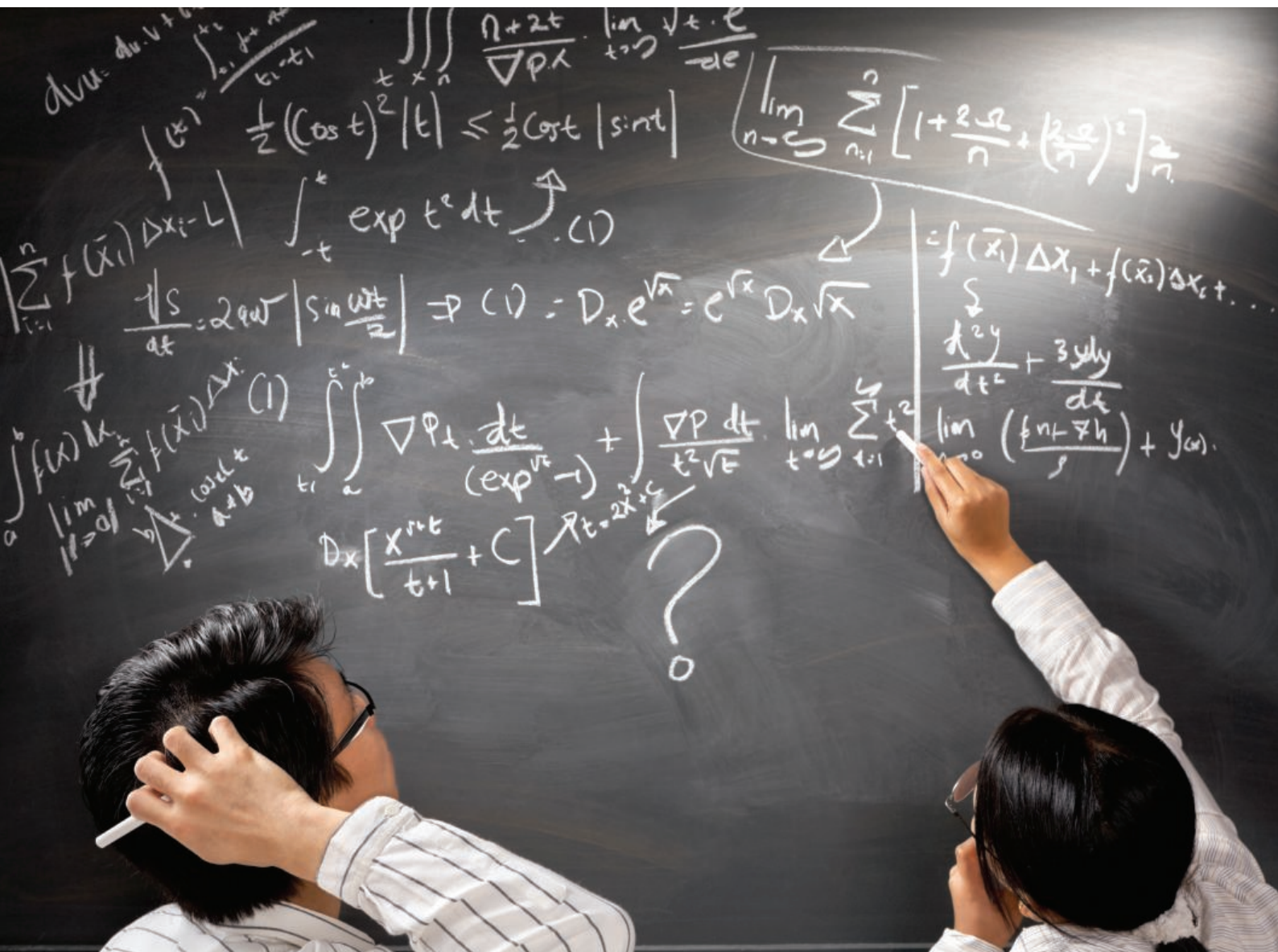
Когато човек се научи да цени красивото, той ще се стреми да създава изящност около себе си и това също има икономическо измерение. Въпросът не е една машина просто да работи добре, а тя да е с хубав дизайн, така ще се продава и по-добре. Ако възпитаем хората да създават красиви неща, това ще се отрази и

на brutния вътрешен продукт на страната.“

Неограничените възможности

Често му казват, че луд умора няма, и му внушават, че напразно хвърля толкова много усилия. Има и такива, които се чувстват засегнати от това, че в работата с децата той не спира да дава максимума от себе си, още повече че не преследва комерсиална цел. Десетилетия наред ролята на учителя у нас се подценява, но Теодосий Теодосиев показа, че дори и в тази професия възможностите за развитие са неограничени. Докъде може да стигне един преподавател, зависи от това какви върхове иска да покори и каква енергия влага, сочи личният опит на Будителя от Казанлък. [И](#)

КЛЮЧЪТ КЪМ ЗНАНИЕТО



За своите постижения като математик българинът Мартин Касабов продължава да получава признание по света и у нас

Математиката, както и всяка друга наука, се отдава с лекота само на малцина. Но не бързайте да я осъждате като безинтересна и скучна. Тя не е оставила равнодушен дори велик писател като Гьоте, който казва: „Математиците са като французите - каквото и да им кажеш, те си го превеждат на своя си език и то веднага се превръща в нещо съвършено различно.“ Ще ви срещнем с проф. Мартин Касабов, за когото математиката е начин на живот, който освен всичко, му носи и награди.

Яна Колева

Мартин Касабов е сред онези щастливи хора, които правят това, което им харесва. И има късмета да се развива на поприще, което най-силно го вълнува. На христовата възраст той става професор по математика, което е по-скоро изключение, отколкото практика. През 2007 г. получава стипендия на столетието от Американското математическо дружество, а две години по-късно е удостоен със стипендията на Фон Нойман на Института за върхови постижения в Принстън. Наскоро той получи награда от Института по математика и информатика при БАН: „Никога не съм се целил в награди и отличия. Просто правя това, което ми е интересно, и другото някак си винаги идва само.“

Решение на загадката

Математиката му се отдавала още от малък. Във всичко, с което се захваща, Мартин Касабов търси най-лесния начин, по който да го направи. По негово наблюдение именно така се раждат новите идеи и теории в математиката. В своята работа той има привилегията да избира какво да работи. Доста често опитва да разреши различни проблеми, докато прави други неща: „Никога не знаеш кога ще ти хрумне някоя добра идея - например една нощ не можех да заспя и точно тогава осъзнах как да направя нещо, върху което напълно безуспешно бях мислил няколко седмици.“

От свой ъгъл

Смята се, че математиката е ключ към цялото човешко знание. За нея има какви ли не трактовки, защото хората на голямата наука често изглеждат странни в очите на околните и остават неразбрани. Мартин Касабов се съгласява, че за да се занимаваш с математика, трябва да мислиш по по-друг начин от обикновените хора. „Много често съм казвал на познати, че съм луд и доказателство за това е, че работя във факултет по математика“, шегува се той. Според него, за да останеш верен на математиката, е необходимо да виждаш от съвсем различна гледна точка. Освен това е нужно винаги да имаш няколко проблема в главата си и, когато забележиш нещо ново, да провериш дали то помага да ги разрешиш. Е, най-често не помага, но все пак понякога късметът се усмихва.

Раждането на идеите

Мартин Касабов е провокиран от още една екстравагантна мисъл, че математикът е машина за превръщане

не на кафето в теореми. „Не вярвам математиците да пият повече кафе от останалите. Някак си на хората им се струва, че идеите ни идват отникъде, и си представят, че едва ли не сме ги извлекли от кафето.“ Как обаче се раждат новите идеи в тази област? Мартин Касабов пробва много неща, които изглеждат напълно абсурдни. Почти винаги те наистина са абсурдни, но пък, макар и много рядко, се случва някоя наглед нелудничавая идея да проработи. Дали обаче идеите му намират практическо приложение? Чувството му за хумор и този път не му изневерява: „Честно казано, не. Разбира се, когато кандидатствам за грантове, опитвам да обясня, че това, с което се занимавам, може да преобрази света след 100-200 години, но дори и аз не си вярвам.“

Приложение

Бизнесът има нужда от хора, които познават математиката, тъй като доста практически проблеми може да се решат чрез нея. Разбира се, необходимите знания по-скоро са на ниво, което се учи в университета, и са доста далеч от абстрактната наука, казва Мартин Касабов. Има и изключения. Но дори в САЩ само в около десетина компании работят математици, занимаващи се с абстрактна наука. Това обаче не е породено от необходимост в бизнеса, а е жест към развитието на научното познание. За размера на тези фирми подобен ресурс е просто незначителен.

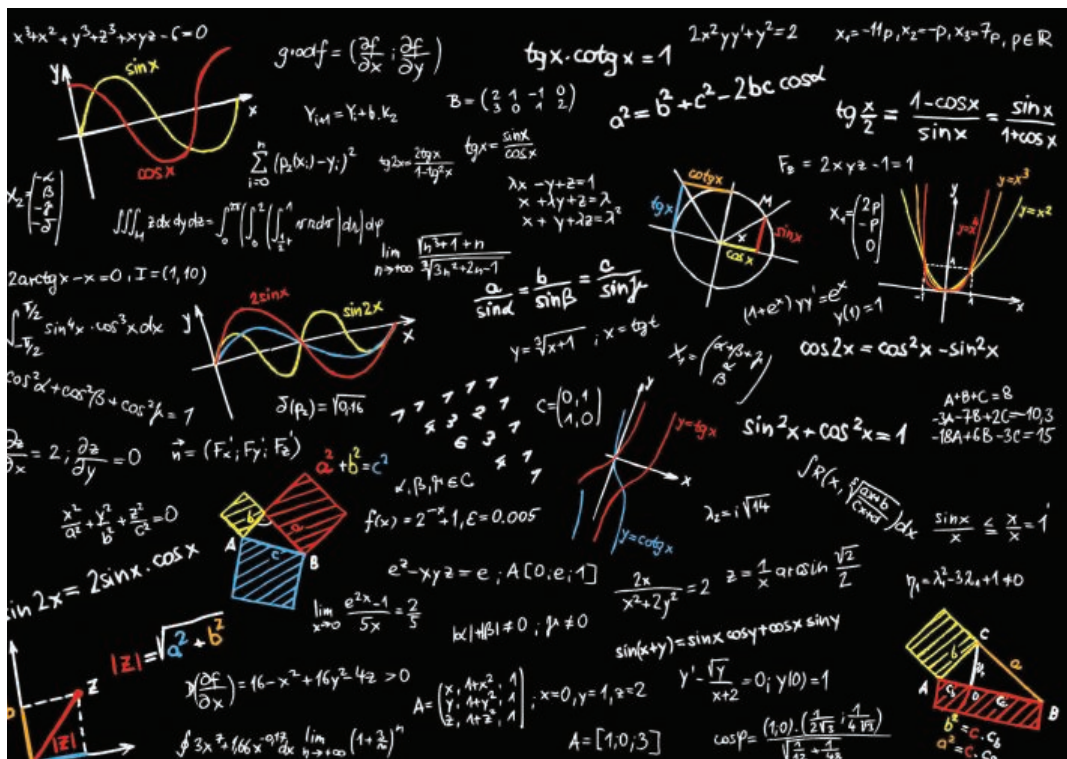
По света и у нас

В България продължава да расте ново поколение математици, което печели медали на международни олимпиади и въпросът е дали има (неизползвани) възможности за развитие на математиката в България. Според Мартин Касабов един от проблемите е, че като цяло държавата и обществото не гледат на абстрактната наука като на нещо необходимо, в което си заслужава да се инвестира.

Да отгледаш талант

В края на 90-те, когато напуснал България, смятал, че това е временно и просто се дължи на липсата на средства, но сега му се струва, че науката просто не е сред приоритетите у нас. И за да не се окаже, че в България отглеждаме таланти, които после да намират най-успешно развитие зад граница, според него трябва да има стремеж да привличаме хората обратно.

Например много от младите учени в Израел са получили част от образованието си в Европа или САЩ, но по правило повечето от тях след това се връщат обратно. Подобно явление се наблюдава в Полша и Унгария. Според Мартин Касабов в България само се говори за този проблем, но нищо не се прави. Преди години ня-мало почти никаква възможност да се върне в родината и да продължи да се занимава с математиката, без да губи темпо. Тогава дори и да искал, не можел да започне работа в БАН, защото по онова време неговата аспирантура в чужбина не се признавала от Министерството на нау-



ката и образованието.

Един ден нещата и в България може да се променят, но само ако обществото започне да цени науката... **И**



Когато математиката е призвание

Мартин Касабов е професор в Департамента по математика на университета Корнел в Итака, щата Ню Йорк в САЩ. През февруари той става носител на наградата по математика на Института по математика и информатика за 2014 г. Отличието се дава на български гражданин на възраст до 40 години за високи постижения.

Международният комитет за наградата е с председател акад. Веселин Дренски (София, България) и членове: акад. Джонатан Борвайн (Нюкасъл, Австралия), акад. Едуард Саф (Вандербилд, САЩ), проф. д-мн Лъчезар Стоянов (Пърт, Австралия), акад. Видар Томе (Гьотеборг, Швеция). Изборът е направен измежду деветима номинирани.

Мартин Касабов е роден през 1977 г. Завършил е СУ „Св. Климент Охридски“ през 1998 г., а през 2003 г. защитава докторска степен в Йейлския университет под ръководството на Филдсовия медалист Ефим Зелманов. На 33 години Мартин Касабов получава едногодишна позиция на професор по чиста математика в университета в Саутхемптън, Великобритания, а на 34 години става пълн

професор в университета Корнел. Той е награден още две много престижни стипендии: стипендия на столетието на Американското математическо дружество за 2007 г. и стипендията на Фон Нойман на Института за върхови постижения в Принстън за 2009 г. През миналата година той е поканен за секционен докладчик на Международния конгрес на математиците в Сеул, Корея. Неговият доклад е на общо заседание на две секции: на секцията по алгебра и на секцията по теория на Ли и обобщения. Той е вторият български математик, удостоен с такава чест.

Главните резултати на Мартин Касабов са в комбинаторната теория на групите. Той работи успешно в няколко области на теорията на крайно породените групи – кули от автоморфизми, топологични попълнения на групите, крайни прости групи, алгоритмични свойства, функции на ръста. Част от неговите резултати са получени съвместно с най-добрите специалисти в тази област като Алекс Любоцки, Анер Шалев, Роберт Гуралик, Уилям Кантор, Игор Пак, Марк Сапир. Сред тях е и друг силен млад български математик – Николай Николов от Оксфорд, Великобритания. **И**



Новият Genesis. Правилата. Пренаписани

Идеално разпределеното тегло между предната и задната част в съотношение 51:49 осигурява завладяващо ускорение и ефективно спиране. Мощен 3.8 V6 двигател с 315 к.с. и 8-степенна автоматична трансмисия се грижат за комфортното управление, подобро ускорение и намален разход на гориво. Напълно новата система за задвижване на четирите колела HTRAC контролира всички движения за оптимален баланс и сцепление. Интелигентен, комплексен сензор използва информацията от камерата и радара, за да реагира светкавично при внезапна опасност на пътя, поддържа безопасна дистанция спрямо автомобила пред вас или спира автомобила при внезапно възникнала ситуация. Head-Up Display изобразява информация на челното стъкло, за да не се налага водачът да отмества погледа си от пътя, а четирите камери изобразяват 360° Around View на огромен 9,2" 720p HD дисплей за по-лесно маневриране, комбинирано със системите за успоредно и перпендикулярно автоматично паркиране. Lexicon® Discrete Logic 7 Surround Premium Audio System със 17 високоговорителя и 12-канален усилвател с мощност 900 вата. Новият Genesis, създаден от Hyundai. [Разберете повече на www.hyundai.com](http://www.hyundai.com)

 **HYUNDAI** | NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.

София Младост 02/ 80 44 100, 0894 600 110, София Люлин 02/ 80 44 330, 0894 600 186, Бургас 056/ 861 717, 0894 600 154, Варна 052/ 749 999, 0892 212 232, Пловдив 032/ 51 11 55, 0898 452 946, Велико Търново 0894 600 157, Стара Загора 042/ 660 560, 0894 600 159, Русе 082/ 504 444, 0894 600 015
Изображението е илюстративно. Среден разход 11,6 л/100 км, CO₂ емисии 270 г/км

Логиката кара хората да мислят, емоцията ги подтиква да **действат**



Любовта е липсващият елемент за много фирми в комуникацията с техните клиенти, твърди Паоло Руджери

Татяна Явашева

Господин Руджери, в България сте представен като предприемач и автор на серия от книги за управление, мениджмънт и успех. Как създадохте своята лична легенда на преуспял човек, който има на какво да научи другите?

- В началото започнах като търговец и наистина не бях добър продавач. Така стигнах до идеята да изучавам най-великите търговци и открих, че те използват определени стратегии. Усвоих ги и станах добър в продажбите. По-късно приложих същия принцип и с говоренето пред публика, после и с лидерството. Скоро след това открих, че ако само изучавам успешните хора и успешните собственици на фирми, и аз бих могъл да стана като тях. Ако погледнем отвъд фактите в личната ми история, причината за моя успех е тази, че аз винаги се стремя да дам на своите клиенти повече от онова, което те са очаквали, когато са купували услугите ми. Аз наистина вярвам в потенциала на хората и те някак си го усещат.

-Всеки иска да печели по-добре, но в какво се състои изкуството на успешните продажби, като се започне от личния талант и умения и се стигне до продуктите на една фирма?

- Търговецът съществува, за да помага на клиента да осъществява своите мечти. Много хора искат само да продават и в повечето случаи това е причината за техния провал. Ако забравиш за продажбата и наистина се поинтересуваш от нуждите на своя клиент и от неговия успех, ти ще продаваш и ще печелиш.

-Убедили сме се, че „тайната“ продава. Според вас има ли таен ключ към успеха и в чи ръце работи той?

-Тайните на продажбите са три, доколкото аз знам: 1. Забравяш за продажбата и единствено те е грижа за личността, която стои пред теб. 2. Стремиш се да бъдеш заинтригуван, а не интересен. Слушаш човека, който стои пред теб. 3. Помниш, че логиката кара хората да мислят, а емоцията ги кара да действат ... и да купуват.

-В обученията, които провеждате, давате знание как да контролираме проблемите. Всъщност кой е обичайният проблем, с който се сблъскват мениджърите днес и как да имат контрол над проблемите?

- Повечето мениджъри на фирми със затруднения не са разбрали още, че светът се променя с голяма скорост, дори по-бързо, отколкото си представят. Вече не работят старите правила като йерархия, заплати за работно време, шефско командорене на хората, традиционна реклама. Те трябва да назначават млади хора и да се учат от тях. Трябва също така да излязат на чужди пазари и да се опитват, макар и по-малко, да продават зад граница.

-Доверието винаги е от най-голямо значение. Как да накараме клиента да ни се довери и да иска съвети от



Паоло Руджери е експерт по лидерство, управление на хора, обучение на персонал. Написал е няколко книги по темата и е направил хиляди вдъхновяващи обучения и презентации в Европа и по света. Започва кариерата си като търговец и за 20 години успява да създаде най-голямата консултантска компания в Италия Open Source Management с клонове в Европа, САЩ и Южна Америка. Когато работите с Паоло Руджери, получавате италианската креативност, вдъхновение и страст в комбинация със стандарта на обслужването и иновациите на най-добрите американски консултантски фирми. Практичната насоченост на неговите книги и на интервенциите му се дължи на факта, че самият той е лично ангажиран с управленска дейност във фирмата като мениджър и има възможността да преживява от първо лице голям брой от ситуациите, с които един предприемач или ръководител в компания се налага да се справя в тези времена на големи промени. Той управлява и Бизнес школа за предприемачи MBS, в която преподаватели са успешни личности, които споделят и предават печеливши идеи и добри практики. Паоло Руджери е на 46 години, живее в Болоня, Италия. [V](#)

нас?

- В продажбите първото нещо, което продаваш, е самия себе си. Ако не харесвам продавача, аз няма да купя и неговия продукт. За да градиш доверието в себе си, ти трябва да си наистина човек на честта, защото клиентът ще възприеме кой си наистина от твоята невербална комуникация. След като веднъж си станал това, трябва да се опитваш да застанеш на мястото на клиента, трябва да бъдеш заинтеригуван и любопитен и наистина да искаш да узнаеш каква е историята на човешкото същество, което стои пред теб. Ако си способен да продължиш да задаваш въпроси и в продължение на 20-ина минути съумяваш да поддържаш висок градус на своя интерес, клиентът ще изгради доверие в теб.

- Рекламата винаги твърди, че продава само най-доброто. Но как да направим така, че хората да ни харесват и да предпочитат нашите продукти и услуги?

- Рекламата днес се е променила. Маркетингът е преминал от двуизмерен (фирма и потенциални клиенти) в триизмерен модел: фирма, потенциални клиенти, любов. Казано накратко, една успешна реклама ангажира съществуващите клиенти в нейното промотиране. Когато напиша един пост на моята фейсбук страница и 100 души го споделят, аз безплатно достигам до 50 000 потенциални клиенти. Но все пак хората ще споделят и ще те подкрепят единствено ако обичат това, което правиш. Любовта е липсващото измерение за много фирми. Те не успяват да стигнат до своите клиенти по начин, който да ги накара да заобичат онова, което са те и което предлагат.

- Има ли универсална формула за високите продажби и за личния успех?

- В ПРОДАЖБИТЕ: Логиката кара хората да мислят, емоцията ги кара да действат. Потребителите купуват,

Книги

ПЪТ КЪМ ВИСОКИТЕ ЦЕЛИ

Книгата „Новите лидери“ на Паоло Руджери, която наскоро издателство „Джей Ей Ем Джи Букс“ пусна на български, е курс за обучение по мениджмънт, който аналитично описва техниките, необходими за по-доброто управление на персонала. Тя съдържа решения, които голям брой успешни мениджъри и предприемачи са развили във времето, за да създадат ефективни и продуктивни екипи. В нея Паоло Руджери идентифицира най-често допусканите грешки в управлението на кадрите. Не очаквайте от тази книга рецепти като: „Мисли позитивно“ или „Постави си цел и гледай как всичко си идва на мястото“. С помощта на това ръководство може да станете лидер, който излъчва позитивизъм, който знае как да направи така, че хората около него да печелят, и който задава вярната посока за онези, които искат да израснат в живота си.




защото ти си способен да запалиш емоция вътре в тях, след това те оправдават своето решение с логични причини. Ако си в процеса на продажба и само представяш логични концепции, хората ще ти кажат, че трябва да си помислят. В ЖИВОТА: Грижи се за трите аспекта на живота - съзнание, тяло, дух. Бъди човек на честта. Следвай своите мечти и стремления. Обграждай се с позитивни, а бих добавил, и забавни хора.

- Кои са отличителните черти на новите лидери?

- Те са разбрали, че техните фирми са станали новият център за обучение и развитие на хората. Стремят се да усъвършенстват по-скоро личности, отколкото търговци. Те помагат на хората да постигат своите цели и затова са обградени с чудесен персонал.

- Към какво се стреми Паоло Руджери и кой е следващият връх, който бихте искали да покорите?

- Моите фирми за консултиране и обучение се разрастват в международен план. Получавам голям брой запитвания от много страни по света за франчайз и разкриване на нови офиси. В крайна сметка, работя, за да направя законите на просперитета достъпни за колкото

се може повече хора. След като приключа с това, ще се концентрирам над една своя стара мисия, която е да направя цялото знание за личен успех достъпно и за децата. 

”
Законите на
просперитета са
достъпни, иска се
да ги научите и да ги
прилагате
“



Сашо Чакалски и Николай Колев, изпълнителни директори на Общинска банка, връчиха на проф. д-р Божидар Димитров, директор на Националния исторически музей първата монета, посветена на София.

УНИКАЛНА МОНЕТА ОТСЕЧЕНА ОТ ОБЩИНСКА БАНКА СТАНА ЧАСТ ОТ КОЛЕКЦИЯТА ЦЕННИ МОНЕТИ НА НАЦИОНАЛНИЯ ИСТОРИЧЕСКИ МУЗЕЙ

Националният исторически музей се сдобил с уникална монета с образа на богинята на благоденствието Тюхе, емитирана от Общинска банка. Монетата е първата от специална лимитирана серия от три монети, наречена „София през вековете“, която Общинска банка пуска в чест на богатата история на София.

„За нас беше чест да подарим на Националния исторически музей тази уникална монета с богинята-покровителка на Сердика Тюхе. Мястото ѝ е в съкровищницата на НИМ. Монетата е емитирана в лимитиран

тираж от 1000 броя за цял свят. Отсечена е от благороден метал - сребро от най-висока проба чистота с частично златно покритие“, каза Сашо Чакалски, изпълнителен директор и председател на УС на Общинска банка.

Втората монета от поредицата, която се очаква да бъде емитирана през септември, ще бъде с образите на севастократор Калоян и съпругата му Десислава от периода на средновековен Средец. Третата ще се появи през 2016 година и ще изобразява съвременна София.

ТЮХЕ – СИМВОЛЪТ НА БЛАГОДЕНСТИЕТО

Богинята Тюхе е олицетворявала благоденствието, щастливата съдба, късмета и богатството. Образът ѝ е бил символ на антична Сердика и е поставен на първите монети на града, отсечени в малки серии по времето на император Марк Аврелий (161-180). През християнската епоха Тюхе се имплантира в образа на Света София, чието име днес носи град София, а бюстът на Богинята е вплетен и в герба на столицата.

Монетата на Общинска банка „Тюхе, Богинята на благоденствието, покровителка на Сердика“ е от сребро с проба 999/1000 с частично златно покритие. Надписът върху монетата по овала от дясно на ляво е латинската сентенция „Crede, quod habes et habes“ и преводът ѝ на български „Вярвай, че имаш и ще имаш“. Изписано е и името на града на гръцки и български език - съответно „СЕРΔΩΝ“ и „София“. Монетата може да се закупи във финансовите центрове на Общинска банка.





Офис Парк Пловдив

ПОСРЕЩА НОВИТЕ ИНВЕСТИЦИИ ПОД ТЕПЕТАТА

Градът има нужда от качествени офис площи, за да задържи интереса на бизнеса

Вие сте модерна компания, която търси начини за развитие извън столицата. Отваряте картата на страната и избирате Пловдив. Сега остава да изберете нов дом за бизнеса си под тепетата. В последните 10 месеца градът става все по-предпочитана дестинация. Към него се ориентират компании от аутсорсинг и ИТ бранша най-вече заради наличието на висококвалифицираните специалисти, добрата инфраструктура и централната си локация. Оценява се и като град с по-високо качество на живот, отколкото София, заради по-малкия трафик и по-удобния транспорт. Градът е определен за Европейска столица на културата за 2019 г., като в същото време предлага конкурентни наемни нива на офис площите. Това, естествено, генерира и глад за качествени бизнес имоти.

Първият етап от строителството ще приключи през 2016 г.

До една година компаниите, които имат планове да се развият в Пловдив, могат да се нанесат на нов адрес. „Офис Парк Пловдив“ е проект, който ще приюти инвестиционния интерес, като предложи на наемателите гъвкави офис пространства, добра локация, техническа инфраструктура в най-зелената част на града. Комплексът ще бъде изграден на бул. „Свобода“, близо до мол „Пловдив“. Инвеститор е „Галакси Инвестмънт Груп“. Строителството ще продължи на два етапа. На първия ще бъде завършена 7-етажна офис сграда.

Тя трябва да е готова през 2016 г. Вторият етап предвижда отново изграждане на 7-етажна сграда. Цялостният проект е за 15 400 квадратни метра. Капацитетът на двете сгради е 2000 човека.

Според експертите в бранша новият офис парк в Пловдив ще задоволи търсенето на висококачествени офис площи под тепетата. „Вярваме, че нашата инвестиция в нова офис сграда ще съживи икономиката в града и ще помогне за разкриването на много нови работни места. Нещо повече – строителството започва в момент, в който повечето инвеститори на имотния пазар изчакват с планове си“, посочи Константин Бояджиев, директор „Бизнес развитие“ на „Галакси Инвестмънт Груп“.

Гъвкави офис пространства на уникална локация

„Офис Парк Пловдив“ е проект за голямоформатни офиси, отговарящ на високите изисквания на наемателите от различни сектори на бизнеса, разказаха още от компанията инвеститор. Очакванията са сградата да отговори

на изискванията на наемателите, които търсят първокласни офиси, с гъвкави пространства и покриващи европейските стандарти. Проектът е на комуникативна локация в озеленена градска среда. Разположението в съседство с мол „Пловдив“ и Гребния канал, най-зелената зона на град Пловдив, предоставя големи удобства за работещите в сградата. **И**



Първата копка на проекта бе направена от Константин Бояджиев, директор „Бизнес развитие“ в „Галакси Инвестмънт Груп“ и кмета на Пловдив Иван Тотев

Специално приложение

ИМОТИ



Раздвижване в недвижимите имоти

*Пазарът започва да намира
своята равновесна точка.
Търсенето задава нови
изисквания към инвеститори
и строителни предприемачи*



Татяна Явашева

Пазарът на имоти се пробуди и вече е активен. Наред с нарастващото предлагане, има и по-силно търсене. Трендът плавно се обръща нагоре, като започва с жилищните имоти. Това е предпоставка за съживяване на новото строителство. В момента има разминаване между търсене и предлагане, което в известна степен ограничава възможностите за сключване на сделки и удължава този процес във времето, но, от друга страна, отваря пазарни ниши за предприемачите, уверява инж. Ирена Перфанова, председател на Националното сдружение „Недвижими имоти“. Ситуацията тя определя като пазар на промени и нови възможности.

Търси се

Има предлагане на имоти в трите сегмента – жилища, офиси, търговски площи. Най-голям е дефицитът при търговските площи и луксозните имоти, чиято наличност се характеризира с надценени офертни цени. Апартаментите с една спалня се реализират сравнително бързо на пазара и на по-висока цена на квадратен метър в сравнение с по-големите от тях жилища. Търсенето на апартаменти с три спални е преобладаващо в сегмента на луксозни имоти. Търсенето на покупка на офисни площи е все още по-ниско от предлагането. Има повишен интерес към покупката на търговски площи, но техните цени продължават да спадат, което е индикация за проблеми в динамиката на бизнеса като цяло, обобщава инж. Перфанова. Според нея голяма част от купувачите търсят имоти с инвестиционна цел. Има и такива, които купуват имоти за свои жилищни нужди. Те винаги съществуват. Всъщност точно те са двигател на пазара и в най-голямата му криза.

Откъде духа вятърът

За офисните и търговските площи е характерно, че се ползват с бизнес цели, т.е. средствата, които се инвестират в тях, са корпоративни. Това води до извода, че ако парите не са вложени в имущество, те се въртят в икономиката. За различните видове бизнес по различен начин стои въпросът за подобна инвестиция. Фирмите предпочитат да вложат свободния ресурс в имоти. Но когато инвестицията е направена с кредит, а компаниите имат затруднение да изплащат месечните си вноски, избират да се освободят от имотите и да станат наематели. По правило големите бизнес центрове, в които опциите са само наемане на площи, през последните няколко години привличат много клиенти. Екстрите на тези места са магнит за големи международни компании. Магазините са инвестиция с висока стойност. Те се наемат за търговска цел, т.е. клиентите, които се интересуват от тях, имат нуждата от оборотни средства за търговската си дейност. Затова по-голямата част от търговците наемат магазини, а други са инвеститорите,



които купуват магазини с инвестиционна цел.

Наемите не са заковани

Интересът към наемане на офисни площи е насочен към бизнес центровете, независимо от по-високите наемни нива, поради предлагането на съвременна концепция и разнообразна бизнес среда. Наемите на жилищата поддържат едно ниво през последните две години. Поради дефицита на луксозни имоти, в този сегмент се наблюдава леко покачване на наемите. Офисните площи продължават да поддържат същите ценови нива, но вече с висока запълняемост в бизнес сградите с добро управление. Наемите на магазините, в зависимост от локацията им, поддържат равномерни ценови нива или продължава лек спад.

Разминаване

Има разминаване в качеството на предлаганите имоти и промененото усещане на клиентите за пространство. Лошата поддръжка на общите части на старото строителство насочва клиентите към новите сгради. От друга страна, жилищните площи в старото строителство са по-просторни и в обявената квадратура не се включват процент от общите части, т.е. говорим за по-голяма използвана площ. Това са контрастиращи факти, които не задоволяват потребностите на клиентите и създават дефицит на пазара, независимо от високото предлагане на имоти. Смяната на поколенията, и като цяло новите тенденции в строителството, променят търсенето на клиентите. А имотите не са бързооборотен продукт. Това показва необходимостта от добре обмислено планиране на новоизграждащите се площи. Концепцията „затворени комплекси“ също е нова и привлекателна възможност за младите семейства, но липсата на навици да плащаме за управление на имоти и някои недостатъци в закона за управление на етажната собственост създават трудности.

Играта свърши

„За мен спукването на имотния балон не беше изненада. И не би ме изненадал подобен процес в която и да е държава, независимо колко силна е икономиката ѝ в момента. Пазарът на имоти е инвестиционен пазар. Той се движи по неравномерна крива и ръстът, и спадът на цените е нещо естествено. Страшни са резките спадове и скокове в цените, нещо, което се случва в България, макар и по-плавно, отколкото в други европейски държави.



Инж. Ирена Перфанова е председател на Националното сдружение „Недвижими имоти“. Тя е оценител на недвижими имоти, сертифициран международен специалист по финансови анализи и управление на бизнес имоти, член на Real Estate Advisory Group към ООН, член на Световния борд на Международната федерация по недвижими имоти FIABCI. Била е президент на FIABCI-Bulgaria.



И точно в това се крие изводът - рязката смяна на цените не води до добри дългосрочни перспективи - казва инж. Перфанова. - Прекалено либералната кредитна политика на банките, които са безспорен двигател на имотния пазар, също води след себе си скрити опасности. Залагането в оценките на имотите само на положителни бъдещи потоци и ръст на цените крие подвеждаща информация за инвеститора, на базата на оптимистични прогнози. Тази грешка се видя в САЩ, в момента я наблюдавам в Англия и независимо от силната икономика в страната, смятам, че голяма част от изнасяната информация за инвестиция в имоти в страната е подвеждаща.“

Бързо мери, точно режи

В Националното сдружение „Недвижими имоти“ са на мнение, че усредняването на статистическата информация за всички сегменти и категории имоти е погрешна практика. Инвестицията на 2 000 000 евро води до повисока възвръщаемост, отколкото за 200 000 евро. ROI на бизнес имотите е различна от тази на жилищните

имоти. Една много погрешна практика в България е високата стойност на наемите за офиси и магазини. Това се отразява в цената на крайния продукт и съответно в оборота на стоки и услуги. Друг извод, който правят в сдружението, е свързан с Банско. Курортът е пример за нереализирано ново строителство. Още в бума на цените много строежи забавиха началото си поради късно издадени разрешителни за строеж, причина за което са други инфраструктурни фактори. Така инвеститорите не успяха да разпродадат новоизградените имоти в „добрия момент“ и навлязоха в кризата с кредити и много неразпродадени площи.

По свой образ

Друг извод на Националното сдружение „Недвижими имоти“ е, че инвеститорите трябва да строят имотите по критериите на местния пазар, а не по тези на временните собственици - чуждестранни инвеститори. Защото, когато дойде моментът за препродажба, пазарът разчита до голяма степен на местния купувач. Така например



студиата, които англичаните купуваха само на чертеж, разположени в сутеренните етажи, днес излизат за препродажба, а българите не харесват подобен тип имоти. Колкото повече безстопанствени имоти има, толкова повече управлението на тази собственост е по-трудно, дори невъзможно. Това се отразява в крайна сметка върху цената на имотите и тяхната конкурентоспособност, и то в международен план.

Енергийна ефективност

„Умните“ сгради са предпочитани и затова те много успешно се реализират на пазара в много страни. В зависимост от климата на една държава, се прилагат различни системи за намаляване на консумираната енергия и за вторична употреба на отпадните води, снижаване на енергийните загуби, употребата на естествени материали и създаване на антиалергична среда, сочат наблюденията на Националното сдружение „Недвижими имоти“. Себестойността на строителството на енергийно ефективните сгради е по-висока, но тази цена се компенсира с намалената консумация на енергия при експлоатацията. Икономията на енергия освен това има за цел и опазване на околната среда и водите, което би следвало да бъде политика на страната и грижа за всеки инвеститор. В Азия в момента се набляга много на фасадното озеленяване, като се прилагат системи за поливане с вода - вторичен отпадък. Разбира се, там климатът е благоприятен за такива иновации. Бъдещето е на енергийно ефективните сгради и дори на цели територии. [И](#)



Нов стил на работа в сектора

Бизнесът на посредниците при покупко-продажбата на недвижими имоти, а и на консултантите в тази сфера в последните години коренно се променя. Интернет технологиите смениха изцяло профила на посредника. Днес той е повече доверен консултант. От него се изисква да притежава нови маркетингови качества, да познава добре пазарните тенденции и особеностите на клиентите, да бъде в крак с новите технологии, да визуализира по най-добрия начин своите предложения, да предлага голям обем от допълнителни услуги, които улесняват клиента в процеса на сделката, разказват от Националното сдружение „Недвижими имоти“. Това според специалистите води и до други промени на пазара - ползването на MLS професионални системи за комуникация между посредниците и все по-голямото налагане на практиката за работа с ексклузивни права, утвърдена като най-успешната в процеса на продажба на имоти. Това от своя страна води и до задължителното спазване на професионални и пазарни правила и

И тук технологиите уверено навлизат, но довереният консултант става все по-търсен съветник

прилагането на добри практики. В момента текат множество семинари, чрез които агентите на недвижими имоти се подготвят за тези промени. И бъдещето е на тези, които приложат новите подходи на работа. Тези промени в професионален план в момента текат в цяла Европа, Америка и Азия. Агентът на недвижими имоти е модерна професия и сравнително млада за българския пазар. Затова е много важно тя да се развива в крак с международните тенденции. Така, както

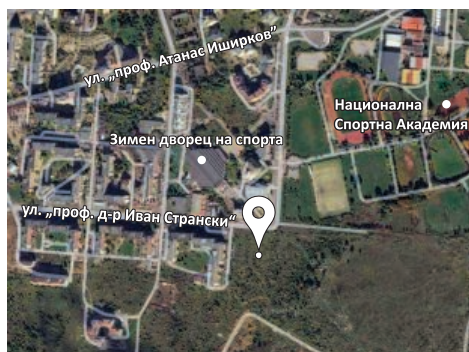
няма граници за имотните пазари, по същия начин агентът трябва да е подготвен да посрещне предизвикателствата на времето. По думите на инж. Ирена Перфанова развитието на социалните мрежи отнема конфиденциалността на хората, които ги ползват, и те подсъзнателно започват да изпитват нужда от нея. Затова довереният консултант ще става все по-търсен съветник. [И](#)



ФЕЪРПЛЕЙ отново в София!



- ЖИЛИЩЕН КОМПЛЕКС СЪС СОБСТВЕНО ПАРКОВО ПРОСТРАНСТВО, ОБЩА СИСТЕМА ЗА СИГУРНОСТ И ДОМАШЕН КОМФОРТ;
- СЕДЕМ ЕТАЖНА СГРАДА С ПОДЗЕМНИ ГАРАЖИ;
- ЕДНОСПАЛНИ, ДВУСПАЛНИ И ТРИСПАЛНИ АПРТАМЕНТИ С ПЛОЩ ОТ 52 ДО 180 М²;
- С ДОКАЗАНИЯ ОПИТ, УТВЪРДЕНИТЕ МОДЕРНИ ТЕХНОЛОГИИ И ЖИЛИЩНИ КОНЦЕПЦИИ НА ФЕЪРПЛЕЙ.



СТУДЕНТСКИ ГРАД – УЛ. „ПРОФ. Д-Р ИВАН СТРАНСКИ“ ДО НСА

Подробна информация за удобствата и жилищата ще получите от Дирекция Продажби на телефони:
0888 444 544, 0885 600 006, 0887 374 374, 0888 502 569



„ATLANTIS BULGARIA” е водеща строително-инвестиционна компания по Южното Черноморие - гр. Бургас. Основната дейност на компанията е насочена към създаване на модерна и комфортна жилищна среда.

Всички комплекси на компанията са построени в най-красивия район на Бургас — крайбрежното Сарафово. Сарафово отговаря на всички критерии за идеално месторазположение. От една страна, районът е в непосредствена близост до центъра на град Бургас, а от друга страна Сарафово е екологично чист и удивително спокоен район, подходящ както за постоянно живеене, така и за временна почивка.

Комплекс „Atlantis Homes” е част от портфолиото на „ATLANTIS BULGARIA” и е възплъщение на една мечта за собствена къща на морския бряг. Изпълнен е в стил хай-тек-съвременен жилищно пространство, създадено в съответствие с всички условия, необходими за комфортен и щастлив живот.

„Atlantis Homes” се строи в два етапа: Homes I, Homes II.



„Atlantis Homes I” се състои от 15 двуетажни къщи, групирани около открит, отопляем басейн. Всяка къща има свой вход, паркомясто и изход към вътрешния двор. Комплексът е завършен и е подходящ както за постоянно живеене, така и за временна почивка.

„Atlantis Homes II” ще се състои от 14 двуетажни къщи, всяка от които е с обособен самостоятелен преден и заден двор и веранда. Ландшафтният дизайн огражда пространството на общата зона и на всяка отделна къща, а ниските огради подчертават атмосферата на южния град. За всяка отделна къща е разработена индивидуална планировка: вие можете да изберете най-удобния вариант за Вас и Вашето семейство. На първите етажи са предвидени дневна, хол, кухня и санитарен възел. На втория етаж са разположени две или три спални, две бани и балкони. Към всяка къща е предвидено по едно паркомясто.

Пусков срок – декември 2015 година.

Къщите „Atlantis Homes” са планирани за комфортен и безгрижен живот на брега на южния морски град. Инфраструктурата на компанията предвижда най-важните потребности на семейството и позволява да имате непосредствена близост до собствена плажна ивица, ресторанти, кафенета, фитнес, SPA, магазини, аптеки и развлекателни площадки.





Неудобните обувки на обувната промишленост

Сивият сектор, слабата платежоспособност на вътрешния пазар и силният ценови натиск на външните търговци спъват производителите

В един град живеел обуцар. Бил най-добрият обуцар на света. Въпреки това, едва няколко посетители на ден прекривали прага на магазина му. Хората предпочитали да пазаруват от големите магазини, където си мислели, че ще намерят по-хубави обувки. Обуцарят продавал все по-малко обувки и с всеки изминал ден ставал все по-беден, докато накрая му останали толкова пари, колкото да купи кожа за един чифт обувки. Така започва една немска приказка „Обуцарят и двете джуджета“. Повечето български производители на обувки са в подобна ситуация, някои не оцеляват в огромната конкуренция на пазара и затварят. Други, въпреки трудностите, проявяват гъвкавост и намират нови възможности – кой на вътрешния, кой на външния пазар.

Татяна Явашева

Вътрешният пазар е с ниска платежоспособност, потреблението е слабо – това е неоспорим факт. За производителите на обувки проблемите са много - има ги и в търговията, в изобилие са и при самото производство. Водещ фактор на пазара е цената, затова нелоялната конкуренция и сивият сектор са убийствени за онези от тях, които играят по правилата. „Един от големите проблеми е липсата на кадри. Все трудно се намират консултант-продавачи, а и всякаква друга работна ръка за сектора. Причините са известни - изтичане на кадри извън страната, искане за повишаване на заплатите, което не отговаря на икономическата обстановка. Цената на труда ще продължава да расте, а работната ръка ще става все по-малко, освен ако няма внос на кадри - но засега не виждам такива усилия“, твърди Иван Колев, собственик на фирма „Колев и Колев“.

Конкуренция

Да произвеждаш в България е трудно, тъй като условията повече пречат, отколкото да помагат. Средата ще е конкурентна, ако всичко, което влиза от Китай и от страни извън ЕС, е с платено реално мито и ДДС. Ако при вноса обувките се обмитяват при цена 1 лв. чифта, за каква конкуренция може да говорим, казва Станислав Митев, собственик на фирма „Габина“. Има български компании, които не работят по ДДС, и така съревнованието става неравностойно, защото разликата автоматично е 20% в цената. Сивият сектор засенчва легалното производство. За голяма част от българските потребители цената е определяща. Дори да искат да подкрепят българското, те просто са принудени да избират по-евтиното.

Навътре-навън

„В момента ситуацията с вътрешния пазар е доста тежка, затова намираме пазари в Италия, Германия. Предимството на българските обувки, които се продават на Запад, е в привлекателното за клиента

”
**Българските
производители
нямат финансови
възможности да
рекламират своите
марки и собственото си
производство**

Илия Илиев, собственик на
фирма „Арайс“



ФАКТИ

- ✓ „Арайс“ е в Пловдив, фокусирана е върху производството на дамски обувки и чанти. Фирмата е вече 17 години на пазара и не смята да се отказва. Собственикът ѝ Илия Илиев уверява, че направата на обувки излиза доста по-скъпо, отколкото на чантите.
- ✓ „Габина“ е базирана във Варна и е с близо 20-годишна история. В производството са около 30 души. „Работим с 90% италиански материали, но това не натоварва цената така, както е при производството на самите западни производители на обувки“, казва Станислав Митев.
- ✓ „Колев и Колев“ има две фабрики в София и Ветрен. Компанията е специализирана в производството на детски обувки.
- ✓ Рекламата „Изберете българските обувки“ не би имала пряк ефект за фирмите, които биха вложили средства в това. Производителите по-скоро може да разчитат на клиента, който остава доволен от избора си и после отново се доверява на същия производител. **И**

съотношение „цена-качество“. Интересуваме се от желанията на клиентите, затова за вътрешния пазар направихме онлайн магазини. Но продажбите вървят слабо, досега не сме изпитвали такива трудности, каквито имахме през последната година“, уверява Илия Илиев, собственик на фирма „Арайс“. Неговите наблюдения сочат, че много от фирмите вече са се преориентирали към външните пазари, за разлика от времето, когато основно продаваха на българския потребител. Производителите се надяват, че ограничаването на безогледния внос би имало позитивно отражение. „Незаконният внос остави впечатление у много от българските потребители, че цената на обувките е 15-20 лв. България е като разграден двор. За разлика от Турция, местното производство у нас не се насърчава. Ако искат икономиката да има растеж, управляващите биха могли да заимстват модела, по който например турската държава помага за развитието на своите собствени производства“, казва Илия Илиев.

На ишлеме

Българският производител има предимство, че е в Европа, когато става въпрос за по-малки поръчки. Той бързо може да експедира продукцията, за разлика от азиатските фирми, същевременно контролът от страна на възложителите е по-лесен и по-добър. Това кара западните търговци да предпочитат българските производители на обувки, а и на облекло. В поръчките „на ишлеме“ се конкурираме с производители от цял свят. За търговците е важно да получат най-добро качество при най-добра цена. В надпреварата с фирми от цял свят въпросът опира до добра организация и постигане на по-ниска себестойност. Фирма „Колев и Колев“ например предпочита да работи под своя търговска


марка и затова около 80% от производството ѝ е със собствен бранд. Така компанията може да използва целия марж до крайната продажна цена за клиента. При външно възлагане почти нищо не се печели. Натискът върху цените е силно надолу и липсата на печалба е причината фирми, които работят основно на ишлеме, да преустановяват дейност.

Хоризонт

Докорото на Русия и Украйна се гледеше като на пазар, който нашите производители на обувки биха могли отново да атакуват, но ембаргото за внос в Русия и сложната обстановка в Украйна стопираха подобни възможности. Ограничения върху вноса на обувки няма, но именно ембаргото създаде проблеми с цената на рублията. „Миналата година имахме трима клиенти, тази година се отказаха“, споделя наш производител.

Потенциал

Съществуват условия за обединяване потенциала на жизнеспособните малки и средни предприятия чрез изграждане на клъстери. Предприятията в бранша са струпани основно в регионите около няколко града - Пловдив, Пещера, Добрич, Габрово, София. Обувните центрове са се развили като наследство на държавните предприятия.

Има и неизползвани възможности за иновации, свързани с технологии, техника и нови продукти. Българските производители не вярват, че като в немската приказка ще се явят магически помощници. Онези от тях, които са направили големи инвестиции, нямат никаква възможност за отстъпление. Те викат неволята и търсят начин за развитие, намират пазари и алтернативни канали за продажба. 





Под лупа
ПРОИЗВЕДЕНО
В БЪЛГАРИЯ

СИЛНИ СТРАНИ

- ✓ Традиции в производството и натрупан богат и разнообразен опит
- ✓ Добро име в средите на чуждестранните партньори
- ✓ Потенциал за разширяване на експорта
- ✓ Работещите в бранша фирми са групирани в няколко центъра, което е предпоставка за вертикална и хоризонтална интеграция
- ✓ Потенциал за доизграждане и усъвършенстване инфраструктурата на бранша

СЛАБИ СТРАНИ

- ✓ Секторът е непривлекателен за работа и инвестиции
- ✓ В България няма производители на обувни компоненти, дори няма производители на обработена кожа. Вече всичко се внася
- ✓ Липсват структури за обучение на кадри за обувната промишленост
- ✓ Липса на интеграция между фирмите в сектора
- ✓ Не е развита браншова система за събиране на статистическа информация
- ✓ Малка част от фирмите притежават регистрирана търговска марка
- ✓ Често се работи на ишлеме и то на твърде занижени цени **И**

Заложете на иновациите

По-висока добавена стойност може да се постигне чрез производството на по-високотехнологични обувки с използване на иновативни материали и нови технологии. Това позволява да сме в по-високия ценови сегмент, уверява Иван Колев, собственик на фирма „Колев и Колев“. Фирмата за детски обувки не опитва да се конкурира с най-евтините обувки, а по-скоро със средните и високите клас.

Насочват се към конкретни продукти, които нямат конкуренция на нашия пазар: например бебешките буйки, които произвеждат от години. Те са собствена разработка на компанията, но постоянно развиват и усъвършенстват моделите. Новият техен хит са туристическите обувки, които през февруари бяха пуснати на пазара. Това са висококачествени обувки, които не отстъпват на утвърдени световни марки. Цената е по-ниска и е поносима за българския потребител. Въпреки че е зима, продажбите тръгнаха успешно. Затова стремежът на „Колев и Колев“ е да предлага и да налага продукти, различни от другите производители на пазара.

Високотехнологичното произ-

водство изисква и високотехнологични машини. Двете фабрики на компанията са оборудвани по най-модерен начин – като техника и съоръжения и начин на производство. За направата на такъв тип обувки се изисква ноу-хау. Обучават своите специалисти да познават добре новите технологии, да умеят да работят с новите машини и да знаят как да ползват конкретните материали. Това със сигурност е по-трудно, отколкото да си купиш оборудване. Един от каналите за получаване на такова знание е при покупката на машини или материали, тогава компанията може да научи как те да се използват. Конкурентите, които произвеждат на Запад, разбира се, ревниво пазят своите тайни. Готови специалисти за обувната промишленост трудно се намират. Младите работници имат нужда от сериозно обучение, проблемът е, че те трудно се задържат. Използването на западни консултанти, които да обучават местни кадри, е скъпо, но то е инвестиция, която си струва само ако тези хора имат дългосрочен ангажимент към компанията, която плаща за тяхното професионално усъвършенстване. **И**

ВИЗИОНЕРИ
62

Изва Chamonix, ЮАР



Цветелина
Николова:

Лозя, целунати от слънцето

*Управляващият директор
на Katarzina Estate
представя винени
приключения от Южна
Африка и Австралия*

Jacob's Creek
- Австралия



Австралия





Уважаеми читатели,

сп. „Икономика“ продължава с рубриката „Визионери“. В нея от първо лице най-успешните мениджъри и предприемачи в страната говорят за своите клиенти от бизнеса. Вярваме, че те са именно сред нашите читатели, затова решихме да създадем още едно място, където да става по-непосредствено връзката бизнес-бизнес.

Наш гост този месец е Цветелина Николова, управляващ директор на Katarzina Estate, която разказва за екзотични винени дестинации.

Пътешествията до интересни и значими винени дестинации винаги са били от огромен интерес за мен, защото ми дават ценна информация, допълват представите ми за винения свят, вдъхват и ме карат да мечтая. Винената карта на моите приключения наскоро се допълни от две държави, без които съвременното винопроизводство няма да е завършено – Южна Африка и Австралия, или както ги наричаме в бранша – Нов свят.

В Южна Африка само най-южните части на държавата са подходящи за отглеждане на лози. Като цяло температурите там са високи, но голямо влияние имат Индийският океан, Атлантика и Антарктида. Лозята се простират на 99 860 хектара земя, разделена на 6 района на винопроизводство. Едни от най-популярните винени райони, които имах удоволствието да посетя, е Stellenbosch, където се правят едни от най-сериозните червени качествени вина, тип „Бордо“ бленд. Самият регион е известен с традиции във винопроизводството, датиращи от XVII век, а университетът тук предлага образование по винена култура и енология. Много голяма част от студентите, които са получили професионална диплома, работят в най-успешните винарски имения в ЮАР.

Винарските изби, които посетих, ме очароваха с архитектурата си, разположението на лозята и технологията на винопроизводство – Scali, Vergelegen, Oak Valley, Hamilton Russel Vineyards, Cape Point Vineyards, Klein Constantia, Glenelley и др. Те са собственост на второ и трето поколение заселници от Европа – французи, германци, италианци. Винарните бяха оборудвани с впечатляващи презентационни пространства, хотелска и ресторантска част, където имахме удоволствието да дегустираме местни гурме специалитети, съчетани с вина, собствено производство. Впечатлена съм от свежестта на белите вина, типичните за Южна Африка – местния Chenin Blanc, Colombard и, разбира се, Sauvignon Blanc, който не е така добре застъпен, но за сметка на това вината, произведени от него, могат да се похвалят с доста високо ниво. Южна Африка е известна с белите си вина, 54.6% от лозята са от бели сортове, като частта на Chenin Blanc е 18%. Има добри местни червени сортове, от особено значение за местното производство. Флагманът е червеният Pinotage – местен сорт, кръстоска от Pinot Noir и Hermitage, от който се получават както млади вина, тип божоле, така и много сериозни и отлежали вина с превъзходно качество. Естествено дегустирах и вина от сортове Cabernet Sauvignon, Merlot, Mourvedre и Shiraz, много успешни вина,

които намират своето достойно място в многообразната винена палитра на страната.

Южна Африка е на осмо място по производство на вино в света. От реколтата през 2014 г., равняваща се на 1171,9 млн. литра, 81,5% са използвани за направа на вино, 4,1% за бренди, 11% за винен дестилат и 3,4% за гроздов концентрат, предназначен за производство на гроздов сок. Въпреки че южноафриканските вина са предимно познати на местния консуматор, стратегическата политика на държавата е да навлиза на чужди пазари, като експортът за 2014 г. е 422 млн. литра вино.

Емоцията от виненото ми пътешествие продължи с посещението ми в Австралия, един световнопризнат производител на вина модерен стил „Нов свят“. Впечатлена съм от всички изби, които имах удоволствието да посетя, особено в центъра на австралийското винопроизводство Barossa Valley: Jacobs Creek, Seppeltsfield, Torbreck. В Barossa са и най-добрите показатели на сорта Shiraz (Syrah). Хареса ми това, че всяка една от избите има свое лично стопанство с животни. Това допълва удоволствието от срещата с природата. Тъй като почти всички лозя са разположени далеч от големите градове, буквално попадаш в един земен рай, където лозовите насаждения се сливат с небето, където можеш да се порадваш на частното стопанство с кенгура, коали, крокодили и други типични за Австралия животни. Освен отглеждането на животни, повечето от избите имат собствено производство на плодове, зеленчуци, мед, сладка... Така че всеки един винен турист може да си купи вино, а и домашно сладко.

Лозята се отглеждат с най-модерни технологии, а там, където няма достатъчно валежи, е осигурено изкуствено напояване. А при самото производство, заради жегата, се използват хладилни камери и ферментатори с контрол на температурата, експериментира се със специални дрожди, техники, предпазващи материала от оксидация, и др. Въобще инвестициите във винения бранш са сериозни.

Разделена на пет основни винарски региона, Австралия има основанието да се похвали с голямо разнообразие от различни сортове вина. Само в регион Виктория се отглеждат над 45 сорта грозде, от които се произвеждат различни видове вина. Навсякъде по света австралийските вина се възприемат много добре, особено като съотношение цена-качество. За 2014 г. Австралия е увеличила експорта с 1,9% както като количество, така и като цена. [\[1\]](#)



Н.Пр. Антон Пъкурецу:

Реформите в правосъдието не трябва да спират

*Засилва се интересът на
румънски фирми за участие
в търгове в България, казва
посланикът на Румъния*



Н. ПР. Антон Пъкурецу е извънреден и пълномощен посланик на Румъния в Република България от август 2009 г. Роден е през 1966 г. в Букурещ, женен. Завършил е право и филология в университета в Букурещ. Цялата му кариера преминава в дипломацията, като от 1995 г. досега преминава през различни дипломатически постове.

Людмил Захариев

фото Стоян Йотов

Ваше Превъзходителство, в кои области има възможност за по-засилено сътрудничество между България и Румъния?

- След демократичните промени в края на 1989 г. отношенията между Румъния и България придобиха прагматичен характер като бяха засилени във всички области от взаимен интерес, както на двустранно, така и на регионално и европейско ниво, особено след като двете страни се присъединиха към НАТО и ЕС. В момента, анимирани от общите стремежи, изграждаме тясно и конструктивно сътрудничество в рамките на ЕС по регионални въпроси от общ интерес, включително политиката за разширяване на ЕС, регионалното и трансграничното сътрудничество, Дунавски регион, Черно море, източното съседство и партньорство, сигурността на външните граници на ЕС и присъединяването към Шенгенското пространство.

- Засилва ли се търговският обмен между България и Румъния и кои са основните търгувани стоки?

- През последните години, особено след присъединяването на Румъния и България към ЕС, търговските обмени между двете страни постигнаха рекордни нива, утроявайки се за кратък период от време. Това се дължи на разнообразието от продукти, които се търгуват, както и на все по-голям брой компании, които имат интерес да работят на пазарите на двете страни. Стоките, изнасяни от двете страни, са много разнообразни - от хранителни, от леката промишленост, строителни материали до нефт и природен газ и машини и оборудване, което показва взаимното допълване в много отношения на нашите пазари.

Фактът, че за Румъния България е ключов партньор и в същото време Румъния е третият по големина търговски партньор сред страните от ЕС за България, е наистина значим, но от друга страна, е естествен резултат от отличните ни отношения.

Също така общата граница по река Дунав и съседството ни с Черно море е много благоприятен контекст за развитие на икономическите отношения. Значителен принос за растежа на обмена е имало откриването през 2013 г. на новия мост над река Дунав между Видин и Калафат, който стимулира интереса на компаниите да действат на пазара на съседната страна.

- Какви инвестиции предвижда Румъния през 2015 г. в България?

- На румънския пазар оперират повече от 1900

компании с българско участие, а в България работят повече от 600 румънски фирми, много от които са съвместни предприятия. По този начин през 2013 г. компанията „Дачия“ стана първият износител на нови автомобили на българския пазар. Също така важни имена като „Мобексперт“, „Ромстал“ и „Ромпетрол“ решиха да отворят бизнес в България. Бих отбелязал, че две от най-големите български инвестиции извън страната ни, съответно за 13 млн. и 12,5 милиона евро, са в Румъния. Става въпрос за компанията „Монбат“, един от основните играчи на румънския пазар в производството и рециклирането на акумулатори, и застрахователната компания „Евроинс“, която през 2007 г. пое 75% от румънската компания „Asitrans Asigurări“.

Междувременно, през последните години се наблюдава засилен интерес на румънски фирми да участват в търгове за проекти в България, финансирани от ЕС. Миналата година румънската компания UTI спечели два проекта в София и Бургас за изпълнението на интегрирани системи и управление на сигурността. SIVECO е друг партньор, който стъпи на българския пазар в ИТ проектите в областта на образованието и общественото здраве. Също така стана традиция румънските компании да участват на профилни изложения в България.

Нарастващата тенденция на икономическото сътрудничество показва, че потенциалът трябва да бъде ориентиран към бъдещето, особено за инвестиции в региона с потенциал за икономически растеж и нови работни места в нашите държави.

- Все така силен ли остава интересът на румънците към Българското Черноморие?

- Отличното ниво на двустранните политически и икономически отношения между нашите страни се отразява силно в областта на туризма. През последните шест години румънците са най-голямата група туристи в България - над 1 милион през 2013 г. Притокът им потвърждава още един път гостоприемството, с което са посрещани, и желанието на румънците да опознаят съседа си на юг от Дунава. Не по-малко важно е да се отбележи нарастването на броя на българските туристи в Румъния - почти 400 000 през 2013 г.

Започнаха да се появяват и инициативи, свързани със създаването на съвместни туристически пакети и общи туристически маршрути като „Пътят на

римските императори“, пресичащи Румъния, Сърбия и България, открит преди две години. Тази оферта се допълва с многобройни инициативи на местните власти, било то общото морско кораборазвлечение или круизи по река Дунав.

Също така България и Румъния планират заедно да привличат туристи от Китай, като се гледа към отваряне на съвместен информационен център в азиатската държава, чиято цел е да се представят възможностите

за туризъм в двете страни.


- В последните години Румъния често е давана за успешен пример в борбата с корупцията по високите етажи на властта. Има ли успешна формула за работещ модел в сферата на правосъдието и сигурността?

- В последните няколко години Европейската комисия установява консолидация на тенденцията за устойчивост на реформите в съдебната система и борбата с корупцията в Румъния, както и продължителен на-

предък във всички области на тази сфера - приемане и прилагане на нови граждански и наказателни кодекси, положителните резултати в работата на институциите в борбата с корупцията, прилагането на Националната антикорупционна система.

Ние вярваме, че именно тези промени представляват ясна картина на напредъка на Румъния, в която се подчертава дълбоката реформа на институциите на съдебната система и борбата с корупцията, както и промяна в начина на мислене в обществото за предотвратяване и санкциониране на корупционните деяния.

Последователните резултати на компетентните институции потвърждават това и повишават общественото доверие в съдебната система. Разбира се, продължаваме да работим в тази посока.

Важен е и напредъкът на реформата в съдебната система в България, от голямо значение е борбата с корупцията да не спира както по отношение на институционното консолидиране, така и по отношение на постигане на положителни резултати на отделните институции. 





Усмивка със самочувствие!

д-р Александър Милушев
д-р Владимир Ашиков

- ✓ възстановяване * козметика
- ✓ лечение * импланти * корони *
- ✓ мостове * протези * избелване * фасети
- ✓ дентална грижа за цялото семейство

Магическо хапче за растежа

*Липсата на
възможности за
развитие е
честа причина
за търсене на
нова работа*



В трудна икономическа ситуация като днешната, компаниите трябва да намерят верния път не само за своето оцеляване, а и за развитие. За да устои на всички икономически предизвикателства и да постигне растеж, ключов момент за всяка компания са кадрите – важно е кой и как управлява компанията, какви специалисти работят в нея и доколко самите те са ангажирани и мотивирани да участват в нейния възход.

Татяна Явашева


Появата в компанията на смел бизнес лидер, който по необикновен начин да модернизира компанията, може да има оздравителен ефект. Той може да я преобърне с хастара навън, но за да последва вдъхновяващо бизнес развитие, са нужни хора, които да работят с ентузиазъм. Именно качественият подбор на кадрите и подходящите стимули в тяхната работа може да е магическото „хапче“ за растежа. Не се ли улучи точната доза от бизнес нюх, амбициозни работници и служители, стратегия за развитие, компетентност и професионализъм, „лекарството“ може да не подейства.

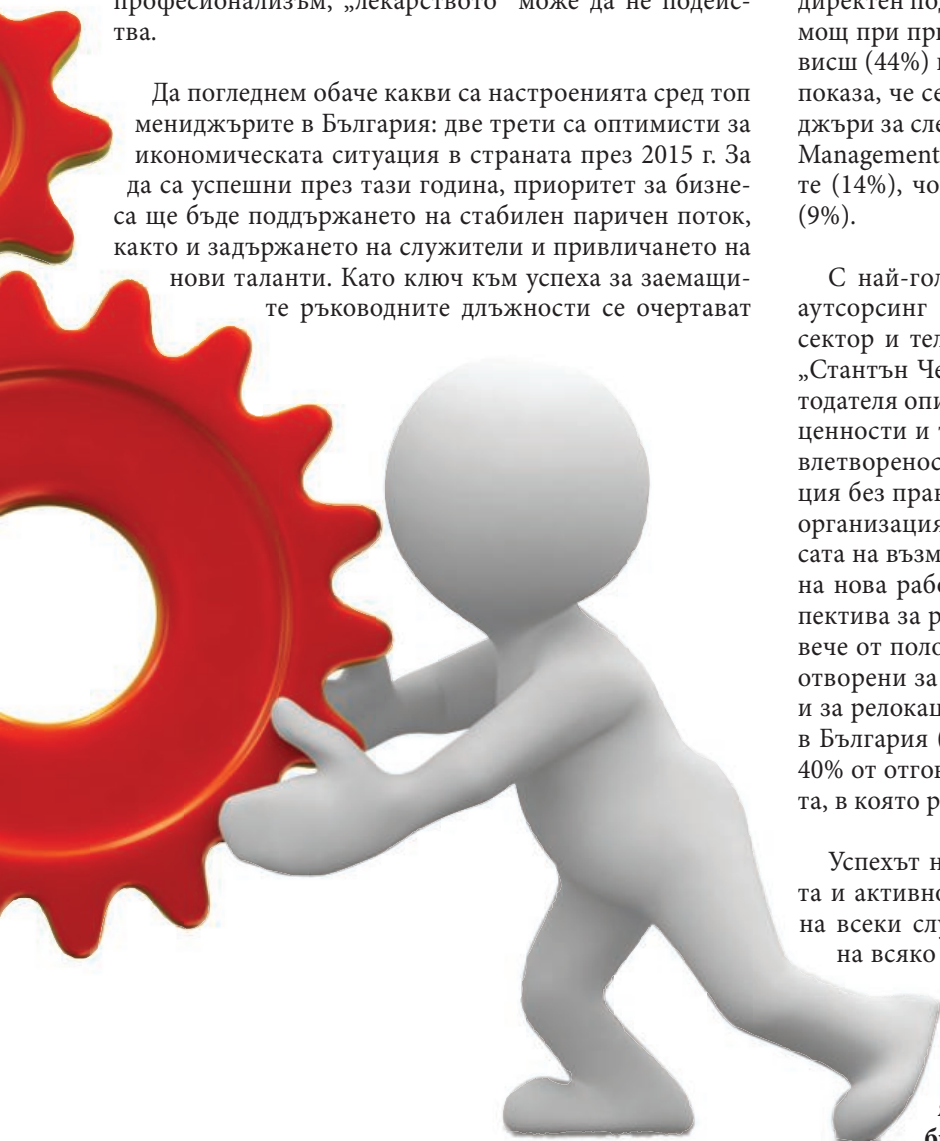
Да погледнем обаче какви са настроенятия сред топ мениджърите в България: две трети са оптимисти за икономическата ситуация в страната през 2015 г. За да са успешни през тази година, приоритет за бизнеса ще бъде поддържането на стабилен паричен поток, както и задържането на служители и привличането на нови таланти. Като ключ към успеха за заемащите ръководните длъжности се очертават

лидерство, стратегическо мислене и адаптивност. Това показва традиционно проучване на консултантската компания за директен подбор „Стантън Чейс България“ сред топ мениджъри на български и международни компании в страната от всички сектори на икономиката. Запитването цели да очертае тенденциите в бизнес средата, привличането на добри специалисти, промените в компаниите, личните нагласи на мениджърите за професионална промяна. Над 80% от мениджърите признават, че трудно намират кандидати за ключовите позиции и търсят помощта на компании за директен подбор. Най-често компаниите използват помощ при привличането на професионалисти за нивата висш (44%) и среден мениджмънт (51%). Проучването показва, че се наблюдава недостиг на подготвени мениджъри за следните роли: висшия мениджмънт (General Management – 47%), следвани от позиции в продажбите (14%), човешките ресурси (10%) и производството (9%).

С най-голям растеж през 2014 г. у нас са ВРО и аутсорсинг компаниите, следвани от технологичния сектор и телекомуникациите. Според проучването на „Стантън Чейс“ личната мотивация за смяна на работодателя опира най-вече до различията между личните ценности и тези на компанията (43%), заедно с неудовлетвореността от мениджмънта и акционерите. Позиция без правомощия също оказва влияние за смяна на организацията. Топ мениджърите споделят, че и липсата на възможности за развитие е причина за търсене на нова работа. Над 70% от тях смятат, че имат перспектива за развитие на сегашното работно място. Повече от половината участници в проучването (52%) са отворени за нови професионални възможности, както и за релокация, свързана с нова работа в чужбина или в България (общо 77%). Интересен е фактът, че почти 40% от отговорилите никога не са сменяли индустрията, в която работят.

Успехът на всяка компания зависи както от визията и активността на бизнес лидера, така и от приноса на всеки служител и работник. Но както развитието на всяко растение зависи от условията, така и професионализъмът „цъфти“ в зависимост от средата и свободата, която има.

С мнения по темата (Не)Качественият подбор на кадри откриваме новата рубрика HR Консулт. 



Д-р Мая Здравкова:

Хората са най-мощният двигател

Собствениците на компании трябва да насочат внимание върху подобряването на климата в организацията

Работодателите търсят хора с добри професионални умения. От най-голямо значение са нужните компетенции, а не толкова годините опит. Лоялността у служителите все повече се цени, но това качество започна да се среща все по-рядко. Много от компаниите страдат от текучество, което затруднява тяхната работа. Отмина времето, когато хора се пенсионираха на първото си работно място. През последните 15 години бизнесът се разви и

конкуренцията

между компаниите не е само в качеството на продукта или услугата, която предлага, но и в нивата на възнаграждения и условията на труд.

През последните 10 г. България предлага по-добра реализация за висококвалифицирани и опитни специалисти. За щастие, много от хората, учили и работили в чужбина, се завръщат. Редица международни компании, които инвестират в България, предлагат не по-лоши възможности от тези навън, а дори в някои случаи тук имат шанс за по-добро кариерно развитие. Дори когато са с по-ниска квалификация, хората имат избор и са по-малко склонни да правят компромиси, да търпят лоши условия на труд и ниски възнаграждения.

Работодателите трябва да бъдат много по-гъвкави при подбора на кадри за компаниите си. Често с тестовете за селекция на персонал не се измерват реалните умения на кандидата. При по-високи позиции подборът трябва да е много по-прецизен и трудно бих се съгласила, че психологи-

ческите тестове, измерващи моментното състояние на човека, са точен показател.

Методите за подбор

на такива позиции трябва да са под формата на казуси или практически задачи, за да може работодателят да получи поточна представа за компетенциите и за начина на мислене на човека, срока, в който може да се справи с поставената задача, неговата гъвкавост и креативност. При всички позиции би следвало да се обръща по-голямо внимание на личните качества на кандидата, тъй като именно оттам започват част от проблемите при некачествения подбор.

Хората с добра квалификация искат да бъдат оценени и търсят професионално израстване. За тях са важни екипът, сре-



Д-р Мая Здравкова е собственик на „Астрей Човешки ресурси“, най-голямата българска консултантска компания за подбор на персонал с 6 офиса в страната. Завършила е психология, право и криминалистика. Има повече от 10-годишен опит в консултантския бизнес по подбор на кадри. [И](#)

НА ВСЕКИ БИЗНЕС

дата, в която попадат, както и възможностите за допълнителни обучения и квалификация. Все повече специалисти и топ мениджъри търсят

добрия бизнес модел

в една компания. Високото възнаграждение и множеството социални придобивки вече не са основен аргумент за привличането им. Все по-често се срещат топ мениджъри, които проявяват интерес към позиции в стартъпи, има и такива, които просто желаят да сменят сектора, в който са били. За тях това е предизвикателство и много силен мотиватор.

Работодателите трябва да се освободят от дискомфорта да упражняват микромениджмънт и да дават повече свобода на своите служители. Както е казал Рикардо Семлер в книгата си „Маверик, или историята на успеха на най-необикновеното работно място в света“, единственият начин да се отнасяш със служителите си като с отговорни и почтени хора, е да им позволиш да знаят какво става около тях и да им дадеш възможност да направят нещо по въпроса. Най-голяма движеща сила в един бизнес са хората. Няма непостижими цели за една компания, стига служителите в нея с ентузиазъм да работят за общата кауза. Ето защо работодателите трябва да разберат кое кара служителите да се чувстват добре на работното си място. Те трябва да отделят много повече време за

мотивация на персонала

Ако един служител е спокоен и щастлив, ако идва с желание на работа, той е много по-продуктивен. По-продуктивните служители биха довели до по-качествен продукт или услуга и печалба за компанията. Малките жестове към хората, дори под формата на картички или скромен подарък за всеки празник, би довело до положителното отношение към работата им, защото ще знаят, че са ценни и важни за компанията. В по-големите фирми топ мениджмънтът трябва да е по-близо до по-нискоквалифицираните служители. Когато един служител получи внимание и уважение, той реагира със същото към компанията. Хората имат нужда от малко, за да бъдат лоялни и отговорни към работодателя си. Разбира се, както с всяко нещо не бива да се прекалява и с това, тъй като би имало об-

ратен ефект, особено в по-големите компании. Много от международните работодатели имат добра

социална политика

в компаниите си, която мотивира хората, намалява в пъти текучеството и увеличава продуктивността. Не всеки работодател би могъл да си позволи тиймбилдинг на яхта в открито море, но всички е добре да осъзнаят, че не всичко се прави с много пари. Понякога служителите са доволни дори ако публично бъдат похвалени пред колегите си.

”

**Повече от всякога
фирмите имат нужда да
създават кадри, да ги
развиват и обучават,
да инвестират в своите
човешки ресурси**

“

Собствениците на компании трябва да отделят и инвестират повече време в подобряването на климата в организацията. Тази инвестиция би била с голяма възвръщаемост. Добра идея е чрез ангажираността на служителите си да се включват в различни благотворителни акции, което би стимулирало хората да се сплотят и да работят по-добре в екип.

През последните години учебните заведения все повече търсят бизнеса за съдействие в получаването на практически знания на студентите, както и бизнесът се обръща все по-често към висшите учебни

заведения за участие в мотивиращи лекции и кариерни дни.

Подготовката на кадри

във висшите учебни заведения невинаги е на нивото, което работодателите очакват. Повечето млади хора получават базови умения едва след като започнат да практикуват професията си. Голяма част от тях също имат нереалистични очаквания за възнаграждението, липсват им презентационни умения и самите те не знаят как да се представят на интервю за работа, не са достатъчно търпеливи и мотивирани да се докажат. Повече от всякога бизнесът има нужда да създава кадри, да ги развива и обучава, да инвестира в своите човешки ресурси. Бизнесът трябва да отделя повече време да вдъхновява младите хора, да обяснява защо е необходимо да бъдат добре образовани, да владеят езици и да работят с компютър. Стажантските програми трябва да са много повече. Участието на компаниите в социални проекти, менторските изяви биха дали възможност на много млади и неопитни хора да подобрят своята подготовка. [И](#)

Вяра Стоянова:

Работодателят и кандидатът едновременно правят избор

Ако се запознае с работната среда, всеки претендент за позицията ще може да вземе информирано решение

Предпоставка за качествен подбор както за работодателя, така и за кандидата, е наличието от самото начало на ясен и конкретен профил на позицията. Много често кандидатите се сблъскват с обяви за работа, в които описанието на длъжността или е много общо, или е твърде сложно за разбиране. Кандидатите обаче може да се разочароват от естеството на работа, когато получат повече информация за позицията при интервю, или когато по-късно те вече работят за компанията. Кандидатите трябва да са наясно с всички детайли за позицията. В техен интерес е да зададат въпроси, които ще им помогнат да имат по-добро разбиране както за естеството на работа, така и за очакванията към тях. Доброто

описание на длъжността

е част от дефинирането на изискванията и критериите за позицията, което е от изключителна важност за успешния подбор. За нас е важно да поставим кандидата в максимално близка до реалната среда - чрез тестове, ролеви игри, казуси, въпроси, контакт с представители на отдела. Крайната цел е кандидатът да получи максимално реалистична представа за работата. От друга страна, като компания ние използваме тези инструменти, за да оценим адекватно уменията и познанията, които са необходими за позицията.

Работодателите са все по-склонни да търсят подходящата нагласа за работа, а не само конкретен опит и знания, тъй като инвестират в обучение на новите служители и имат готовност да предадат голяма част от специфичното ноу-хау, необходимо за позицията. Това от своя страна прави умения като гъвкавост, готовност за учене, логическо и

аналитично мислене

важен критерий за избор на успешния кандидат. В съвременния свят бизнесът все по-често изисква комуникация с колеги и клиенти в други държави, така че от ключово значение са владенето на чужди езици (английски като задължителен), работа във виртуална среда, разбиране на межкултурните различия и умения за комуникация на всички нива в организацията. Висшето образование като



Вяра Стоянова е мениджър „Човешки ресурси“ в Института за маркетингови изследвания GfK Bulgaria. Тя е с 15 години опит в областта на човешките ресурси, работила е в международни компании като „Кока-Кола Хеленик“. Участвала е във внедряването и управлението на проекти на локално и международно ниво със стратегическо значение.

че ли вече е изискване по подразбиране за голяма част от позициите, но на дневен ред е и реалната оценка на познанията, която в някои случаи е с по-голяма тежест от сертификати и дипломи.

Квалифицираните кадри и като цяло хората, които имат повече опит в работа с различни компании, все повече оценяват важността от предизвикателството в работата, излизането от рутината и възможността да правят нови неща, от които да

се учат. Но ключово за тях като че ли се оказва именно работната среда и евентуалното добро взаимодействие, което биха имали с екипа и ръководителя си. Макар допълнителните придобивки и

добрите условия на труд

да са важни, работната атмосфера излиза на преден план като необходимо условие кандидатът да направи своя избор на компания.

Подборът е двупосочен процес – кандидатът и работодателят правят избор едновременно. Макар че понякога интервюта с повече представители на компанията и с повече стъпки в процеса може да са стресиращи за кандидатите, това е възможност те да придобият по-пълна представа за културата на компанията и за хората, които работят за нея. За да надгради това впечатление, един добър подход е работодателят да даде възможност на кандидатите, които са поканени на финално интервю, да се запознаят с работната среда и по този начин да направят информиран избор.

Работодателят трябва да осъзнава, че в лицето на кандидата има равностоен партньор, който заслужава същото професионално отношение, което очакваме от него. От своя страна, кандидатите е важно да бъдат гъвкави и да приемат, че техните познания трябва да бъдат оценени - опитът невини е гаранция за добро представяне ... но и обратното е не по-малко вярно. **И**

265

НАЧИНА
ДА СМЕ
РАЗЛИЧНИ

КМЕТА  .BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

www.kmeta.bg

Ирина Савина:

Над 2 млрд. лева са необходими за Вик мрежата в София



От 2 до 4 години отнема подготовката на инфраструктурен проект, казва столичният заместник-кмет по инвестициите и строителството

Ирина Савина е завършила „Икономика“ в УНСС и „Многостранна дипломация“ в СУ „Св. Климент Охридски“. От 2006 г. досега заема длъжността заместник-кмет „Инвестиции и строителство“ в Столична община. Отговаря за строителството и модернизацията на общинските сгради, изграждането на ВиК мрежата и подготовката и изпълнението на проектите с европейско финансиране.

Димитър Лазаров

Фото Стоян Йотов

Г-жо Савина, какво е предвидено в инвестиционната програма на София през 2015 година?

- Основните приоритети, които са залегнали и тази година в инвестиционната програма на София, са инфраструктура, транспорт, екология и енергийна ефективност. Разбира се, за направлението, което аз ръководя - „Инвестиции и строителство“, най-важните цели, които сме си поставили, са свързани с изграждането на детски градини, училища и физкултурни салони. Нашата цел е да инвестираме и в модернизацията на съществуващата инфраструктура – образователна, социална и културна, а също така и в тази, свързана с общинските лечебни заведения.

Другите основни приоритети на направлението са изграждането на канализация и реконструкция на водопроводната мрежа, както и успешното привличане и усвояване на европейски средства.

- Какви проекти подготвя София по европейски програми?

- Разработваме проекти, свързани с модернизация на образователната, социалната и културната инфраструктура - това ще са и първите проекти, които ще подадем. На следващ етап ще кандидатстваме с проекта за облагородяване на централната градска част, както и за втория етап на проекта за интегриран градски транспорт.

- Какво планира Столична община за подобряването на ВиК мрежата? Какви средства са необходими?

- Изграждането на канализация е сериозно предизвикателство за нас през последните години. Към 2006 г. 1/3 от софиянци нямаха изградена канализация, а към настоящия момент успяхме да я намалим до 1/4.

Кварталите, в които липсва канализация, са както на територията на компактният град, така и в районите „Панчарево“, „Нови Искър“, „Кремиковци“ и др.

С финансиране от програма ИСПА, ОП „Околна среда 2007-2013“ и от „Софийска вода“ от 2006 г. досега успяхме да изградим и рехабилитираме 130 км канализация и да подменим 324 км водопровод.


За инвестиции в канализация са необходими огромни средства - по предварителни разчети - над 1 ми-

лиард лева за доизграждане на канализацията в тези територии, където няма такава. Почти същата сума е нужна и за подмяна на водопроводната мрежа, за да се спрат течовете и честите аварии.

Очакваме да бъде отворена новата ОПОС 2014-2020, за да можем да подадем и първите проекти. Имаме уверението на колегите от МОСВ, че един от първите проекти, който ще получи финансиране, ще бъде за изграждането на канализацията на кварталите „Горна баня“ и „Овча купел“. За да можем да получим финансиране и за останалите проекти, които подготвяме, е необходимо изготвяне на регионално прединвестиционно проучване. Това е едно от основните изисквания на ЕК, за да могат общините да получат европейско финансиране в сектор „Води“.

В момента работим по над 30 проекта за изграждане на канализация в районите Нови Искър, Кремиковци, Панчарево, Банкя и на територията на компактният град. Едни от първите проекти, които очакваме да подадем след изготвяне на регионалния ПИП, ще бъдат тези за канализация в кварталите „Модерно предградие“, „Горубляне“, „Суходол“, вторият етап на „Горна баня“ и „Овча купел“ и първият етап на канализацията в „Бенковски“. Изключително важно е, че на местата, където няма изградена канализация, вече има изготвени идейни проекти, а на много места и работни, което ни позволява да съкратим времето до същинската реализация.

- Какво забавя реализацията на проектите?

- За съжаление, инфраструктурните обекти се изпълняват изключително тежко. Технологичното време, което е необходимо за подготовката на проект, без значение дали неговото финансиране е европейско, национално или със собствени средства, е между 2 и 4 години. Трудностите, които срещаме, са от различно естество. Най-честите проблеми са свързани с градоустройствените процедури и с отчуждаването. Въпреки ограничения финансов ресурс, за нас е важно да продължим да работим в посоката, която следваме последните 8 г., а именно изготвяне на проекти за всички територии, които са без изградена канализация, поетапно придобиване на собствеността на имотите, през които минават трасетата на колекторите, и поетапно изграждане. Всеки лев, инвестиран в канализация, е инвестиция в устойчивото екологично развитие на София. 



Петър Сеферов:

ПРИСТАНИЩЕ ВАРНА

чака 20% ръст на товарите

Над 12,5 млн. лева са планираните инвестиции за 2015 г., казва изпълнителният директор на порта

Петър Сеферов стана изпълнителен директор на „Пристанище Варна“ ЕАД през февруари 2015 г. Преди това е бил дългогодишен генерален директор на ДП „Пристанищна инфраструктура“ (ДППИ) и досегашен директор на терминал „Варна-изток“.

Белчо Цанев

Г-н Сеферов, какво е състоянието на „Пристанище Варна“ към момента на встъпването ви в длъжност?

- Все още тече приключването на финансовата 2014 г., но към 31 декември вече знаехме, че физическите параметри на бизнес плана на „Пристанище Варна“ ЕАД са изпълнени с обработените около 10 млн. тона товари. Като се има предвид, че аз бях директор на терминал „Варна-изток“ и съм участвал в разработването и изпълнението и на стария, и на новия бизнес план, трябва да е ясно, че не мога да бъда изненадан от нещо неочаквано.

Като цяло преобладават товарите за износ, около 65% от които са насипни. Специално за терминал „Варна-изток“ около 90% от товарите бяха насипни, а за „Варна-запад“ те бяха 55 на сто. През миналата година обемът на обработените контейнери надхвърля 132 600 TEU (б.а. - 20-футов еквивалент). Почти 1 млн. тона са обработените наливни товари, и то само в терминал „Варна-запад“. Над 700 хил. тона са генералните (б.а. - бройни) товари. За първи път в терминал „Варна-изток“ беше приложена нова технология за обработка на тръби с голям диаметър - за проекта „Южен поток“. Макар и незначително количество, през 2014 г. бяха обработени и товари по технологията ро-ро (б.а. - превоз на тежки камиони с кораби).

Към 22 февруари 2015 г. през порт Варна са преминали над 1,39 млн. т товари, което е с 19,8% по-добър резултат към същата дата на 2014 г. От началото на годината са обработени над 18 400 TEU и 350 хил. тона зърно.

- Кои са най-неотложните задачи, с чието изпълнение се заемате на новата длъжност?

- Знаете, че пристанищната дейност е непрекъсната - 24 часа в денонощието, 7 дни седмично, 365 дни в годината. Като генерален директор на ДППИ познавах добре „Пристанище Варна“, а като директор на терминал „Варна-изток“ съм участвал в процесите по планиране и реализиране на плановете. Последните години на търговското дружество са успешни и смятам този процес да продължи и занапред. С моето преназначаване се създадоха условия за издигане на вече утвърдени млади кадри, с необходимото специално образование и познаващи оперативната експлоатация. Заедно с новия Съвет на директорите, назначен от министъра на транспорта Ивайло Московски, преглеждаме представения в министерството нов бизнес план. Бъдещата ни дейност ще



СТОЯН ЙОТОВ

е насочена към усъвършенстване на технологиите, подобряване на организацията и безопасността на труда. Началото на 2015 г. се характеризира с нови преговори с пристанищните клиенти. Очертаващият се ръст от около 20% на обработените товари ни дава голям оптимизъм.

- Какви инвестиции планирате до края на 2015 г.?

- За да предлагаме качествени услуги, е задължително да разполагаме с технически и технологически годна и безопасна пристанищна инфраструктура и техника. Известно е, че оперираме публична държавна собственост, като за инфраструктурата отговаря ДППИ, а за техниката - ние като оператор. В края на 2014 г. в МТИТС беше изпратен първият вариант на разработения бизнес план съобразно очакванията ни за 2015 г. В него е заложено в пристанищна техника, съоръжения и прочие да инвестираме около 6,5 млн. лв. Ще вложим и около 6 млн. лв. в инфраструктурата, като в нея ще инвестира и ДППИ съобразно своите плановете.

- Необходимо ли е изготвянето на дългосрочна



фото СТОЯН ЙОТОВ

стратегия за развитие на „Пристанище Варна“? Какво предвижда Генералният план и какъв е срокът за изпълнението му?

- Развитието на пристанищата става в съответствие с техните генерални планове, за които отговаря ДППИ. Като пристанищен оператор ние имаме строго определени задачи, които стриктно изпълняваме и те се развиват в годишните бизнес планове. За да се повиши товарооборотът, обръщаме внимание преди всичко на технологичното развитие и според възможностите закупуваме нова техника и поддържаме съществуващата. Наш приоритет е и постоянното подобряване на организацията на труда и безопасността на работата. Известно ни е какво съдържа Генералният план и съдействаме за неговото изпълнение, без да се намесваме в правомощията на ДППИ.

- Защо се забави т.нар. „отваряне на Варна към морето“ чрез изместване на терминал „Варна-изток“ в канала и изграждането на нов интермодален терминал в Максуда?

- Както вече заявих, за развитието на пристанищната инфраструктура отговаря ДППИ. Ние също с интерес очакваме развитието на процесите, свързани с реализацията на проекта за изграждането на интермодален терминал, макар че в момента не участваме пряко в тях.

Досега „Пристанище Варна“ ЕАД участва в разработването на задание за проектирането на Интермодален терминал „Варна“ (ИМТ Варна), а негови експерти - в някои процедури по разработване на документация за конкурс за избор на проектант. В съответните процедури участваха и специалисти на МТИТС, НКЖИ и ДППИ.

Вече е подписан договорът за проектиране на новия ИМТ Варна. Това е ясен знак, че работата по проекта

продължава, а „отварянето на Варна към морето“ е част от реализацията на идеите, заложили в заданието за проекта за ИМТ Варна.

- Какви са плановете ви за привличане на допълнителни, най-вече транзитни товаропотоци?

- Най-важното за привличането на нови товари е усъвършенстването на технологиите, подобряване на организацията на труда и комуникацията със съществуващите и бъдещите клиенти. Тези задачи се решават всеки ден на всички управленчески нива - от централното ръководство до стифадора на съответното корабно място.

- През „Пристанище Варна“ се изнасят най-големи количества зърно. Планирате ли мерки за подобряване на зърнената кампания тази година?

- Действително зърнените товари са едни от емблематичните товари за нас и винаги сме се отнасяли с изключително внимание към тях. Ние преработихме изцяло технологичната карта, като внесохме някои усъвършенствания. Пристанищен терминал „Варна-запад“ все по-активно се намесва в обработката на този тип товари. В терминал „Варна-изток“ също се извършват подобрения, като се внедрява нов захват за товарене на зърно, базиращ се на преоборудван „open-top“ контейнер с дистанционно управление на изсипването над корабния трюм. Искам да припомня, че от средата на 2014 г. специализираната машина за товарене на зърно вече е наша собственост. Надявам се, че тазгодишната зърнена кампания ще бъде още по-успешна от всички досегашни.

Позволявам си да припомня, че в България все още няма модерен пристанищен терминал, специализиран за износ на зърно. Такъв ще се изгради с реализацията на идеите, заложили в заданието за проекта на ИМТ „Варна“. [И](#)

Хотелът е все повече дом и офис



Тайната за успешен мениджмънт е в по-високо качество и услуги, казва управителят на BEST WESTERN PREMIER THRACIA Йордан Куванджиев

Йордан Куванджиев е завършил „Хотелиерство и Ресторантьорство“ в Университета на Портсмут, Англия. Бил е стажант във веригата „Хилтън“ в Южна Каролина, САЩ. Специализирал е по програма за изпълнителни директори във веригата RIU HOTELS на о-в Лансероте, Испания. Сертифициран преподавател и инструктор от австрийската WIFI Академия по туризъм. Член е на една от най-големите международни професионални организации в сферата на туризма – Skal International.

Божидара Иванова

Хотел BEST WESTERN PREMIER THRACIA е един от новите хотели в столицата, но вече е сред водещите в категория 4 *. На какво се дължи успехът ви?

Хотел BEST WESTERN PREMIER THRACIA отвори врати на 1 август 2010 г. в период на тежка финансова и икономическа криза. Чувахме мно-

го скептични мнения и изказвания, че това ще бъде едно обречено на неуспех начинание. Ние обаче твърдо вярваме, че именно в условията на криза туризмът е един от малкото отрасли, който може да бъде печеливш при добър мениджмънт, високо квалифициран и мотивиран персонал. И ето че 4 години по-късно успяхме да наложим марката BEST WESTERN PREMIER THRACIA като синоним на качество и стил в хотелиерския бизнес.

В условията на непрекъснато растяща конкуренция, „свиване“ на рекламните бюджети на компаниите, както и рязкото намаляване на обема на провежданите събития, ние успяхме да постигнем средна годишна заетост над 80% и най-висока средна цена за настаняване в 4* бизнес хотел в София.

Разбира се, тези безспорни резултати и безкомпромисно качество се дължат на денонощния труд на екипа на хотела. Това са млади и амбициозни хора с висока квалификация, познаващи отлично спецификата на нашия бизнес. Преимущество е и фактът, че колегите ми говорят два или три езика, което улеснява комуникацията и контактите с нашите чуждестранни гости и клиенти. Отбелязвам този факт, тъй като за нас въпросът за кадрите е ключов, и ние използваме редица форми за обучение и повишаване на квалификацията им. От тази година залагаме и на възможностите, които предоставят европейските програми.

- С какво BEST WESTERN PREMIER THRACIA привлича своите клиенти и с какво се различава от останалите бизнес хотели?

- Хотелиерският бранш е изключително динамичен. Отдавна съвременният човек не гледа на хотела само и единствено като място за нощувка или пребиваване. В условията на световна глобализация хотелът твърде често се превръща в място за живеене, бизнес срещи, лични контакти и т.н. Ние се стремим да осигурим на нашите гости и клиенти не просто добро, а най-доброто обслужване, да отговорим на техните очаквания, да ги привличаме с все по-персонализирани услуги, да задоволяваме нарастващите им изисквания и претенции. И сме щастливи от това, че по-голяма част от клиентите ни се връщат отново и отново. И нещо повече, те са тези, които ни рекламират и препоръчват на своите колеги и партньори, а всички знаем, че рекламата от „уста



на уста“ е най-ефективна.

В края на миналата година хотел BEST WESTERN PREMIER THRACIA стана първият български хотел в топ 30 в Европа в класацията на международния портал за резервации hotel info и изпревари известни туристически дестинации като Санкт Петербург, Истанбул, Загреб и други. За нас това е сериозно признание, тъй като за оценяването са използвани отзивите на повече от 6 млн. клиенти, направили резервации в 250 хил. хотела по цял свят. Освен тази престижна награда хотелът печели четири поредни години най-високата награда на сайта Tripadvisor.com - Travelers' choice. Тази награда се дава на по-малко от 1% от хотелите по света.

- Много ваши колеги се оплакват от нелоялната конкуренция в бранша. Вие как се справяте с конкуренцията?

- Конкуренцията в нашия бранш е много сериозна. Както знаете, само в София през последните десет години се пуснаха в експлоатация десетки нови 3, 4, 5-звездни хотели. Конкуренцията за нас не е заплаха. Напротив, тя е изключително ценна, защото е ключов елемент в пазарната икономика.

Конкуренцията ни стимулира да предлагаме на нашите клиенти по-широк спектър от услуги, с по-високо качество и на по-конкурентни цени. А защо успяваме? Защото когато повечето други хотелиери намаляваха разходите си, ние не направихме компромис с качеството на предлаганите услуги. Защото нашият приори-



тет си остава високото качество.

- Вие сте управлявали освен градски, и морски и планински курорти. Какво мислите за развитието на хотелиерския бизнес в България?

- Да управляваш комплекси с 5-6 хиляди туристи е сериозно предизвикателство за всеки млад човек. Аз имах шанса и удоволствието да работя със собственици на туристически обекти, които отлично познават спецификата на туристическия бизнес, поставихме си ясни цели, изработихме концепция и заложихме стратегически и дългосрочно в развитието на своите хотели, налагайки европейски стандарти. Отдавна мина времето, в което всеки направил лесни пари и търсец бързи печалби, първо строеше хотел, а едва след това мислеше за бизнес план и мениджмънт. Това време безвъзвратно отмина. Сега е времето на професионалистите.

Икономическата конюнктура е изключително тежка за българския туризъм. Проблеми като презастрояване и бетонната инвазия на плажната ивица, липсата на добра инфраструктура, проблемите с ВиК, загуба на традиционни пазари и туристи и, разбира се, конкуренцията на съседните Гърция и Турция са проблеми, които все още чакат своите решения.

Но не бива да губим оптимизма си. Сега е моментът от добрите идеи и намерения да пристъпим към решителни действия. Добра стъпка в тази посока е създаването на Министерство на туризма. С гласуваните от правителството над 5.5 млн. лв. за национална туристическа реклама се надяваме да бъде показана визията на България и позиционирането ѝ на световната туристическа карта. Защото България има всичко, от което се нуждае - неповторима природа и уникална история. [И](#)





Вкус и аромат от
България в Кипър

Бранислава Бобанац, Никозия-София

Фото Имран Сайед

Една тенекия с 4 кг краве сирене била първото, което Любомир Вачев продал в Кипър. Днес, след 7 години работа, фирма „Булчийз“, на която той е собственик, е най-големият български вносител и търговец на наши хранителни продукти в Кипър. Това е най-известната и най-успешна българска компания на средиземноморския остров.

„Вкусният“ български бизнес в Кипър се допълва и от родни аромати. С верига вече от 5 магазина тук присъства известната козметична фирма „Рефан“, която стъпи на кипърския пазар през 2012 г. с официалния си представител българката Татяна Нановска-Филипу. Мирис на рози разпръсква и една от най-младите български фирми в Кипър, която смело стартира в разгара на икономическата криза на острова и за една година стаж Константина Генова вече откри два магазина „Rosesense of Bulgaria“.

Българските фирми на острова са малки и средни предприятия, каквито са и основната част от кипърските компании, на които се крепи икономиката на страната. И българските предприемачи, както и кипърските им колеги, се опитват да оцелеят и да се развиват в условията на тежката финансова и икономическа криза, обхванала страната от 2013 г. С „цени народни“ – достъпни, а дори и по-евтини, отколкото в България, разнообразие и високо качество българските продукти се утвърждават в силно конкурентна среда, на малък пазар /населението на Кипър, без окупираните територии в северната част на острова, е едва 860 000 души/, допълнително свит от ограниченото потребление заради намалелите доходи на населението.

Класиката в експорта

„Магазините ми са пълни, стоката е добра, значи нямам проблеми“, отговаря на кризата с усмивка Любомир Вачев, собственик на „Булчийз“, или както е официалното име на фирмата, „LVK Bulgaria Cheese Ltd“.

Всеки ден над 60 родни предприятия продават продукцията си в Кипър чрез него. На всеки две седмици той изнася 23 тона български месни и млечни произведения, като поддържа над 3000 кода на продукти - най-голямото разнообразие на български стоки сред вносителите им в Кипър. С наши храни зарежда и кипърски супермаркети.

„Булчийз“ е създадена през 2007 г. от двамата братя Вачеви, завършили образованието си в Кипър. Увеличеният поток наши сънародници към средиземноморския остров след влизането на страната ни в Европейския съюз им открил пазарната ниша. Започнали с внос на краве сирене, което дава и името на регистриранта по-късно фирма - „Булчийз“.

Минават от доставки по домовете, през малък склад, до днешните бизнес параметри: 5 собствени магазина, 30 служители, собствена логистика от 7 камиона и собствен голям логистичен център в Кипър, който е най-новата инвестиция и гордост на българската компания. Изграждането му струва 1 млн. евро и той отговаря на всички европейски изисквания, включително с внедрена система за контрол на качеството НАССР, което дава право на фирмата да експортира и да приема всякакви хладилни и дълбоко замразени продукти в Кипър.

Над 90% от продуктите в магазините на „Булчийз“ са от български предприятия, останалата част е за местни производители. Българската верига вече е утвърдила на кипърския пазар традиционните прочути български хранителни стоки, дългогодишна класика в експорта на страната ни. Безспорният хит са киселото мляко, кравето сирене, колбасите. Търсят се и българските консерви, туршии, ракията. Българското вино обаче е скъпо сред евтините испански и италиански вина, с които пазарът в Кипър е наводнен.

Въпреки тежката криза на острова, традиционните ни експортни стоки - хранителни продукти и козметика, удържат стабилни позиции



Любомир Вачев и магазините на „Булчийз“ са най-успешният бизнес на българин в Кипър



„Булчийз“ работи с всички водещи български производители на хранителни стоки. Сред най-големите ѝ партньори са фирма „Елви“ – с киселото мляко „Боженци“, и „Би Си Си Хандел“ – с киселото мляко „Елена“, които са двата най-оборотни продукта в Кипър. В търговската ѝ листа са най-престижните фирми за колбаси като „КЕН“, „Бони оборот“, „Сами-М“, също „Дерони“ с консерви, туршии и лютеница, „Бела България“, „Нова трейд“ (производителят на безалкохолните напитки с марката „Дерби“), с която през март „Булчийз“ подписа договор за ексклузивни права за Кипър, водещите компании за алкохол. За „подслаждане“ на живота на сънародниците ни на острова се „грижат“ със своите шоколадови изделия производителите им във Варна, Горна Оряховица, Велико Търново, Хасково...

Известни български экспортни продукти налага на кипърския пазар и Константина Генова, собственичката на фирма „С. Genova Cosmetics Ltd“. През март първият ѝ „розов“ магазин – с цвета на българската роза, намиращ се на най-оживеното пешеходно място в центъра на столицата Никозия, навърши само една година, но още преди първия рожден ден, през февруари, тя откри и втори магазин в богатия крайбрежен град Лимасол.

Завършилата икономика /публична и стопанска администрация/ и право пловдивчанка представя в Кипър 6 български козметични фирми. Първите, с които започва бизнеса си, са пловдивската „Биофреш“, чийто официален представител е, и софийската „Дори лукс“ – за нея, както и за известната с етеричните си масла фирма „Икаров“ Константина държи изключителните права за Кипър. Единствено тя внася в Кипър продукти на пловдивската „Body Beauty“, успешно работи с „Българска роза“-Карлово и „Зорница“-Казанлък.

Родната козметика на основата на българското розово масло е добре позната и ценена не само от нашите сънародници тук, но и от кипърците, така че вече имаме доста голям кръг клиенти, отчита Константина. В двата магазина те могат да намерят много широка гама от кремове, парфюми, соли, скрабове, шампоани, лосиони, етерични масла...

Въпреки кризата българският бизнес стои стабилно на кипърския пазар най-вече заради

цените и качеството

на родните изделия. Нашите продукти все още са много качествени и евтини, и по двата показателя сме пред кипърските производители, коментира собственикът на „Булчийз“. „Аз работя на големи обороти и ниски цени“, подчертава той. „Не бих казал, че сме търговци на едро, по-правилно е да се каже, че сме логистични партньори на българските продукти на територията на Кипър. Аз не пе-

„Розовият“ магазин в Никозия, както вече го наричат, и Константина Генова - българската козметика е конкурентна на кипърския пазар



челя от продукта, печалбата идва от транспорта. Аз печеля само от отстъпката на заводите“, издава част от тайните на успеха Любомир Вачев.

Тази логистика обяснява защо кофичка кисело мляко в магазините на „Булчийз“ струва само 0.65 цента, а килограм краве сирене „Дунавия“ – 1.99 евро. И това на фона на среден брутен месечен доход на заетите лица в края на 2014 г. в размер на 1758 евро /по данни на Статистическата служба на Кипър/ и при минимална работна заплата от 870 евро.

Заради комбинацията от високо качество, ниски цени и успешна логистика въпреки кризата през последните години фирмата задържа продажбите си на български продукти на стабилно ниво, достигайки 2-2.5 млн. евро оборот – резултат, който Любомир Вачев оценява като много добър.



Българската козметика е с много високо качество, а цените, на които я предлагам, са напълно конкурентни тук, казва и Константина Генова след първата си година на кипърския пазар. Ценовата ѝ политика гарантира достъпни качествени продукти както за хората, които в условията на криза нямат големи финансови възможности, така и за тези, които искат и могат да си позволят повече. Клиентите ѝ могат да купят крем за лице за 2.80 евро от групата на натуралната козметика и за 38 евро от групата на органичната биокозметика.

Кремовете от тази категория на други фирми се продават на кипърския пазар за 80, 150, 220 евро. Отново заради формулата „качество - цени“ младата бизнес дама успява да постигне баланс още през първата година и да покрива всички разходи по издръжката на магазините, транспорта и необходимите средства за следващата месечна поръчка.

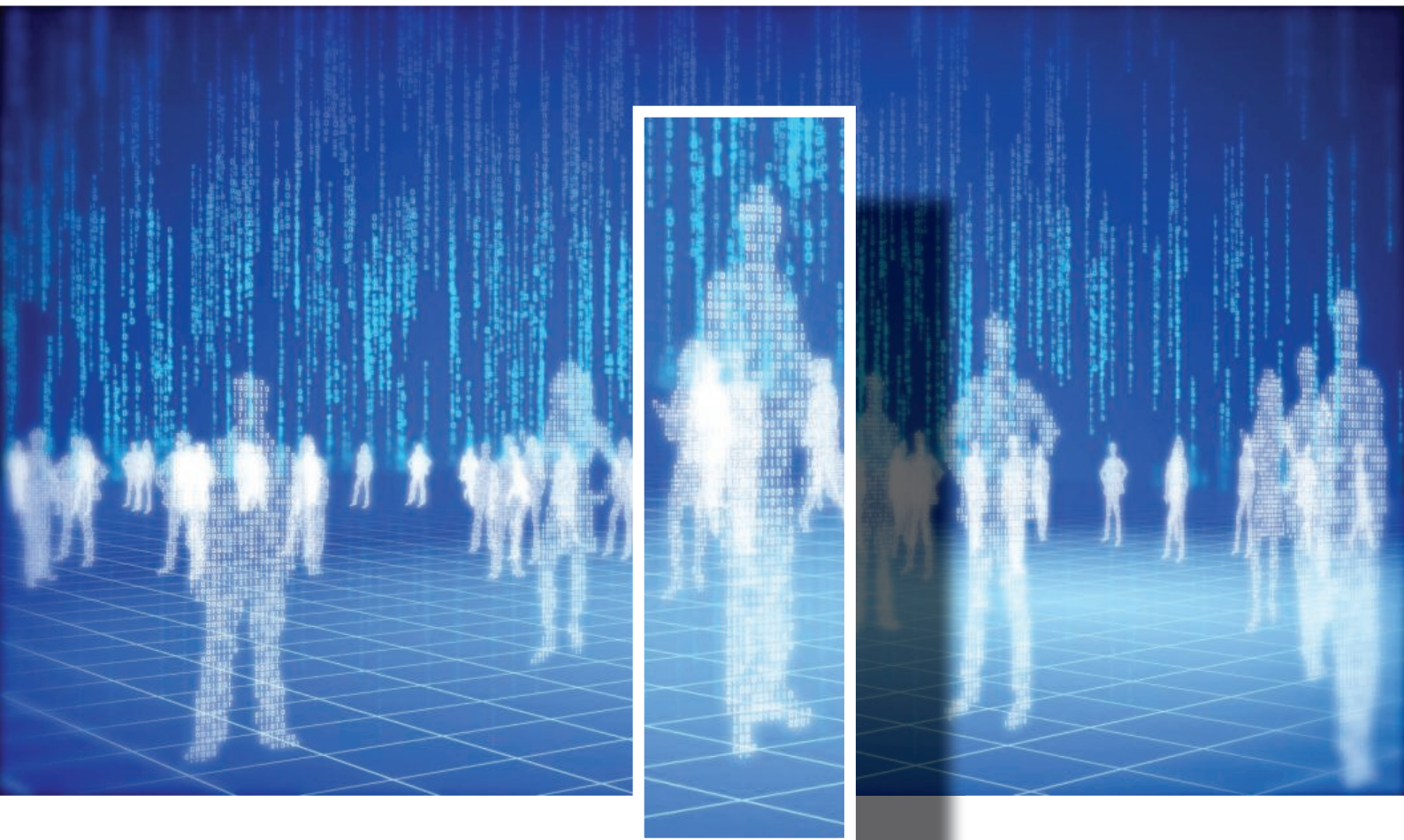
Кипърската криза и българският бизнес

Проблемите с банките в Кипър, които през 2013 г. се озоваха в центъра на кипърската финансова криза, довели и до срив на икономиката, доходите на хората и пазара, неминуемо рефлектират и върху българските предприемачи. Невъзможното банково кредитиране е първата голяма пречка, която посочват Любомир Вачев и Константина Генова. По настояване на тройката международни кредитори и заради огромния дял необслужвани кредити, съставляващ близо половината от кредитния портфейл на банките в Кипър, бяха наложени жестоки ограничения за отпускане на пари. „Ако не застраховаш 110% своя заем, банката няма да ти го отпусне. Как да стане това?“, пита риторично българският бизнесмен. Много високи са и лихвите по отпуснатите кредити - „Булчийз“ изплаща заем с 9% лихва, едва неотдавна тя била намалена с 2%.

С банковите ограничения се сблъскала и Константина. Тя опитала да вземе кредит, но дори и за минималния размер от 5000 евро е трябвало да ипотекира имот – банкерите не са приели като залог стоката ѝ, която надвишава исканата сума. Над нея дори е и поръчката само за една от фирмите, които тя прави месечно. „Всичките ми разплащания вече една година минават през тази банка и тя е наясно със състоянието на бизнеса ми, че той се развива“, коментира бизнес дамата. Сега тя кандидатства за заем през клона на ЦКБ в Кипър, опитва се да получи финансиране и по европейски програми за насърчаване на предприемачеството на жените. Въпреки трудностите обаче, определено в Кипър е по-лесно да се прави бизнес, отколкото в България, където бюрокрацията задушава малкия и средния бизнес, смята Константина Генова.

„Кризата ни носи по-високи такси, данъци, по-скъпо гориво – само за две седмици през март бензинът в Кипър поскъпна с 15 цента, по-високи акцизи, увеличиха се и социалните осигуровки, а от друга страна потреблението се сви, ние трябва да намаляваме разходите на фирмите, да съкращаваме хора“, изброява още от негативните ефекти Любомир Вачев. Един от пътищата да се справят с тях е да намаляват дистрибуцията и да увеличават магазините си, смята той. Загова и новият проект, който собствениците на „Булчийз“ искат да реализират тази година, е за развитие на онлайн търговията и откриване на онлайн магазин.

„Ние, българските инвеститори в чужбина, които искаме да помагаме на българските предприятия да продават на външни пазари, не виждаме българската държава в последните 10 години да промотира българските продукти, няма стратегия. Искаме държавата да защити родното производство, както това правят Франция, Белгия, Холандия“, настоява най-успешният български бизнесмен в Кипър. **И**



Телепортиране в бъдещето

Опитите за мигновено преместване на хора и обекти в пространството продължават, но не е ясно дали човечеството някой ден ще получи достъп до тази технология

Телепортацията е свръхспособност, която позволява придвижване в пространството, а може и във времето. Тя ще е начин за лесно преместване на хора и обекти от едно на друго място. Засега обаче остава по-скоро мечтата за технологичен напредък на човечеството, отколкото реална възможност. Но търсенията в тази посока продължават.

Яна Колева

Телепортацията на физически обекти вече е една стъпка по-близо благодарение на ново устройство, наречено Scotty. С помощта на 3D печат то може да „телепортира“ предмети на разстояние. Разработено е от германски учени от Hasso Plattner Institute, съобщи Daily Mail. Технологията на работа е следната: 3D принтер прави цифрово изображение на обекта, като го сканира слой по слой, унищожава го, изпраща криптирана инструкция до втори принтер, който „разпечатва“ предмета на друго място. Трябва само да се постави обект в устройството, да се избере получател и да се натисне бутон „премести“. Така обектът се изпраща за разпечатване на друго място. Засега устройството може да телепортира пластмасови обекти и то само в един цвят.

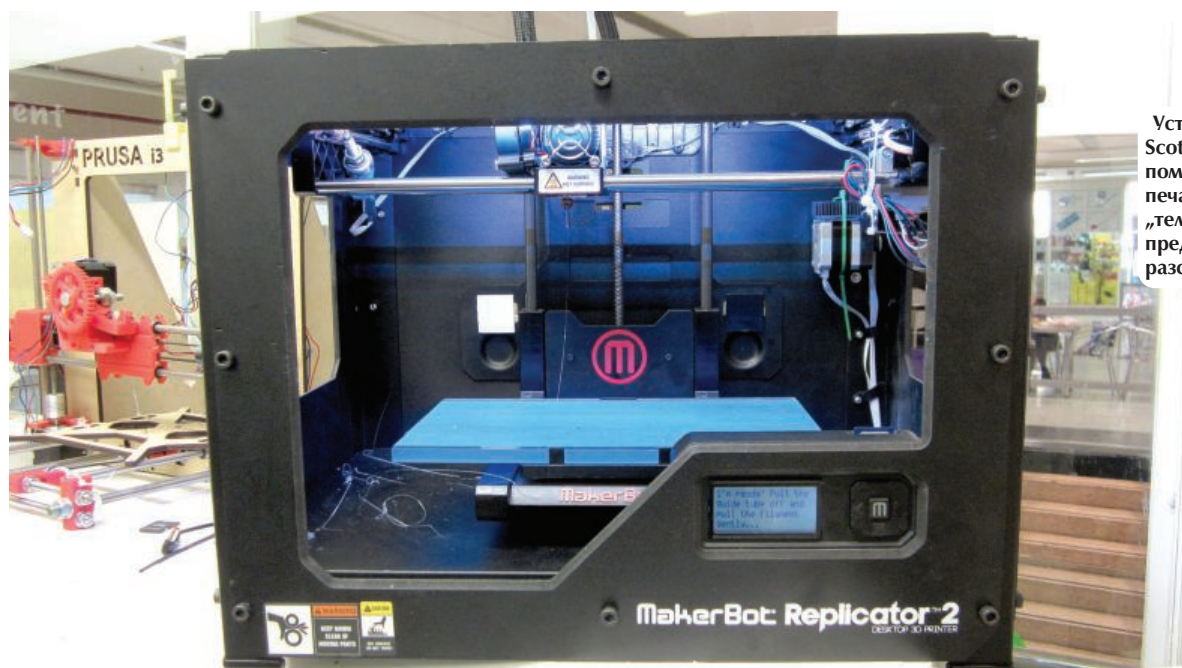
Научна фантастика

Терминът „телепортация“ за първи път е използван от американския писател и изследовател на паранормални явления Чарлз Форт. Това става през 1931 г. в неговия научнофантастичен роман „Lo!“. В следващите години методът на телепортирането става изключително популярен в научната фантастика. Писателите описват „телепортирането“ като незабавно транспортиране на хора през пространството с помощта на напреднала технология. В последните няколко десетилетия идеята за трансфера на хора и обекти от едно място на друго се

доразвива в много книги и филми. Човечеството е заинтригувано от невероятните възможности, които би предложила телепортацията. Терминът „телепортация“ набра известност след излъчването на американския фантастичен сериал „Седмортката на Блейк“. Популярност за аудиторията има и транспортерът, използван във филмовата поредица „Стар Трек“.

Методи

Най-просто казано, телепортацията е пътуване през пространството и времето. Това на практика е дематериализиране на обект от едно място и изпращането на детайлите за точната му атомна структура другаде, където обектът бива реконструиран. Това елиминира времето и разстоянието като фактор и можете да се озовете на всяко едно място само за миг. Съществуват два основни метода на телепортиране. Единият метод е основан на класическата представа - прехвърляне на обекта през пространството. При другия метод обектът се копира на мястото, където трябва да се прехвърли, и след копирането оригиналът се унищожава. През 2004 г. екип от австрийски и американски учени прави пробив в квантовата физика, след като успяват да телепортират атом. С помощта на лазерен лъч изследователите предават информация за свойствата на една частица на друга, която се намирала на значително разстояние. В резултат на това се получава точно копие на изходния атом.



Устройството Scotty, което с помощта на 3D печат може да „телепортира“ предмети на разстояние

Експерименти

Руски изследователи смятат, че процесът на телепортацията на предмети и дори на живи същества може в обозримо бъдеще да бъде овладян. Според акад. Пьотр Гаряев това явление открива пред науката нови перспективи. Въз основа на него ще може да се създават светлинни радиовълнови копия на всякакви материални обекти и практически моментално да се предават на огромни разстояния. „По принцип е възможно и човекът да бъде „записан“ със светлина, да бъде „разглобен“ на радиовълни и в такъв вид да бъде пренесен навсякъде. А след това този така наречен „радиопортрет“ може отново да бъде превърнат в светлинен образ“, твърди ученият. Някои от успешните експерименти, които той прави, са свързани с телепортация на лечебна информация в информационните структури на човека. Това може да даде ново бъдеще на медицината.

Квантов пренос на данни

Опитите за обмен на квантова информация между два обекта, разделени на разстояние, са на път да преодолеят една от пречките за телепортацията. „Ключът“ към загадката вероятно е в теорията на квантовото заплитане между две или повече субатомни частици, които са неразривно свързани – една от най-спорните теории в модерната физика. Квантовото заплитане е сред най-загадъчните явления, което Айнщайн нарича „призрачно взаимодействие от разстояние“. То се проявява, когато двойка частици или група частици са подложени на определено въздействие и те започват да се проявяват като едно цяло. Ако направите така, че да се промени

посоката на въртене на едната от тези две частици, според теорията на заплитането другата частица веднага ще отговори на промените и ще стане така, че винаги двете да остават с обратни посоки на въртене. Квантовата телепортация на практика може да помогне в създаването на сигурни и бързи комуникационни канали, които също ще бъдат и изключително бързи. То напомня за ансибъла (устройство, позволяващо комуникиране със скорост, по-бърза от светлината) от романа „Светът на Роканон“ на Урсула Ле Гуин. Някои физици оспорват, че такова устройство може да бъде създадено.

Паранормално

Науката признава възможността за телепортация на предмети и хора и усилено работи в това направление. В същото време обаче има потвърждения, че известни йоги в Индия и тибетски ламы владеят телепортацията. Регистрирани са факти, когато един и същ учител едновременно е присъствал на няколко отдалечени едно от друго места, водейки беседи със свои ученици. Има и редица невероятни случаи, които само показват, че съществуват паралелни светове и е възможно светкавичното преминаване от един в друг – нещо като пътуването във времето.

Телепортирането би било повратна точка в развитието на човечеството и би променило цялостната активност на земята. Съвременната наука продължава да прави опити в тази област. Дали в обозримо бъдеще учени и изобретатели ще намерят достъп до тази технология, може само да гадаем. **И**



В сериала „Стар Трек“ използват транспортер за телепортиране

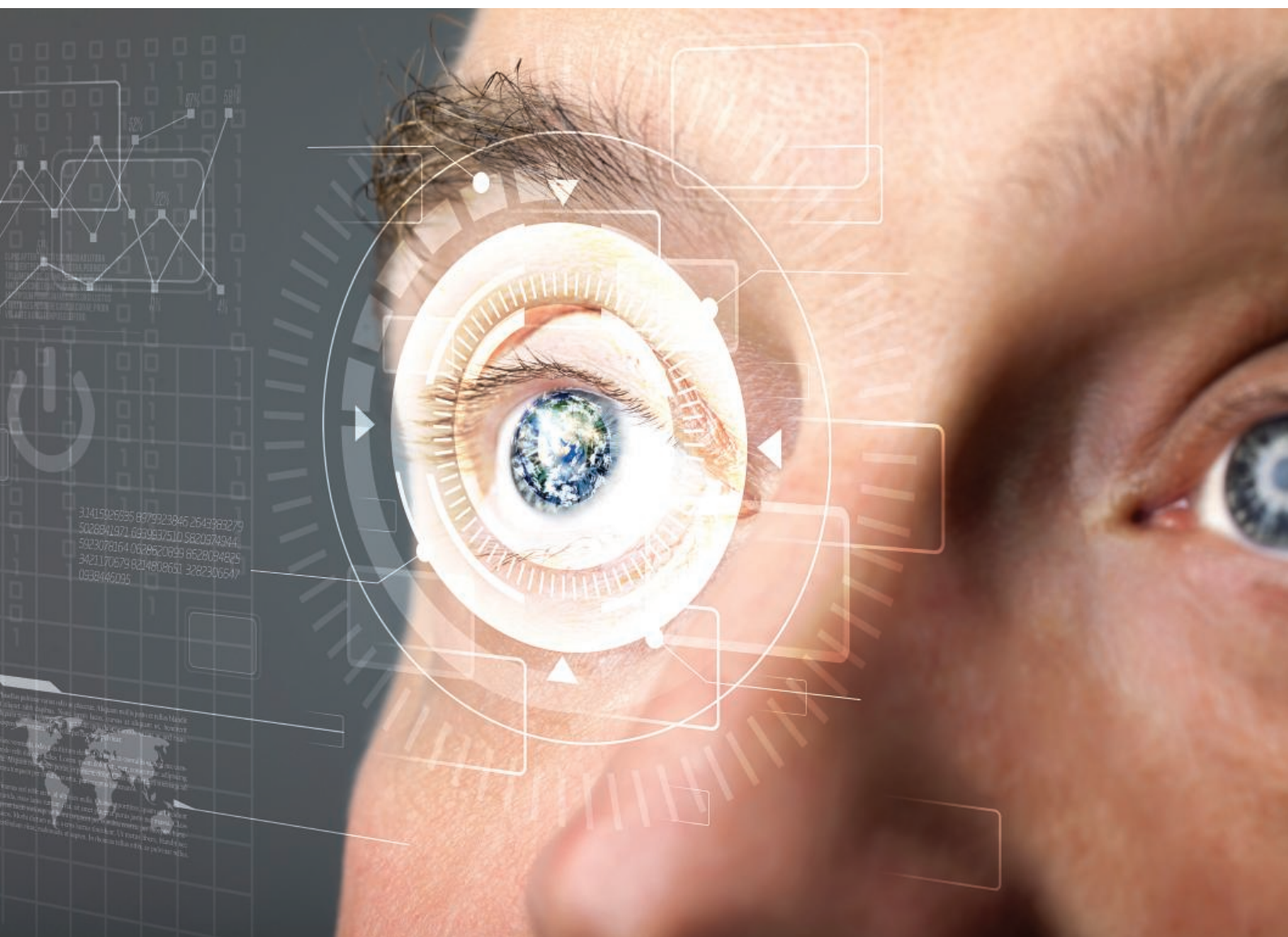
Феномени

ЧОВЕКЪТ, КОЙТО МИНАВА ПРЕЗ СТЕНИ

За феномена телепортацията има реален пример. Полякът Януш Квалежек е имал мистериозни способности. Роден е през 1880 г. и още 10-годишен предизвиква изумление. Един ден играе футбол с приятели недалеч от железопътната линия и топката се озовава на релсите, само на метри от приближаващия се влак. Януш се затичва след нея, но вместо да загине под локомотива, по необясним начин изчезва сред облак пара и се появява на няколко метра встрани от линията.

Впоследствие за необикновената си способност плаща скъпо, тъй като постоянно е арестуван по обвинения в кражби. Озовавайки се в различни затвори, изчезва необяснимо дори и от най-добре охраняваните килии. Именно зад решетките през 1922 г. среща физика Хенрих Шоколски, който се заема да изследва необикновените му способности. Той излага хипотезата, че около Януш възниква особено енергийно поле, което приборите не регистрират. Благодарение на него тялото му губи обичайните си материални свойства. Изследванията приключват, след като един ден Януш изчезва през една стена, но така и не се появява отново от другата ѝ страна. Конвенционалната наука така и не успява да разгадае мистериозната му тайна. **И**

Архитекти на предстоящото



Бъдещето е като вълна, която ни буца напред, но може и да ни погуби, предупреждава футурологът Джероум Глен

Наричат футуролозите архитекти на бъдещето. Те добре познават технологиите, следят тенденциите, анализират фактите, правят предвиждания и умеят да се изненадват, без видимо да показват това.

Яна Колева

Футуролозите за-виждат на писателите фантасти, тъй като те имат свободата да „проектират“ реалност, която други след тях може да осъществяват. Така например през 1964 г. Айзък Азимов е направил предвиждане за света след 50 години във вестник „Ню Йорк Таймс“ и през 2014 г. тази прогноза е на 100% реалност: „Комуникациите ще напреднат и ще позволяват да виждате събеседника си, докато говорите по телефона. При това неговият екран ще може да се използва и за работа с документи, снимки, четене на книги. Космическите спътници ще позволяват да позвъните във всяка точка на земята само чрез набиране на необходимия номер, дори и на антарктическата станция.“ Но това, което е позволено на фантастите, не е разрешено на футуролозите. Те трябва да притежават умение да свързват настоящето с реални данни и да правят заключения за развитието с проекция във времето.

Сценарии

„Технологиите са нещо все по-важно, но не бива да мислите, че зная какво точно предстои. Някои от сценариите вероятно ще се случат. Опитвам се да разсъждавам логично, но истината е, че ние, футуролозите, не знаем истината за бъдещето“, признава Джероум Глен, съосновател на глобалната мрежа за изследване на бъдещето „Милениум проджект“. Според него не бива да се плашим и да изпадаме в паника от възможните сценарии за всичко, което предстои. Най-важният въпрос е дали ще оставим бъдещето да ни връхлети, или ще действваме изпреварващо.

Сърфирай умело

„Бъдещето е като вълна, която ни бута напред, но може и да ни погуби. Светът се променя под краката ни. Сегашният преход е по-различен отпреди, дори и от индустриалната революция. Още през 80-те години ми казваха, че никой няма да ме чуе и само който



Нанотехнологиите и 3D принтерите може да предизвикат нова технологична революция, смята футурологът Джероум Глен

се занимава с компютри, ще е наясно с тях - разказва Джероум Глен. - Но сега вече може да се предвиди, че през 2030-а всички ще сме свързани в добре развита глобална мрежа, ще има изкуствен интелект, който ще може самостоятелно да пише и да подобрява собствения си код. Той ще реагира на сензорната мрежа на глобално ниво и ще става обмен.“

Следващ бум

Нанотехнологиите и 3D принтерите предвещават бум, който може да доведе до нова технологична революция, в това число и в космическите технологии. Според Джероум Глен вероятно човекът ще може да живее в различни реалности, това би могло да става с едни прости наглед очила, с които ще се влиза в друга реалност. Времето е измерител на движението и когато имаме повече начини да го усещаме, ще може да преминаваме от една реалност в друга. Всеки ще може да има аватар, който да е негов двойник. Той ще е същият като отражението ни в огледалото, но ще има други функции.

Биоинженери

Синтетичната биология ще си проправя път. Отдавна се говори за генно инженерство, което променя вида. За разлика от него синтетичната биология ще произвежда нови видове, каквито не са съществували на земята. Както има генетичен код, така и писането на софтуер изисква код. Чрез синтетичната биология може да се променят технологиите, които човечеството ще ползва занапред. Дали обаче няма да минем от-

въд предела на позволеното...

Кой ще работи

До 2050 г. населението ще достигне 9 млрд. души. Този факт според Джероум Глен вещае, че трудът и заетостта също ще са проблем и в бъдещето. Ако технологиите продължат да се развиват с предвидимото темпо, не се ли промени подходът, то над половината човечество ще е без работа. Какво ще правят правителствата при 50% безработица, която може да се окаже близка реалност, пита футурологът и обяснява: „През интернет в момента имаме достъп до над 3 млрд. души. Всеки ден може да измисляме нещо, което да им предложим, както и те на нас. В миналото да имаш работа, означаваше да ходиш до предприятието, сега не е необходимо да си в офиса, може да работиш и от дистанция.“ Според Джероум Глен винаги ще има скептици и е добре да ги чуем, защото може да обърнат внимание за грешки в метода на прогнозите. Но дотам, защото развитието става благодарение на идеи, често граничещи с лудостта. [И](#)

ПРОЕКТ НА ХИЛЯДОЛЕТИЕТО

Millennium Project цели по-доброто бъдеще на човечество. Той подобрява мисленето за бъдещето и показва резултатите от различни изследвания и прогнози. Глобалната мрежа от клонове, информация и софтуер създава своеобразна общо-планетарна интелигентна система за изследване на бъдещето и подобряване на перспективите пред човечеството. Докладът „Състоянието на бъдещето“ има 15 индекса, които обобщават основните възможности и предизвикателства, пред които светът е изправен. В някои страни те се ползват като алтернативни индекси на показателите за БВП. Българският клон цели да създаде и привлече общност, която да води дебати за бъдещето. Той ще изготвя анализи и прогнози в различни сфери, ще чертае стратегии как чрез поставяне на цели да се достигне до желаното бъдеще. [И](#)

Силните идеи движат развитието

Футурологията се стреми да развива методи, чрез които да се прогнозираат различните ходове на бъдещето. За нея може да се говори чрез квантовата теория и да се твърди, че всяко събитие има множество разклонения, които тръгват в различни посоки и поражда процеси, алтернативни на нашия свят,



Мариана Тодорова

обяснява футурологът Мариана Тодорова, съосновател на българския клон на „Милениум проджект“. Според нея безпристрастният поглед в бъдещето помага да излезем от хватката на миналото. Ако не разчетем правилно уроците му, ще имаме грешен подход към бъдещето. Силните идеи за бъдещето са мощна движеща сила за всяко общество. Повечето промени в света пряко засягат и България и от нашата информираност зависи дали новостите ще ни връхлетят, или ще ги посрещнем със стратегия за управление на промяната. В парламента на Финландия например има комисия по въпросите на бъдещето и всяка нова мярка се съгласува с нея.

Човечеството е в популационна динамика – от висока раждаемост и висока смъртност се преминава към по-ниска раждаемост и по-ниска смъртност. През 1955 г. средната продължителност на живота е била 49 години, а сега е 70,5 години. Увеличаването на населението и развитието на т. нар. консуматорско общество е ясен знак, че ресурсите на земята ще



Боян Иванчев

намаляват. С напредъка на технологиите и усъвършенстването на медицината се очаква средната възраст на живота да расте. В света 85 души имат собственост, колкото половината човечество. Това създава чувство за социално неравенство. Според изследване в 110 страни 70% от хората са недоволни от ста-

туквото и това е глобална, а не локална ситуация. Интернет дава възможност да се обединяваме около каузи, в някои от които има възможност да се включат хора от цял свят, и това е нова форма на демократичен натиск, породен от недоверието в институциите. Изследвания доказваха, че един от най-мощните инструменти за ускорено социално и икономическо развитие е овластяването на жените. Това е политика, насочена към бъдещето, смята още Мариана Тодорова. Технологичните и научните постижения изпреварват моралните нагласи и те имат преднина пред възможността да се обсъди дали нещо е полезно или вредно за обществото. Стои въпросът етично ли е да клонираме или да принтираме чрез 3D принтер органи, етично ли е да съживим динозаврите или да изобретяваме оръжия, унищожителни за планетата, с все по-голяма сила стои въпросът за технологичния абсолютизъм. По думите на Боян Иванчев, също съосновател на „Милениум проджект“, е нужно да си отговорим дали е редно на всяка новост да гледаме само през призмата на ползата. [И](#)

В света на софтуерните приключения



Елена Маринова с екипа си

*За да е сред лидерите в
технологичния бизнес,
„Мусала Софт“ направи
център за иновации*

През 2015 г. мобилните телефони са неразделна част от нас. На родените през последните 15-ина години изобщо не им хрумва, че е имало живот и без „ало-ало“ в смартфона. Страните от Третия свят, където няма изградени фиксирани мрежи, директно прескачат в мобилната ера. За да са в челните редици, технологичните компании обаче трябва да са гъвкави и постоянно да намират решения на поредицата от нововъзникващи проблеми.

Яна Колева

Фото Стоян Йотов

В България покритието с мобилни телефони е 140%, което означава, че се падат по почти един и половина телефона на човек, а статистиката на търговците показва, че хората сменят GSM-а си средно 1 път на две години. Умните машинки предлагат все повече екстри, което означава, че технологичните компании непрекъснато правят иновации.

Проблеми и решения

Информационните системи са присъща част от всеки значим бизнес. Те изискват непрекъсната поддръжка и развитие, а и постоянно се натрупват проблеми, които множество клиенти в дадена индустрия срещат, но всеки от тях поотделно не може да оправдае инвестиция в собствено технологично решение. Това например кара водещите софтуерни компании да развиват платформи, които да са от полза на множество бизнеси. „В работата си виждаме проблеми, които са повторяеми и трудно разрешими без наличие на адекватни инструменти. По този начин се роди нашият Център за приложни изследвания и разработки“, разказва Елена Маринова, президент на „Мусала Софт“. Ключовите специалисти, които работят в това иновативно звено, трябва да имат малко по-различно мислене, защото там няма ясен план и дори ясни цели. Всичко е „проба-грешка“ и все пак трябва да се постига реален резултат. В началото си мислели, че като включат хора от академичната общност в проектите си, те ще дадат ноу-хау как се работи по научно-приложни теми. Оказва се обаче, че трябва сами да намират, да откриват и да подреждат доста от процесите, защото това не са нито обичайните бизнес ситуации, нито обичайните академични практики.

Изгубени в кода

Преди 5-6 години „Мусала Софт“ се заема с голям миграционен проект за текстилния бизнес на Едуардо Миролио. Софтуерните специалисти се сблъскат с огромно количество системи с около 8,5 милиона реда код, писани и пренаписвани в течение на десетки години, без документация и с изгубена връзка с хората, които са ги създавали. Всичко това е скъпо за поддръжка и е непредвидимо, но пък на него се базира бизнесът на компанията. При този гигантски обем анализът на кода и извличането на логиката от него се оказва проблем. Така създават група, която се фокусира в научни изследвания по тази тема. Тя създава платформа за автоматизиран анализ на код и извличане на бизнес логика.

Покажи ми всичко


С бума на умните устройства с различни размери идва и предизвикателството сложна и обемна информация да се представи върху малък екран с варираща големина. И това става друго направление в изследванията на „Муса-

ла Софт“. Под кодовото име КОПИП (Контекстно ориентирано представяне на информационно пространство) екипът по иновации показва информацията по красив и удобен начин.

Автоматизация

Да бъдеш специалист по качеството може да е физически изтощителна работа. Един от куриозните случаи, който в „Мусала Софт“ изпитват на свой гръб, е, когато разработват приложение за следене постиженията на скиор, който се спуска по ски писта. Начин да симулират карането на ски е да слизат по етажите на сградата, в която е техният офис, и да следят развоя по „ски пистата“. Самият процес на мобилна разработка представлява серия от пазарни реализации на версии на продукта, които постепенно добавят нови функционалности, подобряват съществуващия софтуер и изчистват дефекти. При всяка нова версия е нужна пълна валидация на приложението. Това значи, че тест екипът трябва да премине през всички очевидни начини за употреба на приложението - например през мобилния интернет на устройството (3G), още веднъж през домашен интернет (Wifi), после при липса на какъвто и да интернет... Андроид поддържа около 3000 различни вида екрани. Валидацията изисква прекалено много усилия. Затова екипът по иновациите в „Мусала Софт“ стига до заключението, че е по-добре да инвестира в автоматизация за тестовете, която да улесни разработчиците на мобилни приложения.

Винаги има начин

В един от първите им проекти за Deutsche Telekom преди няколко години екипът по осигуряване на качеството установява, че не съществува платформа за автоматизирано тестване на мобилни приложения при ставащите все по-типични ситуации, като изтощена батерия, лошо покритие, използване на датчици, входящи обаждания и т. н. Липсата на такова решение става повод да създадат АТМОСФЕРА (Автоматизирано тестване на мобилен софтуер с физическа емуляция за разпределена архитектура) и да намерят решение на проблема. Платформата дава възможност на разработчиците на мобилни приложения да пуснат пакета си от тестове на всички устройства, версии на операционната система, екрани, променлива среда, и да видят реалните резултати. Това е и първият продукт на изследователския център на „Мусала Софт“, който вече заживява собствен живот в търсене на следващи инвестиции и пазарно позициониране. А и вече е носител на награда - при връчването на годишните отличия на БАИТ получи приз в категория „Мобилни решения“. Освен това двама от ръководителите на това иновативно звено – Хараламби Хараламбиев и Димитър Иванов, са носители на наградата за приложни изследвания „Джон Атанасов“, давана от българския президент. 

Клетъчните комуникации превземат икономиката

Посланието от Световния мобилен конгрес е повече от ясно: след като овладяха света на медиите и развлеченията, смартфоните вече навлизат в сегмента на автомобилите, здравеопазването, разплащанията, градоустройството и домовете ни



Александър Александров, Барселона-София

Интернет на всичко“ (Internet of Everything) - това беше един от най-често повтаряните термини по време на тазгодишния Световен мобилен конгрес в Барселона. Концепцията е продължение на „Интернет на нещата“ (Internet of Things) и има за цел да покаже, че много скоро дигиталните комуникации ще свържат всеки аспект от живота ни – нашите домове, автомобили, офиси, предприятията, улиците, градовете и собствените ни тела. Многобройни сензори навсякъде около нас ще предават информация за температурата, нивото на замърсяване на въздуха, сърдечния ритъм, състоянието на машините в предприятията и ще ни казват дори дали каскията на цветето у дома е суха и то трябва да се полее.

Десетото издание на Mobile World Congress се проведе в началото на март и по традиция събра в испанския град представители на телеком сектора, онлайн индустрията и медиите, сред които и журналист на сп. „Икономика“. Това, което направи впечатление, е, че водещите теми в лекционната програма и изложението тази година далеч надхвърлиха сегмента на телекомуникациите, навлизайки в сфери като мобилното здравеопазване, свързаните автомобили, интелигентните градове и домове, търговията, маркетинга и разплащанията. Посланието на сектора е ясно: мобилните оператори и производителите вече не виждат достатъчно възможности за ръст при традиционните услуги като преноса на глас и кратки съобщения, което изостря апетита им към редица други икономически и обществени сегменти. Технологиите за „Интернет на нещата“ и

комуникацията между машини

(machine-to-machine) вече са тук, а с тях мобилният бранш може да промени всеки традиционен сектор и представителите на статуквото в нито една индустрия не бива да се чувстват спокойни.

Затова и ако в деня преди официалния старт на конгреса най-голямо внимание привлякоха презентациите на новите устройства от компании като Samsung, HTC, LG и Huawei, то през следващите дни фокусът беше върху лекционни панели като „Свързан живот“ (Connected Living), „Маркетинг, медии и реклама“, „Здраве и уелнес“ (Health and Wellness) и дигитална търговия. Вероятно това обяснява и рекордния брой посетители на тазгодишния мобилен форум в Барселона – над 93 000 души, като редом със специалисти по мобилни устройства и стандарти, разработка на приложения и онлайн услуги,

през тази година имаше голям брой представители на банковия, автомобилния, здравния сектор и редица други сфери. Ето и някои от по-значимите тенденции, които се откриха на форума:

Конкуренцията в мобилните разплащания се ожесточава

Ден преди официалното откриване на конгреса, на своята предшестваща пресконференция Samsung представи новата си услуга Samsung Pay, която ще работи с устройства на компанията и ще бъде позиционирана като конкурент на платформите на Google и Apple. Разработчикът на софтуер за сигурност Delta ID от своя страна анонсира иновативна система, наречена



Конкуренцията в мобилните разплащания се ожесточава, след като в нея се включи и Samsung с новата си услуга Samsung Pay

ActiveIris Technology, която позволява на потребители на смартфони, планшети и лаптопи да правят разплащания чрез сканиране на ириса на окото. Припомняме, че сходни биометрични решения вече предлагат Apple (Touch ID) и Google (Android Face Unlock), а китайската ZTE използва мобилния конгрес, за да представи собствена платформа за разпознаване на очи.

Най-популярната компания за алтернативни разплащания – PayPal, която е част от групата на eBay, показа, че има намерение да доминира и в мобилния сегмент. В рамките на телеком събитието тя анонсира ново решение за плащане през смартфон, базирано на стандарта за безжична комуникация от близко разстояние NFC (Near Field Communication).

Мобилна търговия

Много от ключовите играчи в сектора представиха

на тазгодишното издание на конгреса своята визия за развитието на мобилната търговия (m-commerce). Извършването на дигитални продажби отдавна не е новост, но бързото навлизане на „носимите“ технологии и т.нар. „разширена реалност“ (augmented reality) променят правилата на играта. Представената за първи път миналата есен технология iVeason, базирана на Bluetooth 3.0, също беше сред интересните теми на конгреса, с редица продукти и търговски решения, базирани на нея.

Битката за развиващия се свят

Въпреки че ние едва ли можем да си представим живота без интернет, истината е, че днес две трети от хората по света, които са около 4 млрд. души, нямат достъп до мрежата. Затова и целта на някои от най-големите онлайн корпорации, включително Facebook и Google, е да приобщи населението на развиващия се свят към „глобалното село“. Марк Зукърбърг за втора поредна година беше сред лекторите на мобилния конгрес, призовавайки телеком операторите да вложат повече усилия в изграждане на уеб покритие в слабо развити региони на планетата и дори да предложат някои базови услуги безплатно, за да може повече хора да направят своя първи досег с интернет и да се убедят в неговите предимства. Според основателя на Facebook, ако направят това, телекомите биха могли да си възвърнат средствата от различни допълнителни услуги.

И ако компании от ранга на Facebook влагат усилия в свързаността, то редица производители, включително Microsoft и Sony изглежда са се насочили към разработката на нискобюджетни смартфони, които са достъпни за населението в развиващия се свят. Още през първия ден на мобилния форум гигантът от Редмънд представи нови модели смартфони Lumia, които ще се предлагат на цени около 250 щ. д. и дори по-ниски. Наследявайки един добре разработен пазар от Nokia, чието подразделение за телефони придоби наскоро,



Марк Зукърбърг за пореден път призова телеком операторите да покрият с интернет слабо развитите региони на света

Microsoft, изглежда, ще залага все повече на ниския и среден сегмент, за да разширява своя пазарен дял, без да влиза в директен сблъсък с модели от висок клас като iPhone и Samsung Galaxy S6.

Петото поколение мобилни услуги

В рамките на форума някои от най-големите оператори и производители на мрежово оборудване в света се обединиха около стратегия за развитие на клетъчните стандарти от пето поколение - 5G. Техните усилия бяха подкрепени и от европейския комисар Гюнтер Йотингер, който заяви, че Европа има намерение да играе ключова роля в налагането на новите стандарти. Въпреки ентузиазма в тази насока обаче остава въпросът какво точно ще представлява петото мобилно поколение, а много от присъстващите бяха затруднени да отговорят. Защото ако първата генерация се е отличавала с това, че технологиите са били аналогови, втората - с въвеждането на цифрови стандарти, а третата - с това, че е широколентова, то следващите поколения мобилни услуги имат все по-малко принципни различия. Днес вече често се спекулира с термини като 5G, 4.7G, 4.6G, но става все по-трудно да се направи концептуална разлика между тях, когато става въпрос за реалната стойност за потребителите. [И](#)



„Интернет на всичко“ беше основната тема на Световния мобилен конгрес в Барселона

Интернет

ПОД ЗАПЛАХА



Изходът от битката за мрежовата неутралност ще определи дали ще живеем в свят с отворен достъп до информация, или ще получаваме от операторите различни орязани версии на глобалната мрежа в зависимост от техните конкретни интереси

Александър Александров

Вероятно не са много българите, които са обърнали внимание на едно решение на американската Федерална комисия за далекосъобщения от 26 февруари, с което се забранява на телекомуникационните оператори да блокират определени сайтове или да приоритизират достъпа до други. Решението, което не беше отразено от повечето български медии, всъщност има ключово значение за бъдещето на глобалната мрежа и начина, по който сме свикнали да получаваме достъп до информация. На практика то представлява кулминацията на една дългогодишна битка между далекосъобщителния регулатор и най-големите оператори в САЩ относно това дали в бъдеще ще разполагаме с достъп до интернет във вида, в който го имаме днес, или само до орязани версии на глобалната мрежа, съобразени с конкретните интереси на всеки интернет доставчик.

За какво става въпрос?

Още когато през 1990 г. британският физик Тим Бърнърс-Лий създава интернет в неговия сегашен вид, с уебсървъри, на които се публикува информация, и уеб браузъри, чрез които всички ние я достъпваме, той залага в самата му основа принципите на отворен достъп, независим от различните мрежи и крайни устройства. Това на практика означава, че всеки потребител, без значение дали използва компютър, телефон или друго свързано устройство, може да отвори всеки уебсайт посредством всяка една оптична, медна, безжична или друга интернет мрежа. Звучи съвсем естествено и днес дотолкова сме свикнали с този принцип, че го възприемаме едва ли не за даденост. Нещо като достъпа до въздух и слънчева светлина. Именно той обаче ще бъде променен, ако телеком операторите надделеят в спора с американския секторен регулатор.

Разбира се, има уебсайтове, които просто не трябва да бъдат достъпни в мрежата, например такива, проповядващи насилие, расизъм, съдържащи детска порнография или материали за производството на бомби в домашни условия. Достъпът до тях обаче се спира не по преценка на компаниите в сектора, а при поискване от страна на компетентните органи. Има и държави, в които операторите ограничават много по-широк спектър от онлайн услуги и сайтове – например Китай, Иран и Северна Корея. Те обаче трудно могат да се нарекат демо-

кратични и едва ли техният модел на регулация е този, към който се стремим.

Отворена глобална мрежа

Тим Бърнърс-Лий създава платформа, която е допринесла за появата на стотици успешни онлайн компании, спомогнала е за развитието на хиляди други бизнеси във всички икономически сегменти и е променила живота ни. През последните десетилетия откритието му направи истинска революция в икономиката, развлечението, образованието, достъпа до всевъзможно познания, музика, филми и т.н. Въпреки това ученият не забогатява от своето изобретение, а го предоставя безвъзмездно на човечеството. За сравнение създатели на различни онлайн услуги, базирани на неговата технология, като Марк Андрийсън, Джери Янг и Дейвид Фило, Сергей Брин и Лари Пейдж, Марк Зукърбърг, Джеф Безос и много други стават милиардери от това, което са направили. Докато за Тим Бърнърс-Лий остава успокоението да бъде уважаван лектор и автор, ръководител на консорциума World Wide Web и носител на неформалната





титла „баща на интернет“, който обикаля различни конференции и, освен всичко останало, не пропуска да призове за запазване на мрежовата неутралност.

Оператори срещу онлайн корпорации

Разбира се, колкото и значимо да е творението на Бърнърс-Лий, неговите усилия сами по себе си не биха могли да осигурят на всички нас използването на информационната мрежа. Това става възможно благодарение на дейността на стотици интернет доставчици и телекомуникационни оператори, които инвестират много, за да можем днес да имаме достъп до мрежата, както и на иновативността на не по-малко на брой онлайн компании, разработили услугите, които осмислят този достъп.

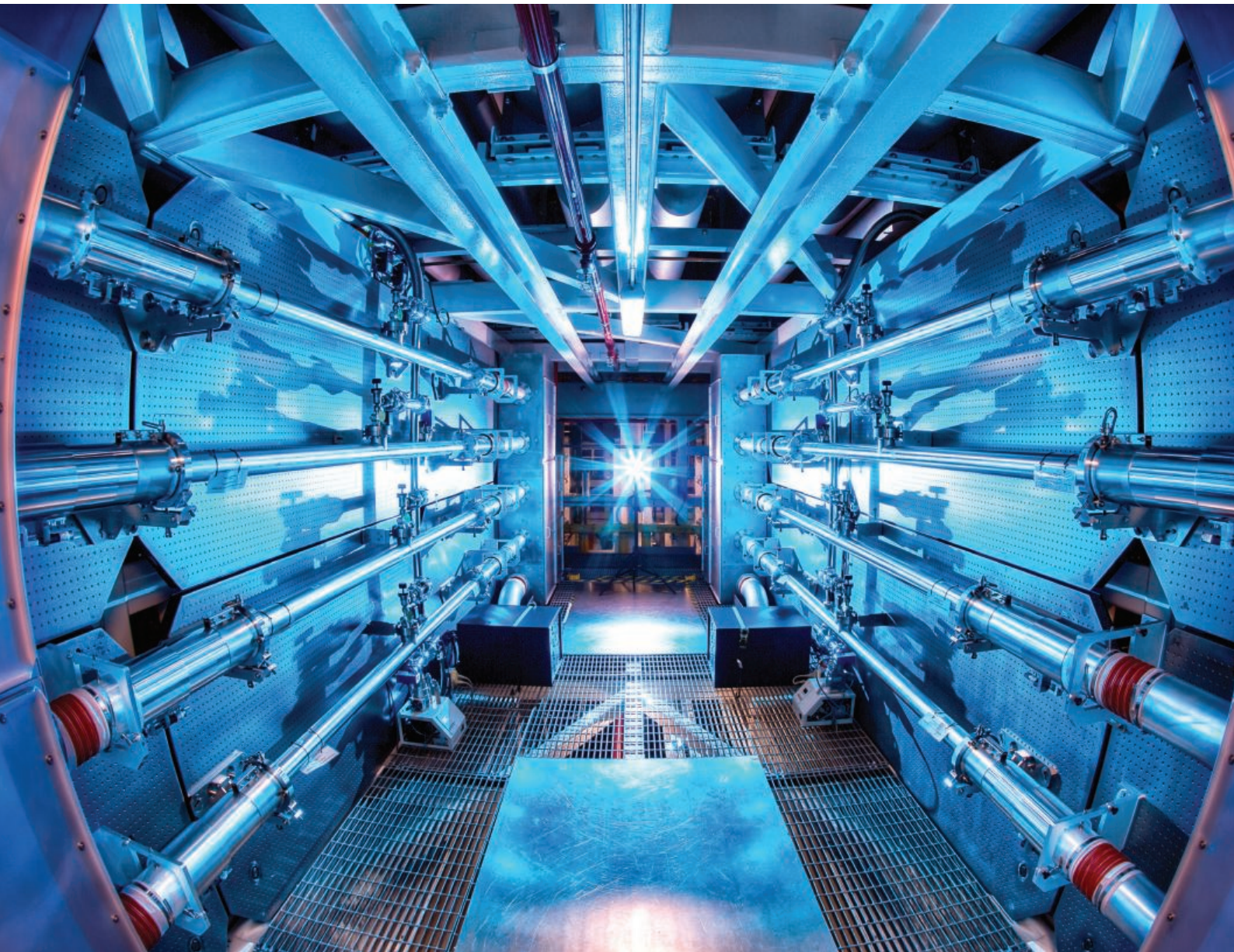
Именно тези два технологични сегмента през последните години са въввлечени в сблъсък помежду си, като първите обвиняват вторите, че „изяждат“ все по-голяма част от приходите им от гласови услуги и sms-и чрез

всевъзможни приложения за VoIP (Voice over Internet Protocol) комуникация, месинджъри и др. Това е и една от главните причини операторите да се стремят към премахване на мрежовата неутралност и много анализатори прогнозироват, че ако тя действително „падне“, именно достъпът на потребителите до VoIP услуги като Skype и Viber ще бъде първата жертва. Съществуват обаче и опасения, че веднъж получили подобно предимство, телекомите биха могли да започнат да приоритизират и ограничават много повече услуги и дори да предлагат тази възможност срещу заплащане.

Какво предстои?

С решението на Федералната комисия по далекосъобщения на САЩ на практика достъпът до широколентов интернет се приравнява с телекомуникационните услуги и вече подлежи на значително по-сериозна регулация, характерна за телеком сектора. Броени дни след гласуването председателят на комисията Том Уилър беше сред лекторите на Световния мобилен конгрес в Барселона, където категорично заяви пред представителите на телеком сектора, че принципът на мрежовата неутралност ще бъде запазен. „Конкуренцията е най-добрият начин да се защитават правата на потребителите“, посочи Уилър по време на своята лекция, на която присъства и журналист на сп. „Икономика“. Председателят на щатския регулаторен орган добави още, че бъдещето е в „женитбата“ между т.нар. закон на Мур и безжичните технологии, визирайки съвместното развитие на интернет и телеком сегментите.

Все още не е ясно какъв ще е отговорът на операторите (очаква се някои от тях да заведат искове срещу решението на секторния регулатор в САЩ), а междуременно се очаква и европейските регулаторни органи да се произнесат по въпроса. Силициевата долина също се стяга за битка, а още през миналото лято водещи онлайн играчи като Google, Yahoo, Facebook, Microsoft и Amazon създадоха организация, която да защитава принципа на мрежовата неутралност. Един могъщ технологичен сектор се изправя срещу друг не по-малко влиятелен сегмент и все още е рано да се каже кой ще бъде победител, нито дали ще надделее принципът на защита на корпоративните интереси и инвестиции, или отвореният характер на достъпа до информация и иновации. **И**



Ядрен реактор ВЪВ ВСЕКИ ДОМ

Една технология с все още недоказана ефективност обещава да освободи цивилизацията ни от зависимостта на фосилните горива

Александър Александров

В недалечно бъдеще всеки дом ще разполага със собствен миниатюрен ядрен реактор с големината на телевизор, който ще може да произвежда енергия, способна да покрие нуждите на цял квартал, при това – напълно безопасно и екологично. Или поне в това се опитват да ни убедят някои физици и предприемачи, привърженици на идеята за студения ядрен синтез – една все още доста оспорвана научна хипотеза, която предизвиква дискусии в академичните общности по света.

През последните години „звездата“ в тази научна сфера се нарича Андреа Роси – италиански изобретател, чието устройство за производство на енергия E-Cat (Energy Catalyser) вече настрои едни срещу други редица авторитети в областта на ядрената физика. Според едни италианецът в действителност е открил нов метод за получаване на енергия чрез студен ядрен синтез и откритието му има потенциала да промени света ни. Други обаче го критикуват, обвиняват го в провеждането на манипулирани демонстрации и дори го наричат шарлатанин. Преди да разгледаме двете гледни точки в конфликта обаче, ще се опитаме накратко да опишем неговата предистория и научна основа.

Какво е ядрен синтез?

Това е процес, при който ядрата на атомите се сливат, създавайки едно по-тежко ядро. Реакцията е противоположна на ядрения разпад, който се извършва в атомните електроцентрали и при който едно по-тежко ядро се разпада на по-леки. Двата процеса обаче си приличат по това, че при всеки от тях се отделя голямо количество енергия. Именно термоядреният синтез е реакцията, която се осъществява в недрата на звездите и благодарение на която нашето Слънце ни снабдява с така необходимата ни светлина и топлина. До момента човечеството е успяло да овладее до голяма степен контролирания ядрен разпад, използвайки атомните централи, но все още прави първите си стъпки в разработването на надеждна и ефективна технология за термоядрен синтез. Проблемът е, че той се осъществява при много висока температура и налягане (условия, които са налице в недрата на Слънцето), при което се образува плазма и за да бъде контролиран този процес в съоръжение, създадено от човешка ръка, тази плазма трябва да бъде удържана с помощта на мощни магнити. Към момента най-усъвършенствената технология, която може да прави това, е т.нар. „токамак“. Както сп. „Икономика“ вече писа, след няколко години във френския научен център „Кадараш“ ще бъде изграден термоядреният реактор ITER (International Thermonuclear Experimental Reactor), в който учени от Европейския съюз, САЩ, Русия, Китай, Индия, Япония и Южна Корея се надяват да създадат технология, достатъчно ефективна за

пазарни цели.

Студен ядрен синтез – има ли такова нещо?

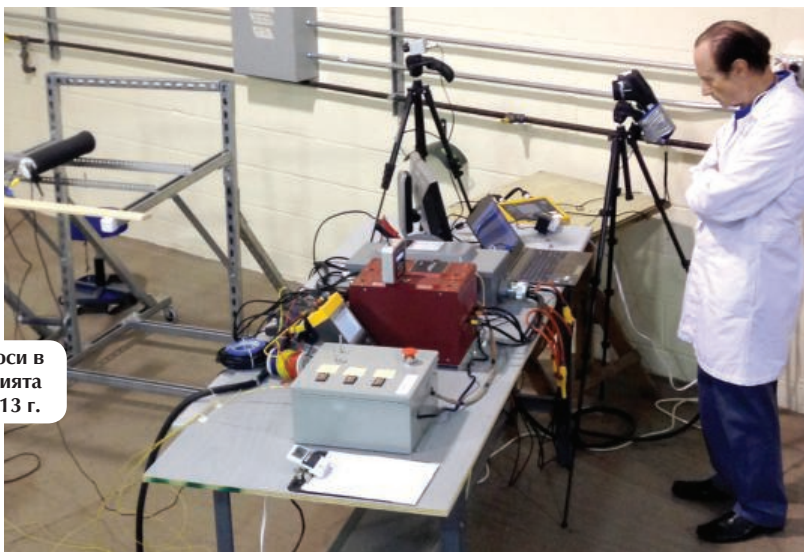
Става въпрос за реакция, известна още с името нискоенергийна ядрена реакция (Low Energy Nuclear Reaction – LENR), при която ядреният синтез се извършва при нормална стайна температура и налягане. Ако технологията може да бъде овладяна, тя би предоставила изключително евтина и безопасна енергийна алтернатива, много по-достъпна от сложната технология на термоядрените реактори, позволявайки промишлени количества енергия да се произвеждат на практика в домашни условия.

За първи път за успешни експерименти в тази насока съобщават учените Флейшман и Понс през 1989 г., но в последвалите опити повечето научни лаборатории по света опровергават тяхното откритие и мнозина отдават грешката на двамата на факта, че те не са физици, а електрохимици. През 2009 г. обаче на среща на Американското химично сдружение, посветена на енергийните алтернативи, се появяват нови доказателства, че студеният ядрен синтез е възможен, а Министерството на енергетиката на САЩ стартира програма за финансиране на изследванията в областта, на стойност 2 млн. щ. долара.

Изобретението на Роси

Именно в този момент на сцената се появява Андреа Роси, който през 2011 г. патентова в Италия своето устройство E-Cat, използващо студен ядрен синтез. По думите на изобретателя, то може да произвежда киловати енергия и вече е готово за пазара. Проблемът е, че демонстрациите на системата повдигат прекалено много въпросителни и според някои критици продължават прекалено кратко, за да може да се елиминира възможността за вграден в апарата допълнителен източник на енергия. Освен това мнозина посочват, че в тестовете участва самият Роси, което поставя под съмнение тяхната независимост.

За спекулациите около изобретението му спомага и фактът, че той подписва договор с американската компания Industrial Heat, която приема да придобие технологията, ако при тестовете нейни експерти потвърдят, че устройството наистина може да произвежда обещаните от Роси количества енергия чрез студен ядрен синтез. Въпреки че самият той прогнозираше, че устройството ще бъде пуснато в продажба още през 2012 г., това не се е случило и до днес, а точна дата за пазарния старт все още не е обявена. Тепърва предстои да разберем дали това наистина ще се случи и дали обещаните E-Cat устройства скоро ще се окажат навсякъде около нас, променяйки начина, по който произвеждаме енергия в нашите домове, офиси и в предприятията, в които работим. **И**



Андреа Роси в лабораторията си през 2013 г.



Да патентоваш... **ДНК**

Докъде би могла да стигне изключително оспорваната практика компании да придобиват правата върху открити от тях гени

Александър Александров

Патентоване на природата, авторски права върху живота, корпоративна собственост върху човешкото тяло – това са само някои от определенията по адрес на американската компания Myriad Genetics и нейния патент върху определени гени, които показват повишен риск от рак на гърдата. Въпреки че далеч не е първият в тази сфера, той предизвика най-голям шум преди няколко години и се превърна в своеобразен символ на

субект да притежава правата върху нещо, което е част от човешкото тяло, и значи ли това, че никой от нас няма да може свободно да разполага със своето тяло, а ще трябва да иска разрешение от съответната корпорация за всяка стандартна медицинска или дори козметична процедура, засягаща по някакъв начин въпросния ген – обект на авторското право?

Критиките към Myriad Genetics и други компании,



Myriad Genetics се опита да патентова открит ген и предизвика правен и морален казус

една нова „мода“ сред американските правни кантори – патентоването на човешки гени и обявяването, че никой не може да ги изследва, открива и използва без разрешението на компанията правоносител.

Практиката е меко казано спорна и поставя редица въпроси за бъдещето на генетиката и медицината, но също и за естеството на процеса на патентоване, за открителството и науката като цяло. Налага се въпросът: какво може да бъде патентовано и приемливо ли е една компания да държи правата върху гени, които не са създадени от нея, а са съществували милиони години преди тя да се появи. Възникват и редица правни въпроси като например: как е възможно един-единствен правен

притежавачи или подали документи за патенти върху гени, достигнаха своята кулминация със съдебното дело на американската Асоциация за молекулярна патология срещу генетичната корпорация, което завърши с решение на Върховния съд на САЩ от юни 2013 г. Решението, наричано от мнозина епохално за обществото ни в ерата на молекулярната биология, категорично потвърждава, че човешки гени не могат да бъдат патентовани и никоя компания или друго лице не може да претендира за изключителни права върху тях. „Myriad не е създала нищо ... отделянето на този ген не е същото, като той да бъде създаден“ - се казва в изявлението на върховния съдия Кларънс Томас във връзка с решението. С това дадените вече към този момент патенти върху гени в САЩ бяха

обявени за невалидни и беше забранено издаването на такива в бъдеще. Съдът обаче прие, че Myriad може да притежава правата върху създадени в лабораторни условия изкуствени ДНК молекули, което оставя за бъдещите поколения една не по-малко важна дискусия – тази за правата върху създаването на геномодифицирани, а в по-далечна перспектива – и на синтетични организми. Сфера, която, както вече писахме на страниците на сп. „Икономика“, тепърва ще се развива с бързи темпове.

Междувременно Myriad прави редица опити да запази патенти върху гени и в Европа, но не успява поради значително по-консервативната система на Стария континент. Позицията на нейните юристи, както и на адвокатите на други компании, опитващи се да придобият

своеобразния монополист.

Самият казус, по който е повдигнато обвинението срещу Myriad Genetics, е много показателен за естеството на проблема. Американката Лизбет Сериани е раково болна и според нейните лекари от важно значение за лечението ѝ е било изследването на две генни мутации, открити от Myriad, върху които компанията е имала права, преди Върховният съд да отмени това. Възползвайки се от ексклузивното си право, Myriad е поискала непосилна за пациентката сума и не е признала нейната здравна застраховка. Проблем, който ясно показва в какъв свят бихме живели, ако в бъдеще компании получат монополно право върху определени гени и изискват огромни суми от всеки болен, който има нужда от съответното изследване. Цялата здравна система, каквато я познаваме днес, би могла да рухне, а редица заболявания биха могли да се окажат забранени за лечение и недостъпни за хората без сериозни финансови възможности.

Това само по себе си е огромен проблем, но далеч по-важно се оказва нарушаването на принципите, залегнали в самата идея за издаването на патенти като механизъм за защита на открителството. Писателят Майкъл Крайтън се обявява твърдо против патентоването на гени в един от последните си романи преди смъртта си - „Ген“ - и в открито писмо в края на книгата посочва, че гените представляват „факти от природата“, подобно на гравитацията, слънчевата светлина и листата на дърветата. Според него те съществуват в естествения свят и не могат да бъдат притежавани. Патентите, от

своя страна, са създадени с цел да защитят изобретателите и открителите, като им припишат изключителни права върху техните открития, но не пречат на всички останали да открият други версии на едни и същи механизми. Така например една компания може да патентова своята технология за автомобили, но не и физичните закони, чрез които се движат тези автомобили. Което позволява на други компании да създадат собствени превозни средства.

Налага се въпросът дали злоупотребата с механизмите на патентна защита от някои компании и правни кантори днес не би могла да изкриви целия смисъл на тази система за защита на иновациите и в каква степен върховенството на закона, което е основополагащо за развитието на всяко демократично общество, би могло да бъде използвано в ущърб на това общество. [И](#)

авторство върху гени, е, че такива патенти биха възвърнали техните инвестиции в изследователска дейност, които са спомогнали за откриването на въпросните гени, както и че те биха насърчили бъдещото развитие на генетиката и инвестициите в сектора. Според мнозина обаче точно патентоването на гени би ограничило значително изследванията в сферата на молекулярната биология, защото би попречило на стотици други компании и научни организации да работят с гените, които са обект на нечие ексклузивно право. А от там и огромен брой нови открития в областта на медицината и биологията биха били невъзможни и светът би бил принуден да се задоволи с изследванията, които извършва с даден ген компанията правноносител, както и малкото други фирми, които са ѝ платили за правото да използват притежавания от нея ген. И дори за направените от тях открития в бъдеще отново ще трябва да се заплаща на



Всичко за правото и здравето в новата програма на СИЕЛА

Иновация в Здравния софтуер



Сиела представя уникален софтуерен консултант, който разполага с всички правни норми и изисквания, регулиращи обществените отношения в сферата на здравеопазването между държавни органи, медицински специалисти, пациенти и други лица

Сиела Здравеопазване е най-новият правно-информационен продукт на СИЕЛА НОРМА. Програмата предоставя възможност за бързо, лесно и ефективно намиране на актуална здравна информация. Сиела Здравеопазване, обединява цялата нормативна уредба на Република България, международноправни актове и наредби, регламенти, директиви, решения и препоръки от Евронзоната в сферата на здравеопазването.

Сиела Здравеопазване съдържа два вида професионална информация – правна и медицинска. Правната част е в пълен, удобен, актуален и функционален вид. В професионалната медицинска част продуктът си поставя за цел да прибави висока добавена стойност, която да окаже значителен благотворен ефект върху информираността на различните медицински специалисти, както и да допринесе за развитие на отрасъл Здравеопазване.

Програмата включва актуален и пълен тематичен класификатор на всички медицински и болнични специалности. Достъпът на потребителя до постоянно актуализиращите се списъци на практикуващите лекари и лекари по дентална медицина - на районните колегии по области, на кратките характеристики на всички разрешени за употреба лекарствени продукти, както и на актуалните регистри на вносители, производители, търговци на едро с активни вещества, медицински изделия и лекарствени продукти е уникална характеристика на програмата. Сиела Здравеопазване предоставя достъп до подробен регистър на лечебните заведения за болнична помощ, центровете за психично здраве, центровете за кожно-венерически заболявания, комплексните онкологични центрове, домовете за медико-социални грижи и диализните центрове по области, както и службите по трудова медицина.

Едно от големите предимства на Сиела Здравеопазване е, че дава възможност за достъп до пълната и актуална информа-

ция и ресурси, независимо къде се намирате. Програмата осигурява гъвкавост и бързина при обмена на информация, което от своя страна води до по-добро обслужване на потребителите. Като резултат от използването на здравния информационен справочник потребителят максимално оптимизира своите разходи, като в същото време подобрява и своята ефективност.

Предимство на Сиела Здравеопазване е също, че предоставя на потребителите си полезни калкулатори с изчислителни бланки с вградени контроли, с които медицинските лица бързо и лесно могат да изчислят ИТМ, термин, изчислителен график, платежно нареждане здравно осигуряване, календар работни и почивни дни и др.

„Сиела Здравеопазване променя начина, по който хората работят, живеят, лекуват се и учат“, заяви Силвия Куманова, директор направление „ПИС“, Сиела. „Сиела Здравеопазване ни даде възможност да разширим информационните хоризонти и бързо и лесно чрез търсене по релевантност на зададената фраза, да получим най-адекватните и актуални резултати веднага, на момента.“

Речникът и Справочникът придават допълнителна стойност към цялата здравна и правна информация, включени в програмата. Чрез правно-консултантската си функция и публикации от изявени специалисти в своята област Сиела Здравеопазване е незаменим и уникален професионален източник на информация, използвана в практиката на всички медицински лица.

Софтуерът е нова платформа за професионална комуникация – лекари, авторитети в различни области на медицината могат да публикуват свои медицински разработки, да разменят мнение, да споделят интересни факти и добри практики от професионалния си опит.

Програмата е скалируема и може да отговори на конкретните нужди на всяка малка, средна или голяма фирма от 3 до стотици служители. За да разшири възможностите пред своите потребители, Сиела предлага конкурентна цена и възможност персонални отстъпки в зависимост от броя на абонаментите. [И](#)

Имунофан побеждава стреса



*Проф. Василий Лебедев разказва за
препарата и за новите си открития*

Бождара Иванова


Имунофан“ е препарат, който укрепва имунната система и едновременно с това се бори с различни тежки болести - от рак до псориазис, хепатит В и С, урологични и гинекологични болести, упорити инфекции. Окривател на препаратата е проф. Василий Лебедев, който е удостоен за постиженията си с държавната награда на Русия, а през 2008 г. е номиниран за Нобелова награда. Пред списание „Икономика“ проф. Лебедев разказва за „Имунофан“, както и за новия си препарат, който е с още по-високи качества.

„Имунофан“ е съвременен ефективен имуномодулятор, който помага при срив на имунната система, предизвикан от различни причини - огромен стрес или въздействие на химически вещества. Препаратът има широк спектър на въздействие, който се концентрира в няколко направления - корекция на имунната система, възстановяване баланса на окислително-възстановителните процеси в организма, деактивиране на свободните радикали и потискане на негативните лекарствени въздействия на клетъчно ниво. Той се разгражда бързо до своите природни съставни аминокиселини. Това увеличава производството на антиоксидантни протеини и възстановява клетъчния имунитет.

„Имунофан“ се приема по различни начини и в определена продължителност. Прилага се с различни медикаменти и е подходящ за деца над 2-годишна възраст. Не се препоръчва при бременни и кърмещи жени. Препаратът се използва при различни видове заболявания от обикновена настинка до онкологични заболявания. „Разработили сме три форми на препаратата - инжекционна, супозитории и спрей. Изследванията показват, че и трите начина на приложение дават напълно идентични резултати върху организма“, разказва проф. Лебедев.

„Преди 40 години започнах да се занимавам със създаването на препарати на основата на аминокиселинни съединения и мога да кажа, че ми провървя. За да се създаде нов препарат, трябва да има действащо вещество, което ще окаже терапевтичен ефект“, допълва той.

Проф. Василий Лебедев разработва нов, по-мощен препарат. Той се казва „Фавриан“ и вече е преминал клиничните изследвания. „Новата разработка ще бъде ефективна при онкологични заболявания, тъй като отстранява множествена лекарствена устойчивост още по-силно. При това не само при химиотерапия, но и при други лечения за възстановяване на чувствителността към различни препарати“, споделя професорът.

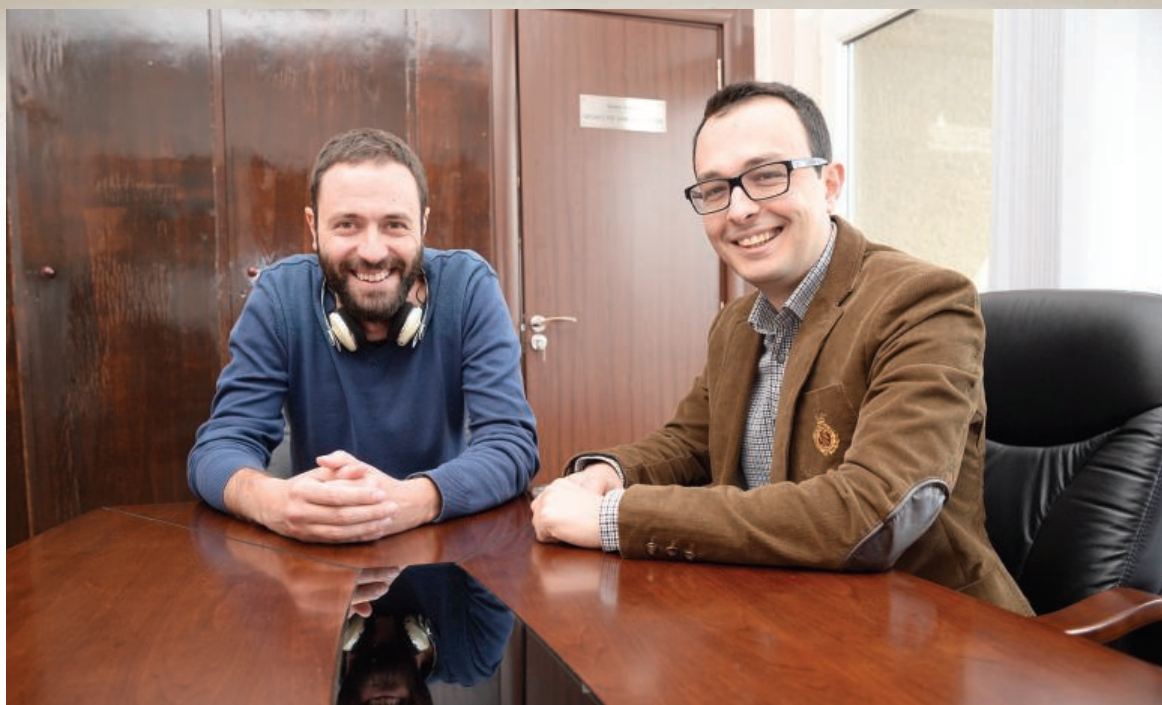
В момента се провеждат тестове на препаратата и след две години се очаква да се появи на пазара. „Получихме вече патент, грешките относно правовата защита, които сме допуснали по-рано, вече са отстранени“, коментира Лебедев. 





Ъпгрейд на МУЗИКАЛНАТА ИНДУСТРИЯ

Продуцентите Facing the Sun и „Ънсурт“ залагат на интернет платформи за продажба и дистрибуция на съдържание



Ивайла Раденкова

Фacing the Sun определено не е типична музикална компания. Както нейните съоснователи Пламен Кътев и Петър Денев споделят, тя е по-скоро „know-how hub“. Работата на компанията се състои пряко от консултиране, управляване на проекти и съдържание, развитие на бизнес концепции и управление участията на артистите. Така работата на FTS е по-встрани от класическите разбирания за „лейбъл“ и „музикална компания“, защото се занимава с продуцирането и записването на единични проекти.

Всичко започва в Германия още през 2002 г., когато Пламен и Петър заминават да учат право в Мюнхен. А защо Германия? „Заради бирата!“ почти моментално отговаря Петър, смеейки се. Но причината е съвсем различна. Според съоснователите на FTS, главната причина да останат в Мюнхен, а и по-късно да започнат собствен бизнес от там, не е само приятното място за живеене. Градът е същевременно център на технологични стартове и тотално различна бизнес култура, от която FTS непрестанно черпят опит.

Въпреки това момчетата не са изоставили идеята за завръщане в България, но засега животът и основната част от бизнеса е ситуиран в Германия. „Но кой знае – казва Пламен – FTS върви добре, разраства се все по-настойчиво и скоро може да изисква оперативен мениджър и в България“.

Четири години назад, преди още да ги е осенила идеята за лейбъл, Пламен и Петър случайно започват да се занимават с IT проекти. „Създавахме онлайн бизнес решения за немски клиенти с програмисти в България и така с времето установихме, че сме добър екип и в много отношения се допълваме“, казва Пламен.

Връзката с „Ъпсурт“ се заражда донякъде случайно. През 2004 г. Петър организира концерт на „Ъпсурт“ в Мюнхен. Оттогава насам групата поддържа близки отношения с момчетата, а с годините се формира и добро приятелство. „Често разговорите ни се въртяха около нещата от живота, реалностите в България във и извън музикалния бранш“ казва Петър. Така, в случайни и не чак дотам разговори, им идва идеята за Facing The Sun.

„В един момент се оказа, че голям брой артисти не са доволни от мениджърите, с които работят. Артистите им дават солиден процент от хонорарите си, резултатът е почти никакъв, а същинската работа по организацията отново се прехвърля на артистите. Тогава решихме да реализираме идеята“, казва Петър.

Бизнес моделът на компанията се гради върху три опорни точки – монетизация на съдържание, мърчандайзинг и консултации/управление на проекти. Покрай мениджмънта на IT проектите Петър и Пламен трупат

ноу-хау, което им позволява да развият лейбъла на по-високо ниво и вместо само да „вдигат телефони и да се правят на мениджъри“, структурират целия процес в компанията.

Пламен и Петър разказват, че когато започват проекта, монетизацията на съдържание в Youtube е била широко разпространена практика в Германия, за разлика от България. „Затова се свързахме с Youtube, преминахме процес на одобрение и станахме техен партньор от първо ниво, което ни позволи да предлагаме пълния набор от функции на платформата дори на пазари, за които част от тези възможности не се предлагат“, казва Пламен. Така и до днес FTS са единствената българска мрежа в Youtube, която е директен партньор на портала.

В момента FTS имат над 270 000 потребители, които ежедневно гледат клиповете в канала, което, между другото, е по-голяма аудитория от всяка българска музикална телевизия. Сумарно каналът има повече от 160 милиона гледания, като към момента достигат по около 300 000 гледания на ден. Ако съберем общото време, което потребителите прекарват в Youtube страницата им, гледайки съдържанието, излиза около 13 000 часа на ден.

„Интернет платформите ще играят все по-важна роля в комуникацията на артистите с феновете им. Докато в стандартните медии роля играе налагането на съдържание от страна на големите продуценти на музика, то в интернет всички имат равен старт и единствено търсенето определя възхода и падението на всяко парче“, твърдят и двамата.

Другите две основни дейности са юридически и счетоводни консултации за артистите, с които работят.

Освен това FTS влагат огромни усилия в блокирането на нелегално качени дубликати в интернет пространството. По този начин постигат фокусиране на вниманието върху официалния файл, който е качен в канала им. „Това е много важен детайл, защото само така гледанията не се пръскат върху 10-15-30 файла по 100 000 гледания. Така изграждаме не само добър PR за изпълнителя, канала и фирмата, но се получават по-високи приходи за съдържанието“, казва Пламен. За разлика от платформи като Youtube, българските видеопортили тепърва започват да работят по подобни възможности като фингърпринт технологията.

FTS дават пълна свобода на изпълнителите, обвързани с лейбъла, да се продуцират сами, особено като стил и поведение. „Нашата работа е да поемем готовия контент и да го реализираме по възможно най-добрия начин, но всичко останало зависи от изпълнителя“, казва Петър. Реално FTS като продуцент има пръст единствено в реализацията и визията на известната серия

от клипове One Shot, проектите на „Ъпсурт“, както и дебютната песен на Мария Драгнева.

В момента FTS работят по финансирането на втори сезон на One Shot. За съжаление обаче малко рекламодатели са отворени към подобни уебсериали, макар това да е една перфектна възможност да оползотворят скъпата телевизионна реклама, която така или иначе са заснели. „Ако сложим пред всеки от 11-те видеоклипа 5 секундна рекламна шапка и вземем като хипотетичен рекламен бюджет разходите по заснемането на един подобен проект от 50 000 лв., това прави по по-малко от половин стотинка на излъчване. Тази сума е около 5000

пъти по-малка от най-ниската тарифа за реклама в телевизия с национално покритие“, казва Пламен. А съвсем безплатен бонус е гаранцията, че всяко излъчване на рекламната се гледа действително от истински, реален, жив потребител.

„В българския интернет бизнес има лек парадокс, който вероятно ще се коригира с времето. Интернет търговията се развива много бързо, а видеорекламата в интернет все още е екзотика, въпреки че логично е по-близо до интернет бизнеса, отколкото телевизионната. Причината за това е много проста - с един клик вече си в рекламирания интернет магазин. През радиото или теле-

визора това няма как да стане“, казва Петър.

Според момчетата от Facing the Sun у нас, пък и в световен мащаб, приходите вече не идват от продажби на дискове, а от концерти и участия. Малкият пазар често при-



Хубаво е да има някаква грижа за българските творци, лошото е, че това е спасителният пояс, към който са се устремили всички некадърници

Няма нужда от байганьовци в нашия бизнес

„ЪПСУРТ“

- С какво се занимава „Ъпсурт“ днес?

- С това, което правим от доста години - изнасяме концерти из цяла България, експериментираме в студиото ни, но най-вече се наслаждаваме на живота.

- Откъде и в какъв етап от развитието на групата дойде идеята за Facing the Sun?

- Идеята беше на Венци и дойде преди четири години. Това беше момент, в който осъзнахме, че след близо хиляда концерта вече имаме толкова контакти и опит, че ще е глупаво, ако оставим тази част от бизнеса на хора, на които силата им е предимно в яденето, пиенето и най-вече - в празните приказки.

- Каква е ролята ви в развитието на лейбъла?

- Като съдружници на FTS, всеки от нас е полезен с

различни неща за фирмата. Истината е, че когато навлязахме в този бизнес, и през ум не ни е минавало, че има толкова много детайли за изпипване. Детайли, които години наред са омаловажавани или направо пренебрегвани от хората, наричащи себе си мениджъри, продуценти и т.н.

- Какво ви провокира да се прехвърлите „от другата страна“ на музикалния бизнес?

- Е, ние все пак сме преди всичко изпълнители, така че не твърдим, че сме „от другата страна“. Просто дълги години в този клет бизнес някакви абсолютни байганьовци налагат своя стил, и това се отразява и на музиката, и на всичко, свързано с нея. Елементарен пример - съвсем доскоро повечето от изпълнителите не знаеха какво е данъчна декларация, а хората, които ги „мена-

нуждава артистите да не работят професионално. „В последните 2-3 години имаше т. нар. „вълна“ в хип-хоп музиката, която увеличи многократно участията и приходите за повечето изпълнители. Това от своя страна доведе до значително увеличаване на съдържанието и до подобряване на качеството. Но вълната затихва, произвежда се все по-малко качествено съдържание и хората се връщат в кръчмите“.

Основните приоритети пред лейбъла са международното разширяване на портфолиото от артисти и видеоклипове. FTS са фокусирани върху балканския пазар заради сходните езици и посланията, които могат лесно да бъдат разбрани. В момента те разработват проект, съчетаващ в себе си 5-те елемента на „urban“ културата (рапиране, DJ-инг, графити, танци и знание).

Българският пазар е



изключително малък в сравнение с чуждестранния, и Петър и Пламен смятат, че именно това „формира една своеобразна спирала, от която може да се излезе само креативност и талант“. Малкият пазар води до необходимост от намиране на приходи по други начини, които обаче отнемат на артистите времето, необходимо за създаването на качествен контент. „В резултат на това се произвеждат по-малко хитови песни, а липсата на качествена музика свива още повече пазара, тласкайки потребителите към други стилове. Всъщност не към други стилове, а към друг стил – към поп-фолка“, казват те.

Това, което различава и дърпа Facing the Sun по-напред от конкурентите им, е различният подход и възгледи, които имат за бизнеса. Такива, каквито в България тепърва се изграждат. **И**

жираха“ - ами те просто си взимаха парите от процентчето на ръка, и чакаха поредната предизборна кампания, на която да лансират своите герои из градските площади.

- От 2005 г. насам не сте издавали нов албум – промениха ли се насоките ви след развитието на Facing the Sun?

- Не, не са се променили. Макар да са минали десет години от издаването на „Quattro“, няма българска група или изпълнител, който да събира повече хора в дискотеките и клубовете - може и да звучи като самохвалство, но собствениците на заведенията отлично знаят това, понеже иначе просто щяха да спрат да ни ангажират. Благодарни сме много на всички, които ни подкрепят, а най-хубавото е, че в огромната си част това са интелигентни хора, и то - вече от две поколения.

- Имате ли нови планове за бъдещи проекти?

- Работим по няколко проекта - солов албум на Ицо Хазарта, албум на Мария Драгнева, както и, естествено, по албума на „Бпсурт“. Ако нещата стават по-бавно, отколкото ни се иска, то е, понеже за всеки качествен авторски продукт е нужно вдъхновение и много, много работа.

- Какво ви липсва от старите времена, освен че джойнта беше левче и всичко беше с една идея по-лекомислено? Какво се измени от първия ви албум „Боздуган“ досега? В какви аспекти

се променихте вие самите?

- Нямаме склонност към превъзпяване на миналото. Всеки е имал своите хубави и лоши моменти, но когато прекалено много гледаш назад, като че ли не ти остава време за нищо полезно, което да свършиш днес. Имали сме прекрасен живот, но настоящето дава много възможности, които ги е нямало преди време.

- Държите ли народните ни представители да гарантират на „Чекай малко“ 0,05% процента от българския ефир?

- Най-добре би било да се приложат нормалните европейски закони и практики, свързани с тази тема. Хубаво е да има някаква грижа за българските творци, но лошото е, че това е спасителният пояс, към който са се устремили всички некадърници. Истината е една в България - ако имаш хубава песен, тя става хит. Ако нямаш - е, тогава са виновни законите, медиите, илюминатите - всички други, само не и собствената ти тъпотия.

- Как мислите, в последните години развива ли се хип-хоп културата в България?

- Хубавата музика е магия, тя не може да бъде обяснявана. Нашето поколение слушаше хип-хоп преди 20 години, и от тогава все тоя въпрос се коментира. Има нещо много комично в това, не мислите ли? **И**

Маша Илиева приключи кариерата си на балерина, но макар и зад кадър, остава на голямата сцена

Балетът – дворец мой, затвор мой

Красиво изкуство е балетът, но изящството на сцената не се постига никак лесно. Талант, търпение и труд може да не стигнат, трябва божествена искрица и късмет със зарове, които съдбата раздава.

Татяна Явашева

Получиш ли слава, трябва да съумееш да я задържиш. В балета нищо не идва даром, името не отваря врати, а трябва постоянно да го теглиш напред и всеки успех има своята дълга предистория, казва именитата примабалерина Мария (Маша) Илиева. През 2009 г. тя сложи край на сценичните си изяви, но не скъса с балета. Днес доц. д-р Маша Илиева е преподавател в Държавната музикална академия „Проф. Панчо Владигеров“, има собствена балетна школа, същевременно продължава да работи с трупата на Софийската опера и балет. Преди месеци тя постави балета „Спящата красавица“ на Пьотр Илич Чайковски във версия, близка до хореографията на Мариус Петипа. Бляскавата премиера бе през ноември м.г., спектакълът се игра и на 4 и 5 април.

Отдаденост

Всичко, което Маша Илиева е постигнала, е с цената на много труд. Отдаденост е думата, която според нея най-много приляга на балета. Решиш ли да си професионален танцьор на голямата сцена, целият ти живот трябва да се подчини на това. Натоваващата подготовка започва от 10-годишна възраст, но има опасност, като завършиш своето обучение, по някакви причини да не станеш танцьор – физическите данни може вече да не позволяват, сериозна травма може да сложи край на мечтите... Малцина стигат до финала. Шансът и късметът също са решаващи в кариерата. Нужна е изключителна грижа за тялото и за духа. Уменията се градят трудно и си струва да останеш в професията, само ако постигнеш върхово майсторство. Изискват се качества и твърд характер, духът е водещата сила и колкото и балерините да са слаби, те трябва да са със завидна воля и с издръжливо тяло. В балета няма лесни постижения, иска се всеотдайност и с този факт трябва да се съобразят и всички около теб.

Видимо и невидимо

Престижът идва от качеството, качеството идва от материала. „Материалът“ не са само хората, макар човешкият фактор да е основен и в балетното изкуство. Получава се затворен кръг, в който всичко е свързано с материалното. Голям и хубав балет се създава с голяма и качествена трупа. Хубави костюми и декори се правят с



„Зорба Гъркът“ е знаков спектакъл в кариерата на Маша Илиева

много метри плат и той също трябва да е качествен. Но и това не е достатъчно. Видимата страна е „Браво, чудесно!“ по време на спектакъл, а невидимата иска да се справиш с много проблеми и изпитания.

Прилив

В последните години се наблюдава бум в интереса към балета и има прилив на публика. В Софийската опера и балет се канят добри хореографи, а „Баядерка“ и „Спящата красавица“ вече са мегапродукции и така стъпка по стъпка се връща престижът на това изкуство. В момента има големи постановки, които дават шанс за професионално израстване, но не така е било винаги през годините. И сега талантливи хора не липсват, просто трябва средства и простор за фантазията.

Силфида

В балетните спектакли Маша Илиева вече е „зад кадър“. На 17 и 19 април в Софийската опера и балет се играе „Силфида“. В този спектакъл е дебютът на Марта Петкова. Подготвя я Маша Илиева, тъй като Силфида е една от първите ѝ главни роли и с нея тя направи своя бенефис. Но Маша Илиева остава напълно отдадена на балета. Той е моят дворец и моят затвор, представлението е моята радост, казва тя. **И**

Ведрата реалност на Жани



Художникът Иван Михайлов е майстор на детайлите и е изградил собствен стил, който прави творбите му разпознаваеми



И Старият Пловдив оживява в картините на Иван Михайлов - Жани

Татяна Явашева

фото Стоян Йотов

Изкуството е илюзия на спонтанността, гласи японска поговорка. Какъвто и смисъл да влагат в това японците, отнесена към картините на Иван Михайлов-Жани тя има само едно значение – спонтанността в тях не е илюзия.

Настроение

Картините на Жани излъчват искреност и са огледало за неговата сетивност и възприятие за всичко, което ни заобикаля. Той по свой начин съумява с багри да предаде красотата на света, който го докосва с присъствието си. Тази неподправена емоция в картините привлича много почитатели и приятели на неговото творчество. Радостта, която блика от платната му, е удивителна и тя зарежда с позитивни емоции и приповдигнато настроение.

Път

Иван Михайлов-Жани е завършил Техникум по керамика и стъкло в София, а после продължил образованието си в Свободната академия „Жул Паскин“. Изкарал е майсторски клас по живопис при проф. Николай Майсторов. За себе си той казва, че обича да рисува и в картините си представя нещата така, както ги усеща. Определя своя стил като съчетание от модернизъм, абстракционизъм, наивизъм и кубизъм.

Изложби

Иван Михайлов е продуктивен художник и досега има 18 самостоятелни изложби. Наскоро той предста-

ви поредна експозиция „Спомени“ в галерия „София Прес“. По стените оживяха неговите впечатления от пътуванията му във Велико Търново, Пловдив и в родопското село Ковачевица, във Виена и Париж, запечатани с акварел, акрил, пастели и маслени бои. Майстор на детайлите, Жани е изградил собствен стил, които прави разпознаваема всяка негова работа.

Багри

„Жани има приказни усещания за света. В картините му няма никаква преструвка. Той е художник с неповторимо усещане за цвят, който съчетава багрите по невероятен начин. Умее да измъкне ведрост от цвета и да придаде експресивност чрез него. Харесвам картините



Виенска импресия

му и в галерия „Крида Арт“ сме му правили четири изложби“, казва за него Кремена Камбова, която е сред най-големите познавачи на българското изобразително изкуство. Художничката Долорес Дилова също има свой поглед към творчеството на Иван Михайлов: „Силата на дълбокото психично внушение е в конкретността на чистия цветен ритъм. Най-важното в колорита са съотношенията. Музи-

ката и цветът следват общ път. Седем нотни знака са достатъчни, за да се напише партитурата. Защо, когато се живописва, да не е същото и с боите.“ Вместо да обяснява картините на Жани, тя припомня за Малкия принц на Екзюпери, който казва, че най-хубавото се вижда със сърцето. **И**



Портофино

курортът на
богатите
и известните

Животисното средиземноморско пристанище е синоним на впечатляващ лайфстайл



Преслава Георгиева

Тук изведнъж се открива таен морски залив и малкото селце Портофино се разстила като полумесец, около този спокоен басейн. Бавно прекосяваме тесния пасаж, който свързва морето с това великолепно, естествено пристанище и се отправяме към амфитеатъра от къщи, заобиколени от зелена и свежа гора... и всичко това се отразява в огледалото на спокойните води, в които спят рибарски лодки.“

ГИ ДЪО МОПАСАН

Кацнало на северозападното крайбрежие на Италия, Портофино е едно от най-завладяващите и най-живописни естествени пристанища на Средиземноморието. Израснало около древно рибарско селце в провинция Генуа на Италианската Ривиера и с население от едва 500 души, днес Портофино е един от най-известните международни туристически курорти и предпочитано място за почивка на богатите и известните. Боядисаните в пастелни цветове фасади на къщите образуват живописен

полумесец, следвайки очертанията на залива и пристанището. Подредени са терасовидно нагоре по хълмовете над залива, докъдето може да се стигне само пеша. Кристалночистите води на Средиземно море разкриват богата морска флора и фауна. Пристанището целогодишно е дом на множество рибарски лодки, а през летния сезон и на скъпи, луксозни яхти с всякакви размери.

Селището е основано през римската епоха и е наречено Portus Delphini, или Пристанището на делфините, заради големия брой делфини, които са обитавали Тигулския залив по онова време. През X век Аделхайд Бургундска поверява управлението на града на близкото абатство Сан Фрутуозо ди Каподимонте. Два века покъсно той преминава под юрисдикцията на Рапало, а от 1229 г. става част от Република Генуа и служи за дом на нейната флотилия от рибарски лодки.

През 1409 г. Шарл VI продава Портофино на Република Флоренция, която го връща обратно, след като френският крал бива прогонен от Генуа. През XV век е феодално владение на няколко богати фамилии, през 1815 г. става част от Кралство Сардиния, а през 1861 г. - от Обединено кралство Италия.

В края на XIX век отначало британски, а след това други европейски аристократи започват да посещават Портофино, пътувайки от Санта Маргерита Лигуре с коне или файтони. Така след 1950 г. туризмът измества риболова като главен поминък на местното население. Селцето ежегодно посреща плеяда от звезди, които строят тук скъпи ваканционни къщи или разпускат в някой от луксозните хотели. Сред тях са Елизабет Тейлър, Ингрид Бергман, Ърнест Хемингуей, Франк Синатра, София Лорен, Хъмфри Богард и Грейс Кели, която редовно пътува от Монако по море.

Днес списъкът със знаменитости, които можете да срещнете по улиците на Портофино, е много дълъг – Долче и Габана, които притежават една от най-шикозните вили тук, Мадона, Бионсе, Силвестър Сталоун, Риана, Дженифър Лопес, Ева Мендес, Кайли Миноуг, Гуинет Полтρου, Виктория и Дейвид Бекъм, Дензъл Уошингтън, Парис Хилтън, Кейт Бланшет, Майкъл Дъглас и Катрин Зита Джоунс, Леонардо ди Каприо, Моника Белучи и много други.

Как да стигнете

Най-близкото летище е „Христофор Колумб“ в Генуа. От там можете да наемете кола, тъй като разстоянието до Портофино е сравнително малко – около 36 км. От Генуа бихте могли да се придвижите и с влак, като пътуването отнема около 45 минути и струва 3 евро. Най-близката жп гара е на 5 км в Санта Маргерита Лигуре,



Статуята „Христос от бездната“ в Сан Фругозо

лесена с разнообразие от дървесни видове, докато в южната част ще видите повече храсти и диви цветя. В района има и немалко овощни и маслинови градини.

Най-популярният маршрут е едночасова разходка нагоре по хълма на нос Портофино, който минава през Скулптурния музей, църквата „Св. Георги“, замъка „Браун“ и морския фар в самия му край и предлага освежаваща разходка и фантастични гледки към залива.

Първата спирка от това пътуване ще ви отведе в Международния парк-музей на съвременната скулптура. Разположен в приказно красива градина, той предлага експозиция от скулптури на съвременни творци. Музеят е създаден по идея на Даниеле Крипа, който

открива градината с изглед към една от перлите на Средиземноморието и започва да излага там собствените си творби. Постепенно се присъединяват и други творци, които желаят да представят работите си пред изключително избраната публика, посещаваща Портофино. И до днес артисти от целия свят продължават да допълват експозицията на музея-градина с нови скулптури, като сами избират къде да ги поставят.

Църквата „Св. Георги“ е построена на място, използвано за поклонение още в предхристиянската епоха. В раннохристиянския период се изгражда малък параклис, а през 1154 г. – църква, която носи името на един от светците покровители на града – свети Георги. Тук са положени и част от мощите на светеца, донесени от моряци, участвали в кръстоносните походи.

През вековете църквата е разрушавана няколко пъти и при ремонтните дейности типичният римски архитект-

откъдето можете да вземете автобус или лодка.

В района има добре развита фериботна мрежа, която предлага малко по-бавно, но много по-вълнуващо пътуване до Портофино от Генуа или Санта Маргерита. Разбира се, най-удобният начин да стигнете до известното курортно селце е със собствена яхта, която да паркирате на самия бряг.

Как да се придвижвате

Най-удачният начин да се придвижвате в Портофино е пеша. Селището е малко и всички хотели, заведения, забележителности и плажът се намират на пешеходно разстояние. Ако имате желание да обиколите околните градове, без да се възползвате от груповите екскурзии, можете да наемете мотопед или лодка.

Какво да видите

Казват, че най-впечатляващото нещо в Портофино е лайфстайлът, а най-добрият начин да го усетите е просто да се отпуснете и да му се наслаждавате. Да се разходите по кея и из малките китни улички или да пиете чаша вино в някое от множеството крайбрежни заведения.

И все пак, ако решите да разгледате околностите и да посетите местните забележителности, със сигурност няма да съжалявате. Портофино е част от Регионалния природен парк „Портофино“, заедно с Морския резерват и още шест области в Лигурия. Паркът, създаден през 1935 г., е дом на най-голямото биологично разнообразие в Средиземноморския регион и предлага зашеметяваща природа, в която можете да се потопите по няколко чудесно оформени туристически пътеки по крайбрежието и хълмовете над градчето. Северната част на парка е за-



Хотел Splendido

турен стил преминава в бароков. По време на Втората световна война храмът е изцяло унищожен, а точната реплика, която може да бъде видяна днес, е построена през 1950 г.

Замъкът „Браун“ (Castello Brown) е разположен малко над църквата „Св. Георги“. Археолозите смятат, че някаква форма на укрепен замък е съществувала на това място още през II или III век. Но замъкът в сегашния му вид е построен от Република Генуа през 1425 г., за да пази пристанището на Портофино и Тигулския залив от атаки заради стратегическото му местоположение на Средиземно море. През 1867 г. британският консул в Генуа Монтагю Йейтс Браун купува замъка и го превръща в частна резиденция. Оттогава той носи и неговото име. През 1961 г. Портофино откупува Castello Brown и днес той служи като музей и място за провеждане на разнообразни събития. От терасата на замъка се открива великолепна гледка към градчето и залива.

Св. Мартин е вторият светец покровител на Портофино, а едноименната църква, построена през 986 г. в римски стил, е разположена на кея, в самия център на града. Ако решите да разгледате северното крайбрежие, задължително трябва да спрете в Сан Фрутуозо. Разходката пеша от Портофино ще ви отнеме не повече от 2 часа, а с ферибот ще стигнете за 30 минути срещу 7.50 евро. Местността не е нито пристанище, нито курорт, а нещо като вдлъбнатина по скалистото крайбрежие, достъпна само по вода или пеша. За сметка на това в Сан Фрутуозо има две забележителности, които си струва да видите.

На самия бряг се намира манастирът музей „Сан Фрутуозо“ – очарователна каменна постройка с малък купол, съчетаваща средновековни и римски архитектурни елементи. Легендата разказва, че абатът на Тарагона – Фрутуозо, който бива изгорен на клада през 259 г., се явява насън на петима монаси и им описва мястото, където иска да бъде погребан прахът му. Дава им три ориентира - змей, пещера и извор. С помощта на ангел, кой-

то побеждава змея, монасите откриват закътания залив Каподимонте и наистина намират тук пещера и извор.

По времето на Аделхайд Бургундска манастирът е реновиран, а в началото на XIII век аристократичната фамилия Дория го разширява до сегашните му размери срещу правото да погребва покойниците си в гробницата му. Макар днес пред манастира да има малък плаж, в миналото сградата е граничела с водата, а лодките са акостирали направо под четирите арки в основата ѝ и са разтоварвали директно в избите.

За гмуркачите една от най-големите атракции в залива на Сан Фрутуозо е бронзовата подводна статуя „Христос от бездната“ - покровител и защитник на рибарите и гмуркачите. Оригиналната статуя с височина 2.5 метра е поставена във водата на 22 август 1954 г. на дълбочина около 17 метра.

Скулптурата е създадена от Гуидо Галети и се намира в близост до мястото, където през 1947 г. умира Дарио Гонзати - първият италиански гмуркач, който използва екипировка за скуба дайвинг. Статуята представлява фигура в цял ръст на Христос, който дава благословия за мир, с глава и ръце вдигнати към небето. Заради статуята на Христос заливът на Сан Фрутуозо е една от най-популярните дестинации за гмуркане в света.

На плаж

Подобно на много други места по Северозападното крайбрежие на Италия, в самия Портофино няма плаж, но само на няколко минути от града ще откриете един от най-красивите плажове в Италия – Параги. Той разполага с кристалночисти води, първокласни съоръжения, удобства и заведения и предлага възможности за цялата гама водни спортове и забавления – от водни ски и риболов до ветроходство, кану-каяк и скуба дайвинг.

Други близки плажове са тези на курортните градчета Камоли и Санта Маргерита, които се намират на 10-ина минути с кола от Портофино и също предлагат





Манастирът Сан Фрутозо

идеални условия за плажуване и забавления.

Алтернативен начин да получите слънчев загар и в същото време да разгледате крайбрежието е да наемете лодка. Местните гидове предлагат морски екскурзии, подходящи за хора с всякакви интереси – от следобедни екскурзии с включен пикник до вечерни круизи със спирани дъха залежи. Една такава разходка с лодка ще ви разкрие живописни пейзажи на закътани заливи, поразително красиви скали и скрити, романтични плажове.

Настаняване

Splendido е най-известният хотел в Портофино и един от най-добрите хотели в цяла Европа. Той включва две сгради - Belmond Hotel Splendido & Belmond Splendido Mare - първата разположена на един от хълмовете, с изглед към пристанището, а другата – на площад „Piazzetta“ в централната част на градчето.

Splendido предлага условия за първокласна почивка, множество развлечения за деца и възрастни, изключителна лингурска кухня и безупречно обслужване, а цените за нощувка в това предпочитано за звезди като Мадона и Стинг място започват от около 700 евро за двойна стая. Разбира се, курортното градче предлага много други възможности за настаняване – хотели, частни вили и пансиони за всеки бюджет.

Ако решите да посетите Портофино през зимния сезон, вероятно е по-добре да отседнете в съседния град - Санта Маргерита, защото почти всички заведения, магазини и хотели в Портофино, включително и Splendido, затварят врати от края на октомври до началото на март и градчето опустява.

Къде да хапнете

Ресторантите в Портофино предлагат предимно морски деликатеси, но, разбира се, тук можете да опитате и цялото разнообразие от италиански и местни специалитети и изключителна селекция от вина. По-

вечето от заведенията са разположени на първа линия около пристанището и предлагат прекрасна атмосфера и зашеметяваща гледка към залива, рибарските лодки и яхтите. Трябва да сте подготвени, че цените в ресторантите и кафенетата са изключително високи и много от туристите с ограничен бюджет, които избират да отседнат в Портофино, предпочитат да се хранят в Санта Маргерита.

Шопинг

Портофино предлага огромно разнообразие от



Крайбрежната улица

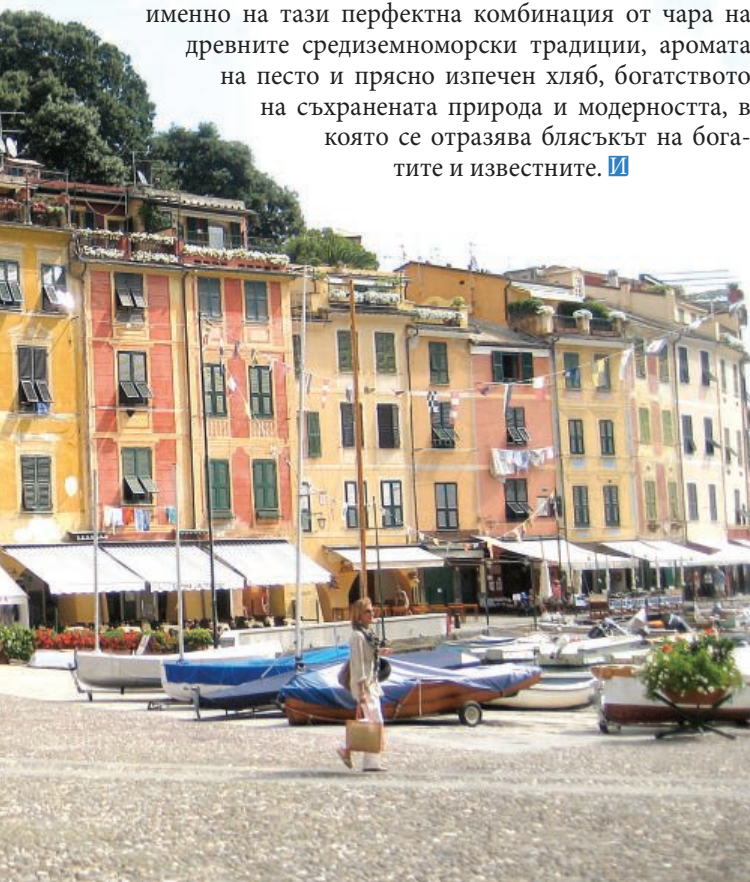


Замъкът „Браун“

възможности за шопинг. Туристите, които търсят местни продукти и сувенири, могат да избират между първокласните вина, които се произвеждат в околните лозя, множеството произведения на местни занаятчии, както и характерните за региона кашмир и дантела.

Макар и нетипично за малко рибарско селище, но съвсем естествено, имайки предвид звездните гости на курорта, в Портофино ще откриете редица луксозни бутици на световноизвестни дизайнери, сред които Armani, Dolce&Gabbana, Damiani Jewellery, Missoni, Salvatore Ferragamo, Cartier, Gucci, Stefanel, Hermès, Louis Vuitton и други.

Вероятно вълшебството на Портофино се дължи именно на тази перфектна комбинация от чара на древните средиземноморски традиции, аромата на песто и прясно изпечен хляб, богатството на съхранената природа и модерността, в която се отразява блясъкът на богатите и известните. [И](#)



Звезди като Бионсе и Джей Зи или сестрите Парис и Ники Хилтън са хващани от папараците по време на почивката си в Портофино



1. Белканто – Ан Патчет

„Когато светлините изгаснаха, пианистът я целуна...“. С това нежно изречение започва шедьовърът „Белканто“, най-известният роман на американската писателка Ан Патчет.

Красивата оперна певица Роксан Кос е поканена да пее на частно парти в чест на японски бизнесмен. Изгасването на светлините обаче не е част от изпълнението – то бележи нахлуването на терористи в къщата на домакина на партито, вицепрезидент на неоназована южноамериканска държава. Мисията на въоръжените нападатели е да пленят президента, но него го няма – предпочел е да гледа любимия си сапунен сериал пред класическата музика.

Десетки знатни гости са взети за заложници. Къщата е обградена от полиция и военни. Започват преговори. Никой не очаква, че обсадата ще продължи седмици и месеци, но точно това се случва. Терористите и техните заложници се научават да живеят заедно, да се справят с напрежението и различията, а скоро се появява и любовта.

Музиката е езикът, който всички в къщата разбират. Тя може да спасява, тя може да убива. Нейната магия струи от всеки ред на Ан Патчет. Чуйте я.

Книгата е в търговската мрежа и струва 16.00 лв.



2. Червен изгрев – Пиърс Браун

Далечното бъдеще. Цялата Слънчева система е колонизирана, а човечеството е оформено като тоталитарно кастово общество. Дароу принадлежи към най-нисшата прослойка – тази на Червените.

Те вярват, че са изпратени на Марс, за да направят планетата годна за живот, че кръвта и потта, които проливат всеки ден, ще спечелят правото на децата им да живеят на повърхността.

Но Червените са предадени. Дароу открива, че повърхността на планетата е заселена отдавна, а неговите хора са лъгани от Златните, за да продължават да живеят в мините. Като роби.

Воден от жаждата за отмъщение, Дароу приема да се включи в бунтовническата групировка Синове на Арес, да проникне в Института, където децата на Златните се обучават, и да стане един от тях.

Червеният изгрев ще настъпи. Дори ако Дароу трябва да плати за свободата с цената на живота и всичко човешко в себе си. Бестселър на New York Times.

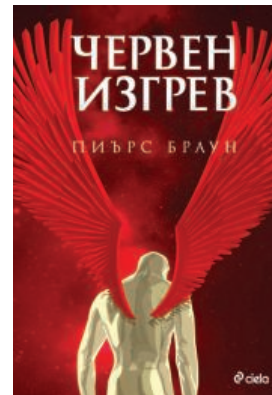
Победител в Goodreads Choice Awards за 2014 г.

Обявена за една от най-добрите книги за същата година от Entertainment Weekly, Buzzfeed и Shelf Awareness.

Защеметяващо добрият дебют на Пиърс Браун напомня на смес между „Игрите на глада“, „Повелителят на мухите“ и „Играта на Ендър“.

Entertainment Weekly

Книгата е налична в търговската мрежа и струва 14.90 лв.



3. Светлината, която не виждаме – Антъни Доер

№1 световен бестселър

Финалист в National Book Award

Най-добър исторически роман на 2014 на GoodReads

Роман в традицията на „Крадецът на книги“

Мари-Лор живее с баща си в Париж, близо до Природоисторическия музей, където той работи като пазител на ключовете. Когато е на шест, Мари-Лор губи зрението си. Двустранно перде. Нелечимо. Места, които са й били познати, се превръщат в лабиринти, изпълнени с опасности. Но истинската опасност предстои – войната започва и немците окупират Париж. Мари-Лор и баща ѝ бягат в Сен Мало при чичо ѝ. Младото момиче се бори с трудностите и постепенно става ключов агент на Съпротивата.

Вернер Пфениг отраства в бедно миньорско градче в Германия със сестра си Юта. Един ден двамата откриват старо радио. Седмица по-късно Вернер вече може да го сглобява и разглобява със затворени очи. За него радиото се превръща в страст, но и в надежда за избавление от предопределената участ да работи в мините. Талантът му осигурява място в академия на Хитлерюгенд, но реалността се оказва брутална – насилието и агресията са част от обучението. Скоро попада и в месомелачката на войната – изпратен е на фронта, където има за задача да засича радиопредаванията на Съпротивата. Радиовълните свързват животите на Мари-Лор и Вернер дълго преди те да се срещнат. Войната е навсякъде около тях, но още една страшна тайна лежи на пътя им – тайна, заради която някои нацисти са готови да преобърнат Европа.

...„Лумналото море“ е студен на пипане. Сто тридесет и три карата, почти свършен. С размера на гълъбово яйце и формата на сълза. Според някои бил вълшебен, според други около него се случвали странни и злокобни събития. Този, у когото е камъкът, щял да живее вечно...

Книгата е на пазара, цена 16.90 лв.



4. „Селата в България“

Всеки от нас е живял поне малко на село. Припомнете си миризмата на печени чушки, примесена с магарешки рев и тихото бърбене на бабите пред читалището. А какво ще кажете за селския казан за ракия? Някои неща остават класика за нас, българите. Авторите ни ги разкриват с чудесен ритъм и финес.

Гавраил Гавраилов е психолог и рекламист, запален по риболова със спининг и поклоненията до свети места. Премишните му книги „Родопи - в търсене на корените“ и „Североизточна България - гид за пътешественици“ са откровения. Тук той разкрива легендите на много непознати места.

Анна Пелова е писател и графичен дизайнер, колекционира традиционни български носии. Предстои да публикува дебютния си роман, попаднал сред десетте финалисти в конкурса на „Сиела“ за Нов български роман. Споделя за селата с неподправен чар и фокус върху здравословната храна и фолклора.

Михаил Михов е планински водач и пътешественик, експерт по алтернативен туризъм. Публикувал е десетки статии в пътеводители и списания. В тази книга провокира интерес към тайните на селата от Дунавската равнина, Пирин и Странджа.

Няма как да не поемете на път, след като прочетете тази книга.

Книгата е на пазара, цена 16.00 лв.





Kempinski
Hotel Marinela

SOFIA

Бизнес обяд в ресторант *"Амбасадор"*

Търсите уютно място за бърз бизнес обяд?
Заповядайте в новооткрития ресторант
"Амбасадор" на Kempinski хотел Маринела
и се насладете на вкусен бюфет.

Кога: Всеки делничен ден от 12:00 до 14:30 ч.
Къде: Ресторант "Амбасадор" на етаж мецанин



Вино и лаундъж музика в Интермецо лоби бар

Ако обичате вкуса и аромата на доброто вино,
както и магията на лаундъж музиката,
не пропускайте нашите специални вечери,
съчетани с приятна атмосфера и прекрасни
гледки към Японската градина!

Кога: Сряда от 20.00 до 00.00 ч.
Къде: Интермецо лоби бар

Kempinski Hotel Marinela Sofia
100 James Bourchier Blvd
1407 Sofia · Bulgaria
Tel +359 2 969 2470
fb.marinela@kempinski.com

www.kempinski.com/sofia

Kempinski
HOTELIERS SINCE 1897

Най-големият успех за нас са Вашите собствени успехи. Затова Ви предлагаме подкрепяме Вашите идеи и споделяме мечтите Ви. И знаем колко важни за Вас са контролът, сигурността и бързината при работата с Вашите средства. Държим да получавате точно това, от което се нуждаете.

Познаваме клиентите си лично. Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Нашата помощ - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Нашата помощ - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Нашата помощ - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Нашата помощ - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Нашата помощ - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Като клиент на една от най-стабилните и достъпни финансови институции в България, Вие ще разполагате с бързи и точни отговори на всеки Ваш финансов въпрос. Защо нашите мечти - ние сме на Ваше разположение всеки път, когато се нуждаете от индивидуална консултация по Вашите лични желания и планове.

Нашият опит. В помощ на Вашите лични планове.

Персонално банкиране