

ИКОНОМИКА

брой 49 / май 2015 г. / цена 5 лв.

ДОСТЪПНОТО
БИО

БУМЕРАНГЪТ
НА ЕМБАРГОТО

ОТКРИВАТЕЛИ НА
ВЪЗМОЖНОСТИ

*Петър
Докладал:*

**ЕНЕРГЕТИКАТА
ПОВЕЧЕ НЕ ТЪРПИ
КОМПРОМИСИ**





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

LA VIE EN
ROSE



KATARZYNA ESTATE LA VIE EN ROSE



8

- 8 | ТЕ ГОВОРЯТ
Достъпното био
- 20 | ИНТЕРВЮ
Петър Докладал:
Енергетиката повече не
търпи компромиси
- 28 | СТРАТЕГИИ
Уроците на Вълка
от Уолстрийт
- 32 | РАЗВИТИЕ
Евродепутатът Ева
Паунова: Пътувайте,
но се връщайте
- 36 | ПАРТНЬОРСТВО
Ле Дък Лиу: Виетнам
е мост за България
към Азия



42

- 40 | ЛИДЕРИТЕ
Антон Петров: Ценни са
само успехите,
постигнати честно
с умерени стъпки
- 42 | УСПЕЛИТЕ
Откриватели на
възможности
- 48 | ЗНАНИЕ
Иновации или
имитации
- 50 | ОБРАЗОВАНИЕ
Д-р Ирина Ботева-
Владикова: Българските
училища зад граница
имат нужда от добре
адаптирани програми



64

- 54 | ПАЗАР
Бумерангът
на ембаргото
- 64 | ПОСОКА
Морският блян
на Кипър
- 68 | СЕКТОР
От свежото
по-свежо
- 72 | HR КОНСУЛТ
Тайното
оръжие на
всеки бизнес
- 76 | МРЕЖА
Двигател
на промяната



84

- 78 | ПРЕДПРИЕМАЧ
Да събереш
закона в
един клик
- 80 | ОПИТ
Езерният град
- 84 | ТЕХНОЛОГИИ
Киберзащита
- 86 | Как да
прогнозираме
успеха на
иновациите
- 90 | Големите
данни
обещават
да променят
живота ни



96

- 94 | Брансън срещу Мъск в битка за електрическите коли
- 96 | Виртуални космически кораби за \$77 млн.
- 98 | ВЪЗХОД
Snapchat създаде най-младите милиардери
- 102 | МАРКАТА
Край или ново начало за RadioShack
- 106 | ЧЕТИВО
Нови книги от „Сиела“



118

- 108 | РЕТРО
Най-богатият мъж потъва с „Титаник“
- 112 | ГУРМЕ
Средиземноморски вкус в сърцето на София
- 114 | СЦЕНА
Нагоре, нагоре
- 116 | ГАЛЕРИЯ
Ценните книжа на Камен Старчев
- 118 | ПЪТЕШЕСТВИЕ
Фиджи – домът на щастието

Потенциалът на българското



Агросекторът намира широко място на страниците на „Икономика“. Този месец сме посветили основната тема на броя на биопроизводството. Не само защото като ниша се утвърждава все по-сериозно на пазара ни, но и защото производството на чиста храна има потенциала да изведе страната на водеща позиция в ЕС. В новия програмен период има по-добри условия за подпомагане на биологичното земеделие, но и пречките и предизвикателствата не са малко. За цената на „зелената храна“ разговаряме с производители от различни сектори.

Друга ниша, която агробизнесът напоследък припознава като възможност с висок потенциал, е производството на замразени плодове и зеленчуци. И тук обаче развитието се спъва в пречки, сред които е и липсата на държавна политика.

Не на последно място, тази година се оказва трудна за производителите на храни заради размяната на санкции между държавите от ЕС и Русия. България сериозно пострада от ограниченията за износ и не успя да компенсира засегнатите браншове. Освен агросектора, сред тях е и туризмът. Какви са очакванията за лято 2015 и как да компенсираме намалелия брой на руските туристи, коментират експерти от бранша. Не липсва и сравнението с един съседен, но не съвсем пряк конкурентен пазар – Кипър.

През май, когато се отбелязва и Денят на славянската писменост и култура, обръщаме внимание и на необходимите реформи в образованието и начините да се скрепи връзката наука-бизнес.

Приятно четене!
НЕВЕНА МИРЧЕВА,
главен редактор

FOR
FREE



Online Magazine
economymagazine.bg

„Български награди за уеб“ с акцент на иновациите в интернет

Иновациите в уеб разработката и дизайна, стартиращите онлайн фирми, новите тенденции в дигиталния маркетинг и онлайн бизнеса ще бъдат във фокуса на тазгодишното седмо издание на „Български награди за уеб“ - най-големия конкурс в сферата на интернет технологиите у нас. Награварата, чиито организатор е Българската уеб асоциация, традиционно представя най-качествените и успешни проекти в българското онлайн пространство и поставя акцент върху добрите практики в бранша у нас. Общият брой на оценените проекти във всички досегашни



BULGARIAN WEB AWARDS

издания на конкурса е над 1200. Крайният срок за регистрация е 10 юни. Всички желаещи могат да се регистрират на адрес www.webawards.bg.

Стартират номинациите в конкурса „Икономика на светло“



**НАЦИОНАЛЕН ЦЕНТЪР
ИКОНОМИКА НА СВЕТЛО**

Асоциация на индустриалния капитал в България обяви началото на номинациите във второто издание на конкурса за наградите „Икономика на светло“. Целта на конкурса е да открие стимулиращи примери за успехи в борбата с неформалната икономика и да отличи водещи институции и личности с активна позиция и принос в ограничаването на сивата икономика. Призът „Икономика на светло“ за 2014 г. ще бъде присъден в три категории: За нормативен акт или административна практика, които водят до ограничаване на сивата икономика и подобряване на бизнес средата; За личност или организация, допринесла за ограничаване и превенция на неформалната икономика посредством активна позиция; За журналист или медия, допринесли за промяна на обществените нагласи към нетърпимост към неформалната икономика. Срокът за номинации е до 18.05.2015 г.



„Икономика“ застава зад инициативи на българския и румънския бизнес

България и Румъния са много важни стратегически партньори и имат сходни позиции по ключови въпроси от регионално и европейско естество. Това каза Н. Пр. Антон Пъкурецу, посланик на Република България, по време на гостуването си в редакцията на сп. „Икономика“, Economic.bg и kmeta.bg.

Посланикът проведе среща с изпълнителния директор на „Бранд Медия България“ Боян Томов в стремеж за подобряване на сътрудничеството между българския и румънския бизнес.

Н. Пр. Пъкурецу наблегна на ползотворното партньорство между двете държави. „С течение на времето осъзнахме нуждата от по-засилена интеграция между нашите икономики.“ Г-н Томов изтъкна стремежа на списание „Икономика“ да влезе в ролята на медиатор между българския и румънския частен сектор.

четете списание
Икономика на
руски и английски
език

Read Economy Magazine in English


Читайте Журнал Экономика на русском языке

www.economymagazine.bg



ДОСТЪПНОТО БИО





Пред органичното производство се откриват перспективи, но са нужни много усилия, за да се развият нови стопанства, дистрибуторска мрежа и излаз на пазара

Татяна Явашева

Едва ли има нужда да ви убеждаваме в предимствата на биопродуктите, произведени по органичен начин, съобразно добрите практики. Тук няма да говорим за стоки, на които етикетът „БИО“ е просто начин да се оправдае високата цена. Биопродуктите все по-уверено навлизат на пазара, защото все повече хора си дават сметка, че чистите храни се отплащат с по-добро здраве. И медиите със сигурност имат принос в това.

Все по-често се чуват гласове, че България може да се превърне в биоградината на Европа. Предпоставки за това наистина има. Но условията са първо в главите на хората, а не в природата или в субсидиите. Разбира се, подобно чудо може да се случи само с активното съдействие на държавата и с частен сектор, готов да се включи в това. Защото биологичните методи на производство предполагат доста по-високи разходи за единица продукция, иска се много ноу-хау, а рисковете за неуспешна борба с вредителите са много по-големи от конвенционалното производство. Необходими са и пазари, както

и добра организация в начините, по които продукцията да стигне до своите клиенти. Ако си поставим такива високи цели, трябва да си дадем сметка, че България е член на Европейския съюз, че новият програмен период за подпомагане вече започна при условия, които ще важат до 2020 г., че нашият агросектор е море в океана на общата селскостопанска политика, че на пазара на селскостопански стоки шансът повече е на страната на онзи, който е по-добре субсидиран.

Ограничения

Добрата новина е, че в новия програмен период има подобри условия за подпомагане на биологичното производство. Чистата храна обаче има своята цена. Добивите са поне наполовина по-ниски от конвенционалното производство. Плевни се на ръка, ползват се биоторове, не се разрешава пръскане с химикали, допустими са само специални препарати за борба с вредителите. Често те са слаби и битката за запазване на продукцията е неравностойна, освен че струва твърде скъпо. Смъртността при животните е по-висока, дори при най-добри грижи. На този фон



индустриалното производство изглежда по-доходоносно, по-ефективно и по-конкурентоспособно. Но пък биоземеделieto, освен грижа за здравето и за околната среда, е начин на мислене и на отношение към природата.

Препятствия

Много са трудностите и една от тях е намирането на подходящата работна ръка. Друга е липсата на напоителни системи. Трета е недостигът на специалисти, които с познания и съвети да подпомагат борбата с болестите и вредителите. Във всяка биоферма трудностите са от различен характер. Машините все повече ще дават отговор на проблема с кадрите, те обаче не могат напълно да изместят хората в този процес. В Западна Европа има биостопанства, от които може да се учим. Оттам може да се пренесат и добри практики за насърчаване на биопроизводството по начин, който би открил нови хоризонти за развитие. Нужно е да се изгради цялостна екосистема, което не е невъзможно. Това би се получило, ако представителите на държавата и на частния биоземеделски сектор си взаимодействат в изпълнението на подобни цели.

Скок

Има производители, които смятат, че биопроизводството ще им донесе повече субсидии, но впоследствие се убеждават, че замената на химическите препарати с биопрепарати не е достатъчна, а са нужни много познания как се прави биоземеделие. Ако те нямат истинската нагласа за този различен начин на производство, няма да се получи. Затова някои се регистрират като биопроизводители, а после се отказват, показват наблюденията на сдружение „Агролинк“. Искате ли да станете биопроизводител, може да се обърнете към някоя от малкото на брой консултантски организации в страната, които

могат да съдействат с познания. Има и безплатни семинари. „За съжаление няма много специалисти, които да познават детайлно биологичните начини на производство. На производителите може да им се стори трудно и скъпо, но те просто трябва да променят своята нагласа. Само така ще излязат на пазара на биопродукти, за който толкова много се говори“, уверява Светла Николова, председател на „Агролинк“.

Път към пазара

Биофермите на този етап са по-малки, но тенденцията е успешните от тях да се разрастват с времето. Най-актуалният проблем обаче е как суровината да стигне до преработвателите и как готовата продукция да излезе на пазара. В България не е оптимизирана веригата на доставки, дистрибуцията не е развита. Всичко това трябва да се съобрази и да се създаде верният начин продукцията да достига до крайните клиенти. Ето защо търговците са част от веригата и те имат своето важно място. На Запад производителите им подават ръка. Тук също трябва да има специализирани фирми, които да организират цялостната дистрибуция на биопродуктите. Така цената ще намалее и биото да стане достъпно, уверява Светла Николова. Според нея всичко това се избистря в самия процес и производители и търговци ще се убедят, че трябва да работят съвместно. Когато има специализация, ще има по-високо професионално представяне и пазарът ще се отвори още повече.

Капка в морето

Около 70 % от произведения биологичен пчелен мед се изнася на едро за страни от Западна Европа. Този мед се използва като суровина от големи европейски преработвателни компании, където българският продукт се смесва с друг по-нискокачествен мед и се продава на европейския потребител, но вече не като български мед, а под различни чужди търговски марки. По този начин цената за българския производител остава ниска, въпреки високата стойност на крайния продукт, разказват от Сдружението за биологично пчеларство. Този проблем под една или друга форма го изпитват повечето наши биопроизводители. Брандът е важен, но само регистрацията на търговска марка не върши работа. За нейната популяризация трябва финансова мощ. Нужни са по-големи обеми, добра дистрибуция и реклама.

Биопроизводителите не скриват своите опасения, че в условията на глобализация правилата на играта не зависят само от нашите желания и възможности. Оптимистичните прогнози са за процъфтяваща био България, а песимистичните – пазарът на биопродукти да се развие още, но да е с твърде ограничен мащаб.

Сп. „Икономика“ потърси биопроизводители с богатата практика, които да споделят своя опит и вижданията си за перспективите пред този сектор. 





Цветан Цеков:

Намерих СВОЯТА НИША

Цветан Цеков е сред най-големите биопроизводители на ябълки, круши и вишни. Масивите са в с. Радотина, Ботевградско. Занимава се с биоземеделие от близо 10 години. Продукцията му е със собствена търговска марка „Яблена Натура“.

Причините да се заема с това бяха много, но основен подтик за мене беше желанието да произвеждам чисти храни. Аз съм предприемач, нямах никакъв опит в овощарството, но видях перспективи в това. Кадри набирах на принципа „проба-грешка“, имах различни перипетии и в момента разполагам със сериозен екип от хора, минали през различни обучения, и

*това, което правим,
е на световно ниво*

Разполагам с 1500 дка насаждения и за тях се грижат около 50 души, местни хора от района, повечето от които са млади. Мотивираме ги с добро заплащане, премии и различни стимули. И в резултат – няма текучество.

Тенденцията беше ясна, че щом промишлените технологии навлизат с голяма сила в земеделието, като противовес ще се появи интересът към биологично чистите продукти. В България има огромна ниша за това и всички условия предполагат този тип производство. Няма такава интензификация на селското стопанство, която да е довела до замърсяване на почвите. В района, към който се насочих, има всички предпоставки за органично производство, макар че е много рисково. Навремето дори нямаше достатъчно информация какви технологии да се ползват, а биоовощарството е специфичен сектор.

Без правилните познания

рискът става още по-голям. Може да загубиш не само продукцията, но и целите градини.

Биопроизводството е ниша, има глад за такава продукция. Дори и в България хората започват да осъзнават, че чисти са само храните, произведени по биологичен начин. От гледна точка на самото производство, да работиш по биометоди е много по-рисковано и в пъти по-скъпо. Рисковете за опазване на продукцията, а и на самите насаждения, са много по-големи. Биопрепаратите са щадящи и има опасност самите растения да забелеят и да погинат. В това е голямата разлика между конвенционалното и биопроизводството. Изискват се огромни познания, за да поддържаш биоравновесието на насажденията.



Преди 3 години направихме хладилна база, а сега вече я разширяваме. При нашите обеми е задължително да добавим стойност и в момента изграждаме фабрика за органични сокове, която ще работи изцяло с наша суровина. В това отношение ще сме единствени в Европа. Така ще затворим цикъла. Ще произвеждаме уникални продукти – например ще правим напитка с добавяне специфичен щам на лактобацилус булгарикус, който ще е с добро профилактично действие.

Биопроизводството е няколко пъти по-скъпо от конвенционалното. Нашата цена на плодовете е 30-40% по-висока, но търговците спекулират и докато стигне до крайния клиент, продуктът може сериозно да поскъпне. Това отблъсква от биопродуктите. В България работим с всички търговски вериги,

имаме завоювани пазари в скандинавските страни

Сега проучваме възможностите за по-широко навлизане на пазара в Германия. Някои от веригите са коректни, а други – не. Те са монополист на пазара и държавата по никакъв начин не защитава интересите на българските производители. Агенциите, които трябва да отстояват нашите права, са само за камуфлаж. Ситуацията, в която сме, не може да се случи в Западна Европа, там правилата са строги. У нас държавата се е

оттеглила и никой не държи на българското производство. Има само някои ПР акции и толкова. Още преди години казах, че българската продукция на българския пазар ще е незначителен процент и това вече е факт. Според официалната статистика само 6% е „Произведено в България“.

Говорим за общ европейски пазар и принципи на равноправие, а ние започваме с неравен старт и с три четвърти по-малко финансово подпомагане

По европейските програми може да се получи финансиране, но това не ни поставя на равна нога със западните производители. Подпомагането е само една четвърт от това, което получават западните ни конкуренти. Принудени сме да работим в

абсолютно неконкурентна среда

Говорим за общ европейски пазар, за принципи на равноправие, същевременно ние започваме с неравен старт и с три четвърти по-малко финансово подпомагане. Кредитите там са при далеч по-изгодни условия.

Освен това западните производители получават подкрепа, ако стопанската година е лоша и така имат гарантирани доходи. Без национална политика и дългосрочна стратегия нищо добро не може да се случи с биопроизводството в България. Участвал съм в консултативни съвети, в работни групи, но резултатът е такъв, какъвто е. Ако няма грижа за националното производство, тези сектори ще замрат и ще си отидат. **И**

Вкусните биоплодове, произведени в България, трябва да намерят верния път към платежоспособните пазари



Благовеста Василиева:

От този бизнес може да се

Благовеста Василиева е съсобственик на „Дивата ферма“ и член на Българска асоциация „Биопродукти“.

„Дивата ферма“ се намира в Източните Родопи на 50 км на юг от Хасково. Вече повече от 20 години се занимаваме с животновъдство. Започнахме с няколко кози и овце, после си купихме крави. Правихме овче и краве сирене и се издържахме с това. И 20 години по-късно фермата е сертифицирана за телешко месо. На наше място много хора биха се отказали, но ние продължихме. Виждахме, че рано или късно ще берем плодове от усърдието си.

За съжаление, у нас биопродукцията

намира пазар основно в София

Там е платежоспособният клиент, който може да си позволи биологично телешко месо. Дълги години изнасяхме месото, без нищо на остава тук. Но цените бяха ниски, тъй като се минава през посредници, които натискат цената, а ние нямахме възможност да намерим по-добри условия. Нещата се случиха бавно. В крайна сметка усилието си струва, но едва след като станахме част от Европейския съюз и може да ползваме европейско финансиране. Без него подобно производство не би могло да съществува и да се развива. Отглеждаме редки аборигенни породи – българско сиво говедо, родопско късорого говедо - благодарение на това получаваме добри субсидии. Това ни дава възможност да се разрастваме. В последните години пазарът на земя се раздвижи и започнахме да купуваме площи. Преди години никой не продаваше. Така

успяхме да разширим стопанството

и „Дивата ферма“ успя да излезе на прав път.

През тази зима загубихме 10% от стадото, тъй като условията бяха много тежки. Затова в момента отглеждаме



около 600 глави добитък. Имаме и 20-ина каракачански овце, 50 кошера с пчели, зеленчуковата ни градина е голяма и там всичко се произвежда по биологичен начин. Така ние се изхранваме, а също и туристите, които отседат в нашата къща за гости. Имаме четири елитни коня, 20 магарета и записваме клиенти, които с лечебна цел се



печели добре

нуждаят от магарешко мляко. Въпреки трудностите, нещата потръгват. Ние не се отчайваме, а гледаме напред. В този бизнес е ангажирано цялото семейство, има и хора, които ни помагат, така екипът наброява около 10 души.

Биохраната е синоним на здраве. Всеки здравомислещ човек трябва да се грижи и за земята, която ще остави на децата си. От такъв бизнес може да се печели добре, но тази дейност трябва внимателно да се развива, да се върви стъпка по стъпка и

инвестициите добре да се премислят

Познавам хора, които искат всичко да стане бързо, вземат заеми, а не са в състояние да ги връщат и затъват. В тази икономическа криза е много трудно, но лека-полека може да се постигне успех.

Развиваме и туристическа дейност, която е свързана с наблюдението на птици, познато като Birdwatching. Лешоядите привличат силен интерес. Над 80% от нашите туристи са чужденци, те идват специално за това. Стават сутрин рано и за един ден може да наблюдават над 70 вида птици. В укритията им лешоядите и скалният орел се наблюдават в ранни зори. Това са особен вид туристи, те идват със специална апаратура, която е много скъпа. Правят снимки и участват в специализирани изложби. Има тръпка да видят и вълци. Другото интересно е, че в района на Маджарово има над 16 вида полускъпоценни камъни. За туристите правим тур за минерали, а също за добив на злато с гаванка. Каяците и рафтингът са добра възможност за екстремни удоволствия по р. Арда.

За развитието на биологичното производство може да се ползват националните доплащания, които са на глава добитък, а също и за обвързаната подкрепа. От Про-

Има начин да се създаде модерно биостопанство, конкуриращо се с конвенционалното

„Дивата ферма“ съчетава биопроизводството с туризъм

грамата за развитие на селските райони също може да се получат добри субсидии по мярката за биологично земеделие. Специално подпомагане има и за биологично животновъдство. Може да се кандидатства за директни плащания.

У нас земята все още не е замърсена и е добре да се спре с това пръскане с хербициди за конвенционалното земеделие. Биопроизводството има огромно бъдеще и България може да стане страна на био. Има начин да се създаде модерно стопанство, конкуриращо се с конвенционалното. Но трябва първо да осъзнаеш нуждата от това и то да стане начин на мислене. Ако държавата подаде рамо на биопроизводителите, само за 3-4 години над 60% от агропроизводството може да стане органично. На Запад има голямо търсене и ако например се произвежда биологичен лимец и органична пшеница, тя лесно ще се реализира на западния пазар. Начинът на мислене и алчността пречи на производителите да преминат към този перспективен начин на отглеждане на културите. Те свикнаха да пръскат и да торят, без да се замислят как отравят земята.

Институциите са призвани да помагат на производителите, но често те не си дават сметка какво точно правят. Някои разбират какво са сътворили, едва когато престанат да са чиновници и дойдат от нашата страна на „барикадата“.



Петко Ангелов:

Предимствата са безспорни

Преди доста години се заех с възстановяването на източно-родопски сортове ръж и други зърнени култури. Но преди 12-13 години в западни списания започнах да срещам информация, че лимецът има добри характеристики. В Източните Родопи имаше много изоставени ниви и това допълнително ме подтикна да се заема с такова производство. Стори ми се перспективно и с всяка изминала година се убеждавам, че не съм сгрешил.

Допреди 3-4 години биопазарът у нас беше много хаотичен, хората обаче се интересуваха от растението лимец, а вече започна да се оформя група от претензионни клиенти, които вярвам, че ще успеят

*да наложат
българския
биолимец*

който има уникални качества. Вече има няколко биопроизводители, те са малки, но правят интересни продукти – макарони, солети, гризети и т. н. Хлебните къщи все повече се насочват към това брашно и подходът става професионален.

От две години насам започнах да възстановявам производството на стари храни. Траханата например се основава на биоферментационен процес, тя ферментира с диви дрожди, а през зимата се готви по различни начини. Направихме различни видове трахана, която вече се предлага в биомагазините в Солун и Атина и там тя все повече се търси. В момента създаваме фирма с участие на производители от съседните страни, която ще произвежда забравени храни, някои от които имат едно и също наименование на територията на България, Гърция и Турция. Всички индикации показват, че нещата ще потръгнат. Биосегментът започва да се разширява. Трябва да признаем, че производството е

тежка и неблагоприятна работа

Пазарът на зърно е стагниран и на едро проблемът за реализацията е голям, макар в случая да става дума за биоиззърно. Няма такова силно търсене за този специализиран продукт. Тепърва обаче пазарът ще се отваря. Загова започнах да произвеждам кус-кус, който се прави ръчно. Предлагам и кълнове. Имаме вече 7-8 продукта, които постепенно ще налагаме. Но засега нито пазарът у нас е узрял, нито пък е платежоспособен. Трудностите са много, административните пречки са трудно преодолими. Би трябвало бизнесът да получава подкрепа, или поне да се премахнат бюрократичните спънки.



Петко Ангелов е собственик на фирма „Петком“. Седалището е в с. Рабово, а масивите се простират и в съседните села. Той е бивш военен летец, който след пенсионирането си се заема със собствен бизнес.

Има обаче ентузиастични, които вярват, че биопроизводството може да разшири територия. Ние сме сред тях и загова и стана традиция да организираме фестивал на хляба, в който показваме всички етапи от неговото производство. Качествата на българските биопроductи са безспорни, но нищо не е регламентирано. Работим по няколко международни проекта съвместно с Българската селскостопанска академия и с други научни институти и се надявам

на добри резултати. В началото на новия програмен период има опасност

*нововъведенията да затруднят
производителите*

Като идея нещата изглеждат добре и който сериозно иска да се занимава с биоземеделие, може да получи сериозни суми. Но се очаква да има много грешки в попълването на документите и прогнозата е, че доста хора ще пропуснат добрите възможности. Отговорността за грешно попълненото заявление не е на администрацията, а е за сметка на бенефициента. Една грешка може да анулира цялата заявка.

**Биопроизводството
може да разшири
територия, пазарът
постепенно ще се
отваря**

Тази година за пръв път в МЗХ има дирекция, която се занимава само с биоземеделие. Това е нещо положително. Аз съм абсолютен противник на конвенционалното производство. Само като се види какви препарати се използват и в какви количества, то е смес, която трови консуматорите, замърсява и земята. Геномът на лимеца не е променен в продължение на 18 хил. години, а сега има сортове, които на третата-четвъртата година се разпадат. Противник съм на ГМО и на химизацията в земеделието. Но с това трудно ще се преборим, колкото и да ми се иска да се изхранваме по биологичен начин. Бъдещето е на биоземеделieto, но в противната посока има много силни лобита по света, които няма да допуснат хегемония на органичното. То ще се развие най-много до 10-15% в България. Голямата индустрия няма да допусне малки производители да се намесят в големия пазар. Ще ни отредят един малък сегмент, който да е само за разнообразие. **И**



Стара Загора

ул. "Радост" 15
тел.: 042/603 118
моб.: 0899 112 884

Добрич

бул. "Трети март" 102
тел.: 058/630 226
моб.: 0899 946 228

Каблешково

ул. "Черно море" 7А
тел.: 05968/23 22
моб.: 0897 916 212

Велико Търново

местност Дълга лъка
тел.: 062/615 015
моб.: 0893 523 535



Силистра

Западна Промислена Зона
ул. "Тутракан" 14
моб.: 0893 520 007

www.animex.bg



Петко Симеонов:

Българският пчелен мед

България предлага уникална и все още запазена природа с много богато биоразнообразие на различни медоносни растителни видове, голяма част от които са с лечебни свойства. Медът, добиван в страната, е с много високо качество и благодарение на богатия си поленов състав се цени високо в Западна Европа. Друга предпоставка е липсата на сериозна индустрия в страната през последните години и наличието на много чисти райони, което е основното изискване за практикуване на биологично пчеларство. Стимул за биопчеларите е подпомагането на брой пчелно семейство, това, в съчетание с възможностите за финансиране на дейността по Националната пчеларска програма и другите мерки от ПРСР, прави този бизнес атрактивен. Биологичното пчеларство може да се превърне в

добра алтернатива на безработицата

в по-изостаналите райони. Практикуващите биологично пчеларство са изправени пред основните проблеми в целия сектор - липса на качествено образование и възможности за адекватна квалификация в областта. В пчеларството липсва квалифицирана работна ръка, още повече като всяка земеделска дейност, работата е кампанийна, а в България все още не е уредена сезонната заетост в областта на земеделието. Друг сериозен проблем е борбата с болестите и поддържането на добро здравословно състояние на пчелните семейства. За съжаление в страната има много малко специалисти по болести по пчелите. Масово пчеларите нямат достъп до компетентни съвети и диагностика при възникване на здравословен проблем в стопанството, което също е фактор за наблюдаваната висока смъртност сред пчелните се-

мейства през последните години.

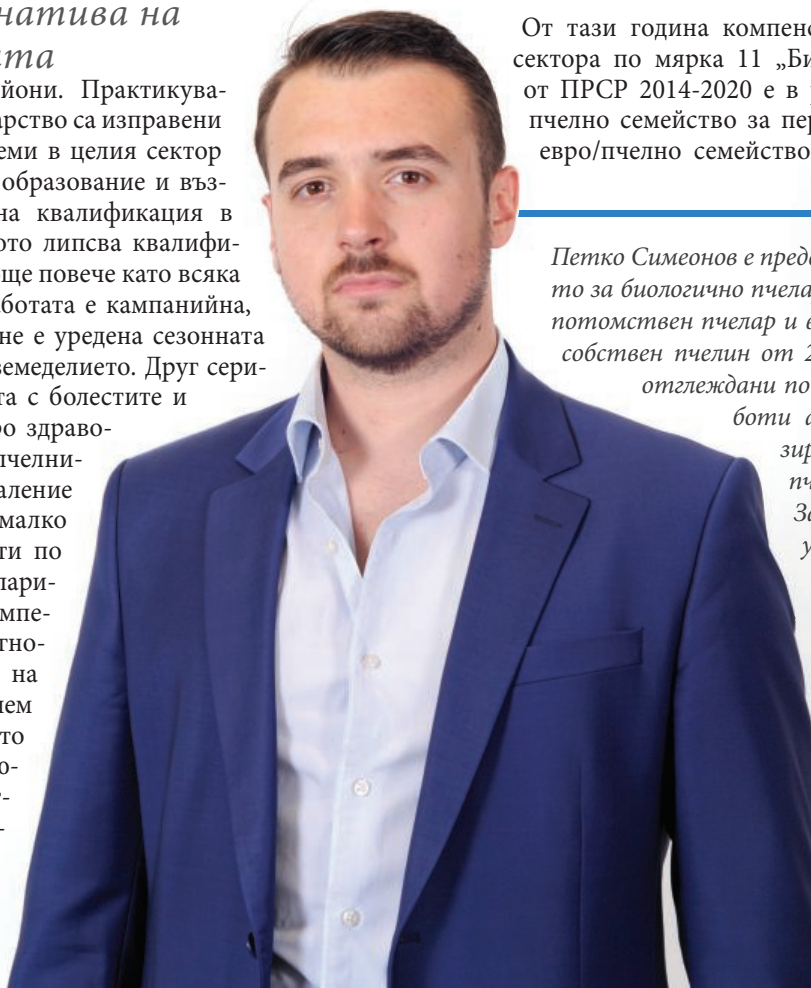
Негативно влияние върху пчеларството оказват и

измененията в климата

което се отразява върху популацията на пчели в България, а съответно и върху добивите на мед и пчелни продукти. Това най-много се усеща от биологичните пчелари, чиито пчелини са в полупланински и планински райони, където има по-къс сезон, и средните добиви на мед от пчелно семейство по принцип са по-ниски. Много голям проблем създава и експанзивното развитие на конвенционалното земеделие в страната. Все по-често колеги със сертифицирани биологични пчелини са поставени пред ситуация да преместят стопанствата си или да прекратят дейността си.

Биологичното пчеларство е с голям потенциал и има начини то да се развие бързо

От тази година компенсаторното плащане в сектора по мярка 11 „Биологично земеделие“ от ПРСР 2014-2020 е в размер на 35 евро за пчелно семейство за периода на преход и 25 евро/пчелно семейство след сертифициране



Петко Симеонов е председател на Сдружение-то за биологично пчеларство от 2013 г. Той е потомствен пчелар и в момента притежава собствен пчелин от 200 пчелни семейства, отглеждани по биологичен начин. Работи активно за популяризиране на биологичното пчеларство в България. Завършил е Техническият университет в София и има магистърска степен по бизнес администрация - стратегическо управление от Софийския университет „Св. Климент Охридски“.



Е С ВИСОКО КАЧЕСТВО



Пчелиният биопрашец е отличен имуностимулатор

на стопанството като биологично. Минималният брой пчелни семейства, за които може да се поеме петгодишен ангажимент, е 20, като задължение на пчеларя е освен да спазва изискванията за биологично отглеждане на пчелни семейства, да премине периода на преход до края на петгодишния ангажимент. Броят на пчелните семейства през петгодишния период може да се увеличава.

През тази година за пръв път се въвежда диверсифицирано компенсаторно плащане, досега се даваха по 18,5 евро за пчелно семейство по Мярка 214 от ПРСР 2007-2013, независимо дали семействата са в конверсия или са биологични. Основен проблем ще възникне от липсата на разлика в цената на едро в България на конвенционалния и биологичния пчелен мед. Очаквам голяма част от производителите, особено тези които реализират продукцията си само на едро, без директни продажби към крайни потребители, изкуствено да преминат в преход с цел получаване на по-високата ставка. Още повече, изискването за подпомагане е в рамките на поетия петгоди-

шен ангажимент стопанството да представи само веднъж сертификат за биологично производство, и срокът е до 30 септември на петата година.

Въпреки големия брой биологични пчелни семейства в България, потенциалът на биологичното пчеларство не се използва достатъчно ефективно. Липсват обединения на пчелари под формата на организации на производители, които биха могли да намалят общите оперативни разходи на стопанствата, свързани с

преработката и маркетинга на продукцията

Така се изпускат огромните възможности за финансиране от ЕС под формата на колективни инвестиции, където съгласно рамката на новата ПРСР интензитетът на помощта може да достигне до 90% от инвестиционните разходи.

Друг потенциал за българския биологичен мед, който не се използва, е неговата реклама както в България и в ЕС, така и в трети страни. Въпреки възможностите за осигуряване на финансиране под формата на промоционални програми, българските производители все още нямат необходимия потенциал и нагласи за такива начинания. Без национална политика, която трябва да се разработи и да се следва от МЗХ, нещо значимо трудно може да се постигне при раздробения пчеларски сектор. Време е държавата да предложи нормативна уредба за регулиране и признаване на организациите на производителите в земеделието, не само в сектор пчеларство. За проект на такава наредба се заговори наскоро, но нищо повече не се случи. [\[1\]](#)



Петър Докладал:

Енергетиката повече не търпи компромиси

Либерализацията на електроенергийния пазар е неизбежна, но само тя няма да реши натрупаните проблеми

Петър Докладал е регионален мениджър на ЧЕЗ за България. Завършил е журналистика в Московския държавен институт по международни отношения. Доктор е по философия от Карловия университет в Прага. Веднага след промените през 1989 г. влиза в чешкото Министерство на външните работи, където стига до позицията директор; дипломат работи във Виетнам и Канада и посланик на Чешката република в България от 2001 до 2006 г., след което поема посланическия пост в Букурещ. От началото на 2011 г. приема поканата на ЧЕЗ и става регионален мениджър за България. Петър Докладал е семеен, с две дъщери. Обича спорта, литературата и класическата музика.

Татяна Явашева

Господин Докладал, ЧЕЗ има вече 10 години присъствие в България. Компанията е с голям опит в Европа, но тук като че ли около вас се създава доста митове?

- Действително ние сме представители на една огромна международна компания със сериозен опит в енергетиката, която от години работи успешно в условията на либерализиран пазар в Чехия, Румъния и Полша, и при спазване на всички европейски и местни закони. В България дойдохме с ясна визия, че отварянето на пазара е предстоящо и се заехме да приведем компанията в съответствие с тези изисквания. За изминалите 10 години тук сме между най-сериозните инвеститори и работодатели в сектора, като само под формата на данъци сме внесли в хазната над 511 млн. лв. Прилагаме най-добрите практики и ноу-хау и така сме спестили на българския потребител и на енергийния сектор над 100 млн. лв. годишно само от намаляване на загубите. Инвестирахме в подобряване на обслужването на клиентите и мрежата 846 млн. лв. Но със съжаление установихме, че вместо да ни припознаят като дългосрочен инвеститор и партньор, с някаква цел около ЧЕЗ бяха създадени негативни митове. Мисля, че стремежът е вниманието да се пренасочи и действителните проблеми на сектора да се преместят към последната брънка от веригата и така да се поддържа недостатъчна прозрачност на цялата система по отношение на ценообразуването, което всъщност забавя либерализацията и създава недоверие в цялата система. Разбира се, ние подкрепяме либерализацията, но сме обезпокоени, че законодателството и регулациите за нея все още не са готови. Потребителите не са достатъчно информирани все още и ние не знаем кой модел ще бъде приложен, за да пренастроим бизнеса си. Съзнаваме, че в момента сме част от верига, която свършва при краен потребител, разполагащ с ограничен бюджет. И макар с незначителен дял от цената, ние носим 100% отговорността за качеството на електроснабдяването, обслужването на клиентите и комуникацията с тях. Затова сме под лупа през цялото време. Това само по себе си не би било проблем, тъй като неведнъж се доказва, че при нас нещата са законни и законосъобразни. Проблемът е в политизирането на темата, заради което стана възможно с лекота да се разпространяват митове по отношение на електроразпределителните дружества. Популизмът в този сектор е особено опасен. Вие какви митове имате предвид?

- Има две паралелни реалности на митовете – тези, които вие наблюдавате, и онези, които клиентите виждат. Къде е истината?

- Мит или не – умишлено или неволно, не се прави

”

Ние сме накрая на веригата в снабдяването с електроенергия и всички проблеми в системата се прехвърлят върху нас

“

фото Александър Нишков

разлика между ЕРП и снабдител, за съжаление на всички нива, включително политици и представители на бизнеса, Комисията за енергийно и водно регулиране (КЕВР). Това силно обърква потребителите и в навечерието на либерализацията подобна неяснота може да доведе до една изцяло нова митология, която още по-силно да подкопае доверието в сектора. В очакване на либерализацията и в съответствие с европейските директиви, бизнесът беше разделен на мрежова компания – която е собственик на

мрежата (в случая това е ЧЕЗ Разпределение България), и снабдителна компания (ЧЕЗ Електро България). Мрежата не подлежи на либерализация никъде в Европа. Тя ще си остане в рамките на регулирания бизнес като естествен монопол. Какъвто впрочем е и Държавният електроенергиен системен оператор. От 2012 г. двете ни компании са публични и те имат различни миноритарни акционери. Сега разбирате колко е опасно да не се прави разлика между тях и да се говори само и единствено, при това негативно, за ЕРП-то. Кое е ЕРП-то, такъв субект всъщност няма. Мит е, че имаме основно влияние върху цената на електроенергията за потребителите. Цената за битовите потребители в България изцяло се регулира, дори има свръхрегулация. Регулаторът трябва да направи баланс между нуждите на всички участници на този пазар. Ние по никакъв начин не сме отговорни за ценообразуването, за ниските или високи цени на електроенергията в България. Факт е, че от крайната цена при нас остава твърде малък дял. При битовите потребители дялът на ЧЕЗ намаля от 13% на 0,68%.

- Това е печалбата ли?

- Не, разбира се. Това е частта от крайната цена за битовите клиенти, която остава в групата на ЧЕЗ в България. Много хора не вярват, а и то изглежда невероятно, но е факт, че на всеки 100 лв. при нас остават едва 68 ст. С тези средства компанията трябва да развива и модернизира мрежата и да подобрява услугите, които предлага, да се грижи за заплатите и осигуровките на своите почти 4000 служители, да плаща данъци и да изпълнява своите регулаторни задължения.

- Искате да кажете, че сте се превърнали в нещо като благотворителна организация?

- Не ми се иска да правя подобен паралел, но за съжаление сме близо до това. Още по време на социализма в България е спестявано от инвестиции в мрежата. Това в още по-голяма степен се случи през 90-те години и чак след приватизацията, когато ЧЕЗ стъпи на българския пазар, се направи оптимизация на процесите, която да





”

**Когато пазарът
се либерализира,
клиентът ще избира
свой доставчик.
Конкуренцията ще е
между снабдителите**

“

позволи повече инвестиции. Затова сме обезпокоени, че се намаляват средствата за поддръжка на мрежата за средно и ниско напрежение. А освен това трябва да се интегрираме с европейската мрежа и то не само на ниво високо напрежение. Трябва да се присъединяват мрежите на новите ВЕИ, което означава промяна на структурата и на капацитета на мрежата. Общините и гражданите също трябва да ни окажат подкрепа, за да се подобри състоянието на мрежата. София днес изглежда много по-различно, откол-

кото преди четвърт век, което означава, че и енергийната инфраструктура постоянно се променя. Същевременно хората имат все по-високи изисквания към качеството на предоставяните услуги. Ние трябва да гарантираме изпълнението на лицензионните си задължения, но реално в момента можем да се справим единствено с това, не ни остават много средства за инвестиции и за модернизация. Не е вярно, че ЕРП-тата изкуствено завишават разходите си. КЕВР не признава всички разходи, които дружествата реално извършват за оптимална поддръжка на мрежата, както и за разширяването ѝ, така че да се предлага услуга с добро качество, т.е. изкуствено завишаване няма как да има. За нас най-важно е да има прозрачност и възможност за дългосрочно планиране.

- *Либерализацията ли е спасението?*

- Тя е единственият път към европейската енергетика. Не е възможно някой да купува по-скъпо и да продава по-евтино, като компенсира тази разлика от други продажби. Рано или късно всички разходи, свързани с производството и доставката на електроенергия, трябва да се покриват от самата система. Има ли конкуренция между доставчиците, по естествен път ще се стигне и до по-високо качество.

- *При либерализацията обаче, няма да имате сегашния гарантиран пазар. Тогава на него ще влязат и други играчи...*

- Имаме го предвид. Така работим в Чехия, Румъния, Полша, Турция. Но тогава няма т.нар. ЕРП-та да са във фокуса, затова по-добре да започнем да говорим за мрежовата организация (за ниско и средно напрежение) и за снабдителя. Либерализацията за битовите клиенти няма да се отнася до ЕРП-тата, а за снабдителните дружества. В цяла Европа няма две паралелни мрежови компании, тъй като това би струвало огромни пари. Мрежовата организация ще подлежи на регулация и КЕВР ще одобрява цената за всички услуги, които ще трябва да покриват техните разходи на пренос, за ново присъединяване, за модернизация на подстанция, за подмяна на кабели и т. н. Либерализацията засяга снабдителите, те ще са различни и клиентът ще може да избере свой доставчик. Конкуренцията ще е

между снабдителите. При нас крайният снабдител е „ЧЕЗ Електро България“, която доставя електроенергията до абонатите, но не се занимава с преноса и мрежата.

- *По ваша информация откога се очаква либерализацията да стане факт?*

- Този въпрос не е към правилния човек. Очакванията са това да стане от 1 януари 2016 г. Не зная дали ще се случи, тъй като не ние вземаме решението. Но тя трябва да е добре подготвена от гледна точка на законите и на поднормативните актове.

Никой обаче от домакинствата не иска да излезе на свободния пазар, тъй като на регулирания цената е по-ниска. Новият председател на КЕВР Иван Иванов декларира, че това ще се случи от началото на следващата година, но все още няма необходимите нормативни и регулаторни условия и документи. В същото време той говори за надежда за непромяна на цената. Допълнително сме обезпокоени и от това, че българските граждани не са информирани как да направят своя избор на доставчик.

- *При всички случаи либерализацията означава далеч по-високи цени, така ли да разбираме?*

- Не е задължително, но със сигурност никой няма да продава под себестойност.

- *По-скъп ли е токът в Чехия за битовите потребители?*

- В Чехия има 6 основни и 9 допълнителни тарифи и в зависимост от тарифите цената е по-висока или по-ниска по различно време в денонощието. Като цяло електроенергията е около два пъти по-скъпа от България.

- *Колко по-високи са доходите в Чехия?*

- Доходите в Чехия нямат нищо общо – или сме в пазарна икономика, или не. В Германия доходите са в пъти по-високи от тези в Чехия, а цените на тока са сравними с цяла Централна Европа.

- *Все пак става дума за платежоспособност на населението. Глобални марки, които имат присъствие в цял свят, не продават на една и съща цена, а се съобразяват и с доходите на всеки пазар...*

- Много ми харесва, че споменавате това. Направете следния опит. Вземете една кошница и влезте в един супермаркет в Прага, напълнете я с основни хранителни продукти. Направете това и в София. Казвам ви, може да установите, че в Чехия е по-евтино. Разликата може и да покрие разликата в месечните разходи за по-скъпа електроенергия. Кажете къде е тази пазарна икономика? След това някой изкарва хората на улицата заради цената на електроенергията. Това за мен е неразбираемо. Проблемът е в енергийната ефективност, не се икономисва, през

зимата 40% от домакинствата се отопляват с ток, което е лукс. А се говори как 61% от хората са енергийно бедни. Производството на електроенергия обаче няма как да заобиколи пазарните цени, по които се купуват необходимите ресурси. Недопустимо е присъщите пазарни разходи да не се покриват от крайната цена. Това е като изкуствено задържана пружина – идва ден, в който тя ще подскочи.

- При либерализацията всеки доставчик може да опитва да изнудва потребителите с висока цена. Как това ще реши въпроса с непрозрачната прозрачност? Как ще разсечем здраво свързващия се възел в енергетиката и в цената на тока?

- Не мисля, че нещата са чак толкова драматични. Вярвам, че те може постепенно да се разрешат. Разбира се, процесът не е лесен и всеки потребител трябва да прецени риска и да не се поддава на евтини подходи за привличане на клиенти. Освен това трябва да има достатъчно участници, които да предлагат конкурентна услуга и съответно и дружествата да са подготвени така, че да е минимална бюрокрацията и всички формалности, които клиентите ще трябва да спазват. За да не се окаже, че потребителите ще плащат за администрация и бюрокрация повече, отколкото за самата електроенергия. Но аз лично смятам, че либерализацията е много позитивен процес. А цената на електроенергията не бива да се превръща в религия или в инструмент за водене на политически кампании. Тя просто трябва да отговаря на икономическата логика и с нея да не се прави социална политика. Защото това е пагубно за целия сектор. За хората, които реално имат нужда от подкрепа, ще е необходимо държавата да изгради система за подпомагане. Освен това трябва да има яснота как ще изглежда енергетиката след 20 и след 50 години, нужна е визия и дългосрочност. Това е в основата на този бизнес – нещата се случват в дългосрочен план, а не да се решават от позиция на „Идват избори“. Това е ролята на независимия регулатор – да не се допусне дестабилизиране на енергетиката чрез цената по политически и популистски подбуди. Не може с цената на електроенергията да се дестабилизира икономиката, както не бива един беден човек да е докаран до просешка тояга. Никой не иска това. Настояваме за устойчиво развитие. Ще кажа нещо, като заглавие: През последните години ние не сме били причина за кризата. Без нашите дружества българската енергетика няма да намери изход от ситуацията. Но да не забравяме за митовите.

- Да се върнем на тях. В едно ваше интервю посочвате, че от 2000-а до 2014 г. в България за развитието на 1 км мрежа са инвестирани 8 пъти по-малко, отколкото в Чехия, а в Румъния само 2,5 пъти по-малко. Защо има

такава голяма разлика?

- Защото на всеки 100 лв. при нас идват едва 68 ст. Винаги сме настоявали да имаме право на поне 150 млн. лв. инвестиции годишно, но регулаторът никога не ги е одобрявал. Тези инвестиции по някакъв начин имат минимално влияние върху цените, не казвам крайните цени за потребителите, тъй като има норма на възвръщаемост. Средната амортизационна стойност на едно съоръжение се изчислява за 30 години. Независимо дали е ЧЕЗ или държавата, трябва да се инвестира. Затова е необходима ясна и предсказуема регулаторна рамка и ясна възвръщаемост на инвестициите.

- Но вие добре знаете, че по отношение на разходите играта може да е голяма...

- Затова има контрол, затова се прави одит. Ето защо нашата компания вече ще се запише в Книгата на Гинес, тъй като в последните 4 години бяха направени повече от 70 проверки от всички държавни институции, за които се сетите. Няма такава ютилити компания в цяла Европа, която да е минала през толкова проверки. През миналата година с огромен шум беше направена проверка от ДКЕВР, защото имало стотици нарушения. Накрая се оказа, че нарушенията са предимно от административен характер. Така например се доказва, че подмяната на една важна връзка в София е в пъти по-евтина, отколкото

в Чехия и в други европейски държави. Но винаги може да се даде различен прочит на всичко и да се съмняваме във всичко.

- Остава ли ЧЕЗ в България?

- ЧЕЗ дойде като стратегически партньор и ще остане такъв, въпреки че срещу нас има атака, в която вероятно има съвпадение на политически и на икономически интереси. Фактът, че целият екип остава, е показателен, че имаме стратегически намерения на Балканите. Нашата компания е сред десетте най-важни енергийни компании в Европа. Имам много акционери и не е истина, че сме някаква мудна държавна фирма. Мит е, че изнасяме печалбата в Чехия, тъй като тя се раздава като дивидент, а между акционерите са и български пенсионни дружества.

- Вие сте дипломат, но кажете – има ли корупция в България?

- Корупцията е отвратително явление, не само в България, а навсякъде. На моето ниво обаче корупционен натиск не съм усетил. Никой не си е позволил намек, или дори шега по такъв повод. Имало е сигнали от клиенти за наши служители. Проверили сме ги внимателно и се оказало, че повечето от тях са неоснователни. Разбира се, ние проверяваме всеки един сигнал и ще реагираме остро при

”
Инвестициите са като
пружина - качеството
зависи от това колко
ще вложиш
“

доказването на всяко едно подобно явление, няма да толерираме корупция сред наши служители.

- Направихте редица подобрения в услуга на клиента. Какви нови технологии и начин на работа ще въвеждате?

- Наистина за тези 10 години значително подобрихме услугите за клиенти. Мога да сравня с времето, когато като посланик живях в Драгалевци. За 30-дневно отчитане и дума не можеше да става. Нямахме електронни фактури. Никой не вдигаше телефона за клиенти. Направихме много подобрения, намалихме и технологичните разходи с най-малко 10%. Продължаваме да работим в посока подобряване на услугите и обслужването на клиентите; към днешна дата сме въвели за клиентите си 100 вида различни услуги.


- Ще има ли умни мрежи?

- При всички случаи ще се насочим към модернизация на мрежите. Регулаторът трябва да ни даде такава регулаторна рамка, че да имаме гаранция за разумна възвръщаемост на подобна инвестиция, която да не надхвърля 12 години.

- На какво отдавате намаляването на инвестициите в България през последните години?

- Факторите може да са много. Но със сигурност става дума за намалена привлекателност на инвестиционната среда, поради недостатъчната прогнозируемост за бизнеса. Компаниите искат стабилност и спокойствие, възможност да планират и да очакват възвръщаемост на инвестирания ресурс. Освен това в енергетиката има излишно политизиране. И в Чехия, и в България цената и мен ме интересува. Аз също съм клиент на ЧЕЗ, аз също трябва да направя инвестиции, за да намалая енергийните си разходи и да повлияя на сметките си, но аз добре съзнавам, че и от моя страна се изисква да бъде ефективен и добре да планирам бюджета и разходите си. Това е важно, за да повлияя на сметките си, а не да чакам регулатора.

- Кажете кои са хубавите страни да живееш и да работиш в България? И в Румъния бяхте посланик, но доходите тук.

- България е прекрасна страна. С вас имаме много сходни черти – и ние сме исторически скептици, не си вярваме, както и вие. Като гостуваме в Лувъра, също критикуваме разни дреболии. Подобни неща са и в Чехия. Плюс това имате прекрасна природа, прекрасна храна, прекрасни хора и прекрасна литература. След Освобождението много чехи са помагали за изграждането на вашата икономика, строителство и културен живот. Тежи ми, че протестите срещу ЧЕЗ бяха на Орлов мост, който е построен от чехи, а протестиращите дори не знаеха този факт. Хубаво е, че в двете страни имаме общи цели. И трябва да мислим за бъдещето на своята енергетика. Енергийната дипломатия е огромно предизвикателство. Ние се возим в една лодка и затова ми харесва да съм тук. 



Уроците на Вълка



ОТ УОЛСТРИЙТ

Освен на успешна стратегия за продажби, Белфърт учи да контролираме съдбата си, а не да сме продукт на обстоятелства

Людмил Захариев

Продай ми тази химикалка“. Фразата от последната сцена от филма „Вълкът от Уолстрийт“ към притеснените и неопитни бъдещи търговци е събирателна за живота и разбиранията на Джордън Белфърт. Тя поставя под съмнение нюха им към продажбите. Стратегиата на неуспешния търговец ще включва концентрация на усилията върху продукта, а на добрия - върху клиента и създаването на търсене. Накратко, това е успешният подход, предаден в 8-часова панелна презентация на Джордън Белфърт пред близо 800 предприемачи, маркетинг специалисти и хора от бизнеса в София на 7 април т.г.

Основата на Straight Line Persuasion System (Пряка линия на убеждаване), представена на лекцията от емблематичния финансов брокер, се корени в това, че преди да продадеш нещо, трябва да си убеден, че можеш да го продадеш на себе си: „Когато работиш с клиент, бъди остър като игла в убежденията, адски ентузиазизиран в думите си и му покажи, че си експерт. Определи целите си, мотивирай се за преследването им, бъди постоянен“, казва Белфърт.

Изводът - да продадеш означава да откриеш нужда и да дадеш възможност тя да бъде удовлетворена. Ако не е осъзната - накарай клиента да я осъзнае. Ако не е налична - създай я, създай усещането от липсата, чувството за пропуск на полза.

Важни акценти от стратегията са и собственото нахъсване да постигнеш това, което целиш в конкретната сделка, и изкуството да влезеш под кожата на клиента, като съобразиш не само думите, но и интонацията на гласа и езика на тялото в разговора с отсрещния човек, а и неговото душевно състояние в момента.

Но това е само малка част от истинската същност на предаденото на истинския Вълк от Уолстрийт в София. Всъщност лайтмотивът на събитието е далеч по-ценен не само за специализираните в търговия, но и за всички,

които искат да го чуят - за очакванията и действията ни в живота си сме отговорни само ние самите.

Белфърт става милионер още на 26-годишна възраст и не отрича наличието на късмет и случайност. Но вярва, че за всичко в нашия живот сме отговорни ние - както за успехите, така и за провалите и техните последствия. „Обикновено хората дефинират успеха си с трупането на богатства, но истинският успех е да контролираш съдбата си, а не да си продукт на обстоятелства“.

Затова историята му представлява спирала от успехи и провали, изходът от които го прави това, което е днес - мотивационен оратор и предприемач. Повратната точка в живота му настъпва през 2003 година, когато се признава за виновен в пране на пари и измама с ценни книжа. Осъден е на четири години затвор, от които излежава 22 месеца. А също и да възстанови на инвеститорите над 100 милиона щатски долара. И до днес работи, за да върне тези пари.

Моралният аспект на бизнеса също е засегнат в неговия открит урок. Днес Вълкът, който много хора възприемат като „стар мошеник“, признава открито грешките си и показва как след падането човек трябва да се изправи и да започне отново. След като научи уроците си. Самият той е най-подходящият пример, защото след излизането си от затвора продължава да консултира и създава успешни компании. Но този път парите не са самоцел, признава Белфърт.

С подобни съвети мотивира слушателите си - да се борят срещу общоприетите стандарти и да се учат от провалите си: „Когато си поставяш ниски стандарти в живота, вредиш на всички, с които пътищата ви се пресичат, и най-вече на хората, които обичаш“. Или, метафорично изречено - не може да се надяваш на шампанско, ако стандартът ти е бира.

Белфърт смята, че ако искаш да си богат, никога не трябва да се отказваш. „Хората имат склонност да се



отказват. Ако имаш постоянство, ще изпъкнеш пред повечето хора. По-важното е, че ще се научиш. Когато правиш нещо, може да не успееш. Това обаче не е защото самият ти си провал. Това е, защото не си научил достатъчно. Правете нещата различно всеки път. Провалът е ваш приятел“, убеден е Вълкът от Уолстрийт.

Докато е в затвора, пише своите спомени, а през 2007 г. публикува автобиографията „Вълкът от Уолстрийт“. Две години по-късно - и продължението „Залавянето на Вълка от Уолстрийт“. Филмът по тях, заснет от Мартин Скорсезе с Леонардо ди Каприо в главната роля, му носи световна слава. Днес обикаля и мотивира млади предприемачи да бъдат най-добрата своя версия в бизнеса, но и не само. Принуден е да прекрати крайно охолния си начин на живот, изпълнен с количество опиати, достойно да захрани няколко щата, както казва самият Белфърт.

А истинският мотив - децата му: „Парите сами по себе си не дават свобода, зад желанието да станеш богат трябва да има други цели, свързани с важните за теб хора - семейството или децата, или нещо друго – различно за всеки човек. За мен най-важното винаги са били децата. Затова трябваше да започна отначало и стъпка по стъпка да възстановя тяхното разрушено доверие и уважение към мен“, допълва той.



За много от стореното Белфърт съжالياва и казва, че би променил доста от него. „Старая се да не изпитвам вина, защото това чувство е много разрушително. Предпочитам да действам така, че да променя нещата, които не харесвам. И да гледам напред“, казва истинският Вълк от Уолстрийт.

Белфърт вярва в пълното себеотдаване. Ако искаш да си богат, трябва да програмираш разума си за това. Трябва да се откажеш от всички мисли, които са те правили беден, и да ги замениш с нови мисли - богати мисли.

А какво казва за България - „Страните с развиваща се икономика са с най-голям потенциал, просто защото възможностите са безкрайни“. Затова не ни остава нищо друго, освен да спрем да мислим за негативните обстоятелства, да се отдадем напълно на целите и работата си и да продадем химикалката. **И**



ФОРУМЪТ "ШУМЪТ НА ПАРИТЕ" ЩЕ СЕ ПРОВЕДЕ НА 12 И 13 МАЙ В КЕМПИНСКИ ХОТЕЛ МАРИНЕЛА. СЪБИТИЕТО ЩЕ ПРОТЕЧЕ В ШЕСТ ПАНЕЛА, В КОИТО СЕ ОЧАКВА ДА ВЗЕМАТ УЧАСТИЕ ПОВЕЧЕ ОТ 40 ЛЕКТОРИ, ПРЕДСТАВЕНИ НА ВНИМАНИЕТО НА АУДИТОРИЯ ОТ 1500 ДУШИ.

PROFIT.bg

Официална банка на форума
 UniCredit Bulbank

 VIVACOM

 GALAXY
INVESTMENT
GROUP

 ампула
консултантска къща

 ЛУНС ИМОТИ

 SIS
INVESTMENT
INTERMEDIARY

 PEUGEOT

 TRACE
ТРЕЙС ГРУП ХОЛД АГ

Евродепутатът Ева Паунова:

Пътувайте, но се връщайте

Единният дигитален пазар в Европа ще носи до 160 млрд. евро годишно и ще даде огромен шанс и за българската икономика



Ева Паунова е евродепутат от ГЕРБ. През март 2015 г. бе избрана за евродепутат на годината в категорията „Най-добър новодошъл евродепутат“ на наградите на списание „Парламент“. Тя е член на Комисията по вътрешен пазар и защита на потребителите, както и на Делегациите за връзки с Китайската народна република и със САЩ. Освен това е единственият български представител в Комисията по икономически и парични въпроси. Сред основните ѝ приоритети са създаването на единния цифров пазар, подкрепата за малките и средните предприятия, предприемачеството и ефективните младежки политики.

Ева Паунова има диплома за бакалавър по международни отношения и бизнес администрация от Американския университет „Джон Кабот“ в Рим, Италия, както и следдипломна специализация по лидерство от университета в Харвард. Преди избирането си има петгодишен опит в Европейския парламент като координатор на делегацията на ГЕРБ/ЕНП и стари политически съветник.

Татяна Явашева

Госпожо Паунова, коя е каузата, която като евродепутат прегърнахте, и името ви в Европейския парламент вече се идентифицира с нея?

- Радвам се, че когато говорим за политика, говорим и за каузи. Аз схващам участието си в политиката като работа за каузи, които подобряват начина, по който живеем. Така например дигиталният пазар ще промени икономиката в Европа, но в икономически план ще даде огромен коз и на България. Първоначалните изчисления са, че този нов пазар ще носи до 160 млрд. евро годишно. Сигурна съм, че част от тях ще дойдат у нас.

- Като български евродепутат с какви цели влязохте в този мандат?

- Европа не е само фондове, тя е повече шансове, но те се отварят само за тези, които ги търсят. Ние, евродепутатите, представяме хората и основната ми цел е да правя неща, които помагат на тези, които са активни.

- В кои области работите с най-силен хъс и смятате, че усилията ви ще доведат до най-широка обществена промяна?

- Една от болезнените теми е свободното движение на хора и работна ръка в ЕС. Още преди да стана евродепутат, заедно със Станислава Куновска написахме отворено писмо до премиера на Великобритания Дейвид Камерън. В него заявихме, че свободното движение е едно от най-важните неща в идеята за обединена Европа и злоупотребата с него е лоша политическа игра. Съвсем ясно е, че Великобритания всъщност печели от работната ръка от България и Румъния, защото тя е работлива и обучена. Политизирането на въпроса и създаването на тежки настроения срещу хората от нашите държави са краткосрочна стратегия, която няма да успее, защото подменя

реалността. Трябва да изкореним предразсъдъците в Европа.

- Какви предимства виждате в единния европейски дигитален пазар?

- Днес всеки ползва интернет, но се оказва, че и там има граници. При 90% от случаите пазаруването в интернет е от местен доставчик, а заради законодателството някои от услугите са различни в страните членки. Ако премахнем тези разлики и пречки, ще създадем нова територия за бизнес. Представете си, че имате малък бизнес, който работи и онлайн. Сега в България можете да стигнете до около 7 млн. души. Ако уеднаквим условията в целия съюз, вие изведнъж ще имате достъп до всичките 500 млн. души на ЕС, и то при същите условия, при които работите в България. Затова вярвам, че единният дигитален пазар е огромен шанс за икономиката. Убедена съм, че уеднаквяването на правилата в интернет е изключително важно, дори и от гледна точка на младежката безработица, която е сериозен проблем в ЕС.

- Имате силен ангажимент към цифровизацията. В каква насока работите?

- Цифровизацията е целият процес по приемане на технологиите и вкарването им както в бизнеса и образованието, така и в управлението. Електронно управление е сред при-

оритетите на българското правителство. В тази посока работи и ЕС, като се опитва да създаде програми за свързване на базите данни в публичните институции, така че те да улесняват гражданите и бизнеса. Българската администрация има нужда от реформи, но истинското модернизиране най-логично може да дойде, когато тя се цифровизира и започне да работи с темпото на днешния ден. Тогава и гражданите ще имат съвсем друго отношение към своята държава и община.

”
Споразумението между
САЩ и ЕС е обвито в
големи спекулации,
но то има позитиви
за бизнеса и за
потребителите
“



- Гръцкият парламент реши всички сделки и трансакции между български и гръцки фирми да бъдат облагани превантивно с 26% данък. Сумата ще бъде връщана след три месеца, ако се установи, че сделката не е фиктивна. Бизнесът в България настоява решението да бъде отменено. Как българските евродепутати реагират срещу тази дискриминираща финансова мярка, която противоречи на свободното движение на стоки и капитали в рамките на ЕС?

- Тези нови разпоредби в Гърция създадоха огромна несигурност за българския бизнес. Разбираемо е, че заради затруднената икономическа ситуация, в която се намира, гръцкото правителство отчаяно се опитва да повиши приходите в държавната хазна. Недопустимо е обаче това да става за сметка на конкуренцията между държавите в Европейския съюз и свободното предлагане на стоки, услуги и капитали на вътрешния пазар. Данъчната система в България създава благоприятна среда за правене на бизнес и привлича чуждестранни инвеститори. Свидетелство за това е също, че през последните години много гръцки компании прехвърлиха дейността си тук. Според мен Гърция няма да успее да възстанови своята конкурентоспособност като въвежда ограничителни мерки, а като започне да прилага отлаганите структурни реформи. Българското правителство реагира своевременно и се очаква Европейската комисия да се произнесе за съвместимостта на новите разпоредби с правото на ЕС. Междувременно следва да се направят и опити този въпрос да бъде изяснен в двустранни контакти с гръцките власти.

- Член сте на Делегацията за връзки с Китай. Как българските производители да стигнат до този необятен пазар?

- Китай предлага много икономически възможности. Интересът на ЕС към Китай е като партньор, с който може да се говори по много теми – от инвестиции и търговия до енергетика, иновации и технологии. Трябва да се има предвид разликата в мащабите. Китай е огромна икономика, с огромно население, така че не е лесно за един малък бизнес да отговори на очакванията там.

- Член сте на Комисията по вътрешния пазар и защитата на потребителите. Коя е актуалната тема, по която работите в момента?

- Едно от нещата е т. нар. мрежова неутралност, която е важна част от свободния пазар в интернет. Това означава, че операторите няма да имат право да филтрират съдържание или да променят скоростта на определени услуги в интернет, да създават преференциални условия за отделни играчи. САЩ вече направиха такава стъпка. Сега е наш ред. Това е част от изграждането на единния дигитален пазар.

- Като заместник в Комисия по икономически и парични въпроси, какъв е вашият прочит на факта, че в момента, в който българският парламент гласува съгласие за емитиране на дълг в размер до 8 млрд. евро, Европейската комисия обяви, че започва процедура срещу България заради прекомерни макроикономически дисбаланси?

- Трябва да уточним, че българският парламент гласува само посреднически договор за излизане на международните финансови пазари, където лихвите по дълг са доста по-ниски. Същинското вземане на дълг по тази процедура предстои и е отделна процедура. Докладът на ЕК за икономическите дисбаланси по никакъв начин не

засяга това решение на парламента и МФ. Той е свързан с качеството на надзора в България - както на БНБ, така и на КФН, която регулира публичните дружества. Според доклада състоянието на публичните дружества, в това число и някои банки, предизвиква безпокойство. Тук не става въпрос за финансовото състояние на държавната хазна, а за положението на частни, но публични играчи. Въпросът за качеството на надзора в България е по-скоро отчасти свързан с банковия съюз и европейския единен надзор. В управленската програма на правителството е поет ангажимент относно присъединяването на България към Единния надзорен механизъм. Случаят с КТБ обаче предизвиква някои съмнения у европейските ни партньори.

- Как пред Европейския парламент занаят ще отстояват плоския 10-процентен данък в България?

- Публикуването на информацията за преференциални данъчни процедури за мултинационални компании в някои държави членки на ЕС даде нов тласък на публичния дебат за данъчното облагане и стана повод отново да се чуят призови към хармонизация в тази област. Важно е да се подчертае, че данъчната политика продължава да е прерогатив на националните правителства. България има едни от най-ниските данъчни ставки в ЕС и това ни осигурява конкурентни предимства и ни помага да наваксаме изоставането си спрямо други държави по-бързо. Смятам, че данъчната конкуренция е полезна и не трябва да бъде премахвана. Същевременно обаче е важно да направим така, че тя да бъде справедлива и прозрачна. Това е и основната задача на новосъздадена-

та специална комисия в Европейския парламент, за чийто член бях избрана през февруари.

- Отвъд емоционалната приповдигнатост за споразумението между САЩ и ЕС, какви подводни рифове се крият в трансатлантическото споразумение за малките икономики, за дребните производители и за пазарите със слаба платежоспособност като в България?

- Споразумението е обвито в големи спекулации и голяма доза антиамериканска риторика. Истината за мен е, че никой не ни налага нищо. Това са преговори за уеднаквяване на стандарти, за да се подобри бизнесът между ЕС и САЩ. Виждате, че за някои области, в които има по-сериозни спорове като ГМО храни и земеделски продукти, се намира изход и нищо не се налага силово. Целта на споразумението не е да направи малките икономики по-уязвими. Напротив, достъпът до по-големи пазари може да помогне на бизнеса. Притеснението е разбираемо – назад във времето всяко отваряне и премахване на протекционизъм винаги е било съпътствано от страхове. От гледна точка на потребителите, по-големият пазар води до по-добро качество на по-добра цена, а за бизнеса – до повече възможности.

- Вашият призив към младите българи – защо да остават в България?

- Светът е пълен с възможности. Но аз съм убедена, че България е най-доброто място, където да осъществим идеите си. Ние имаме много предимства, но това понякога може да се види само от чужбина. Затова пътувайте, но се връщайте. [И](#)



”

Китай е огромна икономика и не е лесно за един малък бизнес да отговори на очакванията там

“



Ле Дък Лиу:

Виетнам е мост за България към Азия

Двете страни имат потенциал за засилване на търговията, инвестициите и туризма, казва посланикът на Виетнам в България

Н. Пр. Ле Дък Лиу е извънреден пълномощен посланик на Социалистическа Република Виетнам в България от 2 април 2013 г. Това е петият мандат на г-н Лиу като професионален дипломат. Преди пристигането му тук той е бил дипломат с мандати в Камбоджа, Лаос, Индонезия и Япония.

Михаела Иванчева

Фото Стоян Йотов

Ваше Превъзходителство, как оценявате двустранните отношения между България и Виетнам?

- Виетнам и България имат традиционни приятелски отношения и многостранно сътрудничество с дълбоки исторически корени. През изминалите 65 години, от деня на установяване на дипломатически отношения между двете страни, двустранните ни отношения успешно се развиват във всички области, от политическите до търговско-икономическите и инвестиционните. Нашите страни създадохме механизъм за политически диалог на високо ниво с цел през следващите години да се установят отношения на стратегическо партньорство. Успоредно с това, двустранното сътрудничество в областта на сигурността и отбраната, на образованието се развива положително и са постигнати значителни резултати. Специално в търговско-икономическата сфера отношенията ни се развиват активно, но са все още скромни и не съответстват на политическите отношения и на потенциала и очакванията на двете страни.

- В кои области на икономическите отношения между двете страни бихте искали да видите повече динамика и какви конкретни инвестиционни проекти се планират между страните?

-Първо, неотдавна държавните ръководители на двете ни страни бяха единодушни в предложението за „нов модел на икономическо сътрудничество“, като се използват силните позиции на всяка от страните. По-конкретно, Виетнам би могъл да внесе в България някои стоки от силните си позиции, след което те да бъдат непосредствено преработени на българските пристанища в Бургас и Варна и готовата продукция да се експортира до пазарите в страните от региона.

Второ, правителството на България поддържа и развива най-благоприятните и атрактивни фактори за инвестиционната среда, като политическата и макроикономическата стабилност, най-ниски данъчни ставки и корпоративен данък за бизнеса в ЕС и много подобрения в административната среда. Правителството иницира разширяването и стимулирането на чуждестранните инвестиции с особени предимства в области като машиностроенето, електрониката, електротехниката, производство на коли, медицинска техника, оптиката, лекарствата, информационните технологии и научноизследователската дейност, стремеж чуждестранните инвеститори да инвестират в индустриалните и технологични зони за производство на високи технологии и

иновации.

Считам, че при наличието на такъв добър климат за бизнес инвестиции, виетнамските бизнесмени трябва да проучат възможностите, да направят и разширят инвестициите си в България.

Трето, предпоставките за инвестиции във Виетнам са благоприятни: социално-политическата обстановка е стабилна, икономиката на Виетнам отбелязва непрекъснат ръст (5,6 % през 2014 г. с прогноза до 6,3 % през 2015 г.).

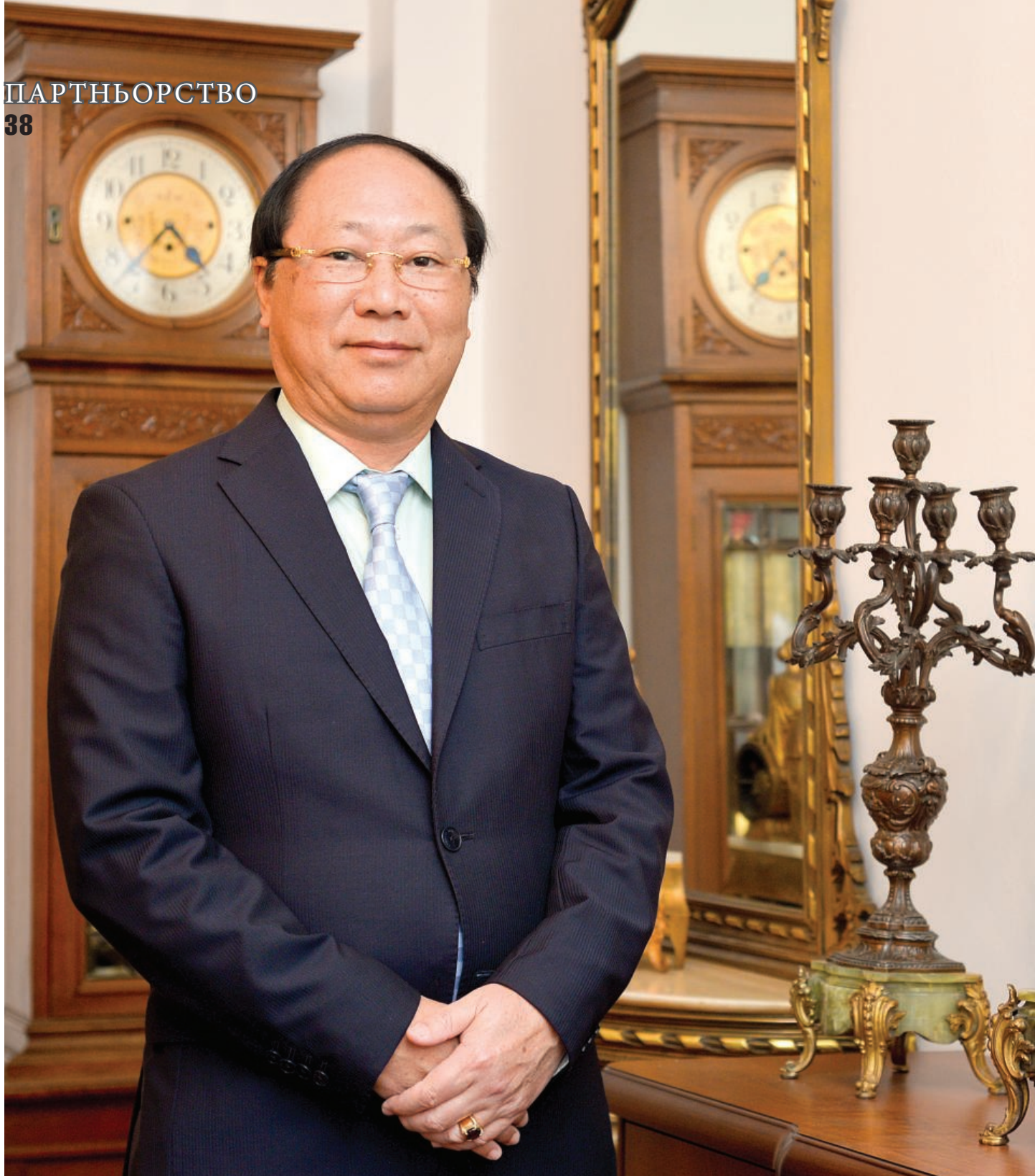
Виетнам притежава здрава работна ръка и огромен потребителски пазар.

Страната има много градове и области, които се развиват активно и притежават сходни черти в развитието си с българските градове и области. Много български бизнесмени проявяват голям интерес към регионалното сътрудничество, и конкретно към сътрудничеството с микрорайона на Меконг – един огромен пазар, който се намира в многостранна връзка с транспортната инфраструктура, както е Южният крайбрежен коридор, коридорът Изток-Запад, Транс-Азиатският коридор.

Вярвам, че в близко бъдеще икономическите отношения между двете страни ще отбележат положителен растеж в областта на търговията, инвестициите и туризма. В тези области двете ни страни притежават възможности за диверсификация на експортните стоки, за увеличаване на двустранния стокообмен и на инвестициите в сферите на фармацевтичната и химическата промишленост, машиностроенето, леката промишленост и селското стопанство.

България е държава с голям потенциал в туризма и е привлекателна дестинация за чужденците. Надявам се в близко бъдеще много виетнамски туристически фирми да пристигнат на обучение и обмяна на опит с българските туристически фирми, за да съдействат за развитието на туристическия бранш във Виетнам. Редом с това съществува потенциал за стимулиране на обмяна на туристи между двете страни, особено на туристите от Виетнам за България. Предпоставка за това е големият брой виетнамски граждани, завършили образованието си и работили в България.

- Според прогноза на Goldman Sachs, до 2025 г. виетнамската икономика ще стане 21-ата по големина ико-



номика. Може ли да разкриете рецептата за успеха на вашата страна?

- След повече от 30 г. обновление и с над 7% годишен ръст на развитие Виетнам излезе от кръга на слабо развитите страни и влезе в групата на развиващите се страни със среден доход на населението. За тези успехи следва да отбележим правилните политики на развитието в съответствие с всеки отделен етап от развитието на Виетнам.

За осъществяването на тази цел Виетнам ще продължи да засилва процеса на реформи и на промени в ико-

номиката с няколко акцента.

Първо, реструктуриране на икономиката, като се концентрира върху преустройство в областта на инвестициите, финансите и на държавните предприятия. Целта е да се повиши конкурентоспособността на икономиката, да се създаде устойчив растеж и благоприятна бизнес среда.

Второ, продължаване на пакета от мерки за стабилизиране на макроикономиката, за задържане на инфлацията, за разрешаване на социалните въпроси, за



”
**България може да окаже
 подкрепа за подписване
 на Споразумение за
 свободна търговия
 между Виетнам и ЕС**
 “

отделяне на сериозно внимание на въпроса за намаляване на бедността и гарантиране благосъстоянието и обществения просперитет.

Трето, съсредоточаване на ресурсите с цел усъвършенстване на пазарния икономически механизъм със социалистическа ориентация, създаване на по-свободна и равностойна конкурентна среда за развитието на икономиката, човешките ресурси и инфраструктурата.


- Какви са основните стоки за внос и износ между страните?

- През последните години търговско-икономическото сътрудничество между двете страни отбелязва положително развитие. По данните на Националния статистически институт на Виетнам, през 2014 г. общият стокообмен между Виетнам и България е близо 90 млн. щ.д., което е увеличение с 22 млн.щ.д. в сравнение с 2013 г. Основните експортни стоки на Виетнам за България са кафе, черен пипер, памучни прежди, обувки, гуми от каучук, морска продукция. В същото време българските експортни артикули за Виетнам са фармацевтични продукти, препарати за растителна защита, фураж за животновъдството, натурални добавки за производството на фуражи, строителна техника, медна ламарина.

- Кои са най-успешните области на сътрудничество между двете страни – България и Виетнам?

- Наред с политическите отношения, образованието и обучението е ефективна традиционна сфера на сътрудничество между нашите страни. В годините преди 1990 г. България оказва помощ на Виетнам с обучението на 3600 научни сътрудници и специалисти на всички нива и около 30 000 квалифицирани работници. Тези студенти и аспиранти след завръщането си във Виетнам дадоха своя значителен принос за развитието на страната, както и за укрепването на приятелството между двата народа. Днес над 50 виетнамски студенти, аспиранти и курсанти се обучават в българските висши учебни заведения. По отношение на културата и езикознанието, Софийският университет и Виетнамският университет по социални и хуманитарни науки подписаха споразумение за сътрудничество за откриването на Катедра за изучаването на виетнамски език и култура в Центъра за източни езици и култура към Софийския университет и Катедра за изучаването на български език във Виетнамския университет по социални и хуманитарни науки.

- В плановете за 2015 г. какви са основните приоритети за отношенията с нашата страна?

- В качеството си на член на ЕС, правителството на България да продължи подкрепата си към Виетнам за развитие на всестранни отношения с ЕС, включително и да въздейства на Европейския съюз за по-скорошното признаване на пазарната икономика на Виетнам и подписване на Споразумение за свободна търговия между Виетнам и ЕС. И обратно, Виетнам в качеството си на един от ключовите членове на АСЕАН да прояви готовност за съдействие и бъде мост за България в укрепване на сътрудничеството ѝ с АСЕАН и другите страни членки на организацията. 

Антон Петров:

Ценни са само успехите, постигнати честно с умерени стъпки



Силата на добрия ръководител е в умението да слуша, да анализира чутото и да го използва за развитието

Татяна Явашева

фото Стоян Йотов

Антон Петров е регионален представител на VIOHALCO за България. Той е изпълнителен директор на „ТеПро Метал“ ЕАД, член на Съвета на директорите на „Стомана индъстри“ АД, на „София мед“ АД и „Сигма-ИС“ АД, член на Управителния съвет на „Леско“ ООД. Председател е на Българската асоциация на металургичната индустрия. Завършил е Университета за национално и световно стопанство в София. Владее английски, френски, руски и гръцки език. Женен, с три деца. **И**

Когато си начело в управлението на един бизнес... и вървиш нагоре, не знаеш докъде си стигнал. Но спреш ли, инерцията се губи, бизнесът също спира да се развива и увяхва. Колкото по-нагоре се изкачва една структура, толкова по-необходимо става нейното всекидневно поддържане във възходящо развитие. Човекът е част от системата, той е двигател, но работи заедно с всички останали.

За мен успехът е... да си доволен от постигнатото и от онова, което виждаш като бъдещи възможности.

Правилото, което се стремя да следвам... е да не съм максималист и алчен за успехи, а да съм реалист, който постига успехите си по честен начин с умерени стъпки.

Силата на добрия ръководител е в... умението да слуша, да анализира чувото, да успява да извлече значимото и важното и да го вложи в развитието на дружеството.

В работата си се доверявам на... всички, с които работя. Убеден съм, че не се ли доверяваш на хората около теб и на онези, с които опитваш да постигаш напредък, няма как да успееш.

Най-голямото ми постижение... е всеки ден да задържа нивото на постигнатото, ако не съумея да го развия още повече. Стремя се да разговарям с хората около себе си и да ги разбирам.

В сегашната икономическа ситу-

ация моят бизнес инстинкт ми подсказва, че... трябва много да се работи. Няма лесни решения и няма лесни пари. Резултатите се постигат с много усилия. Колкото и сложна да е ситуацията, ако се действа мъдро, успехите няма да ни подминат.

„Произведено в България“ е синоним на... производство с огромен бъдещ потенциал. Който днес започне производство в ситуацията на продължаващ преход в България, има шанс занапред.

Разбрах, че металургията... се превърна в мой жизнен път, без да съм металург. Металите имат значима роля не само в моя живот, но и в общото развитие на човечеството и на света.

Ако можех да променя... но не мисля, че трябва да променям. Доволен съм от нещата такива, каквито са.

Инвестирам в... отношенията с хората. В това е потенциалът.

Богатството се измерва с... удовлетвореността от всекидневието.

Тайната на успешната кариера ... е в усилията, устремеността, вярата във възможностите и, разбира се, в огромната доза късмет.

От гръцките партньори в бизнеса научих... че човек трябва да е постоянен в изискванията си. Да се стреми да получи максималното. Да може с малко да направим много. На това се учим всички ние, които живеем в ек-

стремални условия. Научаваме се да постигаме нещо от нищо.

Най-важното за един голям индустриален бизнес е... екипът и хората, които работят за него. Важно е доброто ноу-хау, а също и възможността да привлечеш средства, които да се инвестират в него, и той да се развива. Огромният бизнес има огромни изисквания.

Урокът, който искам да предам на най-младите бизнес лидери... е търпение, много работа и вяра в успеха. И на първо място – честност в отношенията, към себе си, към намеренията си.

Моят най-голям късмет... може би още не съм го срещнал. Нека да предизвикаме съдбата да покаже най-доброто! **И**

ВИОХАЛКО ГРУП обединява около 80 промишлени предприятия от металургичния сектор, което я прави най-голямата индустриална група в Гърция. ВИОХАЛКО ГРУП присъства в България от 1991 г., като притежава и управлява 15 индустриални компании в страната, от които се открояват три основни производства:

- ✓ **СТОМАНА ИНДЪСТРИ АД** - е водещ производител на стомана и е единственото добивно предприятие с две електродъгови пещи за добив на течна стомана в България
- ✓ **СОФИЯ МЕД АД** - производител на широка гама валицовани и пресовани продукти от мед, медни сплави и цинк с широко приложение

✓ **ЕТЕМ БЪЛГАРИЯ ЕАД** - е една от водещите фирми на Балканите за екструдирани алуминий и производство на архитектурни системи

В последните две десетилетия ВИОХАЛКО ГРУП е инвестирала над 800 млн. лв. в българските си дружества от металургичния сектор и те се превърнаха в едни от най-модерните съвременни предприятия с експортна насоченост. Над 80% от продукцията е предназначена за износ. В тях работят около 2500 души и общият оборот е над 2 млрд. лв. годишно. По този начин ВИОХАЛКО ГРУП се нарежда сред най-големите инвеститори в България. Това е най-големият инвеститор в металургичния бранш. **И**



Откриватели на ВЪЗМОЖНОСТИ

В последните години в България се изгражда предприемаческа екосистема, расте броят на организациите, които подпомагат стартиращия бизнес



Яна Колева

Интелектът е това, което остава, когато забравим всичко, научено в училище, твърди Айнщайн. Със сигурност училището се грижи да има твърде много неща, които да не е нужно да си спомняме. То твърде малко дава практически полезните за живота знания и дори в началото на XXI в. този дефект все още не е преодолян. Така например през целия си професионално активен път ще трябва да работим. Училището обаче повече изисква да се възпроизвеждат знания, без да се стреми да създава активни, креативни и предприемчиви личности. Може би заради автономията, която университетите си извоюваха, те се проявяват като по-адаптивни към новите реалности и особено някои от

тях полагат усилия да са в крак с новото време.

Организационни умения

Уж малките и средните фирми трябваше да са своеобразен гръбнак на икономиката, а развитието на предприемачески и на организационни умения, на работна дисциплина не е първа грижа на нашата образователна система. Тогава какъв бизнес и каква икономика очакваме да се саморазвива. Или може би целта е да има повече непретенциозна работна ръка... Със сигурност мантрите за свободната пазарна икономика като „единствения инструмент за ефективна размяна на блага“ не дадоха отговор за капиталите, с които да се създава значим бизнес.

Развитие

В последните години виждаме как в България започва да се развива предприемаческа екосистема, има фондове за рисково финансиране, бизнес ангели, менторски програми, които дават възможност някои от хората с идеи за собствен бизнес да намерят верния път. Има редица организации, за които е мисия развитието на предприемаческата култура и знания, и техният брой продължава да расте. Така че, който търси, все по-лесно ще намери начин.

Технологичните компании

В IT сферата има редица добри примери за фирми, в които интелектът е основният бизнес двигател. Много от технологичните компании имат своя вдъхновяваща история на успеха. Само преди половин година продажбата на „Телерик“ за 262,5 млн. долара даде увереност, че и в България може да израснат предприемачи, които да създадат сериозен бизнес с висока добавена стойност.

Шифърът на успеха

Но какво всъщност е предприемачеството, от каква порода са предприемачите? В отговор на тези въпроси са създадени какви ли не теории и определения. „Продай скъпо, купи евтино“ е формулата, която предлага в „Очерк за природата на търговията“ френският икономист и предприемач от ирландски произход Ричард Кантлон (1697-1734 г.), който едва на 20-годишна възраст е бил известен банкер в Париж. Той нарекъл предприемачи хората, които се ръководят от такъв принцип. В по-ново време предприемачите започват да се идентифицират с новатори, хора с творческа същност, които имат и усета как да „осребрят“ идеите си. В крайна сметка може да приемем, че предприемачите са откриватели на възможности, които имат и енергията да ги реализират. Разбира се, днес само добрият нюх съвсем не е достатъчен.

Сп. „Икономика“ ще представи вижданията на личности с авторитет и опит за това как да се създават предприемачи в България и как да се изгражда предприемаческата екосистема. [И](#)

Доц. д-р Григорий Вазов:

Предприемачеството е емоция

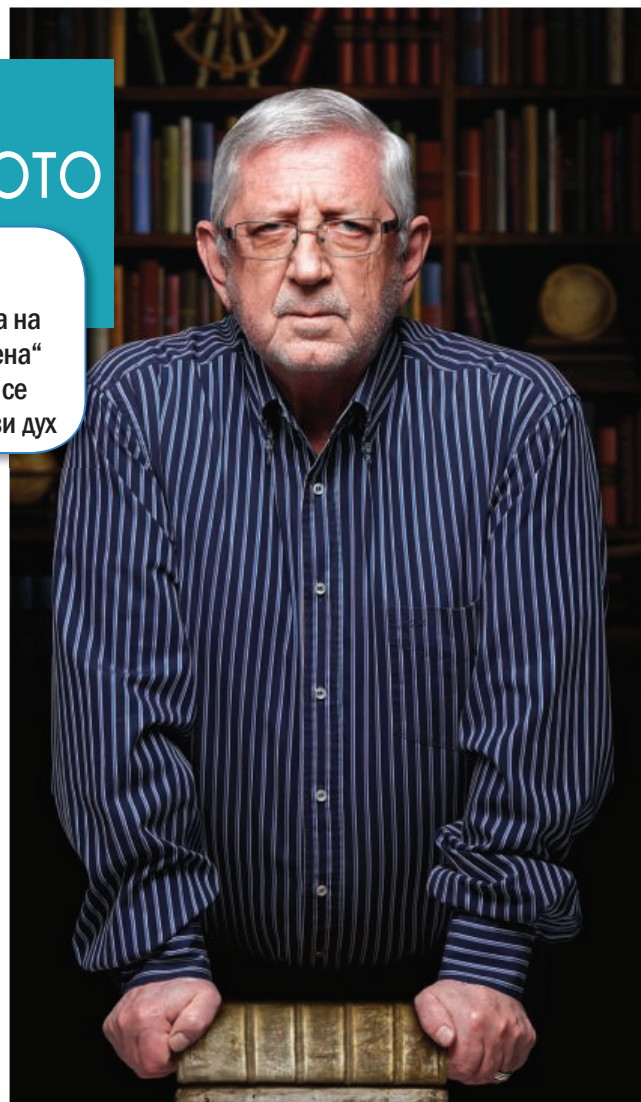
В последните две десетилетия предприемчивостта на българите бе „скопена“ и първо трябва да се възстанови точно този дух

Доц. д-р Григорий Вазов е президент и ректор на Висшето училище по застраховане и финанси (ВУЗФ), което е специализирано в областта на финансите, застраховането, бизнеса, мениджмънта и маркетинга. Той е главен секретар на Съвета на ректорите на висшите училища в България.

За да имаме добро образование, трябва да имаме добра наука. За да имаме добра наука, трябва да имаме добро образование. Така е по света. Добрите университети имат уникално съчетание между образованието и науката. Добрият учен е добър преподавател. Добрият преподавател е и добър изследовател. Много простички неща. Светът отдавна ги е разбрал и върви напред. В България искаме да правим образование.

Науката обаче е изключена

Тя е някъде в ъгъла, прави се от някакви „синодални старци“ или от млади „научни пубертети“, които нищо не разбират от съвременното развитие на обществото, на образованието, на бизнеса („великия бизнес,“) и така напред по веригата, докато стигнем до едно образование и до една наука, които за нищо не стават. Държавата харчи пари - много пари. В същото време истински ентузиастични се опитват да правят стартъпи, да говорят за иновации, за предприемачество и в средното, и във висшето училище. Това, което искат те, е прекрасно. Срещу тях обаче стои една атрофирала държавна администрация, един чиновнически начин на мислене, който е свързан със страха, че ще си загуби мизерната работна заплата и скромната позиция.



Говори се за предприемаческо мислене, но това е „студено“ понятие, а предприемачът, да го кажем така, е

„горещ“ човек

Предприемачеството е емоция. Това е усещането, че



можеш да направиш риск, независимо от възможните загуби или печалби. Това е особено вътрешно усещане, че живееш живот, различен от другите, че виждаш много напред, че можеш да рискуваш (имущество, семейство, близки), че можеш да загубиш всичко. За съжаление българската държава и българският менталитет направиха всичко възможно през последните две десетилетия да „скопят“ предприемчивостта и емоцията на българина. Така че преди да стигнем до предприемаческо мислене, трябва да създадем условия за възстановяване на предприемаческата емоция и духовност на българина. И едва след това да бъдат възприети и внедрени в образованието известните по света формули за предприемачески умения, стартъпи и т.н.

ВУЗФ е създадено от такава предприемаческа емоция, от такъв предприемачески начин на мислене. Още си спомням първите години, когато всички ме мислеха за луд, за авантюрист, за прекалено рискуващ, смятаха, че един ден ще спра някъде до кофите за боклук. Но в момента ВУЗФ е един от най-добрите университети в България (доказателство за това са оценките на НАОА и British Accreditation Council). Значи, това е

правилната формула

И отново ще повтора – важното е да се възстанови духът на предприемача, а останалото е „лесно“ – създаваш няколко сериозни бакалавърски и магистърски програми и започваш да обучаваш в предприемачески знания и умения хората с предприемачески дух.

Това, което ние имаме – е доброто съчетание на добър преподавател с добър изследовател със сериозен практически опит. По този начин, с предприемачески дух, с иновативно мислене и добри партньори бяха създадени нашите бакалавърски програми – Финансов мениджмънт и маркетинг, Маркетинг, продажби и е-бизнес, Бизнес психология и поведенческа икономика, както и магистърските програми, които са изключително важни за действащия предприемач – Иновации, предприемачество и финанси, Реклама, иновативен маркетинг и бранд мениджмънт, Бизнес мениджмънт, технологии и иновации.

Иновацията е реципрочна на предприемачеството. Трябва да си „погален по главата“ от този, който решава дали да бъдеш добър поет, писател, учен или иновационно мислещ човек. Когато тази предпоставка е налице, отгук нататък са необходими много знания, придобиването на които някой трябва да финансира. И за да се случи това, някой трябва да разбере, че твоят начин на иновативно мислене е с голям коефициент на възвръщаемост. Но от друга страна иновативно мислещият човек не трябва да стои пасивен. И той да е активната страна при намирането на формата на финансиране на своите идеи. **И**



Георги Текев:

Университетите и бизнесът имат общи задачи

Георги Текев е изпълнителен директор и член на настоятелството на Нов български университет. Председател е на управителния съвет на Фондация „За нов български университет“, управляващ директор е на Фонд „Райна Кабаиванска“ и е член на творческия съвет на Столичната програма „Култура“.

Предприемаческата икономика винаги прави нещо различно от класическата, която оптимизира онова, което вече съществува. Ето защо университетът днес е отговорен да постави акцент върху предприемачеството като стимул за интелектуална дейност и да се ориентира към студентите. Негова задача е да създава лидери, предприемчиви личности, които са отговорни преди всичко за собственото си развитие, способни бързо да се ориентират в променящите се условия на съвременния обществен живот.

Бизнесът очаква завършилите да влязат достатъчно подготвени на пазара на труда. Затова университетът трябва да запази своята легитимност като

институция, променяща външната среда чрез своите изследователски проекти и образователни парадигми, но и да бъде достатъчно отворен към очакванията на външната среда. Важно е образованието да се основава и на

практически ориентирани научни изследвания

в които бизнесът инвестира. Необходимо е представители на различни браншове да осигуряват стипендии за избрани от тях студенти, да участват в създаването и мониторинга на програмите на университета, да организират стажантски програми, да се включват в преподаването.

Образователната система в България се променя, но не достатъчно бързо и ефективно. Алтернативите на предприемаческата активност и съществуването в мрежи не са много. Постоянната промяна следва да се разглежда като нещо нормално и здравословно. Нов български университет е с ясно заявена мисия на предприемаческо-мрежови университет. Стремим се да бъдем винаги нов университет и да отговаряме на обществените интереси като поставяме наравно придобиването на знания и професионалното специализиране с общото духовно развитие. Така в годините НБУ се превърна в лаборатория на либералното образование в България чрез планиран риск, който поемаме ежедневно. Поставяме студентите в центъра на

Висшите училища трябва да се насочат към генериране на приходи от изследователски грантове, продажба на интелектуална собственост и консултантски услуги

процеса и задачата ни е да изграждаме предприемчиви и социално отговорни личности, като предлага-

ме ситуации на постоянен избор. В НБУ студентът е свободен да има своя индивидуална програма. Нашите студенти може да направят своя уникална комбинация от курсове, така че да постигнат образование, подходящо за

постоянно променящите се професии

Предоставяме и възможност за придобиване на втора специалност (чрез minoг-програмите) в област, различна от тази на основната програма. Програмите за продължаващо обучение са друг инструмент за свързване с бизнеса. Интензивното обучение, майсторските класове, практическите семинари, дистанционното и електронно обучение, акредитирането на по-широк кръг компетенции, придобити в практическа среда, дават възможност на студентите да бъдат постоянно търсеци и променящи себе си.

Системата на образование в НБУ е с подчертана практическа насоченост. В първите две години на бакалавърските програми студентите навлизат в избраната от тях програма чрез практическо обучение - решаване на казуси, извършване на експерименти и лабораторни изследвания, проучвания на терен и т.н. Този тип прак-

Петър Шарков е съосновател и президент на Start It Smart. Той е съосновател и обучител в Mind Mapping, лицензиран лично от самия основател на Mind Mapping - Тони Бюзан. Компанията се съсредоточава върху ускорено учене чрез използване на иновативни инструменти. Петър ръководи първия преакселератор в България - Start It Smart | Pre-Accelerator.

Петър Шарков:

Хората с нестандартно



Start It Smart насърчава активните млади хора да развият собствен бизнес

Живеем в изключително динамичен свят, в който все по-често се правят иновации. Предприемаческите умения са съвкупност от качества, които може да се развиват още от ранно детство. Така например креативността е онова уникално умение, което е в основата на всички иновации. А когато имаме повече знания, повече научни доказателства и други допълнителни проучвания по конкретна тема - имаме възможност да измислим още по-интересни неща. И колко-

то повече практически упражнения и проекти се задават на учениците, толкова по-активни и изобретателни ще стават те. Всяко дете има своя креативност и е важно това мислене да бъде запазено и стимулирано да се развива през годините, защото именно нестандартният начин на мислене създава иновации. Пред-

тическо образование предоставя и конкретни умения по български и чужд език, по информационни технологии.

В третата и четвъртата година на бакалавърските програми, както и в целия период на магистърските програми, силно застъпени са практиките, стажовете и работата по проекти. Мисля, че преди всичко институциите, които поемат ангажимент

*да създават
иновативно
мислещи хора*

имат необходимост от постоянна промяна, за да са способни да създават нови приноси и практики. Промяна не само в организационната структура и академичната програма, но и в диверсификацията на финансирането. Университетите трябва да се насочат по-решително към генериране на приходи от изследователски грантове, продажба на интелектуална собственост и консултантски услуги, обучения на персонала на предприятия. Необходимо е да развият и свои периферни структури – бизнес инкубатори, spin-out компании, технологични паркове. Очевидно университетите и бизнесът имат общи задачи, свързани с образованието, и тяхното решаване изисква действия в мрежи. [И](#)



МИСЛЕНЕ ПРАВЯТ ИНОВАЦИИ

приемачите са хора, които не само имат око за нуждите на обществото, но и намират начин да ги удовлетворят. Така се създава нова и уникална стойност, която да допринесе за цялостното подобряване на живота.

Предприемачеството е начин на мислене. Първите, които може да стимулират развитието на това качество у човека, са родителите. Ако във всекидневието те са активни и разрешават всичките си проблеми, то и детето ще се научи да бъде креативно и действащо. За радост, в България има редица организации, които създават

*среда за развитие на
предприемачи*

От много години Junior Achievement работи в училища в цялата страна и техни представители обучават учениците да бъдат предприемачи. През последните години много неправителствени организации и фондации реализираха десетки събития и проекти с цел повече хора да се докоснат до предприемаческата екосистема и да започнат да правят позитивна промяна.

Start It Smart развива предприемаческото мислене от 2009 г. насам. Ние стимулираме активните млади хора да стартират собствен бизнес, като се стремим да събудим и да развием предприемача у тях. Организираме ежесечни събития и

вдъхновяваме с успешни истории

разказани от български предприемачи. Чрез преакселератора, който създадохме, правим 10-седмична интензивна обучителна и менторска програма за екипи на идейна фаза, като им помагаме да валидират идеята си и да започнат да продават, а в някои случаи си намират и инвеститори. Имаме амбицията да мултиплицираме успешните резултати и в други градове в страната, като им предоставим нашия социален франчайз на организацията. По този начин хора в други градове може да ползват всичките знания и добри практики и да развият подобна организация в своето населено място. Така ще стимулират предприемачеството на локално ниво. [И](#)

Иновации или имитации



Със своите разработки и експертен потенциал българската наука може да е фактор в икономическия растеж, твърди член-кор. Николай Милошев

Иновации или имитации – какво всъщност е необходимо на една икономика, за да просперира... Този въпрос поставя член-кор. Николай Милошев, който оглавява Единния център за иновации към БАН. Той хвърля „мост“ към успеха на Китай, където днес е световната фабрика за всичко. Но пътят към това, страната да стане икономическият лидер на света, тръгна от имитациите и стигна до иновациите. Какво място обаче имат иновациите в нашата икономика?

Татяна Явашева

фото Стоян Йотов

Иновативните продукти обикновено са с най-висока добавена стойност. Искате ли България да печели на световните пазари чрез новости и изненадващо добри решения, усилията като лазер трябва да са добре фокусирани. Искате ли да имаме по-висок стандарт, то иновациите със сигурност са верният отговор. Но именно иновациите срещат голямо неразбиране. Говори се много за тях, а ползата, оказва се, все още не е добре осъзната. Така например иновациите са към Министерството на икономиката. Иноваторите са „под шапката“ на Министерството на образованието и науката. Веригата се къса и това води до неефективност в действията. Наука и иновации трябва да вървят ръка за ръка, смята член-кор. проф. д-р Николай Милошев, който е и зам.-председател на БАН.

Периметър

Новите реалности налагат нови решения. Затова още преди десет години БАН създаде свое звено с подобна насоченост. То претърпя трансформации и днес Единният център за иновации координира политиката на академията в сферата на изобретенията, патентната дейност и проектната компетентност. Тази структура би могла да се превърне в средище за ноу-хау и трансфер на технологии, стига да е налице съответен бизнес интерес. Центърът ще информира за оперативните програми, от които учени и институтите към академията биха могли да се възползват.

Ползи

Българският бизнес започна да осъзнава, че иновациите са двигател на конкурентоспособността и има фирми, които търсят науката с цел да получат ефективни решения, твърди ръководителят на Единния център за иновации. От две години между „Асарел-Медет“ и БАН има партньорство, като идеята е учените да са полезни при модернизирването на производството. Взаимодействието с община Поморие също е добър пример. От кметската управа потърсили съдействие за по-доброто стопанисване на Поморийското езеро. Оказало се, че назад във времето в БАН има правени такива проучвания. На място са изпратени специалисти, които правят измервания, и на базата на цялата събрана информация дават препоръки как да се съхранят уникалните дадености на езерото.

Скъсяване на дистанцията

Целта на ръководството на БАН е академията да се


превърне в експертен център на страната. Когато се появи определен проблем, да се търси становище и решение от учените. За да се скъси дистанцията с бизнеса, е създаден академичен и индустриален клуб „Добри Желязков – Фабрикаджията“. Той си поставя за задача да се засили взаимодействието по конкретни въпроси между учените и индустриалците у нас. Българският бизнес все още не е стигнал нивото на американските си колеги, които казват: „Дайте ни идеи, а ние ще ги превърнем в пари.“ Малко са нашите компании, които финансират научни изследвания и разработки и внедряват патенти.

Изгубени в превода

В БАН добре знаят, че иновацията е нещо, което е доведено до прототип и може да се пусне в масово производство. А някои даже са категорични: Няма ли комерсиализация, няма иновация. „Учените умеят да решават конкретни проблеми с различна степен на сложност, но от тях не бива да очакваме сами да изминат тежкия път до внедряването“, твърди член-кор. Николай Милошев. Според него науката и бизнесът все още говорят на различни езици и трудно се разбират. Но стремежът на Единния център за иновации към БАН е да свързва и да улеснява комуникацията между тези, които умеят да предлагат решения и да правят изобретения, и онези, които имат нужда да ги внедрят.

Резерви

Казват, че сама птичка пролет не прави. Ето защо, ако иновациите не се превърнат в осъзната икономическа необходимост, то учените не биха могли да станат фактор в развитието. В България има много изобретатели, а потенциалът им не се използва. Някои иновативни решения намират единствено локален ефект. В санаториум в Хисаря член-кор. Николай Милошев става свидетел на нововъведение. Вътрешните тела на стари климатици се приспособяват като отоплителни уреди, които работят с гореща минерална вода. Това спестява разходите за парно наполовина, но в този вариант идеята трудно би намерила по-широко приложение.

Колкото по-рано бизнесът осъзнае, че без наука в своята дейност все по-невъзможно става постигането на високи резултати, толкова по-бързо ще намери верния път сред силната международна конкуренция. Единният център за иновации към БАН може да е полезният партньор. А дали ще прави имитации, това всяка фирма сама ще прецени. 



Д-р Владикова
с наградата
„Българка на
годината“

Д-р Ирина Ботева-Владикова:

Българските училища зад граница имат нужда от добре адаптирани програми

Центрове за обучение трябва да адаптират българчетата от чужбина в родната образователна система, казва директорът на българското училище във Виена

Д-р Ирина Ботева-Владикова е директор на Българо-австрийското училище „Св. св. Кирил и Методий“ във Виена от 2003 г. Тя бе отличена с наградата „Българка на годината“ за 2014 г. на името на св. Злата Мъгленска, заради неуморната си дългогодишна работа като ръководител на най-голямото българско училище в чужбина и за дейността си по опазването на българското национално самосъзнание и културната идентичност на сънародниците ни зад граница като зам.-председател на Асоциацията на българските училища в чужбина.

Завършила е българска филология в СУ „Св.Кл. Охридски“-София. Доктор е на филологическите науки, работила е в Института за български език при БАН. Заминава със семейството си в Австрия през 1989 г. Омъжена, има двама синове.

Светлана Желева

Г-жо Владикова, какво е за вас призьт „Българка на годината“ за 2014 г?

- Наградата е изключително висока чест за мен. Тя е своеобразно признание за огромното усилие, което българските училища правят зад граница вече 25 г., както и признание за асоциацията. Образованието на българчетата в чужбина е нещо много важно. Българите продължават да емигрират и ние сме едни от първите, които регистрираме този факт по идващите непрекъснато нови деца в училището. В момента тук се обучават над 260 деца, което ни прави едно от най-големите български училища зад граница. Но не това е най-важното, а това, че всяка седмица идват нови деца, и очакваме още повече през следващите месеци.

- И в класните стаи скоро ще ви стане много тясно?

- Това е един от големите ни проблеми, защото в момента разполагаме само с един апартамент, в който се помещаваме на Кюнплац № 7 във Виена, както и една зала,

която използваме едва от 2 години, благодарение на по-сланик Елена Шекерлетова. Тази година сме горди с нашите 50 първолачета, което е рекорден брой. Учим всеки ден, включително и в събота (цял ден), защото предлагаме обучение от предучилищна група до 12-и клас. Тази година ще имаме и четирима абитуриенти, които учат при нас от първи клас. За първи път имаме изцяло наши възпитаници, което ни прави много щастливи.

- Как станахте учителка?

- Когато завърших СУ „Св.Кл. Охридски“, си казах, че няма да стана учителка. Но съдбата бе избрала друг път за мен - моят съпруг бе изпратен на работа във Виена, аз го последвах с двете ни деца. В началото основните ми ангажменти бяха свързани с децата, защото бяха малки. Тогава не ми минаваше и през ум, че с българска филология мога да намеря някаква работа по специалността ми. По това време българистиката беше в Залцбург. Нямахме вече и държавни училища - те бяха закрити през 1989



На първия учебен ден през септември 2013 г. с български деца във Виена

Празненство за 3 март в Българския културен институт във Виена



г. по финансови причини. Но българската общност във Виена се събра и реши, че не може децата ни да останат без възможност да изучават езика на деците си. Основа се сдружение с основна дейност обучение по български език. Мен ме поканиха като филолог да преподавам на по-големите деца български език и литература и аз се съгласих. И започнах да преподавам един път седмично за 2 часа следобед. Този първи период на шега наричаме „период на папагала“. Нямахме помещение. Занятията се провеждаха в залата за закуска в хотел „Папагено“ и деляхме помещението с един красив, голям папагал - тримата преподаватели, всеки в своя ъгъл: в единия край аз с по-големите ученици, в другия - колежката, която обучаваше децата от 1-ви до 4-и клас (заедно), и колежата, който преподаваше история (на трета страна). В четвъртия ъгъл бе папагалът. И когато ставахме шумни, той се опитваше да се надвика с нас.

- Разчитахте ли на помощ от държавата?

- В МОН тогава ни посрещаха, усмихваха се... и толкова. Оказа се, че не само аз, но и много други колеги от чужбина са хлопали от врата на врата в министерството и са търсели помощ за належащите въпроси на образованието в чужбина. И така до 2005 г., когато Държавната агенция за българите в чужбина организира за първи път кръгла маса по въпросите на образованието по български език в чужбина. Учителите в българските училища по света се събраха, запознаха, сблизиха, бих казала дори обикнаха, защото ни свърза обща болка и желание. Не наричаха училищата ни дори училища, а „звена за обучение“. Предвид на общите ни проблеми, на 15 август 2007 г. в Пловдив се роди и Асоциацията на българските училища в чужбина. Първата голяма победа бе излизането на националната програма „Роден език зад граница“, която започна на проектна основа финансово да ни подпомага. След това се въведе Постановление 334 на МС, което лицензира голяма част от училищата зад граница.

- Все още има много да се направи. Какво е то?

- Неслучайно нашата асоциация се сочи като пример за комуникация в неправителствения сектор. Заслуга за това има и нашият неуморим говорител – Снежина Мече-

ва, директор на българското училище към посолството на България в Лондон. Всяко лято асоциацията организира семинари, като целта ни е да обменим добри практики, както и активно да се включим в изработването на адаптирани програми за нашите ученици, на специални учебници за обучение по български език и литература в чуждоезикова среда и учебници за деца за изучаване на български език като чужд. Защото това са реалностите - много от нашите деца изучават българския език като чужд.

Имаме нужда от истински адаптирани програми, защото сегашните са всъщност само съкратени програми. Те са написани така, че са остарели и за самите деца в България, да не говорим за ученици в чужбина. Образованието в България отдавна чака своите реформи. В момента тече дискусията по Закона за образованието, надявам се да направят един добър закон. Нашата цел е българските училища в чужбина да станат част от българската образователна система. В проектозакона българските училища зад граница дори не се споменават като форма на обучение. По неофициални данни сме над 220, а сигурно вече истинската бройка е по-голяма. Само в Лондон училищата са 14, да не говорим за Гърция, Испания, Чикаго – огромна общност (там също са вече 12-13 училища). Далеч съм от мисълта, че можем да обхванем всички българчета по света, но стремежът е колкото може повече от тях да посещават нашите училища. Защото това е единствената надежда, че един ден тези деца ще намерят без проблем обратния път към родината. И тук трябва да отбележа, че българската образователна система все още няма готовност да приема завръщащите се в България деца. Практиката е детето след 2-3 г. отсъствие да бъде „наказано“, като се връща 2-3 класа назад, което, както и да го погледнете, е неправилно. Години наред изтъкваме необходимостта пред държавните институции да се открият центрове за обучение на такива деца, в които специално обучени педагози да интегрират обратно ученика в българската образователна система. Не е лесно, струва пари, но тези деца са бъдещето на България и трябва да се направи, защото вече сме закъснели и им го дължим като държава. **И**




Royal Castle
HOTEL & SPA



ЗА РЕЗЕРВАЦИИ:

reservations@victoriaholidays.eu +359 894 776 610 +359 894 776 484 +359 2 962 55 98



Бумерангът на ембаргото

Санкциите срещу Русия, в които и България се включи като член на ЕС, показаха, че в сложна ситуация нашата страна не умеє да прави ловки политически и икономически маневри, а тича след проблемите

Пазари се създават трудно, но лесно се забравя пътят към тях. В последните години двустранните търговско-икономически отношения между България и Русия бяха започнали да набират сила след срива през 90-те. Сега те отново бяха вкарани в сянка улица. Като цяло се създаде положение, при което българската икономика още повече забави ход.

Татяна Явашева

В търсене на изход от кризата, България попадна в ситуация „от трън та на глог“ заради санкциите, които Европейският съюз наложи на Русия, а и заради мерките, с които Москва отвърна на удара. Никой не се е наел да изчисли преките загуби за българската икономика, но казват, че не са големи. За косвените щети обаче всички са единодушни, че са огромни. Когато аговете се ритат, магаретата страдат, така българският фолклор кратко, точно и ясно обяснява ситуацията.

Обратно действие

С нашите камъни по нашата глава, защото санкциите срещу и от страна на Русия се стовариха върху икономиките на 28-те държави от ЕС, които ги прилагат. Те безспорно засегнаха Русия, но като бумеранг се върнаха при всички онези, които ги спазват, тъй като страната е най-големият търговски партньор на Евросъюза и най-сериозният доставчик на суровини и енергийни ресурси. Търговските забрани несъмнено забавиха руската икономика, рублата се обезцени, преди да тръгне нагоре, покупателната способност се сви и това нанесе втори удар върху европейските икономики, защото рефлектира и върху всичко онова, което не е в забранителния списък. За руснаците стана скъпо да купуват от Европа стоки, услуги и почивки. Така търговско-икономическите отношения още повече намалиха обем.

Големите изяждат малките

Българските земеделски производители разбраха що е то пазарна икономика и свободна конкуренция – особено що се отнася до изделията от месо и мляко. Те се убедиха, че големите, които са по-добре субсидирани, а са и по-бързи, изяждат малките, които сега сричат правилата на конкуренцията. Защото големите европейски производители се ориентираха към всички възможни нови пазари и техните храни бързо заляха нашите щандове. В този момент българските производители се оказаха в „шах с пешката“ на по-евтиния внос от Западна Европа. Качеството им обаче било занижено – слабоплатежоспособният българин гледа първо цената и започна да се радва, че може да си позволи разнообразие, за което преди само бе мечтал. Но скоро стана ясно колко скъпо всъщност е евтиното, когато то подрязва клона на и без това вехнешката ни икономика. Защото се плаща



със загуба на работни места, на доходи, на производство, на печалби, на намаляващ брутен вътрешен продукт.

Свиване

Въпреки по-евтиния внос, производителите констатираха, че консумацията на месни продукти е намаляла драстично и усетиха голямата несигурност на пазара. Нашето обяснение е, че при силния натиск вследствие на санкциите българската икономика още повече се сви и заради ниски доходи българите, както впрочем и руснаците, ограничиха потреблението си. А заради по-високите цени, българският пазар започна да се затваря за българските производители на храни. Те тръгнаха да се оглеждат за нови възможности, но с изненада установиха, че там други вече са ги изпреварили.

Предвидливост

Животновъдите не на шега казват, че поименно познават всички животни в страната. Кравите например са само за мляко и отиват под ножа само като спрат да дават достатъчно количество. Месопреработвателите разчитат най-вече на вносна суровина. В момента в Западна Европа има свръхпроизводство на свинско заради свития пазар. Сега то се складира, за да не му падне цената. Дано не минат 20 години, докато дойде в България, както през 2006-а стана с ирландското говеждо.

В изолация

Войната чрез санкции показва колко силно скачени съдове са политиката и икономиката. Мерките и резултатите може задълбочено да се анализират и дори да влязат в учебниците по икономика. Загубите за руската икономика за 2014 г. се оценяват на около 25 млрд. евро (1,5% от БВП), а за европейския бизнес те са още по-големи. Очакванията са, че през 2015 г. щетите за Русия може да нараснат няколко пъти. Руската федерация обаче свикна без приток на чуждестранни капитали. Тя се обърна към неизползваните резерви на страните от БРИКС и към азиатските пазари, продължи да увеличава златните си резерви и се научи да живее в изолация. Дори си постави задачата до 2018 г. да създаде основата за темпове на растеж, не по-ниски от средните за света. Но да не я мислим 146-милионна Русия, която е най-голямата по територия в света и притежава огромни

природни богатства.

Наникъде

Българските производители са разочаровани, че в тази сложна ситуация не усещат здравето рамо на държавата. Твърдят, че тя е много активна в спазването на санкциите спрямо Русия, но не е така инициативна

да създаде национална политика в защита на бизнеса. „Нужно е да имаме силна държава, която да мисли 5 метра напред, а не постоянно да тича след проблемите“, казаха пред сп. „Икономика“ предприемачи. Явно политиките не могат да намерят верния ход. Бизнесът търси варианти, но вече усеща и студения повей от подготвяното Трансатлантическо партньорство за търговия

Десислава Танева, министър на земеделието и храните:

Млечният сектор е сред най-потърпевшите

Млечният сектор е един от най-потърпевшите от наложеното от Руската федерация ембарго. Работим съобразно ситуацията в сектора и неведнъж вече поставяхме на заседанието на Съвета на министрите нашите искания за промени в мерките, които се прилагат от страна на Европейската комисия по повод руското ембарго. Настояваме пакетът от мерки, които се прилагат за сектора, да бъде съобразен със спецификата на производството на мляко за всяка една държава.


За да компенсирате и да подкрепим производителите от сектора, с решение на Управителен съвет на ДФ „Земеделие“ се предоставя финансов ресурс от 5 млн. лева за фермерите, отглеждат дребни преживни животни. Помощ по схемата de minimis ще има и за стопаните, които отглеждат биволици и млечни крави. Приемът на заявления е от 27 април до 15 май 2015 г. Изплащането на средствата и сключването на договори за предоставяне на помощта е

Пред Съвета на министрите вече неведнъж поставяхме нашите искания за промени в мерките, които се прилагат от Европейската комисия по повод руското ембарго



от 25 май до 15 юни 2015 г.

За подпомагането може да кандидатстват фермери, които отглеждат поне 50 овце или кози майки в едно стадо, или минимум 10 млечни крави, или 10 бивола. Максималният брой на подпомаганите животни - и за млечни крави, и за биволици, е 200. Всички животни следва да са вписани в Системата за идентификация и регистрация на животните на Българска агенция по безопасност на храните с предназначение за производство на мляко. Единственото задължително условие към земеделските стопани е до 31 август 2015 г. да запазят 75% от броя на животните, за които ще получат подпомагане. Максималният размер на подпомагането за един земеделски стопанин, както и за едно и също предприятие, не може да надхвърля левовата равностойност на 15 000 евро (29 337.45 лв.) за период от три данъчни години (2013 - 2015).

Фермерите са поставени при нови условия. За да подкрепим производителите, още в началото на тази година министерството прие наредбата, с която се урегулират договорните отношения между производители и прекупвачи. От средата на април се прилага схема, при която прекупвачите са задължени да регистрират договорите си с производителите, което дава възможност за проследимост на случващото се. 



и инвестиции между САЩ и ЕС. Твърди се, че има опасност то съвсем да блокира стопанската ни активност, макар някои български евродепутати да ни убеждават в неговите предимства. Но това е друга тема.

Сега въпросът е дали при нашата липса на политическа и икономическа гъвкавост едно внезапно отлагане

на санкциите няма отново да ни завари неподготвени, както при ланския сняг. Разкритията на полския евродепутат Януш Корвин-Микке за събитията на Майдана хвърлиха сянка на дълбоки съмнения върху смисъла на санкциите. Нищо. В условията на все по-глобализация се свят България получи един добър урок по пазарна икономика. Дано да направим верните изводи. [I](#)

Министърът на туризма Николина Ангелкова:

Да не чертаем апокалиптични картини

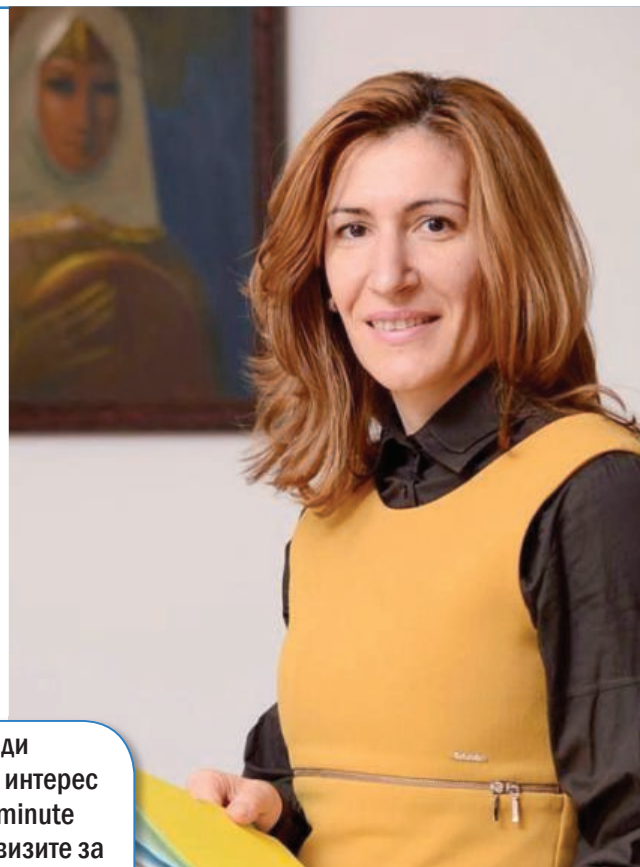
- Министър Ангелкова, само на реципрочност в отношенията ли отдавате отлива на руски туристи от България?

- По информация от туроператори се очертава спад в предварителните записвания на руски и украински туристи у нас, но той би засегнал и други държави, които традиционно работят активно с руския туристически пазар. Проблемът е, че темата се преекспонира – някои представители на бранша чертаят апокалиптични картини. Същевременно преди дни в руските медии излезе информация, че се наблюдава увеличение на интереса към България с 30-40%. Нека не забравяме, че руските и украинските туристи все повече разчитат на записвания в категорията last minute, което означава, че все още е рано да се правят категорични прогнози за летния сезон. Бизнесът от двете страни е установил трайни взаимни контакти, между народите ни почти няма езикова бариера, свързват ни славянските корени. Това са предимства за нашата страна на конкурентния туристически пазар.

- Какво сочи статистиката за руските туристи у нас в последните пет години?

- По данни на НСИ гражданите от Руската федерация, посетили България през последните 5 години с цел туризъм, са били около 378 хил. през 2010 г., малко над 455 хил. през 2011 г., близо 600 хил. през 2012 г., около 680 хил. през 2013 г. и малко над 656 хил. през 2014 г. Както виждате, през миналата година се отчита спад с около 25 хил. туристи, което е понижение с 3,7%.

- Кои основни мерки според вас биха довели до завръщане на руските туристи в България - не само от страна на правителството, но и от хотелиери, туроператори и други играчи, свързани с бранша?



Заради очаквания интерес към last minute почивките визите за руски граждани ще бъдат издавани за срок до 3 дни

- Още в началото на февруари договорихме с Министерството на външните работи да бъдат облекчени процедурите за издаване на туристически визии за руските граждани. Издават се краткосрочни двукратни или многократни визии за организиран туризъм със срок на валидност до една година на гражданите, които са ползвали през предишни години български визии. Има и други гъвкави условия. Декларирана е готовност от МВнР, че визите ще бъдат издавани за срок до три дни заради очаквания интерес към last minute почивките. Много активно се представихме и на двете най-големи туристически изложения за руския пазар – Интурмаркет и МИТТ. Бяха проведени и два бизнес форума. Министерството на туризма използва всички възможности за задълбочаване на сътрудничеството и увеличаване на туристопотока между България и Русия. България е отлична база за руски детски и младежки лагери, а също и за поклоннически туризъм, към който руснаците

проявяват подчертан интерес. Те се интересуват също от СПА, балнео- и медицински туризъм, от тематични маршрути, свързани с общи събития от българската и руската история.

- Санкциите станаха причина руските туристи да погледнат към по-екзотични дестинации. Според вас след тяхната отмяна автоматично ще се върне ли интересът към България?

- Това е въпрос на единна европолитика и не зависи от волята само на нашата страна. Без да нарушаваме европейското законодателство, ние работим активно с руските си партньори в туризма и ще направим максимума да задържим интереса към България.

- Премиерът Борисов призова от парламентарната трибуна: „Не жалете за чуждите туристи, а върнете българските от Гърция и Турция.“ Какво ще препоръчате на туристическия бранш, за да стане страната ни привлекателна туристическа дестинация и за българи, и за чужденци през цялата година?

- Трябва да повишим качеството на обслужването и за разширим познанията на българите и чужденците за България като целогодишна туристическа дестинация. Стартирахме рекламната кампания на България по четирите паневропейски телевизии (Eurosport, Discovery Channel, Euronews, National Geographic Channel), която се финансира по ОП „Регионално развитие“. Европейските пазари са много важни за нас като компенсиращи евентуален спад от Русия и Украйна. Участваме активно във всички големи международни изложения, защото на тях се осъществяват директни делови контакти между компаниите. Вече е факт утвърдената концепция за туристическо райониране на България. Съгласно нея страната се разделя на обособени туристически райони, които ще формират регионални туристически продукти и ще осъществяват регионален маркетинг и реклама. За връщането на българските туристи в България е нужна и инициативност от местната власт и бизнеса. Общините трябва активно да участват и в създаването на онлайн регистъра на българските туристически атракции. Министерството работи и върху създаването на събитийен календар съвместно с местната власт, за да може повече хора да знаят къде какво може да видят, докато пътуват. **И**



Стефан Шарлов:

Щом спазваме санкциите, да ни приемат в Шенген

По мои изчисления руските и украинските туристи у нас ще са с около 50% по-малко. Много силен негативен ефект ще има върху недвижимите имоти, тъй като руснаците бяха традиционни купувачи особено по Черноморието. Очаквам в пъти по-слаб интерес от предишните години. Това ще се отрази и върху туристическия бизнес, и върху компаниите, които продават недвижими имоти. Затова вместо да си посипваме главата с пепел, е по-добре да прилагаме нов подход. Турция е този пазар, към който ние трябва да се обърнем. Интересът към България като целогодишна дестинация за почивка и рехабилитация е голям, а и става дума за близо 75-милионен пазар. В днешната ситуация хотелиерите трябва да станат по-прецизни, но и да търсят алтернативните пазари, в това число и за недвижимите имоти – например Казахстан, Азербайджан, Турция. Трябва да се обърнем към Европа и да не забравяме за огромните пазари на Китай, Индия, арабските страни,



където през лятото трудно се живее. Трябва да промотираме културно-историческото наследство на България, СПА зоните, калолечението, зимния туризъм. Летният туризъм трябва да се прецизира. При това презастрояване в Слънчев бряг няма да дойдат петзвездни туристи, а се налага да се привлича друг таргет за „Веселото море“.

Ние не можем да спрем българите в България, тъй като живеем във време на глобализация. Българинът ще остане в страната, когато има добри продукти. Не бива обаче всички хотели да се слагат под общ знаменател, защото в страната има красиви места, хубави хотели, приветлив персонал.

В момента получаваме този негативен ефект заради факта, че като член на ЕС спазваме санкциите спрямо Русия. И заради всички щети, които в момента търпим, българската държава трябва да поиска незабавното ни приемане в Шенген. Още повече че сме изпъл-



нили всички условия. Това би довело до положителен ефект и върху туризма, и върху инвестициите, и върху целия бизнес. Ако нашите политици не искат да развиваме отношенията с Русия, тогава да се договарят с Анкара, но трябва да е ясно кой какво печели от това. Светът стана място, в което всеки трябва да гони своя интерес. [И](#)

гр. Поморие
Антична куполна гробница

**скрито пред очите ти
мястото**
www.myastoto.bg



Европейски съюз
Европейски фонд
за регионално развитие



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.



Този документ е създаден в рамките на договор за безвъзмездна финансова помощ №BG161PO001/3.3-01/2008/001-11, по проект "Коммуникационна кампания за насърчване на вътрешния туризъм в Република България", който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на продукта се носи от Министерство на туризма и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган.

Веселин Илиев:

Косвеният ефект е най-силен

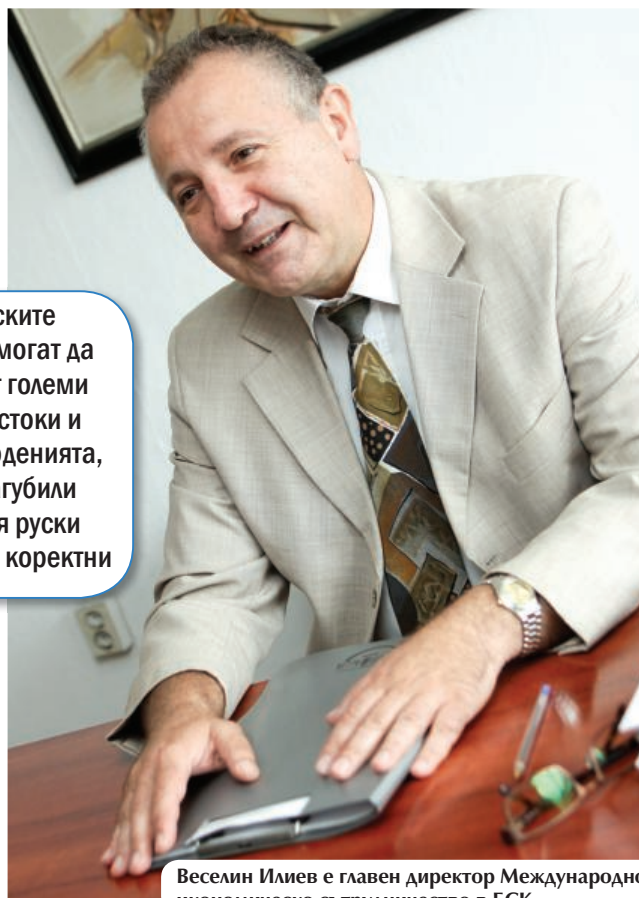
Разклатиха се устоите, на които се базират отношенията между деловите среди в България и Русия. Вероятно онова ниво, на което бяха двустранните контакти преди година и половина, едва ли скоро ще бъде възстановено. Затова трябва да търсим възможности за намаляване на негативите.

Обикновено обемите за внос, които в Русия се искат, са много големи и се оказва, че не сме в състояние да отговорим на това условие. Ето защо българските производители на храни изнасят за по-малки руски градове и там те търсят своята ниша. По тази причина твърдението, че сме загубили необятния руски пазар, не ми се вижда коректно.

Експортът от България включва единични машини и съоръжения, поточни линии за хранително-вкусовата промишленост, тъй като в последните години Русия инвестира много в развитието на собствено производство. Затова санкциите, които ЕС наложи спрямо Руската федерация, нямат такъв ефект, какъвто първоначално се предполагаше. Страната намери алтернативни доставчици и по-скоро проблемите бяха продиктувани от спада в курса на рублата, а не от това, че на трапезата ще липсват безценните италиански и френски храни и напитки.

В Русия няма пазарна икономика, там е необходима протекция от губернатор или на някакво държавно ниво, и когато българските фирми не се ползват с държавна подкрепа, когато тя се изисква, те не могат да стъпят на тези пазари. Българските компании реагираха на създадала се ситуация и се ориентираха към пазари, които са по-предвидими и не изискват държавна под-

Българските фирми не могат да предложат големи обеми от стоки и затова твърденията, че сме загубили необятния руски пазар, не са коректни



Веселин Илиев е главен директор Международно икономическо сътрудничество в БСК

крепа. Има фирми, които търсят вратички и намират начини – било през Сърбия или през Турция. Разбира се, има български износители за Русия, които въобще не са засегнати. Пазарът на недвижими имоти в България търпи косвен ефект, както ще има косвено отражение върху цялата търговия и услуги от намаления поток на руски туристи. [И](#)





ХОТЕЛ DOMAINE PESHTERA

уют, луже и прохлада В Родопите

Хотел „Domaine Peshtera“ е луксозен бутиков хотел в полите на Родопите, на 20 км от гр. Пазарджик и на 40 км от гр. Пловдив. Разположен на входа на гр. Пещера, хотелът предлага 14 луксозно обзаведени стаи, 2 студия и апартамент.

В уютния ресторант можете да се насладите на ястия от българската традиционна и интернационална кухня, както и да опитате от богатата гама алкохолни напитки, производство на „Винпром Пещера“. В това кътче, далеч от суматохата на големия град, имате възможност за пълноценен релакс в SPA комплекса и външния басейн с градина с изглед към планината.

„Домейн Пещера“ е подходящ и за делови прояви и провеждане на конференции, семинари и обучения в напълно оборудваната конферентна зала с капацитет 60 човека.

Град Пещера има твърде стара и интересна история. Тя води своето начало от дълбока древност. С течение на хилядолетия този край е населяван от траки, славяни, българи, минали през влиянието на гърци, македонци, римляни и османци. За първи заселници в района е считано тракийското племе беси.

Гостите на хотела имат възможност за културен, исторически и екотуризъм като посетят Историческия музей в Пещера, пещерата „Снежанка“ и екопътеката, която води до там, Фотинския водопад, античната средновековна крепост „Перистеря“, спортно-туристическата зона „Св. Константин“, както и планинския курорт „Цигов чарк“ с множеството възможности за почивка, лов, риболов, водни спортове и забавления.



Hotel Domaine Peshtera

Гр. Пещера

Ул. „Михаил Такев“ №177 Е /на входа на гр. Пещера/

Тел.: 0350 60 500; 0350 60 501

Факс: 0350 60 502

Моб: 0875 24 50 50 - рецепция

e-mail: hotel@domainepeshtera.com

www.domainepeshtera.com

ATLANTIS Resort & SPA



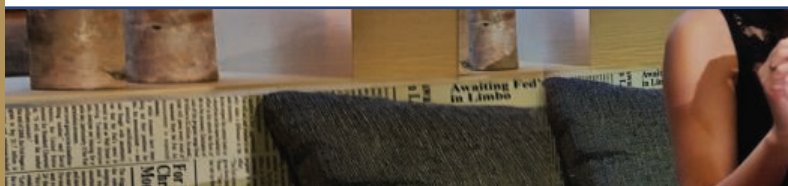
„Atlantis Resort & Spa“ - Вашият избор за почивка, бизнес или конферентен туризъм.

Разположен в най-красивия район от град Бургас, в близост до международно летище „Бургас“, изящният комплекс доказва, че не е необходимо да се намира в центъра на голям град, за да се организира запомнящо се и професионално бизнес или фирмено събитие – делови срещи, фирмени семинари и тиймбилдинг, конференции. Едновременно с това, ориентиран изцяло към морето и собствената си плажна ивица, комплексът предлага отлични условия за истинска и пълноценна почивка.

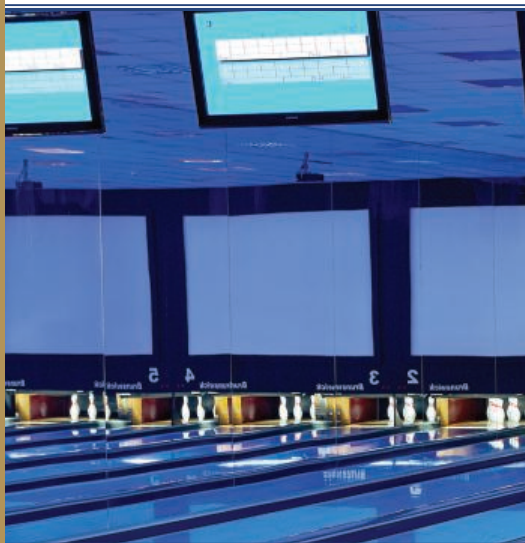


Изборът на място за отдых е огледало на Вашия стил на живот. Усетете топлината и уюта на всяка стая или апартамент в спа хотел „Атлантис“. Хотелът разполага с 90 стаи и апартаменти, обзаведени и устроени по начин, по който бихте се насладили на пълен комфорт по време на Вашата почивка. Хотелът е отворен целогодишно, а всички стаи и апартаменти представляват идеалния избор за семейства, които търсят индивидуалност и искат да се почувстват като у дома си. Истинска отмора и наслада за родителите, които могат да доверят децата си на грижата на нашите аниматори, които организират тематични дни и забавни игри за най-малките гости на комплекса.

Комплексът разполага с основен „А ла карт“ ресторант „Лофт“, който предлага истински шедеври от европейската и от класическата българска кухня. За любителите на кулинарията комплексът разполага и с летен ресторант „Джовани“, който представлява идеалния избор за ценителите на средиземноморския вкус. Усетете екзотиката във всяко едно от предложенията от менюто на ресторант „Джовани“.



Боулинг център „Атлантис“ Ви предоставя невероятен шанс да се позабавлявате със семейството или приятели, да прекарате щастливи моменти и едновременно с това да спечелите награди. Центърът разполага с 6 боулинг писти, бiliarдни маси, снукър, руски бiliarд, изобилие от аркадни и детски занимателни игри, дартс и джаги.



Освен за Вашите забавни и приятни моменти по време на почивката Ви, комплексът предлага богата палитра от спа процедури за освобождаване от стреса и напрежението и постигане на хармония на душата с чувствата и сетивата. Релаксираща музика, благоуханни масла и омайващи аромати, създаващи атмосфера на топлина и спокойствие – потопете се в необикновения свят на „Атлантис Спа“!



За организирани групи и корпоративни клиенти комплексът предлага атрактивни пакетни оферти, които включват нощувки с изхранване тип ВВ и НВ.

Адрес: ул. „Ангел Димитров“ 58,
кв. Сарафово, гр. Бургас, България
+359 56 872 772; +359 888 641 001
Email: sales@atlantisresort-bg.com
Web: atlantisresort-bg.com



www.atlantisresort-bg.com

ПОСОКА

64



В третия по ред кризисен сезон хотелите в Кипър ще доказват класата си

Морският блян на Кипър

*Средиземноморският остров,
който се радва на 326 слънчеви
дни в годината, планира до 5
години да увеличи с 50% броя
на летуващите*

Ниси Бийч на Източното крайбрежие
на Кипър е един от най-известните,
обичани и посещавани плажове



Бранислава Бобанац, Никозия-София

фото Имран Сайед

През август, в разгара на летния туристически сезон, Донка Владимирова ще чества юбилей – навършва цели 20 години, откакто се труди в Кипър. За това време тя работи само в туристическия бранш. И което е още по-удивително – само на едно място, в един и същи хотел – „Aliathon Holiday Village“ в Пафос, на Западното крайбрежие на острова. Време да празнува обаче няма да има. В края на най-летния месец едно от най-големите и атрактивни ваканционни селища в Кипър, заемащо 14 хектара, ще е запълнено до последната стая, с 1000 гости. 47-годишната българка е готвачка и от този сезон от нея зависият вкусните ястия в новооткрития мексикански ресторант на хотела.

В „Алиатон“ работи цялото семейство Владимирови. Съпругът и малкият ѝ син са електротехници, а неотдавна към тях се присъедини и снахата гъркиня, съпруга на малкия ѝ син. Големият също доскоро е бил с тях, но сега учи информатика в България.

„Имаме заплати, осигуровки, всичко, което ни се полага. Моята основна заплата е 1000 евро, на съпруга ми е 1300 евро, синът е с 800 евро. Преди два месеца излязохме на квартира – първата ни за тези 20 години, досега работодателят ни осигуряваше настаняване в хотела. Шефовете обаче ни плащат наема. Имала съм други възможности за работа, но не съм искала да се местя. Щом 20 години сме в този хотел, значи ни харесва и сме доволни“, уверява ме Донка. Единственото лошо, което направи кризата в Кипър според нея, е, че е от целогодишен хотелът минал на 8 месеца – затваря в средата на ноември.

Българската група в „Алиатон“ е голяма – близо 25 наши сънародници са камериерки, чистачки, помощници в кухнята, водопроводчици, бояджии... Въпреки икономическата криза и високата безработица в Кипър, заради която много българи напуснаха острова, а хотелиерите „затегнаха“ назначенията на чужденци и намалиха заплатите, българското присъствие сред работещите 33 000 души в туризма на острова остава силно.

„С работата си в продължение на години българите помогнаха на туристическата индустрия в Кипър да стане по-конкурентна“, е оценката на Захариас Йоанидис, генерален директор на Кипърската асоциация на хотелиерите, най-голямата работодателска организация в отрасъла.

Доколко е конкурентоспособен, кипърският туризъм е предизвикан да докаже през тази година – трета по ред под знака на кризата и „тройката“ международни кредитори.

Между рая и кризата

Наричат къпещия се в морето Кипър част от среди-

земноморския рай. Благословен с 326 слънчеви дни от общо 365-те в годината, той започна тазгодишния активен летен туристически сезон на 1 април наистина като летен. Температурите над 20 градуса изкараха на плажа и в морето първите смелчаци. Курортите на Острова на Афродита бяха сред най-търсените от западноевропейците за почивката по влижденските празници.

Щедрите природни дарове на Средиземноморието и обвеаната с легенди и митове история от 10 000 години са най-големите предимства на Кипър. Той ги оползотвори максимално, за да се утвърди като летна дестинация и да превърне туризма в една от основните си индустрии. В същото време след кризата от март 2013 г., която удари банките, финансовите услуги и строителството, хотелиерският бранш, въпреки че също пострада, остана единственият, на който се разчита да съживи икономиката на страната.

„Не само правителството, но и Тройката оценяват важноста на туристическата индустрия, голямото ѝ значение в усилията ни да рестартираме икономиката на страната. И ние, хотелиерите, даваме най-доброто от себе си, за да може тя да върви нагоре“, подчерта пред сп. „Икономика“ Захариас Йоанидис от името на колегите си. В Кипърската асоциация на хотелиерите, на която той е генерален директор, членуват собствениците на 320 хотела, обхващащи 60% от легловата база в бранша. Кипър е

на първо място в ЕС

по приходи от туризма като процент от brutния вътрешен продукт. През миналата година те бяха малко над 2 млрд. евро, което представлява 11.4% от БВП. Според международни експерти обаче в действителност секторът носи преки и непреки приходи за близо 3.5 млрд. евро, което вече е над 20% от БВП на малката островна държава. Тя води европейската класация и по отношение на доходите от туризъм на глава от населението – с по 2500 евро.

Кипър се нарежда на второ място в ЕС и отстъпва на Австрия само по брой на туристическите пристигания на глава от населението. При близо 860 000 жители през 2014 г. той посрещна 2.4 млн. туристи, или на всеки местен се „падат“ по почти трима гости. Посетилите острова са се увеличили през миналата година с 1.5% в сравнение с 2013 г., но въпреки този ръст общите приходи са спаднали с 2.8%, отчете кипърският министър на туризма Георгиос Лакотрипис.

За правителството и хотелиерите тези резултати сочат оптимистична тенденция, която бе допълнена с окуражаващи сигнали от началото на 2015 г. Най-нетуристическите за Кипър месеци – януари и февруари, отбелязаха ръст на туристите от около 7.7%, основно от страните от Централна и Северна Европа.



Генералният директор на Кипърската асоциация на хотелиерите Захариас Йоанидис е оптимист за летния сезон

Великобритания, Германия, Франция, Холандия, Австрия. Като цяло в началото на сезона, през първата половина на април, хотелите в страната бяха запълнени средно до 50%. Това е малко по-ниско в сравнение със същия период на миналата година, но според хотелиерите ходът на резервациите до края на април и предлаганите от тях изгодни пакети дават надежди за успешен летен сезон.

„Основната ни цел, към която сме насочили усилията си, е през тази година да запазим броя на туристите на нивото на миналата, като минимизираме отрицателния ефект от спада на руския пазар и увеличим броя на пристигащите от другите традиционни за Кипър европейски пазари“, посочи шефът на хотелиерската асоциация.

Менюта и надписи на руски език изпълват през лятото ресторантите, хотелите, магазините в кипърските курорти. За „най-руска“ курортна територия се смятат градчетата Агия Напа, Протарас и Паралимни на Източното крайбрежие на острова. Само за последните пет години броят на летуващите руснаци на Острова на Афродита регистрира забележителен скок – от 150 000 туристи до 640 000 души през миналата година. Пристигащите от огромния руски пазар са обичани на острова и защото по време на почивката си те харчат най-много пари „на глава турист“ в сравнение с другите националности и така подкрепят сериозно

местната икономика.

Загубата на руски гости и на приходите от тях през това лято е проблем и за Кипър, както и за България. Само че, докато общият поток туристи от Русия към всички европейските дестинации, включително и родината ни, се очаква да спадне драстично с 50-60%, за Кипър намалението ще е под 25%, сочат прогнозите. „Намаляването на отрицателния ефект бе постигнато благодарение на добрите отношения между Русия и Кипър, посещението на президента Никос Анастасиадис в Москва през февруари и упоритата работа на туристическите ни организации и туроператорите с партньорите в Русия“, изтъкна „смекчаващите обстоятелства“ Захариас Йоанидис.

За да стимулира туроператорите и да привлече повече руски туристи, въпреки кризата с рублата, Кипър предложи специални оферти за руския пазар за ранните резервации, изгодни пакети на ниски цени. Много важна роля имат и визовите облекчения за гражданите на Руската федерация, които действат повече от 5 години. Цялата процедура – от подаването до получаването на т. нар. провиза, се извършва по интернет, в рамките на същия ден и напълно безплатно.

България не е в сметките

на конкурентите на Кипър за „оставащите“ летовници от Европа, които всяка от туристическите страни се стреми да привлече на своя морски бряг като „компенсация“ за намалелите руски летовници. На туристическия пазар Кипър се сравнява и бори с другите средиземноморски страни, които имат голям потенциал да привлекат отпускарите от Централна и Северна Европа – като Гърция, Турция, Италия, Египет, Мароко, Испания, Португалия, разкри Захариас Йоанидис. В същото време, макар че островът е по-далечна дестинация от любимите на българския курортист Гърция и Турция, в последните години расте броят на нашите туристи тук. Преди 10 години те са били само 2500 души, а рекордът се държи от 2012 г., когато на острова са почивали 11 000 нашенци, по данни на кипърската статистическа служба.

За сънародниците ни туристи и за тези, които живеят



тук постоянно, конкуренцията между България и Кипър обаче е осезаема. И твърдо не в полза на черноморските ни курорти, особено с неизбежното сравнение на плажовете и цените.

По кипърското крайбрежие няма презастрояване. Няма и строителни площадки около хотелите в разгара на сезона – ремонтите и подготовката на базата приключиха в края на март.

Максималната цена за шезлонг и чадър е законово регламентирана и е 2.50 евро за бройка. Хотелите на първа линия са задължени да осигурят 50% от района на плажа за безплатно ползване от желаещите. Общините трябва да спазват същото изискване, когато отдават под аренда своите плажове. Напълно свободни са оставащите извън пясъка дълги крайбрежни ивици, които са каменести поради спецификата на острова, но също привличат много любители на слънцето, морето и спокойствието.

Хотелиерите на острова обръщат специално внимание и на местните туристи /за разлика от българските им колеги/. Кипърската асоциация на хотелиерите обяви 111 хотела, които предлагат оферти с атрактивни цени за сънародниците си през целия летен сезон, от април до края на октомври. Целта е да се подпомогне вътрешният туризъм и по този начин - и местната икономика.

Оптимизъм с визия

„Оптимисти сме за тазгодишния сезон, а в дългосрочен план сме още повече оптимисти, защото имаме визия как да се развива туристическата ни индустрия“, заяви Захариас Иоанидис. Дори вечна критичната тройка международни кредитори, на която хотелиерските и туристическите организации я представиха, я оцениха като много реалистична и изпълнима. „Ние сме убедени, че с координирани усилия ще направим тази визия реалност“, категоричен бе генералният директор на хотелиерската асоциация.

Основната цел е до 5 години Кипър да стигне 3.5 млн. туристи годишно, което е ръст от близо 50%. Един от пътищата за увеличение на броя им е активизирането на зимния и пролетния сезон. Освен това островът пред-



Семейство Владимирови с рекорд за работа в един и същи хотел

вижда да използва още по-ефективно стратегическото си местоположение на център между три континента (Европа, Азия и Африка). Плановете са на туристите от Близкия изток, Азия /Китай/ и Европа да се предложат много атрактивни комбинации в цялото Средиземноморие, съвместно с другите страни в района.

Част от визията за бъдещето е и подобряването на предлагания в Кипър туристически продукт, като на гостите се предлага по-широка гама от услуги и дейности. През последните години бяха осъществени мащабни програми за нови хотелски бази, с конферентни възможности, за изграждане на басейни, спортни бази, детски площадки, водни и други развлекателни съоръжения. Въпреки постигнатото и въпреки финансовата криза, която ограничава възможностите на бизнеса да инвестира, модернизацията на хотелите отново е на дневен ред, с още едно изискване. „Ако искаме да привлечем повече туристи, отсега трябва да започнем увеличаване на легловия капацитет на хотелите“, подчерта пред сп. „Икономика“ Андреос Лоизу, председател на Кипърската туристическа организация. Сега страната разполага с малко над 87 000 легла, след пика от над 96 500 легла през 2004 г. А докато чака банките да се стабилизират, местната туристическа индустрия вече мисли как да се включи в обявената от председателя на Европейската комисия Жан-Клод Юнкер инвестиционна програма от 300 млн. евро. [И](#)





ОТ СВЕЖОТО ПО-СВЕЖО

Производството на замразени плодове и зеленчуци продължава да расте, но има редица пречки за неговото разрастване

Замразяването помага да се увеличи срокът на годност на плодовете и зеленчуците. Този вариант за консервиране запазва не само външния вид, но в максимална степен се съхраняват полезните съставки в храната, при това без да се използва химия, консерванти, висока температура. И тук успешно работи формулата: „Бързо, лесно, вкусно“. Как обаче това производство се развива в България?

Татяна Явашева

Предимството на българските плодове и зеленчуци е в техните невероятни вкусови качества. Въпросът е, че не умеем успешно да ги изтъргуваме, и това ни го казват дори западни специалисти. Добре поне, че вече усвояваме практиките за добро съхранение. От десетина години насам в България уверено се развива една индустрия, която все по-умело ги прилага. Разбира се, и тук, като при всеки друг бизнес, има специфики, които трябва да се познават. Иначе продукцията, в която сте вложили много, може да пропадне.

Преимущество

Учени от Института за изследване на храненето във Великобритания са установили, че замразените плодове и зеленчуци съдържат много повече полезни вещества от пресните. Ако плодовете и зеленчуците бъдат набрани и до 3 часа по-късно бъдат замразени, се съхранява до 90% от витамин С в тях и то за дълго време. Престоят ли в складовете, макар и предложени в свеж вид на пазара, ценните съставки ще са значително намалени в сравнение с прясно откъснатите. Ето защо в този бранш с широка популярност се ползва твърдението, че замразеното е по-свежо от свежото. Това е и причина търсенето на замразени храни постоянно да расте. То накара нашите производители на консерви да се преориентират и скоро ще се изравни съотношението на консервираните към замразените плодове и

зеленчуци.

Препъникамък

Този бизнес, като и повечето други дейности в България, се развива трудно. В сектора са около 30 фирми, като редица компании в сферата на консервната промишленост проучват възможностите да се развият и в тази сфера. Върху производството за замразени плодове и зеленчуци влияят редица фактори. В момента у нас има изградени съвременни мощности и дори последните нововъведения ги има и у нас. Това е необходимо, но не и достатъчно условие. Суровина, човешки потенциал, бизнес среда са три фактора, които се оказват препъникамък за фирмите от сектора, твърди Антоанета Божинова, изпълнителен директор на Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци. Програма САПАРД насърчаваше създаването на мощности за преработка, отпускаха се средства за изграждане на модерни предприятия. Но беше пренебрегнат фактът, че за да работят с пълен капацитет, за предприятията трябва да е осигурена достатъчно суровина. Производството на плодове и зеленчуци години наред беше пренебрегвано и не бяха полагани грижи не само на местно ниво, но и като цялостна европейска политика.

Суровината липсва

Европа приравни производството на трайни насаждения, на плодове и зеленчуци, на зърно и маслодайни култури. Всички земеделски продукти бяха поставени под общ знаменател, а всяко производство има своите специфики и те трябва да се отчитат. За засаждането и отглеждането на декар корнишони, до периода на беритбата се влагат над 3500 лв. За декар зърнени култури агро-екологичните практики възлизат на около 150 лв. Субсидията е еднаква и за двата сектора. За да са съпоставими и печалбите, трябва да се берат златни корнишони, казва Антоанета Божинова.

Размерът е от значение

Въпреки трудностите, секторът продължава да се развива. Но какви



Модерните предприятия имат голям капацитет за производство на замразени плодове и зеленчуци

точно са количествата, това никой не може да каже, тъй като има и много сив сектор. А що се отнася до статистиката, в сектора се шегуват, че тя е верен сбор от неверни данни. Според Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци повечето фирми не са в състояние да излязат със своя търговска марка на големи пазари. Една от причините е, че количествата, които произвеждат, са малки. Проблем за налагането на търговска марка е, че в международната търговия вече има утвърдени брандове, зад които стоят огромни количества, и затова са предпочитани от големите търговски вериги. За да стъпят по-лесно на западните пазари, нашите производители трябва да се съгласят да работят под чужда търговска марка. Това обаче ги обезличава и не ги прави разпознаваеми.

Бранд

Хубаво е, че в новия програмен период ще се насърчава производството на плодове и зеленчуци. И ако суровинната база се развие, ще се реши един от сериозните проблеми за сектора. „Суровината е в основата на всяка преработка. И в този сектор е трудно да се каже кое е първично – яйцето или кокошката. За нас пазарите са основно европейски, тъй като за тази про-

дукция една от спецификите е транспортът. Пазарите биха могли да се разширят, но опираме до факторите суровина и кадри. Пред производителите стои дилемата дали да развият своя търговска марка, или да работят под чужд бранд. Голяма ще е борбата да се излезе със свое име. Но и това може да стане, ако фирмата е в състояние да гарантира качество и количество за целия период на договора“, обяснява още изпълнителният директор на Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци. Към момента в сектора няма нагласи да се направи клъстер и да се развие обща търговска марка на фирмите в него. Предимствата на клъстера са повече в сравнение с недостатъците, но и един недостатък стига, за да провали подобно голямо начинание, казват от съюза.

Добавена стойност

Време е българските компании да се научат да създават по-голяма принадлежна стойност. Сега те замразяват вкусните български плодове и зеленчуци и ги изнасят за по-развити икономики, които ги ползват като суровина за сладкарската индустрия, за консерви, сокове, пюреа и други и после ги предлагат на тройно по-високи цени. Българско производство се превръща в суро-

ОПИТ

Да хванем възходящия тренд

Бизнесът със замразени плодове и зеленчуци в света е във възход заради грижата за здравето и пестенето на време, казва Белослав Белчев, управител на фирма „Белс“ в Казанлък. Капацитетът на компанията е малък и затова тя работи само за вътрешния пазар. Липсата на добър инвестиционен климат е спирачка за развитието на бизнеса. Ако се намери подходящ инвеститор, фирма „Белс“ би могла бързо да се разрасне. Другата спирачка по думите на Белослав Белчев е разпокъсаността на земеделието – дребните площи дават малки количества, което за преработвателите означава липса на суровина. Компанията е създадена през 1991 г. и се е занимавала с пресни плодове и зеленчуци, но през 2005 г. изцяло преминава към производството на замразени храни. Заради трудности с работната ръка, фирмата започва да привлича млади хора, обучава ги, поощрява ги да учат и да следват и така създава свои специалисти, тъй като готови кадри на практика няма.

Тенденциите в световен мащаб са за консумация на все повече замразени плодове и зеленчуци и на все по-малко консервирани, а и замразената продукция е суровина за следващи производства, казва Валентин Ламбев, собственик на „Екоплод-БГ“ във Велико Търново. Предприятието е създадено през 1999 г. и днес преработва около 2 хил. т годишно плодове и зеленчуци с български произход, като две трети от тях са био. До 95% от продукцията отива за износ, главно за Западна Европа, САЩ и Канада. Фирмата разполага със собствени насаждения, които осигуряват до 15% от необходимата суровина. Трудно е да се затвори целият цикъл и затова компанията е избрала да си партнира с производителите. „Основният

”
**При добър
 инвестиционен
 климат бизнесът
 ни ще се
 разраства**
 Белослав Белчев,
 управител на фирма
 „Белс“



проблем е липсата на качествени суровини, което е следствие от тежкото състояние на българското земеделие. Затова се налага да работим с голям брой доставчици и да ги подпомагаме в изграждането на нови насаждения, като им гарантираме изкупуването на цялата продукция“, разказва Ламбев. Според него е необходимо държавата да има дългосрочна програма за насърчаване, тъй като без по-големи субсидии и нисколихвени кредити за покупката на семена и на техника няма как българското земеделие да мери ръст със западните си колеги, които работят в далеч по-благоприятна среда. ▣

вина и принадлежната стойност не остава при нас. В момента родното производство е вкарано в капана и е суровинен придатък на големите икономики.

Капитали

Финансирането е огромен проблем, то стана причина в миналия програмен период да не се реализират проекти на фирми от сектора, които бяха получили одобрение. Бизнесът в България ползва заеми при високи лихвени нива, които варират между 10 и 18%, докато в Италия например селските стопани получават кредити с 2% лихва, посочват от Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци. Част от проблемите е и лошата транспортна инфраструктура. От съюза напомнят, че без капитали и без подкрепа от страна на държавата бизнес трудно се прави. **И**



Изграждаме партньорство с голям брой доставчици и така решаваме проблема с недостига на суровина

Валентин Ламбев,
собственик на
„Екоплод-БГ“



Заложете на иновациите

Този сектор изпитва все по-остър недостиг на работна ръка и той е огледало, в което е добре да се огледа цялата държава. В България от години се говори колко тежка е безработицата, създават се специални програми за подпомагане, но се стигна до момента, в който финансовата подкрепа роди феномена хора, които не желаят да работят. Тези програми създадоха прослойка, която иска да получава подпомагане, без да влага каквито и да е усилия.

В сектора има силен глад за работна ръка, а намирането на квалифицирани кадри е направо лукс. Това е сезонно производство и когато плодовете и зеленчуците се берат, трябва много работна ръка. Хората се наемат за определен период от време и повечето нямат квалификация и сръчност за такава работа, разказва Антоанета Божинова, изпълнителен директор на Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци. **И** добавя: „Промени

в законодателството, направени преди няколко години, изискват т. нар. сезонен работник да има заетост не по-малко от девет месеца в годината. А в страната липсва сезонно производство, което да е с 9-месечна продължителност. Освен това в периода, в който сезонният работник е на борсата, има ли други доходи по това време, губи правото на помощи. При това условие е невъзможно да се намерят хора, готови да се откажат от гарантирания доход, който получават наготово. Само предприятия от сивия сектор биха могли да ползват такава работна ръка. Трябва да признаем, че дори и в консервирането, където са нужни големи инвестиции за производствени мощности, дори и там има фирми, които крият обороти.“

Бизнесът има трески за дялане, но в търсенето на суровина и пазари фирмите изпуснаха другия фактор – работната ръка, признават от Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци. **И**

Под лупа
ПРОИЗВЕДЕНО
В БЪЛГАРИЯ

СИЛНИ СТРАНИ

- ✓ Наличие на опит и на модерни мощности за производството на замразени плодове и зеленчуци
- ✓ Потенциал за разширяване на производството и на експорта
- ✓ Уникален вкус на местната суровина

СЛАБИ СТРАНИ

- ✓ Разпокъсаността на земелието и липсата през годините на адекватни стимули за производството на плодове и зеленчуци рефлектира в липсата на достатъчно суровина
- ✓ Секторът е непривлекателен за работа и има силен недостиг на кадри
- ✓ Предприятията са малки, произвеждат неголеми количества, не се обединяват в клъстери и не са в състояние да развият популярна търговска марка
- ✓ Високите лихви по кредитите спъват развитието на предприятията **И**



Тайното оръжие на всеки бизнес

*Със силната ангажираност
на своите служители ком-
паниите може да постигат
забележителни резултати*

Доказано в практиката е, че усилията за мотивиране на кадрите си струват. Ако те са правилно насочени, водят до повишена производителност и висока ефективност.

Татяна Явашева

Най-мотивираните хора имат най-голям принос към резултатите и това е аксиома за бизнеса, който следва определени стандарти в своята работа. Онези, които си дават сметка, че човешкият капитал е най-важният актив на организацията, нямат нужда някой да ги убеждава колко важна е мотивацията. Със силната ангажираност на своите служители те постигат забележителни резултати. Ако под някаква форма споделят успеха с тях, още по-силно ги ангажират да са креативни и всеотдайни. Защото в голямата надпревара все повече се убеждаваме как шансът е не просто на страната на най-добрите, а на онези, които имат вярна стратегия за конкретната ситуация.

Сила

Компаниите, които разполагат със способни, но и верни служители, мотивирани да дават всичко, на което са способни, преминават и през най-тежките кризи и излизат от тях още по-силни. В последните години сме свидетели на големите изпитания през бизнеса, но те не повалиха всички. Редица компании израснаха и станаха още по-силни. Мотивацията, оказва се, е тайното оръжие на всеки бизнес.

Златно правило

Мотивирай, но правилно – е златно правило. Специалисти съветват мениджърите и управляващите даден бизнес да са винаги отворени за предложенията и инициативността на сътрудниците и служителите си и препоръчват идеите им да не се отхвърлят непрекъснато. Дори когато ситуацията изисква по-строг стил на лидерство, креативността е важен ресурс, на който би трябвало винаги да може да разчитате. Създайте емоционална сигурност и съзнателно отношение към работата, насърчавайте лоялността на своите кадри. Идентифицирайте служителите според тяхната квалификация и според нагласите им – кой в какво е силен, кой е стратег, кой е мечтател, кой е интуитивен, но и кой е опора в екипа. Амбицирайте ги да работят и да дават максимума, на който са способни.


Доверие

Използвайте компетентността на кадрите и умело мобилизирайте хората докрай. Но не ги лишавайте от самостоятелност и собствена отговорност, съветват HR консултантите. Факт е, че служителите дават най-доброто от себе си, когато имат възможност да се докажат. Това ги кара да действат така, че да оправдаят доверието. Мотивирайте всеки индивидуално. Как



точно, това може да разберете само в индивидуален разговор.

Ако мотивацията е останала встрани от фокуса на вниманието ви, може би сега е моментът да опитате как тя работи. А ако прилагате такива стимули, може да експериментирате с нов подход.

За мнения по темата за мотивацията на кадрите потърсихме двама специалисти с доказана професионална компетентност в сферата на човешките ресурси. 



Светлозар Петров:

Хората правят

Светлозар Петров е управител на компанията за комплексни HR услуги JobTiger и е един от създателите на www.jobtiger.bg – първият професионален и напълно интегриран сайт за търсене и предлагане на работа в България. Той е член на настоятелствата на Американския университет в България и на Фондацията на бизнеса за образованието.

Бизнесът не спира да работи върху мотивацията на кадрите си, тъй като мотивираните и ангажираните хора вършат много повече работа и то по-добре. Всеки работодател, който мисли активно, а не реактивно, е наясно с това. Дори и в най-голямата криза усилията в тази посока не са спирани. Може би само програмите за допълнителна финансова мотивация не бяха разширени. Но има и нефинансови стимули, които също са подходящи.

Разбира се, традиционни са финансовите стимули – това може да са бонуси към възнаграждението, 13-а или 14-а заплата, ваучери. Компаниите,

които си дават сметка, колко важен е този фактор, правят изследване, за да установят кое действително ангажира и мотивира персонала. И се работи с конкретна насоченост.

За някои е много важно

Разликата между печелившата и губещата организация е в кадрите и в тяхната всеотдайност

признанието

– дали при добре свършена работа ще получи похвала или финансов стимул. Хората държат това да не остава незабелязано. Не всичко е пари. И затова е добре фирмите да си дават сметка за мотивацията като

двигател на развитието.

Христо Стоянов:

Мотивацията изисква индивидуален

Мотивираният служител работи по-добре, иновативен е, дава предложения за по-добрата организация на работа и съответно постига по-високи резултати.

Компаниите са насочени към постигането на високи печалби, а това може да стане с добре мотивирани кадри, които изпълняват задълженията си, работят в екип и постигат съответните резултати. Мотивацията винаги опира до организацията на работа и до създаването на подходящи условия. Всичко обаче започва от самия

подбор на кадрите

Ако още при първоначалната селекция изискванията бъдат добре обяснени на кандидата и той приеме съответната позиция като подходяща за него, ако има увереност, че ще се справи по най-добър начин – това е началото на мотивацията. При встъпване в длъжността и по време на изпитателния срок е желателно да има обратна връзка, тъй като първоначалният профил за съответното работно място е направен за идеалния кандидат. На третия и на шестия месец, когато се прави оценка на работата на служителя, той трябва да получи насоки какво да промени. Добрата комуникация би му дала мотивация да работи повече и по-добре. Задължение на мениджъра „Човешки ресурси“ е да обясни всичко това на съответните преки ръководители, защото те са отговорни за резултатите на своя екип. Когато служителят има добри постижения, в системата за оценка трябва да има обратна връзка и за онова, от което той не е доволен. Може да не одобрява от-

ношенията в екипа, да има несъгласия с фирмената култура, липсата на обучения може да е сериозен минус за него. Има ли яснота за „камъчето в обувката“, то недостатъците може да се отстранят и да се намерят подходящите стимули. За един публично изказаната похвала би била по-силен мотивиращ фактор от допълнителна сума към заплата. Организирането на обучения също може да е част от мотивацията, но преди да се пристъпи към това, трябва да са изпълнени много други задачи, свързани с добрите условия на труд и с яснотата за всичко, което се иска от персонала.

В анкети, когато останат насаме пред белия лист, служителите посочват на първо място добрата и

стимулиращата среда

за работа. Едва на второ място повечето от анкетираните поставят заплащането. Процесът на предлагане на решения за мотивиране на кадрите минава през подходящи обучения на преките ръководители, на мениджмънта, на управителя или на изпълнителния директор.

Работодателят го наема, но и кандидатът има право на избор. Има редица начини да намери информация за компанията, в която ще кандидатства. Грешка е кандидатът да приема желаното за действително. Ръководителите „Човешки ресурси“ също се явяват на интервюта за работа и те трябва да умеят да си изберат подходяща компания и

КОМПАНИЯТА

Служителите държат да се прави реална оценка кой какво върши и всеки да получава според реалния си принос. Това е голямо административно усилие, но пък направи ли се на ниво, то върши прекрасна работа. И в големите, и в малките компании създаването на система за оценка е доста сериозен ангажимент. Тя трябва да е справедлива и да е приета от всички. Не бива да е проформа, или в самата система да е заложена несправедливост в оценката, тъй като подобна ситуация може още повече да демотивира. Това действително отнема много ресурс, но пък може да даде добър резултат. Всяка компания обаче трябва да прецени етапа на развитието и размера си, както и начина, по който да го направи. Няма ли

справедливост в оценката

на положения труд и на постигнатите резултати, може да възникнат проблеми, които да са по-големи от очакваните ползи.

IT и BPO компании, фирми в производствения и в тър-

говския сектор имат системи за оценка, защото това е основата за бързо развитие при динамичен бизнес. Все повече дружества с български мениджмънт започват да усещат необходимост и да търсят консултантите, които да им помогнат правилно да насочат усилията си върху мотивацията и върху системите за оценка на своите кадри. Пазарът на труда е един и на него те се състезават наравно с международните компании и, ако искат да имат шанс да привлекат най-добрите, те трябва да предлагат сходни, ако не и по-добри условия. Част от мотивацията е да се даде

възможност за развитие

на кадрите. Ако служителят се справя добре, за него е важно да получи шанс да получи нови знания и да израсне професионално.

HR-ът има за цел да осигури на компанията подходящи кадри в подходящото време, при подходящото обучение и мотивация. Ангажираността на хората към компанията е много важна и затова трябва да се работи върху развитието на кадрите и върху тяхното задържане. Технологии и машини всяка фирма може да си купи. Хората обаче са тези, които правят компанията. Разликата между печелившата и губещата организация е в кадрите и в тяхната мотивация да работят. **И**

ПОДХОД КЪМ ВСЕКИ

Христо Стоянов е мениджър „Човешки ресурси“ в ТЕСИ ООД от 2003 г.

Член е на Българската асоциация за управление на хора от 2000 г. и два мандата е в нейния управителен съвет. Той е и кариерен консултант, и притежава сертификат GSDF – Global Career Development Facilitator GCDF.

добър екип. В добра среда ще са мотивирани да са всеотдайни в работата си. Ако HR-ът не се чувства в свои води, то това е показателно, че в компанията нещата ще вървят трудно.

Опитът и наблюденията ми в практиката показват, че обикновено в една организация само 10-15% от служителите са истински мотивирани да работят всеотдайно. Някои хора от малките населени места все още не са мобилни и за тях най-силният мотивиращ фактор е страхът да не загубят работата си.

Работодателите, които усещат, че фирмата им не се развива по най-добър начин, трябва да знаят, че проблемът е при тях, решението – също.

Външен експерт

може да дойде и да направи проучване, да предложи



Работодателите, които усещат, че фирмата им не се развива по най-добър начин, трябва да знаят, че проблемът е при тях, решението – също

нова организация и стимули, но „топката“ пак остава при работодателя. Затова е добре работниците и служителите да бъдат питани кое за тях е важно. Дори ако качим заплатите с 10%, даден служител може да не е мотивиран да работи, ако той държи през уикенда да е при семейството си, а през останалото време

е готов да работи на 100%.

За друг командировката може да е мотивиращ фактор, за трети – повишаването на квалификацията. Освен това всяка компания трябва ясно да формулира що е то мотивация и каква е нейната роля в организацията. Но всичко това е насочено към конкретния екип и към конкретния човек и това не бива да се забравя. **И**

JCI  TM

ТОУР



Двигател на промяната

Всеки българин е като визитна картичка на страната си, казват от Международната младежка камара. Тя има амбиции да насърчава професионализма и лидерството

Има една влиятелна международна организация, която през 2015-а става на 100 години. От нейните среди са излезли бизнес лидери и предприемачи, но също така министри, премиери и президенти. Достатъчно е да споменем две имена - Жак Ширак и Джон Кенеди, които са били свързани с Международна младежка камара - Junior Chamber International (JCI). Тя вече има свои структури и в България.



Татяна Явашева

Младите хора на България трябва да последват докрай мечтите и целите си. Липсва ли ентузиазмът, няма ли адреналин, който поддържа устрема, няма и възможности за позитивна промяна, смята Темелко Дечев, председател на JCI България. Според него е важно да се пътува по света, да има контакт с много хора, представители на различни социални слоеве, да се познават различни култури. Това е незаменим опит, който няма аналог.

В мрежа

JCI България е част от Международна младежка камара, която обединява амбициозни и активни млади хора от цял свят. Тя привлича стартиращи предприемачи, специалисти и мениджъри, а също сътрудници от неправителствения сектор, тъй като е своеобразна школа, която превръща своите членове в изключителни професионалисти и дейни лидери. Организацията е създадена през 1915 г. в щата Мисури (САЩ) и към момента има представителства в над 115 държави. JCI България е асоцииран член от 2011 г. През миналата година стана пълноправен член и вече привлича млади хората с идеи, за които креативността е начин на съществуване. Организацията има няколко области на дейност: бизнес, международни проекти, социални, културни и благотворителни каузи.

Активност

JCI България има стремеж да допринесе за успешното развитие на страната. Вече има установени взаимоотношения с БТПП, УНИЦЕФ, президентската институция, AIESEC, СУ, ВУЗФ, неправителствени организации. „Всички ние имаме амбицията да сме общност, която успоредно с усъвършенстването на своите членове, работи и за общото благоденствие. При нас всеки може да израсне като професионалист, лидер и двигател на промяна“, уверява Темелко Дечев. Камарата организира локални и международни

събития, чрез нея може да се придобие опит от работа в международна среда, тя предлага редица обучения, участия в конференции и социални събития по света и у нас.

Най-изявените

През тази пролет за пръв път в България започна осъществяването на известния по света проект The Outstanding Young Persons – TOYP („Най-изявените млади личности“). По традиция всяка година се отличават млади хора, които постигат забележителни резултати в избраните от тях области на развитие и които може да са вдъхновяващ пример. Номинации се приемаха до 30 април, като надпреварата е за хора на възраст от 18 до 40 г., които имат постижения в бизнеса и предприемачеството, в областта на политиката, правото или в държавната администрация, млади хора с академични или културни постижения, с научни или технологични разработки, с иновации в медицината. Категориите са общо десет и подробностите може да се проследят на <http://goo.gl/iiAmq6>. Победителите ще бъдат номинирани за международното състезание TOYP, чийто финал ще се проведе по време на световния конгрес на JCI в периода 3-8 ноември 2015 г. в Каназава, Япония. През годините известни личности като Орсън Уелс, Бениньо Акино и Хенри Кисинджър са само някои от носителите на тези престижни награди.

Синергия

Промяната идва, когато разширим светогледа си, когато се обогатяват знанията и опитът и се поемат премерени рискове. Енергия имаме всички, но често избираме да я насочим към постигане на облаги, най-често в индивидуален план, посочва Темелко Дечев. Той вярва, че ако властимащите синхронизират политиките си за дългосрочно развитие на страната с ентузиазма на младите, би се получила много добра синергия. В България трябва да се преодолее силният скептицизъм сред хората. По света има добри практики, които да следваме. Имиджа обаче го градим сами. Всеки българин е като визитна картичка на страната си. **И**



Темелко Дечев е председател на JCI България, която е част от Международната младежка камара. Той работи в Лондон, където управлява офиса на компания за недвижими имоти

Да събереш закона В ЕДИН КЛИК

Бизнес стратегията на „Сиела Норма“ е ориентирана към електронното управление, казва изпълнителният директор на компанията Веселин Тодоров



Бързо развиваща се верига от книжарници, утвърдено издателство и вече 30-годишна история. В момента „Сиела“ е сред най-добрите издателски компании у нас. Освен че реализира 15% от книжния оборот в България, „Сиела“ се занимава със създаването и внедряването на правни и информационни системи. Тази година компанията отбелязва 30 години от своето създаване. За юбилея и новите предизвикателства разговаряме с изпълнителния директор г-н Веселин Тодоров.

Ивайла Раденкова

Фото Стоян Йотов

Г-н Тодоров, разкажете повече за обединеното дружество между „Сиела“ и „Норма“ АД.
- Преди 5 г. започнахме процедурата по обединение. За година и половина-две успяхме да слеем две фирми, които имаха различна фирмена култура, продукти и платформи. В началото всичко беше насочено към сливането на правно-информационните системи. Крайният резултат е, че със сравнително спокоен стил двата екипа заработиха заедно. С времето изградихме една добра и успешна култура на работа.

- Какво доизградихте и кое запазихте като практика след сливането през 2010 г?

- Трудно е да се каже на кого е сегашният стил на работа – на „Сиела“ или на „Норма“. По-скоро е някаква хибридна система. Направихме всичко възможно, за да запазим нашите клиенти, които вече работеха с продуктите ни. В началото поддържахме и двете системи, с течение на времето създадохме нова система, която обедини в себе си предимствата на предшестващите я продукти и бе обогатена с нови функционалности и повече съдържание. Нямаме финансови негативи след сливането, всичко протече гладко. Може да се каже, че наистина най-сложното беше технологичното сливане на системите и изборът на по-добра платформа, като система за управление на база данни и като платформа за програмиране и изработка на интерфейси.

- Кои бяха най-значимите моменти за компанията ви и с какво се отличавате?

- В периода на сливане „Норма“ АД управляваше мащабен проект в областта на правно-информационните системи, свързан с поддръжка на системите за цялата държавна администрация. Впоследствие ние съвместно успяхме да финализираме успешно проекта.

В „Сиела Норма“ работят професионалисти от различни ресори – от икономисти и юристи до програмисти. Трудно може да се определят най-значимите моменти, но със сигурност в работата ни има елемент на традиция и устойчивост. Определено не е лесно да се подберат и задържат дългосрочно най-адекватните и добри специалисти. Трудността произтича от спецификата да управляваш множество различни по вид длъжности, но в това се крият предизвикателствата на нашия бизнес. Това го прави интересен и динамичен. Икономиката е непредсказуема, независимо от това

какво пише в учебниците. Целта е да реализираш нещо, с което си по-добър от конкуренцията, и ако нямаш усещане и визия за бъдещето, за жалост ставаш втора категория.


- Разкажете повече за публичните проекти, по които работите?

- След сливането вложихме повече усилие в проекти по изграждането и изработването на цялостното съдържание на портала на електронното правителство. Бизнесът ни е пряко свързан с тази ниша. Правилни сме системи, свързани с портала на Търговския регистър, разработвали сме и общински електронни портали. Обслужвали сме по-големи градове като Стара Загора, Добрич, Бургас, Разград и др. Смятаме, че сме поставили началото в разработването на електронни общински портали не само от гледна точка на вътрешни процеси, но и това, което гражданите виждат на финала. Целта на новите разработени продукти е да се ползват от по-широк кръг от хора – мениджъри, директори на болници и работещи в инспекторатите по образование.

- Развивате ли бизнеса си и на чуждестранни пазари?

- „Сиела Норма“ работи и на чуждестранни пазари. Често клиенти са руски инвеститори, които имат пряк интерес към български компании. Компанията превежда интерфейса и цялата информация на два езика – английски и руски. Наши клиенти са Европейската комисия, Европейският съд за правата на човека. Предлагаме продуктите си и в чужбина, основани на нашето ноу-хау и опит, но ако правим нещо за чуждестранния пазар, най-често го осъществяваме в партньорство и с други компании.

- Какви са приоритетите за развитието на бизнеса ви?

- Надяваме се да интегрираме все по-тясно нашите продукти в националните системи на електронното правителство, така че да разширим съдържанието и добавената му стойност. Бъдещите предизвикателства пред нас са свързани с въвеждането на информационните системи в съдебната практика, като се предостави възможността юриконсулти и адвокати от различни държави да следят какво се случва и в други европейски страни. Целта ни е да се унифицира практиката не само на ниво нормативна уредба, а продуктите ни да се интегрират в едни общоевропейски системи, каквито не съществуват в момента. 



Езерният град

Община Виена чрез публично-частно партньорство строи своя най-модерен смарт квартал. Той ще бъде изграден до 2030 г. и ще е на стойност около 4 млрд. евро

Виена и през 2015-а бе определена като най-добрия град за живеене заради високия комфорт, който австрийската столица осигурява. Това сочи проучването на консултантската компания Mercer за шеста поредна година, като в него вземат участие много други градове в света. Отговорът на „защо точно Виена“ се крие в последователното и умно планиране и развитие на австрийската столица. Затова класацията на т. нар. Smart Cities (Умни градове) според нивото на иновациите, технологиите и устойчивото развитие също ѝ отрежда водещото място.



Езерният град Асперн ще е удобно място за живеене и за работа

Татяна Явашева

Виена предлага възможност да се види как в момента „на зелено“ израства квартал със смарт жилища и цялостно модерно градоустройствено решение. Това е Езерният град Асперн, който се строи в северозападната част на австрийската столица. Там от 1910-а е имало летище, което през 70-те години е преустановило дейност.

Развитие

Виена се разраства най-бързо от всички градове в немскоезичните страни. Около 20 хил. нови жители се заселват всяка година. Това е наложило строителството не само на жилища в рамките на съществуващите квартали, но и разкриването на нови зони. След падането на „желязната завеса“ Виена става все по-притегателна за много хора и затова градската управа трябва да отговори на нарастващите нужди. Световната тенденция е населението да се концентрира в мегаполисите и затова големите градове трябва много внимателно да планират развитието си. За следващите 30-40 години има одобрена стратегия за развитието на Виена, наречена Smart City. Поставена е цел до 2030 г. въглеродните емисии, които се падат на всеки жител на града, да бъдат намалени с 50%. Това е трудна задача, още повече че дотогава се очаква населението да нарасне от 1,7 млн. на 2 млн. души.

Началото

След като проектът е изготвен, метрото е първото

нещо, което е направено в Езерния град. Принципът е, че инфраструктурата трябва винаги да е крачка преди жилищното строителство. До 2030 г. тук ще бъдат построени около 10 хиляди апартамента. Но това няма да е град спалня, а ще е квартал, който на практика би могъл да съществува самостоятелно. За неговите жители ще е осигурена работа, ще има училища и детски градини, медицинско обслужване, места за пазаруване и за развлечения. Ще бъдат изградени студентски общежития и вероятно ще има и филиал на някой от университетите, но това не е належащо, тъй като всички висши училища са разположени по протежение на същата линия на метрото, която стига до Асперн. Интересът е огромен, защото това е сред най-големите проекти в Европа, свързан с градската среда. Всичко тук е иновативно и се прави по добре премислен предварителен план. Цялостното изграждане на този интелигентен град се предвижда да възлезе на около 4 млрд. евро.

Устойчивост

Идеята възниква през 2003 г., а през 2007 г. проектът е бил окончателно одобрен и оттогава насам градът израства на площ от 240 хектара, което се равнява на 340 футболни игрища. До 2030 г. строителството трябва да приключи. Два са основните принципа на Езерния град: разнообразие и устойчивост. Целта е хората не само да живеят тук, а да имат работно място, да може



Жилищата се строят по най-висок стандарт и изисквания за енергийна ефективност

да се забавляват и да е осигурено всичко за всекидневното им удобство. Животът ще е така устроен, че да няма нужда хората непременно да пътуват с личния си автомобил. Само за 20 минути с метрото се стига до Виенската опера. Предвидени са достатъчно паркове и зеленина, а в езерото хората ще може да се къпят.

Удобство

Общественият транспорт е най-важното средство за мобилност, като е помислено за пешеходците и за велосипедистите. Делът на моторизираниите жители на този квартал трябва да е под 20%. Демографската структура ще е разнообразна. Тук ще преобладават младите семейства с деца, но ще има хора от различни социални слоеве. Виена не иска да се връща към времето, когато са строени жилищни квартали, където хората се прибират само за да пренощуват. В Езерния град Асперн се залага на удобството, високия стандарт и щадящия природата начин на съвременен живот.

Финансиране

Само 25% от всички жилища ще са собствени, а 75% ще са под наем. Всичко се прави чрез публично-частно партньорство с 50% финансиране от община Виена. Държавата също има участие наред с най-големите застрахователни компании и Ерсте банк. Частни и публични дружества си подават ръка в това съвместно меганачинание.

Проектът е на община Виена, но тя не е единствен инвеститор и акционер. Общината налага свои изисквания за висок жизнен стандарт, завиден комфорт, енергийна ефективност и ниски въглеродни емисии. Предимството на този модел е, че финансирането е осигурено за много дълъг период. Проектът се осъществява от дружества със смесено участие, като е предвидено за 20 години вложението да се изплати, макар жилищата да се отдават при



по-ниски наеми.

Разнообразие

Общината от 100 години насам подпомага изграждането на жилища. Месечно за тези субсидирани жилища ще се плащат по около 7,5 евро на кв. м, а на свободния пазар цените тръгват от 10 евро нагоре. Но трябва да се внесе първоначална вноска от 150 евро за кв. м. Депозитът се задържа, докато наемателят обитава жилището, напусне ли, парите му се връщат.

Сред наемателите на тези социални жилища не може да са хора с много високи доходи, няма обаче пречки да си купят апартаменти. Жилищата са различни по големина, тъй като и демографската картина ще е пестра. Дори има възможност бъдещите обитатели сами да проектират вътрешното пространство в дома. Градът е отворен за всички, няма преференции за никого, но има определени изисквания, на които кандидатите трябва да отговарят.

Зелено и пак зелено

Навсякъде ще има велоалеи. Според новия закон всяко жилище ново строителство в рамките на Виена трябва да има поне по един подземен гараж. В Асперн обаче стремежът е максимално да се намалят вредните емисии и затова е решено на 100 жилища да има 70 паркоместа, които също са под наем. Няма ли осигурено място за паркиране, не може да имате автомобил. Градът залага на високите еконорми и това е свързано с по-малко движение на коли, с много зеленина и чист въздух.

Без компромиси

Дори по време на строителството се допускат малко



товарни автомобили, за да няма големи замърсявания. Построен е временен завод за цимент, който ползва като суровина чакъла, изваден от езерото. Той ще съществува, докато кварталът не бъде завършен. Тротоарите са високи само 3 см, за да може градът да е напълно достъпен за хора с увреждания. Навсякъде ще има ориентири за онези, които имат зрителни или двигателни проблеми. Във всички жилищни блокове са осигурени помещения за социални контакти – за срещи, за игра на децата и други цели, които ще бъдат оборудвани съобразно кон-

кретните нужди на обитателите.

Търговия

В Езерния град няма да има големи търговски центрове. Строителните предприемачи са задължени всички приземни етажи да са с 4 м височина, за да може там да има магазини. Направено е дружество, което взема под наем всички тези площи, предвидени за пазаруване. То ще ги отдава, като има за цел да осигури целия търговски микс.

Технологии

Прилагат се различни нови технологии. Така например централата, която ръководи изграждането на този град, е в пасивна сграда. Използват се геотермални води за нейното отопление. Улавя се дори енергията, която хората излъчват. Жилищата в 5-6-етажните сгради ще се отопляват с централно парно. В Езерния град обаче ще бъде построена най-високата сграда от дърво. Тя ще е висока 84 м и 75% от материала, необходим за нейното построяване, ще е дървен.

Заетост

Ще има няколко предприятия, където да работят хората от града. Помислено е за заетостта дори на хората с увреждания. Присъствие ще имат както малки фирми, така и големи концерни. Високите технологии ще имат важно място, а ще има и научноизследователски центрове. Услугите също ще са добре развити. Езерният град Асперн вече има своите първи заселници и това са около 3 хил. души. Училището е построено и наесен ще отвори врати. Този мегапроект показва, че умните градове се правят от умни хора по умен начин. [И](#)



Чрез разнообразието
ще се постигне жив град
със собствена динамика

Киберзащита



Информацията е най-ценният актив на всяка компания и сигурността ѝ трябва да е гарантирана, казват специалистите от ESET България



ENJOY SAFER
TECHNOLOGY™

Над 440 млрд. долара. Толкова са загубите, нанесени на бизнеса по света от киберпрестъпници през 2014 г., показват данни на различни изследователски организации. В тях се включват и цифри от български компании, които също са ставали жертва на атаки, довели до загуба на информация, или по-точно - до загуба на един от най-ценните активи на всяка една компания.

Информационните технологии са катализатор на прогреса - две мнения няма. Но откакто огромна част от бизнеса се крепи на тях, атаките срещу информацията стават все по-често срещано явление и все по-голям бизнес. Защото киберпрестъпността е бизнес, който се разраства с плашещи темпове всеки ден.

Осигуряването на информационната сигурност трябва да е въпрос, който не се нуждае от дискусия. Съвременните и успешни компании са наясно, че това не е едно разходно перо, а начин за опазване на най-ценния актив. Както всичко в интернет, обаче, кибератаките са изключително динамични и се променят постоянно. Какви са последните тенденции?

Новата мода: Файлове заложници

Последните месеци се превърнаха в истински кошмар за компаниите, които се занимават с информационна сигурност. В края на 2014 г. започна масовото разпространение на вируси, които криптират информация и изискват откуп за нейното отключване. Още първите разновидности на този тип зловреден код разчитаха основно на невниманието на крайните потребители и това направи безсилни антивирусните решения. Обикновено вирусът прониква в мрежата след отваряне на прикачен файл в спам имейл, твърдящ, че съдържа неплатена фактура. Следва заключване на произволни файлове и съобщение, че имате няколко часа да платите определена сума, за да имате достъп отново. Разбира се, това не се случва. Дори и да платите.

Криптиращите вируси са не само реалност, но и причина вече немалко български фирми да затворят или да регистрират огромни преки и косвени загуби. Лошата новина е, че няма изгледи за разпространението им да спре, като почти всяка седмица излизат нови разновидности на този тип зловреден код.

Мобилните телефони под прицел

През 2015 г. една от основните цели на киберпрестъпниците са мобилните устройства - телефони и таблети. Причините са съвсем прозаични. Първо, все по-широката употреба на умни устройства за важни неща - онлайн банкиране, разплащания, служебни мейли или пък провактивна лична информация, която може да служи за изнудване. И второ - много по-слабото ниво на защита на смартфоните. Атаките за мобилни устройства са също толкова разнообразни, колкото и за компютри. От по-леките варианти като събиране на информация с цел продажба към рекламни агенции за таргетиране на рекламите им, през подслушване и следене, до кражба на пароли за онлайн банкиране.

Все по-популярна става политиката на позволение слу-

жителите да ползват лични устройства в корпоративната мрежа. Това спестява ресурси на организацията и прави служителите по-производителни. Но и по-уязвими. Една такава стъпка върви ръка за ръка с политика по сигурността към тези устройства. Ако решите да позволите на служителите си да ползват личните си устройства, е добре да помислите най-напред за начина, по който ще опазите бизнеса си.

Интернет притъпява чувството ни за самосъхранение и безопасност. Това е причината и ИТ отделите да създават онези сложни и често досадни политики за сигурност. Ограничен достъп до интернет, липса на Wi-Fi мрежа, честата смяна на пароли, ограничения при отдалечена работа - всички те се приемат като пречка при ежедневната работа. Това е първата стъпка към опазване на най-големия актив на компанията - информацията.

Как да се предпазите?

Проблемът е налице. Но как да опазите бизнеса си? „Представете си вашия дом - слагате хубава, стабилна врата, която е трудна за разбиване. Слагате и добра брава, а също и алармена система. Така осигурявате добра сигурност от проникване в дома ви. Поставете и решетки на прозорците - още повече ограничавате шанса някой да влезе неоторизирано. Плащате си за портиер. Чувствате се спокойни. И все пак - някой дава ли ви гаранция, че никога нищо няма да се случи с вашия дом? Не, но поне силно сте увеличили шанса си да спите спокойно“, коментира Спас Иванов, специалист по информационна сигурност в ESET България. „Същото е с опазването на вашата информационна сигурност.

Само цялостно и завършено решение може да ви гарантира достатъчно високо ниво на безопасност. Първата стъпка е да потърсите одит по сигурността, за да разберете къде сте най-уязвими и откъде могат да дойдат проблемите. След това трябва да създадете съответните политики за сигурност, които да се следват от всички служители в компанията. Разбира се, задължително е да осигурите защитата на крайните си устройства с подходящ софтуер за информационна сигурност (антивирусна програма). Не забравяйте и за защитата на мрежово ниво, която освен допълнителна сигурност, ще ви даде и инструменти за повишаване на общата ефективност на бизнеса. За да завършите защитата, е добре да имате и решение за бекъп на информацията. Така в случай на криптиране например, само с няколко клика ще можете да възстановите цялата заключена информация. Добрият бекъп ви подсиурява и в случай на природни бедствия или физическо посегателство като обир“, съветва специалистът.

„Има и по-напреднали решения, които също препоръчваме при нужда. Може да се сложат допълнителни продукти за криптиране на комуникацията и информацията или двуфакторна оторизация при достъп до критично важни за компанията системи.“

„Всъщност, първата стъпка е промяната в мисленето. Компаниите трябва да разберат, че сигурността на информацията е един от най-големите активи, а не необходим разход“, завършва Спас Иванов. ■



Как да прогнозираме **успеха на иновациите**

*Една алтернативна гледна
точка за проследяване разви-
тието на нови технологични
направления*

Александър Александров

Само преди около година една от най-перспективните нови технологии бяха очилата за разширена реалност Google Glass. Идеята на техните създатели от Google беше да ни дадат възможност да виждаме виртуална информация направо пред очите си – на миниатюрен прозрачен дисплей, обединявайки по този начин виртуалния и реалния свят. Така например с Google Glass потребителите биха могли върху реалните улици пред тях да наложат виртуална карта на града, както и да виждат полезна информация, добавена към околните сгради. Към заведенията например могат да се появяват актуални промоции, към историческите паметници – разкази за отминали времена, а към жилищните сгради – информация за това кой апартамент се продава в момента и на каква цена. И всичко това да излиза направо пред очите ни, смесено с реалната картина на света около нас.

Звучи страхотно, само дето ... Google обяви в началото на тази година, че прекратява проекта и ще се опита да развива иновативните очила, но по различен модел. Така една технология, която според редица ИТ анализатори щеше да бъде ключов фактор в мобилния сегмент,

потъна в забвение

преди за нея дори да са чули много от масовите потребители. Оказа се просто, че публиката не възприема подобни иновации със същия ентузиазъм, с който подхождат към тях ИТ гийковете и разработчиците, а много хора не са съгласни срещу тях да стои някой с очила, които във всеки момент записват случващото се наоколо. В някои заведения дори се появиха надписи „Забранено за Google Glass“, което е достатъчно показателно за противоречивото отношение към очилата.

Нещо подобно се случи с таблетите през последните десетина години. Първоначално компании като Hewlett-Packard с гордост представиха едни от първите такива модели, обещавайки, че това вероятно ще е следващото голямо явление при клетъчните устройства. Те обаче не успяха да се наложат и сякаш изчезнаха от пазара, а дълго време различни играчи се опитваха да наложат съвсем други концепции за междинен клас апарати, между смартфоните и лаптопа – от MID (Mobile Internet Device), до UMPC (Ultra Mobile Personal Computer). Точно когато мнозина поставяха под въпрос развитието на подобен междинен клас, Apple представи своя първи iPad модел, преобръщайки всичко и предизвиквайки истински бум на пазара. Днес всеки уважаващ себе си производител на смартфони има в портфолиото си и планшети, а много от моделите по един или друг начин се опитват да наподобяват устройствата на Apple.

Друга мобилна иновация, на която се възлагаха огромни надежди от бранша – стандартът за пренос на данни на близки разстояния NFC (Near Field Communications) – пък така и до момента не е успял да се наложи, въпреки

огромните инвестиции, вложени в маркетинга и от някои от най-големите производители.

Какво се случва?

Как бихме могли да познаем кой нов технологичен сегмент ще стане хит през следващите години и най-вече – защо някои иновативни технологии сякаш първо се провалят и едва след това започва тяхното реално развитие и налагане на пазара? Днес отговорите на тези въпроси са по-важни от всякога. Иновациите се развиват толкова динамично и толкова бързо променят живота около нас, че дори и най-малката възможност за прогнозиране на тяхното развитие може да окаже огромно влияние върху бизнеса, образованието и много други обществени сфери. Летящите дрони, „Интернет на нещата“ (Internet of Things), разширената реалност, мобилното здравеопазване, мобилните разплащания, икономиката на споделянето, 3D принтирането и био принтирането, интерфейсите „мозък – компютър“ (brain – computer interface), самоуправляващите се коли – това са само част от новите сегменти, които имат потенциал да променят изцяло живота ни през следващите години. Всички те са факт, малко или много са готови за пазара и списъкът далеч не свършва, а по-скоро започва с изброените.

Една доста интересна гледна точка ни дава писателят футуролог Роджър Фидлър в своята книга „Медиаморфоza“, в която той описва промените в медийния пазар и появата на нови технологии в него. Освен другите интересни неща в изданието, Фидлър представя и един любопитен модел за развитието на всяка една иновация, който би могъл да хвърли светлина по поставените по-горе въпроси. Според него, новите технологични концепции преминават през три основни етапа в своето развитие. Първият от тях е след момента на анонсирането им пред публиката, когато наблюдаваме ефекта „ау“, свързан с възхищение и прекалено позитивни очаквания. През този период най-често прогнозите са изключително положителни и често анализатори и гурута предричат, че много скоро въпросната иновация ще „завладее света“. Въпреки позитивните нагласи, след това най-често следва етап на понижаване на интереса и сериозно отдръпване на аудиторията от новата технология, при което понякога дори се стига до прогнози за пълния крах и отмирането ѝ. Накрая идва третият етап, при който тя все пак започва да се налага на пазара, без чак толкова много шум, но много по-постоянно и устойчиво.

Също като дете, което прекалено ентузиазирани са качва на своето първо колело, пада и си ожулва колената, но след това подхожда много по-внимателно и постепенно се научава да балансира. Без значение за какви периоди във времето става въпрос, тези три етапа на развитие съпътстват много от иновативните концепции, които навлязоха в живота ни през последните години. И вече се наблюдават ясни признаци за тях при

някои от изброените по-горе сфери на иновации, които очакваме да се наложат в живота ни тепърва.

Типичен пример за описаните етапи е развитието на онлайн бизнеса през последните два десетина години. В края на миналия век наблюдавахме бум на интернет услугите и всички бяха впечатлени от възможността да търсиш информация с търсачки като Yahoo! и AltaVista, да пазаруваш онлайн от Amazon или да използваш електронна поща. За много хора изглеждаше сякаш всеки новостартиран онлайн бизнес би могъл тутакси да направи своите създатели милионери. Затова и почти всеки предприемчив млад човек в САЩ и в много други държави се насочи към бранша. Както всички знаем, последва

най-голямата криза

в историята на технологичния сектор, наречена „дот ком балон“, която доведе до огромни съкращения в ИТ бранша и до фалита на редица компании. Въпреки това секторът не „умря“, а напротив – постепенно се превръща в един от ключовите сегменти, повишаващи конкурентоспособността на всички останали браншове на икономиката. Нещо повече – именно в периода непосредствено след дот ком кризата се зародиха някои от най-влиятелните нови услуги, които днес използваме всички ние – YouTube, Facebook, Skype и много други.

Разбира се, нов „балон“ в технологичния бранш съвсем не е изключен и индикации за подобна опасност днес могат да се забележат както в САЩ, така и в Европа. Подобна криза обаче далеч не би била толкова пагубна за онлайн бизнеса, просто защото днес дигиталните услуги вече са естествената среда, в която живеем, работим и се забавляваме. Подсегменти като онлайн търговията и груповото пазаруване дават на много компании от бранша устойчиви приходи, а към тях скоро ще прибавим нови браншове като „споделената икономика“. За разлика от дот ком балона преди петнадесет години, когато възникнаха стотици интернет фирми без ясен бизнес модел, днес повечето основни играчи имат своите устойчиви приходоизточници. Затова и една бъдеща криза вероятно би се отразила по-скоро на стартъп

екосистемата, в която се наблюдава сериозно надценяване на фирми и прекалено лесно раздаване на рисковото финансиране, отколкото на целия онлайн бранш.

Виртуалната реалност

е друг сегмент, при който ясно можем да проследим модела на Роджър Фидлър. Първоначалният ентузиазъм от възможността човек да се „разхожда“ в един компютърно генериран свят преди няколко десетилетия постепенно „поувяхна“ заради редица технически трудности. За да се стигне до новия разцвет на този сегмент през последните години, свързан с възхода на онлайн проекти като Second Life и на очила за виртуална реалност като Oculus Rift. А скорошното включване на Facebook, която придоби Oculus за 2 млрд. щ. долара, е показателно за потенциала на бранша.

Налага се въпросът: защо моделът на Фидлър работи и на какво се дължи тази крива, бележеща ръст, спад и отново ръст при развитието на иновациите? Една от причините би могла да е в това, че първоначалният ентузиазъм и преекспониране на потенциала, съвсем естествено, водят до разочарование, ако съответната технология не се появи на пазара бързо. От друга страна, при първите анонси тя най-често не е добре разработена, а компанията единствено маркират възможностите, които ще ни даде в перспектива. Това обаче често се



Очилата Google Glass засера са „замразени“, а преди това се стигна дотам на много места те да бъдат забранени

пропуска от масмедииите, които извеждат сензацията на преден план за сметка на техническите подробности и детайлите. Последващият втори етап на отдръпване пък от своя страна често позволява на разработчиците да видят редица слаби места, които са пропуснали преди това и да ги изчистят. Че първоначалният провал често води до успехи в бъдеще, много предприемачи могат да потвърдят. Това е така, просто защото провалите дават изключително ценни уроци, които след това можем да избегнем и да развием бизнеса по-добре. Каквито и да са причините, по всичко личи, че моделът на Роджър Фидлър работи и се е доказал през годините. За нас остава да го използваме при анализа на различни технологични концепции и при прогнозирането на тяхното бъдещо развитие. **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 минимуми,
- ▶ 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,
- ▶ Инвестиралиите 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 минимуми спрямо еврото и долара.

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

**BULL
TREND** 
BROKERAGE LTD

Големите данни обещават да променят живота ни



*Big Data сегментът може да даде
решения за някои от най-значимите
обществени проблеми*

Александър Александров

Когато престъпниците в бедните квартали на Лос анжелис вземат решение да извършат поредния си удар или се отказват от него поради близостта на полицейски патрули, те едва ли биха могли да си представят, че по един или друг начин вече се намират на виртуалната карта на органите на реда. Нито че собственото им решение до голяма степен е мотивирано от функционирането на тази софтуерна система. Това обаче е точно така, или поне откакто полицията в града внедри своя нов проект за дигитална визуализация на престъпленията и прогнозиране на местата, където има най-голяма вероятност да се случат такива в бъдеще. Системата вече е довела до намаляване с 33% на кражбите, с 12% на обирите от домове и с 21% - на тежките престъпления в региона. Което означава, че макар да е далеч от футуристичните възможности за предсказване на престъпленията от филма „Специален доклад“ (и може би за добро), този модел вече работи и може да бъде приложен в стотици други градове по света.

Това е само един от примерите, показващи огромния потенциал на един нов пазарен сегмент да промени живота ни. Той се нарича Big Data (големи данни) и включва широк набор от технологии за обработка и анализ на големи масиви от информация. На база на тях могат да се извеждат различни изводи, визуализации и прогнози, свързани например с продуктите, които ще се купуват в една търговска верига през определени дни, вероятността клиентите на една компания да харесат даден нов продукт,

прогнозирането на транспортния трафик

и много други сфери. Според адвокатата Ан Милграм, данните и технологиите имат потенциала да променят начина, по който работи правораздаването. И могат да го направят, като просто ни дадат инструментите да разберем къде ще се случват престъпленията.

Редът и сигурността обаче са само една от сферите, в които big data може да реши много проблеми. Сред останалите такива са също общественият транспорт, градоустройството, управлението на комунални услуги, образованието, здравеопазването, търговията, маркетингът и много други. Навсякъде, където сме свикнали да използваме Excel-ски таблици или огромни карти на стената с цветни кабарчета, отбелязващи определени събития, има нужда от технологии за обработка на големи масиви от данни. „В България все повече професионалисти разбират, че това, което са правили с програми като Ексел и други, е далеч от нуждите им днес. Въз-



можността да работиш и анализираш огромни масиви от информация в повечето случаи в най-различни формати води до много безсънни нощи на мениджъри от най-различни нива и направления в една фирма и няма да става по-лесно. За това идват на помощ технологичните решения ...“ - посочва Пламен Русев, основателят на най-големия български технологичен форум CEEDS by Webit, чието тазгодишно издание се проведе преди броени дни в София, а един от фокусите в лекционната програма беше именно Big Data.

Технологичният бранш има защо да възлага надежди на този сегмент. Според прогнози на Европейската комисия до края на тази година „големите данни“ ще се превърнат в пазар за близо 17 млрд. щ. долара, което ще означава ръст, неколкостранно по-голям от целия ИТ пазар. Това ще доведе до появата на стотици хиляди нови работни места, както и до

качествена промяна

при взимането на бизнес решения в предприятията, която ще повиши с поне 5% тяхната производителност. По данни на Mckinsey пък използването на такива решения в публичния сектор на континента ще доведе до спестяване на около 100 млрд. евро в редица сфери на обществения живот, без в това изследване да се включват ползите от предотвратяване на престъпления, както и подобреното събиране на данъци. Само в Европа броят на новите работни места, генерирани от развитието на Big Data, до 2020 г. ще достигне 100 000, става ясно още от данни на Еврокомисията, чиято амбиция е Старият континент да играе ключова роля в този тип проекти, както и в управлението на световните данни като цяло. За целта до края на десетилетието ЕС ще инвестира над 500 млн. евро в сектора, като част от програмата Хоризонт 2020.



Очакванията на ЕК са „големите данни“ да се превърнат в многомилиарден пазар

Big Data безспорно е страхотна възможност за предприятитя, както и за стартиране на нови технологични компании, а много фондове за рисково финансиране, включително българските LAUNCHub и Eleven, имат интерес към такива стартъпи.

Освен върху бизнеса обаче секторът може да окаже сериозно влияние и върху обществения живот, създавайки нови възможности пред развитието на градовете. Сред тях са подобро обслужване на болниците, по-висока сигурност на пътя и по-малко задръствания, по-ефективно събиране на данъци, по-лесно провеждане на локални гласувания по дадени теми, намаляване на престъпността, по-ефективно управление на отпадъците, както и на ютилити инфраструктурата.

Хората с по-висок риск от определено заболяване биха могли да действат по начин, който би ги предпазил от такова, социалните работници биха могли да подкрепят определени рискови групи много по-ефективно, а властите биха отговаряли много по-адекватно на сериозни бедствия и катастрофи. Още по-големи възможности ще предостави

комбинирането на данни

от различни системи, включително от публичната и от частната сфера. Например обединявайки информацията от банковите извлечения и тази от различни търговски компании, всеки гражданин ще може много по-добре да управлява финансите си. Сред потенциалните ефекти от

използването на големи масиви с данни е и по-доброто таргетиране на определени услуги и продукти, при което да се постигат по-високи продажби, но без да бъдат тормозени потребители, които нямат интерес. В крайна сметка Big Data технологиите биха могли да доведат до цялостна промяна в поведението ни, което в много по-голяма степен ще се базира на използването на модели, създадени чрез големи масиви от данни.

Рискове също не липсват

от проблемите около защитата на данните и личната неприкосновеност, до възможността да се манипулират определени обществени групи чрез извеждането на подходящи за целта изводи и анализи. Въпросът е в каква степен заплахите са по-сериозни от предимствата, които този технологичен подход може да ни даде. А ако съдим по досегашното навлизане на платформи като социалните мрежи и онлайн комуникациите, както и по реакцията на обществото към тях, вероятно тревогите за защитата на личните данни за добро или за лошо ще останат на заден план в бъдеще. Покрай навлизането на Big Data вече се появи и новият термин – civil engineering (граждански инженеринг), по аналогия с вече съществуващите „политически инженеринг“ и „социален инженеринг“. Термин, който показва, че градовете и общините ще заемат централно място в тази технологична революция, възползвайки се от много по-добрата свързаност на своите жители и от новите интерфейси, позволяващи почти неограничено обработване на публичните данни. [\[1\]](#)

„Сиела Строител“ - ПОМОЩНИК В СТРОИТЕЛНОТО ЗАКОНОДАТЕЛСТВО

Строителният бранш е сред най-динамично развиващите се отрасли в България. Тази динамика води със себе си чести промени в нормативната база, както и потребност от непрекъснато актуализираща се информация. Тук на помощ идва „Сиела Строител“. Сред най-силните софтуерни продукти на Сиела от 15 години насам, приложението е предназначено за архитекти, инженери, проектанти, юристи, експерти от държавни и общински администрации и всеки друг, който има нужда да се ориентира в плетеницата на българското строително законодателство.

Без аналог на пазара, „Сиела Строител“ е незаменим юридически помощник със своите над 15 000 документа в областта на проектирането, строителството и устройството на територията.

Съдържание

Продуктът се актуализира след всеки брой на Държавен вестник и в него ще намерите пълна информация за действащата към момента в България обща нормативна база - закони, наредби, правилници, методики, тарифи, инструкции. Специално място е отделено на актовете, издадени от държавни ведомства и общински съвети в цялата страна, свързани с устройството на територията, кадастър, регулация на строителството, данъци и такси. Актуалните текстове на основните закони, касаещи строителния бранш - ЗУТ, Закон за геодезията и картографията, ЗКИР, ЗУЧК и много други, са налични и в превод на английски език. Потребителят може да се възползва и от актовете на европейското законодателство, където са достъпни актуалните Директиви и Регламенти на Европейския съюз. Голяма ценност представлява и богатият архив от отменени строителни норми, който дава възможност за бърза справка със законодателството в бранша през последните сто години.

Безценна за всеки проектант е голямата колекция от норми и правила за проектиране, правила за извършване и приемане на СМР и разходни норми /УСН и ТНС/. Централно място е отделено на най-новото в българската строителна практика - въвеждането на конструктивната система Еврокодове.

Известни юристи и опитни инженери публикуват в



„Сиела Строител“ статии и коментари по актуални въпроси, свързани с промени на нормативната база и тълкуване на законови постановки.

Ведомствената практика на МРРБ, ДНСК, МОСВ и АГКК, до която имат достъп клиентите на

продукта, включва стотици указателни писма, заповеди и становища, свързани с дейността на различни дирекции от състава на регулаторните органи, в т.ч. и становища по прилагане на различни законови разпоредби, групирани по години от 2000 г. до днес.

Много полезна е и кореспонденцията и становищата по различни въпроси на професионалните организации на инженерите в инвестиционното проектиране (КИИП) и на строителите (КСБ).

„Сиела Строител“ осигурява и богат набор от работни процедури в сферата на архитектурата и градоустройството, всички необходими в бранша бланки и формуляри, примерни договори в областта на строителството, договори по Фидик и др. Всички тези документи могат да бъдат попълвани, съхранявани и редактирани според конкретните нужди на потребителя.

Бързото ориентиране и лесната работа на потребителите са осигурени чрез богати инструменти за търсене, както и чрез групиране на документите в отделни тематични структури.

Достъп

Достъпът до софтуерното приложение е осигурено по няколко независими начина, според предпочитанията и потребностите на различните потребители. За пътуващите специалисти се предлага интернет приложение, което е достъпно през браузер във всеки един момент, от всяка точка. За местата и организациите, които не могат да осигурят постоянен интернет достъп или изискванията за сигурност налагат ограничения, продуктът може да бъде инсталиран и като десктоп приложение директно на компютъра на потребителя. И двата варианта гарантират, че потребителите на „Сиела Строител“ ще имат на разположение един винаги актуален юридически съветник по всички въпроси на проектирането, строителството и устройството на територията. [И](#)



Брансън срещу Мъск в битка за електрическите коли



Включването на британската група Virgin в сегмента на високоскоростните автомобили, задвижвани с ток, може да ускори неговото развитие

Александър Александров

Ексцентричният британски предприемач Ричард Брансън и американският милиардер от южноафрикански произход Елън Мъск не се сблъскват за първи път в иновативен пазарен сектор. Двамата са сред двигателите на бързо развиващата се индустрия на частните космически полети. Virgin Galactic на Брансън планира да намали значително цената за изпращането на туристи в Космоса, свеждайки я до 200 000 щ. долара, а SpaceX на Мъск вече успешно конкурира NASA и Роскосмос в извеждането на сателити, както и на товари до Международната космическа станция със своята фамилия ракети Falcon и с кораба си Dragon. И въпреки че и двете компании претърпяха катастрофи наскоро, по всичко личи, че те не планират да се отказват. А ако вярваме на едно скорошно изказване на Брансън, е много възможно двамата предприемачи в съвсем близко бъдеще да се сблъскат и в още един иновативен сектор – този на електрическите спортни коли.

Неотдавна милиардерът разкри пред журналисти на състезание в Маями, че Virgin Group разработва собствено електрическо возило и добави, че към момента тя е изградила голям екип от специалисти в тази област. Припомняме, че дъщерното подразделение Virgin Racing на групата вече участва в надпреварата Formula E, която представлява състезание – еквивалент на Formula 1, но само за коли, задвижвани с електрическа енергия. Разработеният от екипа на групата за състезанието автомобил може да развива скорост до 160 км/час и да ускорява до 60 км/час за малко повече от три секунди. А изявлението на Ричард Брансън на практика подсказва, че много скоро компанията може да пусне и в продажба подобно возило.

Ако това стане, британската група на практика ще влезе в директна конкуренция с Tesla Motors на Елън Мъск, която към момента е най-изявеният играч в сегмента на високоскоростните електрически коли. Тя вече предлага на пазара няколко изключително успешни модела, а неотдавна нейният собственик обяви, че в края на месеца предстои анонсирането на нов продукт, който няма да е лека кола. Спекулира се, че е възможно дружеството да представи батерия за захранване на домове с електроенергия – нещо, което Мъск също обяви „с половин уста“ в Twitter преди месеци.


Елън Мъск се сочи като един от най-иновативните предприемачи в света, а досегашните му проекти неведнъж са променили традиционни пазари. Той е съосновател на системата за алтернативни разплащания PayPal, която беше придобита през 2002 г. от онлайн корпорацията eBay за 1.5 млрд. щ. долара. Впоследствие Мъск стартира редица начинания в сферата на електрическите коли, космическите полети, слънчевата енергия, а сред най-иновативните му проекти е Hyperloop – качествено нов релсов метод за високоскоростен транспорт чрез специални превозни средства, затворени във вакуумна тръба и използващи магнитна левитация. Твърди се, че технологията ще може да конкурира по бързина самолетите и да позволи транспортирането на хора от Сан Франсиско до Лос Анджелис за 30 минути.

Самата Tesla Motors е създадена през 2003 г. в Пало Алто, Калифорния като през годините Мъск успява да привлече ри-

сковии инвестиции от автомобилния гигант Daimler, както и основателите на Google Лари Пейдж и Сергей Брин. През 2006 г. компанията представя първия си модел – Tesla Roadster, а три години по-късно и най-големия си хит до момента – модел S.

Ричард Брансън има не по-малко интересна история и е повлиял на не по-малко браншове да променят своето развитие. Милиардерът, който често прекосява океаните с балон, стартира първото си бизнес начинание на 16 години, създавайки студентски вестник. През 1970 г. основава Virgin Records първоначално като верига магазини за продажба на музика. Десет години по-късно той пуска и първата авиокомпания, която конкурира British Airways при полетите от Великобритания по дълги дестинации като Северна Америка и Карибите. Сред иновациите, наложени от Брансън, е също моделът на виртуалните мобилни оператори (MVNO – Mobile Virtual Network Operator), при който една компания наема честотен и мрежов ресурс от съществуващ доставчик на мобилни услуги, предлагайки собствена марка. Създадената по този начин Virgin Mobile днес оперира в САЩ, Канада, Великобритания, Чили, Франция, Полша и др. страни. Бизнесите на милиардера включват още проекти в областта на стволите клетки, енергийните напитки, както и извеждането на сателити в Космоса, а общият брой на компаниите му е над 400.

Включването му в сектор като високоскоростните електрически коли е показателен за това, че когато традиционните автомобилни компании навлизат прекалено бавно в нови подсегменти на индустрията, те могат да се окажат в неочаквана конкуренция със съвсем друг тип пазарни играчи, свързвани по-скоро с информационните технологии и телекомуникациите. Просто защото апетитът на последните към иновации и промяна на статуквото е прекалено голям. На практика това, което промени със своята поява Tesla Motors, беше, че показа на света другото лице на електрическите автомобили, демонстрирайки, че те могат да бъдат бързи и да изглеждат „секси“, за разлика от малките, бавни и странно изглеждащи модели, пуснати преди това на пазара от редица традиционни производители.

И ако включването на Ричард Брансън има потенциала да промени този сектор, то появата на един друг конкурент би могло направо да го „преобърне с главата надолу“. Става въпрос за технологичния гигант Apple, който според редица западни медии вече разработва собствена електрическа кола. Компанията дори успя да откъне някои ключови специалисти от екипа на Tesla, а медиите вече цитираха „вътрешна информация“, че превозното средство е забелязано. И макар че очакванията са то да е готово до 2020 г., не е изключено да бъде анонсирано и по-рано. Друга ИТ корпорация, която проявява интерес към сектора, е Google. Припомняме, че през последните години тя развива собствена технология за автономни автомобили (без шофьори), включително и задвижвани от електричество. Tesla, от своя страна, също обяви, че планира да направи самоуправляваща се електрическа кола. По всичко личи, че технологичният бранш е погледнал сериозно към автомобилната индустрия и традиционните играчи в нея много скоро могат да установят, че губят позиции в някои от най-перспективните подсегменти. 

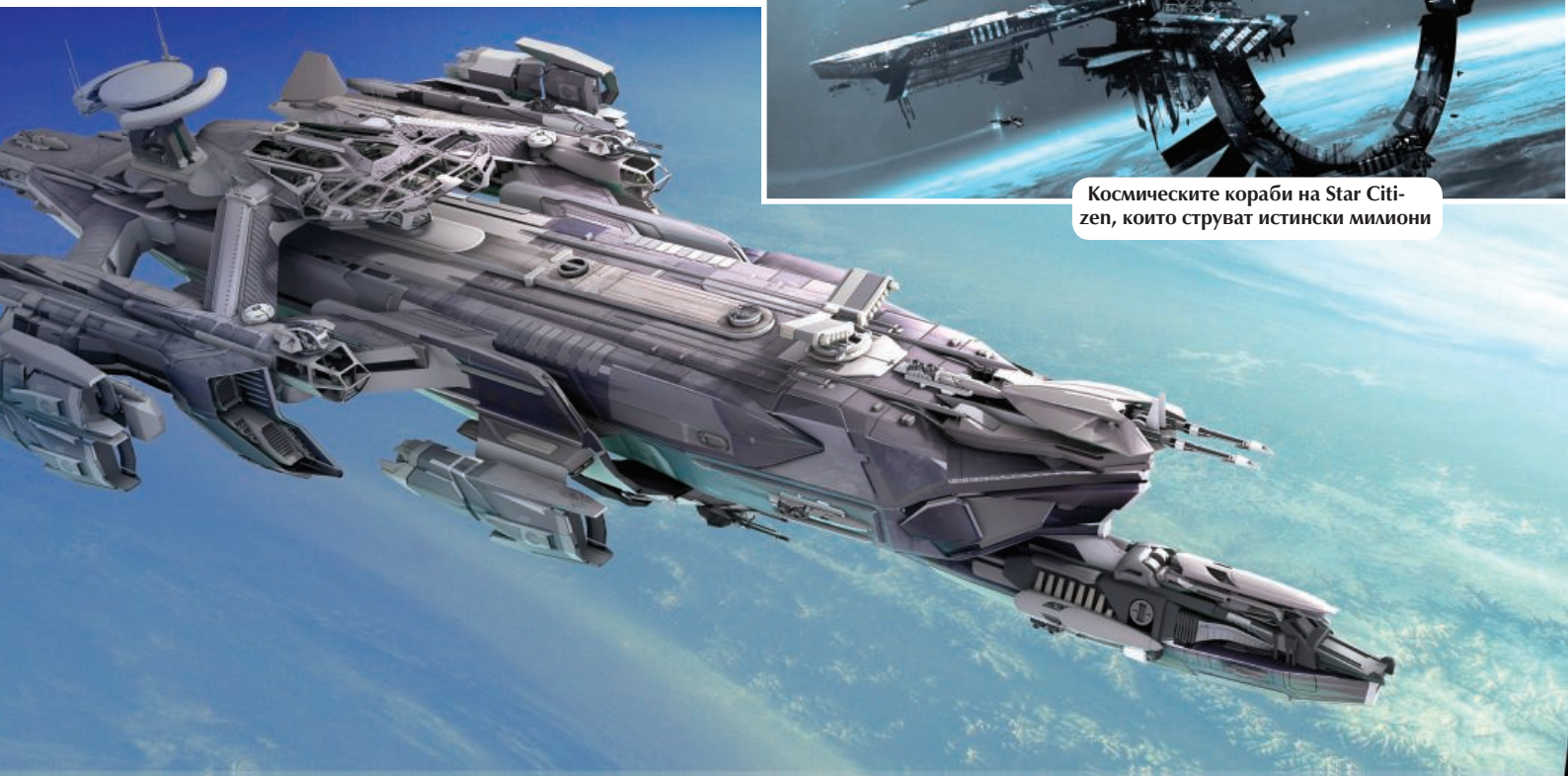


Виртуални космически кораби за \$77 млн.

Историята на една все още несъществуваща игра, която вече направи богати своите създатели



Космическите кораби на Star Citizen, които струват истински милиони



Александър Александров

За мнозина перспективите пред космическите полети може и да са изглеждали влошени през миналия ноември. Корабът SpaceShipTwo на компанията за космически туризъм Virgin Galactic беше катастрофирал преди броени дни, а регулаторните органи дадоха да се разбере, че прощаващият бранш на частните орбитални полети се нуждае от по-строга регулация, за да бъде ограничена вероятността от подобни катастрофи в бъдеще. За космическия флот на Обединената земна империя обаче месецът беше повече от добър, след като по същото време тя успя да продаде 200 от своите остарели космически разрушители на стойност 2500 щ. долара всеки, и то за по-малко от минута.

Безспорно бойните кораби имат своите предимства – всеки от тях разполага с четири основни и 12 помощни двигателя, хангар за един изтребител, подсилен команден мостик и помещения за 23-членен екипаж, както и модерна оръжейна система. Само дето ... всички те са виртуални и могат да бъдат използвани единствено в онлайн играта Star Citizen, а платените за тях пари бяха съвсем реални американски долари. Нещо повече – чрез подобни продажби компанията Cloud Imperium Games, която е разработчик на играта, успя да събере през последните години от продажба на виртуален инвентар общо 77 млн. щ. долара, които вече използва, за да разработи ... самата игра. Този първи по рода си бизнес модел на практика променя представите ни за виртуалния свят и показва, че една фирма може да прави успешен бизнес, дори като продава единствено идеята за едно фантастично изживяване.

Че виртуални кораби, домове, замъци, ресурси и дори облекло се продават за истински пари отдавна не е новина, а още преди няколко години беше публикувана класация на най-богатите хора във виртуалния свят Second Life, някои от които са натрупали милиони от търговия с имагинерни предмети. За космическите кораби на компанията Cloud Imperium Games обаче можем да кажем, че се характеризират с две степени на виртуалност – те не само ще съществуват единствено в онлайн многопотребителска компютърна игра, но и тя самата все още не е създадена, а представлява само едно обещание на фирмата към нейните фенове. Обещание, което може да изпълни след месеци или ... години.

Въпреки, че Star Citizen е набрала средства по модела на споделеното финансиране (crowdfunding), сумата, привлечена от феновете, вече надхвърля бюджетите на някои от най-големите видеоигри, разработвани от водещите гейм издателства или на рисковите инвестиции, привлечени от големи онлайн проекти, например Snapchat. Вярно е, че Cloud Imperium Games е успяла да привлече своите 77 млн. щ. долара, предлагайки нещо, което все още не съществува, но кой може да каже коя от десетките нови социални мрежи, мобилни приложения или други онлайн услуги си струва колосалните рискови инвестиции, вложени в нея. Още повече, че през последните години не са един или два стартиращите проекти, които са фалирали, след като са успели да привлекат дялово финансиране в размер на десетки милиони. Единствената разлика е, че ако те получават своите средства от бизнес ангели и рискови фондове, то създателят на гейм студиото Крис Робъртс дължи привлечените пари на над 700 000 фенове, които са повярвали, че той е новият Джордж Лукас или поне Уилям Гибсън. Докато в същото време други го обявяват за обикновен измамник, създател на поредната пирамида, но този път малко по-иновативна.

За да разберем кое от двете е вярно, трябва да имаме предвид



Създателят на играта Крис Робъртс

бързото развитие на виртуални светове като Second Life, Entropia Universe и EVE Online през последните десетина години. В някои от тези компютърно генерирани вселени се продават виртуални имоти за хиляди реални долари, а огромен брой потребители ежедневно пускат виртуални дрехи, оръжия и автомобили в eBay и други сайтове за онлайн търговия. Сумите за подобни игрови артикули достигат десетки хиляди. Ситуацията не е по-различна и при космическите онлайн ролеви игри, като само в рамките на една от най-мощните битки в EVE Online преди около година бяха унищожени виртуални бойни единици на стойност над 330 000 съвсем реални долара. И докато EVE Online и Entropia Universe са по-скоро игри, то проектът Second Life далеч надхвърля това понятие и представлява мащабен свят, в който редица компании дълго време имаха виртуални офиси, IBM поддържа учебен център, а Reuters дълго време развиваше собствена редакция, отразяваща новините, случващи се изключително в този виртуален свят. Именно в него нагрупа състоянието си и първата милионерка, забогатяла от виртуални имоти – Анши Чун, известна с прякора Айлин Грейф. В актива на Second Life през годините са още виртуална стачка на служители на IBM, виртуално посолство на Швеция, пресконференции и дори концерти на няколко съвсем истински поп звезди. През последните няколко години популярността на проекта намаля, но се очаква това да се промени, тъй като неговият създател Филип Роудейл участва като партньор на Марк Зукерберг при закупуването на очилата за виртуална реалност Oculus Rift. Придобиване, което се очаква да даде тласък на този сегмент.

Случаят с Cloud Imperium е малко по-различен. Компанията събира пари за своя гейм проект от 2012 г., първоначално използвайки уебсайта за споделено финансиране Kickstarter, а впоследствие – направо комуникирайки с феновете. Някои от тях вече плащат по 10 000 щ. долара за цяла флота от 44 бойни кораба и участие в затворен VIP клуб, както и възможност да си поговорят на живо със създателя на играта Крис Робъртс. Той самият уверява, че компанията наистина разработва геймърския проект. Неотдавна тя е отворила три нови студия – в Тексас, Великобритания и Германия, в добавка към централата си в Калифорния, а броят на служителите е достигнал 320. С осигурено финансиране, равняващо се на бюджета за изграждането на едно ново производствено предприятие от нулата, Робъртс безспорно може да си позволи това. Остава да видим дали играта, която ще бъде създадена, ще бъде действително толкова добра, колкото е обещанието за нея. [И](#)

Snapchat

СЪЗДАДЕ НАЙ-МЛАДИТЕ МИЛИАРДЕРИ

През 2013 г. Евън Шпигел и Боби Мърфи шокират финансовия свят, като отхвърлят офертата на Facebook да придобие приложението за \$3 млрд. Две години по-късно пазарната оценка на компанията им достига \$19 млрд.



Преслава Георгиева

Тази година най-младите милиардери в света са собствениците на мобилното приложение Snapchat Евън Шпигел (24 г.) и Боби Мърфи (26 г.). Според „Форбс“ всеки от тях притежава по 15% от компанията, чиято пазарна оценка към момента достига 19 млрд. долара.

Началото на бизнеса, който е на малко от 4 години, е поставено в университета Станфорд от тогава трима състуденти. Евън Шпигел и Реджи Браун се запознават като първокурсници през 2008 г. Присъединяват се към студентското братство Капа Сигма и там срещат Боби Мърфи, който е две години по-голям и учи математика и компютърни науки. Идеята за „изчезващи“ снимки всъщност е на Реджи, който споделя в един разговор, че съжалева, че е изпратил снимки на момиче от телефона си и би искал те да изчезнат. Евън намира идеята за брилянтна и я разработва съвместно с Реджи като проект за един от курсовете по специалността си Продуктов дизайн. По-късно двамата включват в екипа и Мърфи, който поема кодирането на апликацията.

Snapchat стартира като iPhone приложение през юли 2011 г. под името Picaboo, с което потребителите имат възможност да „споделят мигове“ като изпращат снимки, избирайки след колко време (между 1 и 10 секунди) снимката да се самоунищожи. По-късно приложението се появява официално с новото си име – Snapchat. Едно от основните предимства на услугата, особено в началото, е, че благодарение на опростения интерфейс изпращането на снимки става 10 пъти по-бързо от това на мултимедийни съобщения (MMS).

През август 2011 г., само месец преди официалния старт на Snapchat, Шпигел и Мърфи се скарват с Браун, решават да сменят паролите му за достъп и да сложат край на партньорството. През есента двамата представят приложението на свои познати и гимназисти в Ориндж Каунти и то бързо печели почитатели. В началото на 2012 г. Snapchat вече има над 30 000 потребители, в средата на годината през приложението се изпращат около 25 снимки в секунда, а през ноември - 20 милиона снимки на ден.

В края на годината Snapchat излиза и като мобил-



Създателите на приложението се опитват да добавят допълнителни услуги за потребителите

но приложение за Android, с добавена възможност за изпращане на видеоклипчета, текстови съобщения и рисунки върху снимките. Мърфи, който отговаря за техническия екип, и Шпигел, който е публичното лице на компанията, започват да се появяват все по-често в медии и блогове, успяват да осигурят финансиране от рискови капиталови фондове, да увеличат екипа и да наемат офис във Венис Бийч.

Междувременно Браун завършва Станфорд, завръща се в родната Южна Каролина и през февруари 2013 г. завежда дело, в което твърди, че е измамен от бившите си съдружници, че е автор на идеята за приложението, като създава логото и измисля първоначалното му име „Picaboo“. През следващата година в делото вече са включени инвеститорите на компанията и са внесени нови писмени доказателства от онлайн разговори, имейли и смс съобщения. През септември 2014 г. собствениците на Snapchat съобщават, че са постигнали споразумение с Реджи Браун за сума, която остава неразкрита и признават, че първоначалната идея за приложението е на Браун и той има своя принос в ранните етапи на бизнеса.

В началото на 2013 г. компанията обявява, че потребителите ѝ изпращат 60 милиона съобщения дневно. В средата на 2014 г. броят на фото и видеосъобщенията вече достига 700 милиона на ден, а новата секция Snapchat Story, която позволява споделяне на истории

в снимки в рамките на 24 часа, се радва на 1 милиард дневни посещения.

През ноември 2013 г. собственикът на Facebook Марк Зукърбърг предлага на Шпигел 3 млрд. долара за Snapchat. Според някои източници, малко по-късно Google предлага 4 млрд. долара, но компанията отхвърля и двете предложения. „Много малко хора в света успяват да създадат бизнес като нашия“, казва Шпигел. „Не е никак интересно да изтъргуваш всичко това срещу някаква краткосрочна печалба“.

През първите 3 години от съществуването си Snapchat няма никакви собствени приходи, но до края на 2014 г. успява да привлече финансиране в размер на 648 млн. долара в 7 кръга от 12 различни инвеститора, с което пазарната ѝ оценка достига 10 млрд. долара. В началото на тази година се появява информация, че целта на компанията е да повиши стойността си до 19 млрд. долара чрез нов кръг на финансиране в размер на 500 млн. долара. През март 2015 г. Alibaba Group Holding инвестира 200 млн. долара в Snapchat, с което оценката ѝ вече е 15 млрд. долара. Компанията е в преговори и с принца на Саудитска Арабия Алуалид бин Талал, който е известен и с инвестициите си в Twitter, AOL, Apple, Motorola и Fox.

Създателите на Snapchat не одобряват конвенционалните начини, с които печелят повечето социални медии и приложения, и най-вече таргетираните реклами. Опитвайки се да избягат от този модел, но все пак да оправдаят високата си пазарна оценка, в началото на тази година те представят нова секция в рамките на приложението – интернет портала Snapchat Discover. Той включва разнообразие от новинарски статии, музика, видео и други от 11 ексклузивни медийни партньори - National Geographic, CNN, Comedy Central, Cosmopolitan, ESPN, Warner Music, Yahoo News, Daily Mail, Vice Media, сп. People и Food Network - които съз-



дават съдържанието специално за потребителите на Snapchat. Успоредно с това, компанията продава и видеореклами на цял екран.

За разлика от Facebook, който изобилства от разнородни информационни и рекламни съобщения, Snapchat поддържа строг контрол върху публикациите и наема екип от специалисти - журналисти, видеооператори и аниматори - които да подготвят оригинално съдържание за нейния Discover канал. „Социалните мрежи ни казват какво да четем, защото е ново и популярно. Ние, от друга страна, разчитаме не на брой кликания и споделяния, а на утвърдени редактори и хора на изкуството да определят кое е важно“, казва компанията по повод на Discover.

Моделът на Snapchat, който в момента се радва на



Евън Шпигел (вдясно) и Боби Мърфи

требителите на Snapchat вече могат да провеждат текстови и видеоразговори, както и да изпращат безплатно пари помежду си чрез новата функционалност на апликацията Snapcash.

От самото си създаване, Snapchat е обект на оживена полемика, започвайки с недоумението на специалисти и журналисти какъв е смисълът на приложение, което кара снимките да изчезват и как е възможно подобна „ефирна“ услуга да бъде оценявана на близо 20 млрд. долара. Неведнъж са се прокрадвали и обвинения, че апликацията се използва от младежите главно за изпращане на снимки с нецензурно съдържание.

През последните 2 г. обаче компанията се изправя пред наистина сериозни предизвикателства. През 2013 г. „Форбс“ излиза със статия, от която става ясно, че снимките, изпратени през Snapchat, всъщност не изчезват и биха могли да се възстановят след изтичането на официалния им 10-секунден живот посредством приложения на трети страни. В началото на 2014 г. хакери правят пробив в системата за сигурност на Snapchat, в резултат на което имената и телефонните номера на 4,6 млн. потребители са откраднати. Федералната комисия за търговия в САЩ се произнася и по двата случая, като потвърждава, че Snapchat заблуждава

потребителите, че снимките, които изпращат, изчезват след 10 секунди и че носи отговорност за откраднатите лични данни. Компанията поема задължението да преразгледа и подобри своята политика за сигурност и поверителност, като по разпореждане на комисията в следващите 20 г. тази политика ще бъде контролирана от група независими специалисти.

Макар през 2013 г. повечето анализатори да смятат, че е лудост Snapchat да отхвърли 3-милиардната оферта на Марк Зукърбърг, днес всички признават, че е трябвало да имат повече вяра в екипа Шпигел-Мърфи. Ако тогава всеки от тях е щял да си тръгне от сделката с 450 млн. долара, днес те вече разполагат с милиард и половина, както и с нескрити амбиции да продължават да увеличават богатството си. [И](#)

над 100 милиона потребители, има своите естествени лимити – ограниченият брой партньори означава и ограничен брой реклами. В същото време, обаче, колкото по-малко са рекламите, толкова повече потребители биха могли да ги видят, а това позволява поддържане на значително по-високи цени на предлаганите спотове.

Начинът, по който се представя съдържанието в Discover, също изцяло се различава от популярния модел на Facebook. Тук всеки от партньорите има отделен бутон на екрана, който отвежда потребителите в негова собствена страница. Липсват също инструменти за споделяне на съдържание.

Discover е само един от опитите компанията да се превърне в повече от мобилно приложение за изпращане на „изчезващи“ снимки. От миналата година по-

Щатската верига за електроника с почти 100-годишна история поиска защита от кредитори, но те могат да я възродят



Край или ново начало
за **RadioShack**

Преслава Георгиева

През февруари, след 11 последователни тримесечия на загуба, една от най-старите вериги магазини за електроника в САЩ – RadioShack – поиска съдебна защита от кредитори по чл. 11 от закона за фалитите. Дали това ще е краят за един от най-емблематичните американски брандове, или новите собственици ще успеят да го възродят, ще покаже бъдещето. А надеждата за бъдещето се крие в миналото и почти едновековната история на компанията, изпъстрена с възходи, кризи и технологични революции.

RadioShack е създадена през 1921 г. от Теодор и Милтън Дойчмън с цел да предлага електронни компоненти и оборудване за популярната по онова време в САЩ радиолюбителска дейност. Братята отварят магазин в централната част на Бостън, като приемат поръчки и извършват доставки по пощата, а през 1954 г. започват да произвеждат и собствена марка продукти – „Realistic“. Макар годишните продажби на вече 9-те RadioShack локации да достигат 14 милиона долара, в края на 60-те години бизнесът е пред фалит.

Тогава се появява Чарлз Тенди, собственик на успешната Tandy Corporation, която търгува с кожени изделия. Търсейки начини да пробие на нови пазари, през 1963 г. Тенди купува бостънската верига магазини за сумата от 2,3 млн. долара. Само за две години, впрягайки вродения си маркетинг талант, той превръща силно задлъжнялата компания в машина за пари, а 10 години по-късно Tandy Corporation вече отваря по два магазина RadioShack всеки работен ден.

Чарлз Тенди е изключително скромнен човек, който до смъртта си остава в стария си офис и отговаря лично на телефонните обаждания. Макар да е наричан „Г-н Късмет“, според анализаторите успехът на Тенди се дължи най-вече на иновативния му маркетинг подход, който комбинира висок марж на печалбата и висок оборот със собствено производство и дистрибуция.

На първо място Тенди намалява значително асортимента от стоки – от общо 20 000, той запазва най-продаваните 2500 и успява да запази постоянно ниво от над 50% на брутните маржове на печалбата. Той поддържа пазарни, но конкурентни цени, като елиминира посредническите разходи и продава предимно стоки собствено производство. В края на 80-те години 25 фабрики в Северна Америка и шест отвъд океана произвеждат около



Персонален компютър TRS-80

"Radio Shack's TRS-80 Computer Is the Smartest Way to Write."

Our most powerful system charges 1000 Altium's word processing and lettering software and services to be an outlier to use a TRS-80. It's not only the most powerful, but it's also the most versatile, with 1000 words per minute and features a word processing mode for speed-reading correspondence. It's also the most powerful, with 1000 words per minute and features a word processing mode for speed-reading correspondence. It's also the most powerful, with 1000 words per minute and features a word processing mode for speed-reading correspondence.

"Superior software" features include the TRS-80 Model II computer with built-in disk drive (20 T000) and the new 200 T000 and 200 T000. The TRS-80 Model II computer with built-in disk drive (20 T000) and the new 200 T000 and 200 T000. The TRS-80 Model II computer with built-in disk drive (20 T000) and the new 200 T000 and 200 T000.

"A professional computer, too." Also offers 200 T000 for fast and accurate printing. It's also the most powerful, with 1000 words per minute and features a word processing mode for speed-reading correspondence. It's also the most powerful, with 1000 words per minute and features a word processing mode for speed-reading correspondence.

Radio Shack
The biggest name in home computers.
A Division of Tandy Corporation

Айзък Азимов рекламира TRS-80

половината от продуктите, предлагани в RadioShack – от обикновени кабели до сложни микрочипове и марката Realistic става популярна в цялата страна.

Тенди, който обича да казва: „Ако искате да хванете мишка, трябва да звучите като сирене“, инвестира активно и в реклама, особено в началото, когато близо 9% от печалбата се влагат в множество флайъри и ярки, крещящи реклами на една непрекъсната поредица от „СУПЕР РАЗПРОДАЖБИ“.

Третата успешна стратегия на Тенди специалистите наричат „институционализация на предприемачеството“. Управителите на магазини и подразделения в корпорацията печелят 8-9 пъти

повече от иначе скромните си заплати и бонусната политика, базирана на процент от печалбата, прави много от тях милионери.

През 70-те и 80-те години RadioShack просперира и става най-предпочитаното място за любителите на електро- и радиотехника, като междувременно навлиза и на компютърния пазар. През 1978 г., едва 60-годишен, Чарлз Тенди неочаквано умира. На поста изпълнителен директор застава Джон Роуч, който отговаря за производството и дистрибуцията и който стои зад решението на Тенди да инвестира усилено в компютърна техника. През 1977 г. компанията пуска на пазара своя първи персонален компютър - TRS-80, а малко по-късно и едни от първите преносими компютри – Tandy 100 (1983 г.) и Tandy 200 (1984 г.), които се превръщат в един от най-продаваните модели в САЩ.

В началото на 80-те години RadioShack държи вече 19% от компютърния пазар, но политиката на компанията да предлага предимно продукти собствено производство се оказва неадекватна в момент, в който IBM и Apple наводняват пазара с нов софтуер. Сериозните компютърни потребители не купуват машини,

несъвместими с популярните софтуерни продукти, дори те да са в пъти по-бързи от тези на конкурентите.

За да запази позициите си на динамично развиващия се пазар, RadioShack създава нови модели, ребрандира магазините си и обособява в тях компютърни центрове, където клиентите могат да изпробват продуктите и да получат компетентни съвети и консултации. Компанията прави огромни инвестиции в научноизследователска и развойна дейност и през 1988 г. придобива един от топ производителите на компютри в Силиконовата долина - Grid Systems Corporation.

RadioShack разширява и асортимента си от потребителска електроника и е един от първите търговци на мобилни телефони с модела Motorola Dynatac 8000X от 1984 г. Една година по-късно компанията стъпва и на пазара на телевизионна техника, предлагайки сателитни чинии и услуги в сътрудничество с първия американски доставчик на сателитен интернет RCA Corp.

След десетилетия на растеж и 7000 магазина в САЩ, в края на 80-те години RadioShack се оказва на няколко пазара, но без ясна визия за развитие и в сериозна финансова криза. Компанията майка - Tandy Corporation - продава своите подразделения за производство на компютри и компютърни компоненти в серия от сделки на обща стойност 1,15 млрд. долара.

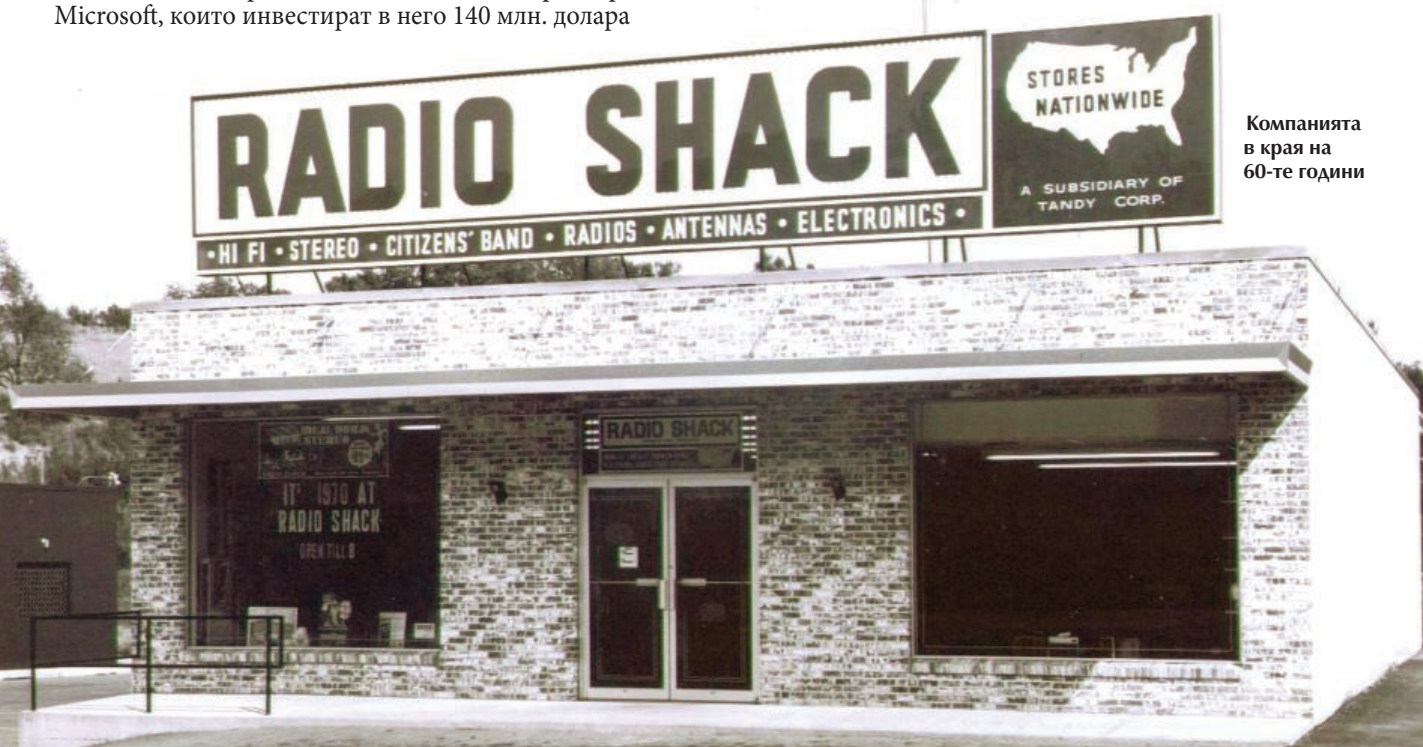
В началото на 90-те години, под вещото ръководство на новия директор Ленард Робъртс, макар и с 500 магазина по-малко, започва период на стабилен растеж, а веригата получава ново лице, лого и слоган. През 1999 г. RadioShack открива онлайн магазин в партньорство с Microsoft, които инвестират в него 140 млн. долара

и откриват в магазините щандове, предлагащи Windows устройства и интернет услуги.

RadioShack посреща новия век с добри позиции и отчита едни от най-добрите си финансови резултати от години - 400 млн. долара печалба от продажби на обща стойност 5,9 млрд. долара. Акциите на компанията нарастват до 90 долара, а пазарната ѝ капитализация е 12,7 млрд. долара.

През 2005 г. 55-годишният Ленард Робъртс неочаквано се оттегля от ръководството на компанията и, за съжаление, наследникът му Дейвид Едмъндсън повежда компанията стремглаво надолу. Той прилага изключително спорна наказателна политика, в резултат на която само за 6 месеца компанията напуска 1700 мениджъри, а сред онези, които остават, се нагнетяват напрежение и омраза към ръководството. Освен с деспотичния си подход и вътрешни сътресения, Едмъндсън компрометиращ имиджа на RadioShack и със серия от публични скандали и бива принуден да подаде оставка.

През 2006 г. позицията изп. директор заема Джулиан Дей, който успява да постигне ниво на стабилност, но за сметка на немалко проблеми. За една година той закрива 500 магазина, съкращава 1100 души персонал, продава емблематичната централа на компанията във Форт Уърт, Тексас, намалява заплатите на служителите, отрязва част от социалните им придобивки и голяма част от разходите за реклама. Макар че под негово ръководство компанията успява да оцелее по време на кризата през 2007-2008 г., Дей се оказва неспособен да се справи с непрекъснатото спадащите приходи от продажби и през 2011 г. излиза в ранна пенсия.



Компанията в края на 60-те години



През годините компанията залага на мащабни рекламни кампании и редизайна на обектите си

Постът заема „вечно усмихнатият“ Джеймс Гууч, чиято лишена от решителност и визия лидерска стратегия води до уволнението му още следващата година. През 2012 г. управлението поема Джоузеф Магнака, който има амбициозни идеи за възвращане на бранда, но за съжаление не разполага със средства да ги реализира.

В ситуация на трупаци се загуби Магнака прави фатална, но предвид обстоятелствата, може би логична стъпка. Той тегли серия от заеми, които да осигурят пълното преобразяване на магазините и агресивна рекламна кампания. Основните кредитни линии са две: 585 милиона долара от GE Capital (подразделение на General Electric) и 250 милиона долара от Salus Capital Partners (подразделение на Harbinger Group). С цел да се презастраховат в случай на последваща ликвидация, Salus включват в договора за заем клауза, която им дава право на вето, в случай, че RadioShack реши да продаде повече от 5% или 200 магазина в рамките на една година.

Магнака смята, че преобразеният бранд и новата концепция на магазините ще увеличат продажбите, но през 2013 г. те спадат с още 8% и той решава, че единственият изход от ситуацията е продажба на 1100 магазина. С надеждата да извие ръцете на кредиторите, Магнака обявява плановете си публично, без да ги предупреди. Тази „тактическа грешка“ вбесява Salus. Те поставят вето на продажбата и изискват от RadioShack да плати незабавно една пета от кредита (50 милиона долара), в случай че все пак реши да изпълни плана си.

Условията не са по силите на RadioShack и в невъзможност да продава магазини, компанията предприема серия от ходове с налични средства в последен опит да увеличи приходите. Освежават фасадите и реорганизируют магазините, включват в асортимента нови продукти, обособяват щандове за ремонт на мобилни телефони и започват активна рекламна кампания.

Всички тези мерки имат незначителен успех, а фи-

нансовите резултати от третото тримесечие на 2014 г са съкрушителни – 161,1 млн. долара загуби при приходи от 650,2 млн. и натрупани дългове от общо 841,4 млн. долара.

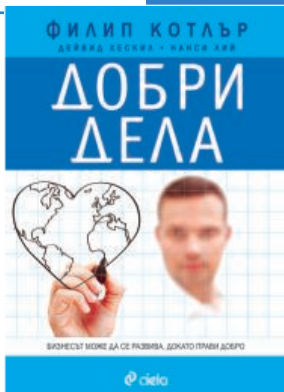
Очаквайки, че коледният шопинг сезон ще реализира добри печалби, Магнака взема още 120 млн. долара заем от два от най-големите институционални инвеститори на компанията (Standard General LP и Litespeed Management LLC) и разпределя по около 15 000 долара на всеки от магазините за осигуряване на наличности по празниците. За нещастие, коледният сезон се оказва изключително слаб и през февруари 2015 г. RadioShack, която в момента притежава 4000 магазина в САЩ, обявява фалит по чл. 11.

Спорно е обаче дали това е край или ново начало за RadioShack. Най-големият инвеститор в компанията - Standard General LP – планира да откупи между 1500 и 2400 магазина от веригата, като управлението ще поеме дъщерната ѝ компания General Wireless Inc. Сделката ще бъде подкрепена и от третия най-голям мобилен оператор в САЩ - Sprint Corp.

Разнопосочни са мненията на анализатори и потребители за това какво довежда до краха на RadioShack. Дали са кредиторите от последните две години или поредицата от некомпетентни мениджъри през последните десет; дали е липсата на визия и концепция през последните две десетилетия и невъзможността на компанията да избере един пазар, вместо да се опитва да бъде на всички по малко, или е появата на онлайн търговията, която до голяма степен измести реалната търговия на дребно, предлагайки по-голям избор и по-ниски цени.

За любителите на електроника и електротехника брандът RadioShack все още има своята огромна сантиментална стойност и привлекателност и по техните думи, ако новите собственици успеят да върнат компанията на пазара, на който тя се заражда, успехът изглежда напълно постижим. [И](#)

НОВИ КНИГИ ОТ „СИЕЛА“



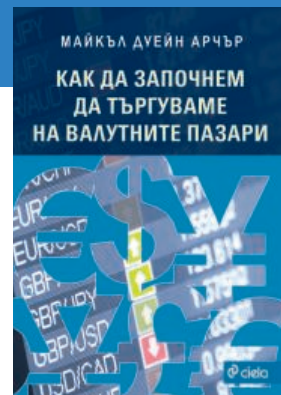
Добри дела, автор Филип Котлър, цена 15.00 лв.

С тази книга маркетинг гуруто Филип Котлър и експертите Дейвид Хескил и Нанси Лий ще ви научат как да давате, за да получите повече!

През последните 30 години голям брой компании доказаха, че е възможно да се сътвори един подобър свят и едновременно с това

да се увеличат печалбите. Опитът показва също, че създаването на успешни маркетингови и корпоративни социални инициативи изисква интелигентност, всеотдайност и финес. Независимо дали работите за голяма корпорация или за начинаеща фирма, генерирането на финансова печалба и социални дивиденди е въпрос на внимателно балансиране.

Корпорациите, които работят целенасочено, за да постигнат успех в маркетинговите и корпоративните социални инициативи, не само съществуват по-дълго, но и просперират повече от конкурентите си. [И](#)



Как да започнем да търгуваме на валутните пазари, автор Майкъл Дуейн Арчър, цена 29 лв.

Как да започнем да търгуваме на валутните пазари представлява изчерпателен и достъпен пътеводител във валутната търговия, който е полезен учебник за начинаещи валутни трейдъри и постоянен справочник за практикуващите на тези пазари. Изданието превежда стъпка по стъпка на много ясен и достъпен език през основните понятия и процеси на валутните пазари, като описва подробно ползването на платформи за търговия, отваряне на сметка, избор на брокер, поставянето и изпълнение на поръчки. За да подпомогне трейдърите във вземането на решения в процеса на търговия, изданието дава напътствия как да се борави с информация, употреба на технически и фундаментален анализ, стратегии за търговия и ползване на различни методи и др. [И](#)

Последното кралство (Книга първа от „Саксонски хроники“), автор Бърнард Корнуел, цена 14.90 лв.

Бърнард Корнуел е един от най-известните автори на исторически приключенски романи. Библиографията му включва над 50 исторически романа, преведени на много езици и в над 20 милиона екземпляра.

Викингите, които досега са се отличавали само с грабеж, връхлитат Британските острови, водени от синовете на легендарния Рагнар Лотброк.

Настъпва време на жестока безмилостна война, когато датчани се изправят срещу саксонци, когато старите богове се опълчват на Христос, когато се раждат герои и съдбата на едно кралство лежи на острието на меча.

Утред, син на саксонски благородник, е пленен и отгледан от викингите. Приема тяхната вяра и израства според техните обичаи. Сега трябва да намери своето място и да си извоюва име в един разкъсан от война свят, където интригите и предателствата са ежедневие.

Едно след друго всички саксонски кралства падат пред напора на нашествениците. Всички освен едно – Усекс. Последното кралство, което може да се опълчи на скандинавците. [И](#)



Текила на разсъване, автор Михаил Вешим, цена 10.00 лв.

Михаил Вешим споделя за „Текила на разсъване“:

От години са ми сложили етикета „писател-хуморист“. Винаги двете думи заедно, винаги с тиренце... Почти като Римски-Корсаков. Или като дама, приела и фамилията на мъжа си.

Разкажете в тази книга се получи ли някак по-сериозни и потъжни от предварителните ми намерения. И ме обхвана страх за етикета: дали това „хуморист“ няма да отпадне? Ами, ако отпадне и „писател“... и остане само (-) тирето? [И](#)



265

НАЧИНА
ДА СМЕ
РАЗЛИЧНИ

КМЕТА  .BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

*Историята на Джон Джейкъб
Астор IV трагично се
преплита с тази на
най-прочутия кораб*



Най-богатият мъж потъва с „Титаник“



„Титаник“ при отпътуването си от
Саутхемптън на 10 април 1912 г.



Имението в Нюпорт, където Джек Астор и Маделин се женят

Ния Илиева

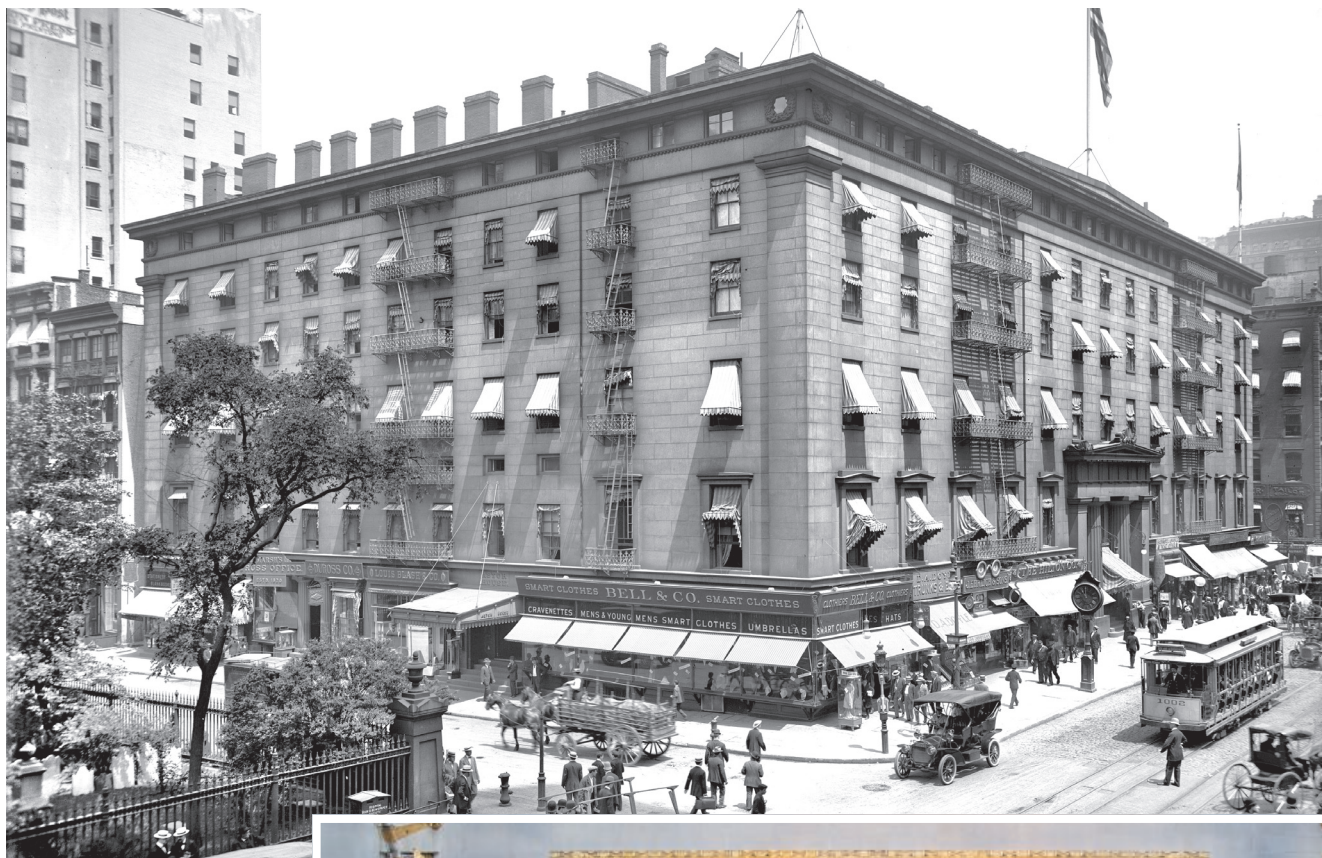
В началото на XX век един мъж има повече пари и слава от всеки друг. Името му е Джон Джейкъб Астор IV, наричан Джек. Той е американски бизнесмен, имотен магнат, новелист, изобретател и лейтенант полковник от Испано-американската война (1898 г., когато Испания губи Куба, Пуерто Рико и Филипините). Да, той е Астор – част от една от най-богатите семейства в американската история. През април 1912 г. Джек Астор става част от историята, когато тръгва да прекосява Атлантика с „Титаник“. По това време той е най-богатият човек в света. Личното му състояние се оценява на 85 млн. долара, което се равнява на днешни 2 милиарда. За съжаление, Джек е сред над 1517-те души, които не оцеляват след потъването на най-прочутия лайнер.

Джон Джейкъб Астор IV е роден на 13 юли 1864 г. Той е най-малкият от пет деца и единствен син на Уилям Бекхаус Астор младши, собственик на породисти коне, колекционер и бизнесмен. Майката на Джек е дама от хайлайфа – Каролин Уебстър Шермерхорн (Лина). Прадядото на Джек – Джон Джейкъб Астор, забогатява от търговия с кожи, които доставя от Канада за богатите дами в Ню Йорк. С парите той купува множество недвижими имоти в Голямата ябълка, предимно в Манхатън. Когато почива през 1848 г., първият Джон Джейкъб Астор оставя наследство от 20 милиона долара. Днес тези пари се равняват на 121 милиарда долара, което прави основоположника на фамилията богатство 14-ят най-богат човек в световната история и петият най-богат американец на всички времена.

Правнукът му израства в лукс сред огромното семейно богатство. Той учи в престижното училище Сейнт Пол в Конкорд, Ню Хемпшир, а после и в Харвард. През 1891 г. Джон Джейкъб Астор IV се жени за Ава Лоул Уилинг. Имат две деца – Уилям Винсънт, роден същата година, и Ава Алис, родена през 1902 г. Развеждат се през 1909 г. Разводът е скандален в онези времена, а още по-скандално е намерението на Джек да се ожени повторно веднага след това за много по-млада жена. Тогава милионерът е на 47 години, а избраницата му, която става неговата втора съпруга, е 18-годишната Маделин Талмейдж Форс. Тя е две години по-малка от сина на Астор – Винсънт. Двамата сключват брак в семейното имение на Астор в Нюпорт.

Джек Астор обаче не е просто един плейбой на средна възраст, който се впуска да обикаля света с младата си съпруга. Той е публикуван автор. През 1894 г. издава научно фантастичната новела „Пътуване в други светове“ („A Journey in Other Worlds“) за живота през 2000 г. на Сатурн и Юпитер. Освен това е изобретател с множество патенти, сред които велосипедна спирачка. Помага и за разработката на турбинен двигател. Но всички тези занимания не допринасят за увеличаването на неговото богатство. То идва от сделките му с недвижими имоти.

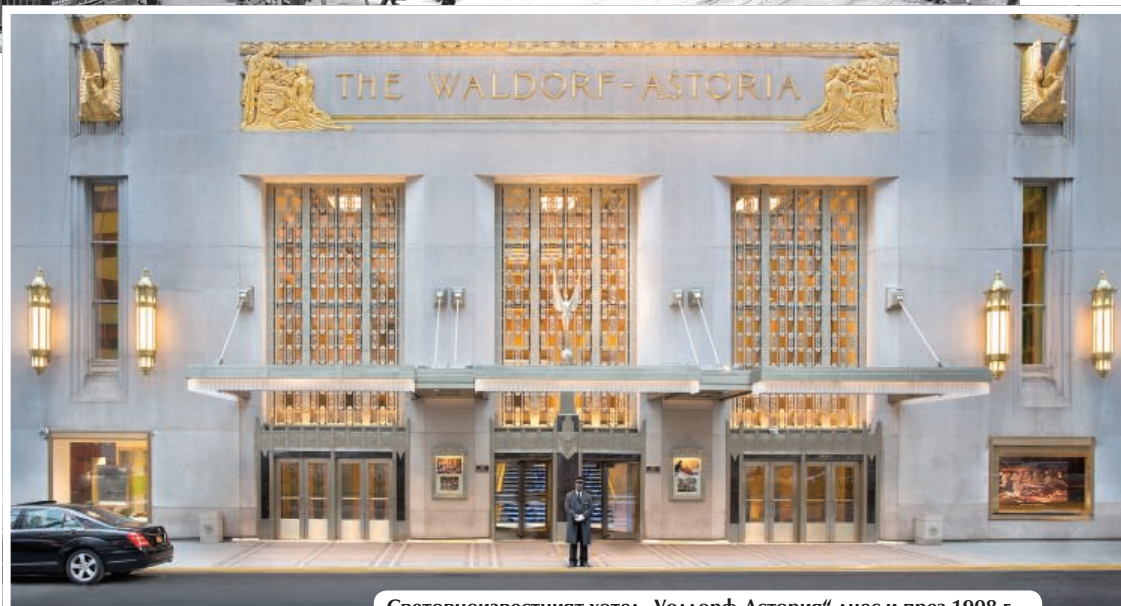
През 1897 г. Джек построява прочутия хотел „Астория“, най-модерния и луксозен за времето си, точно до хотел „Уолдорф“ на братовчед си Уили. Двамата имота по-късно стават прочутият „Уолдорф-Астория“



(Waldorf-Astoria), и са по случайност ползвани за щабквартира на бюрото за издирване на хора при потъването на „Титаник“.

Шумът около развода на Джек и последвалата сватба с 29 години помладата Маделин принуждава двойката задълго да избяга от Америка. Те удължават медения си месец в Египет и Европа, чакайки да се поутоложат клюките около тях в Ню Йорк. По това време сред малцината приятели на Джек е Маргарет Браун, позната като „непотъващата Моли Браун“. Тя пътува в Египет и Франция със семейство Астор и случайно е извикана обратно в САЩ точно по същото време, когато и те решават да се приберат. Скандалите около брака на Джек все още са в разгара си, но Маделин е бременна и иска бебето да се роди в Америка. Така че Браун и семейство Астор резервират места на луксозния нов лайнер „Титаник“. Пътуването се очаквало да отнеме 7 дни, тъй като корабът е рекламиран като най-бързия и модерен за времето си плавателен съд.

Маргарет и семейство Астор се качват на кораба в



Световноизвестният хотел „Уолдорф-Астория“ днес и през 1908 г.

Шербур, Франция. Като най-богатите пътници на борда, те са настанени в първа класа. С тях пътува цяла свита – камериерът на Джек Виктор Робинс, прислужницата на Маделин Розали Бидоа, медицинската сестра Каролин Ендърс и любимото куче на двойката – еърдейл на име Кити.

Всички знаем какво се случва после. В малките часове на 15 април 1912 г. „Титаник“ се удря в айсберг и започва да потъва. Малко след сблъсъка Астор уверява жена си, че повредата не е сериозна. Той остава невъзмутим, понеже в първа класа всички пътници са снабдени със спасителни жилетки. Твърди се, че той и Маделин са



Часовникът, принадлежал на милионера и намерен след потъването на „Титаник“

били в гимнастическия салон на кораба и Астор дори разрязал подплата-та на една резервна спасителна жилетка, за да покаже съдържанието на съпругата си и да я успокои. Версията твърди, че двойката дори успяла да отиде до основната

палуба или пък била евакуирана до там. Маделин, прислужницата и медицинската сестра са качени на спасителна лодка номер 4. Астор помолил да придружи бременната си жена, но на мъжете не било разрешено да напуснат кораба, докато не се спасят жените и децата.

В 1,55 ч. спасителна лодка 4 е спусната в Атлантическия океан. Джон Джейкъб Астор IV не успява да се спаси. За последно той е видян от жена си да пуши цигара на палубата. 30 минути по-късно могъщият „Титаник“ изчезва от морската повърхност. Маделин, прислужницата и медсестрата оцеляват. Джек Астор и камериерът му Виктор Робинс – не.

От 1517 души, загинали при потъването на кораба, са намерени телата на едва 333-ма. Това на Джек Астор е сред тях. Той е открит на 22 април и идентифициран по монограма с инициали на сакото му. В дрехата е открит и супер скъп джобен часовник. Синът му Винсът го припознава като часовника на баща си и го носи до края на живота си.

Четири месеца след потъването на „Титаник“ Маделин Астор ражда втория син на Джек Астор – Джон Джейкъб „Джейки“ Астор VI.

Астор оставя 69 милиона долара от своето 85-милионно богатство (или 1,7 млрд. долара в днешна равностойност) на първородния си син Винсът. Дъщеря му Ава получава 10 милиона долара в доверителен фонд (244 млн. долара днес). Маделин получава 5 млн. долара, или 122 млн. долара днешна сума, също в доверителен фонд, плюс годишен доход от 500 000 долара (или 12 млн. долара днешни пари). Тя получава още имението в Ню Йорк на 65-а улица и Пето авеню и имението в Нюпорт, мебелировката в двата имота, лимузина и пет от породистите коне на Джек. При условие, че не се омъжи повторно. Тя обаче се омъжва два пъти след това (и два пъти се развежда), преди да почине на 46-годишна възраст. Синът ѝ Джейки, наречен „бебето на Титаник“, е получил 3 млн. долара след смъртта на баща си, които да наследи при пълнолетие. Когато той става на 21 години, тръстът вече е 5 млн. долара, които се равняват на 91 млн. долара днес.

Първородният син Винсът увеличава наследените от баща си 69 млн. долара до над 200 млн. при смъртта си през 1959 г. Той оставя цялото си богатство, еквивалентно на 2 млрд. днешни долара, на фондация „Винсът

Астор“ и на третата си съпруга, прочутата Брук Астор.

Такава е накратко историята на най-богатия човек в света в началото

на 20-и век, която съдбоносно се преплита с историята на най-известния в света кораб. И двете са блякави и запомнящи се, но завършват трагично в океана. **И**



Маделин Астор



ГУРМЕ
112

Средиземноморски вкус





La Casa

— RESTAURANT —

ГУРМЕ

113

В сърцето на София

**Ризото с лобстер ще
ви направи верен
почитател
на ресторант
La Casa**

Разположен в сърцето на София, ресторант La Casa е уникален със своята средиземноморска кухня, уютен интериор, специална селекция от вина и отлично обслужване. Насладете се на майсторството на главния готвач Ангел Станков, опитвайки френска салата с плодове, ризото с лобстер, изтънчения вкус на френската супа „Буябес“ или истински телешки стек „Блек Ангъс“. Всичко е прясно и приготвено специално за Вас днес.

В прохладната и цветна градина на La Casa от април до октомври може да опитате специално подбрани ястия от градинско меню, гарнирани с нежните звуци на пианото.

Ресторант La Casa се гордее с богатата колекция вина с над 300 различни заглавия от всички краища на света. Специално подбрани и бутилирани за La Casa са червено вино от България, бяло от Австрия и розе от Прованс – Франция. Доверете се на отлично подбреният екип да избере най-подходящото вино към Вашето меню.

Проведете Вашата делова среща на обяд или вечеря. Отпразнувайте всеки специален повод със семейството и приятели или просто се насладете на спокойствието в някоя от залите или прохладата на градината.

ЗАПОВЯДАЙТЕ!

**Ще се радваме да Ви видим сред нашите гости!
София, бул. „Васил Левски“ 45, +359 87 952 2272,
WWW.LACASA.BG**



Нагоре, нагоре

Изкуството крие огромна сила и то е не само за забавление, но и за възпитание, казва Бисер Георгиев, солист от Софийската опера и балет



Операта е като заболяване и тя теб избира, а не ти нея. Хване ли те, не те пуска. Тя е съвкупност от няколко изкуства, което определя и нейната най-висока степен на сложност. Изисква пълна всеотдайност и се превръща в начин на живот, уверява Бисер Георгиев, солист от Софийската опера и балет.

Татяна Явашева

Голямо е удоволствието от добре направената партия, когато публиката спонтанно те аплодира. Сред силните превъплъщения на Бисер Георгиев по оценка на зрителите са Макбет, Набуко, Риголето. Всяка нова партия му е носила удовлетворението, че е успял да се пребори. От най-трудните за него роли е била тази на граф Ди Луна от „Трубадур“ на Джузепе Верди. Той поддържа голям репертоар с основните баритонове партии: Алберих, Жорж Жермон, Амонасро, Ескамилио и още много други. Една от коронните му изяви е тази на Скарпия в „Тоска“ от Пучини. С нея той дебютира през 2008 г. в Пражката национална опера, за което получава възторжени отзиви от критика и публика. Пее по всички български концертни и оперни сцени, осъществява гастролни турове в Швейцария, Австрия, Холандия, Испания, Германия, Португалия, САЩ, Япония.

Път

Към операта се насочил случайно, но, както се казва, нищо случайно не е случайно. Искал да учи естрадно пеене, но неговата учителка Веселина Зафорова го насочила към класическото изкуство. Гласът е инструмент, който е необходимо добре да се владее. Той трябва да се развива максимално като сила и диапазон, като вокална техника. Затова след като завършил Държавната музикална академия „Проф. Панчо Владигеров“ в класа на проф. Ирена Бръмбарова, продължил усъвършенстването си в майсторските класове на Гена Димитрова, Александрина Милчева, Калуди Калудов и Никола Гюзелев.

Мост

Оперният изпълнител трябва непрекъснато да развива и своето актьорско майсторство. Но как? Бисер Георгиев е изучавал метода на Станиславски, обучаван е от добри български артисти. И в момента е готов да работи с някой успешен актьор със солиден опит, с който да навлезе в тайнството на вдъхновената игра. „Добре е да има мост между оперните и драматичните артисти, да има взаимен обмен на енергия и на информация. Оперните изпълнители може да са полезни със своите вокални техники, а артистите да предават ценни умения за



Бисер Георгиев в ролята на Ецио в операта „Атила“ на Джузепе Верди


сценично присъствие“, казва Бисер Георгиев.

Развитие

Започнал като бас и после преминал към баритонове партии. Усъвършенства своите умения с помощта на именития баритон Стоян Попов, известен като баща на баритоните и определян от чуждестранната критика като гласова катедрала. Като баритон Бисер Георгиев вече има над 30 основни партии. През този сезон играе седем централни роли и на 17 май например може да го гледате на сцената на Софийската опера и балет в „Риголето“ под режисурата на маестро Пламен Карталов. С него Бисер Георгиев е постигнал едни от своите най-ярки сценични изяви.

Сила

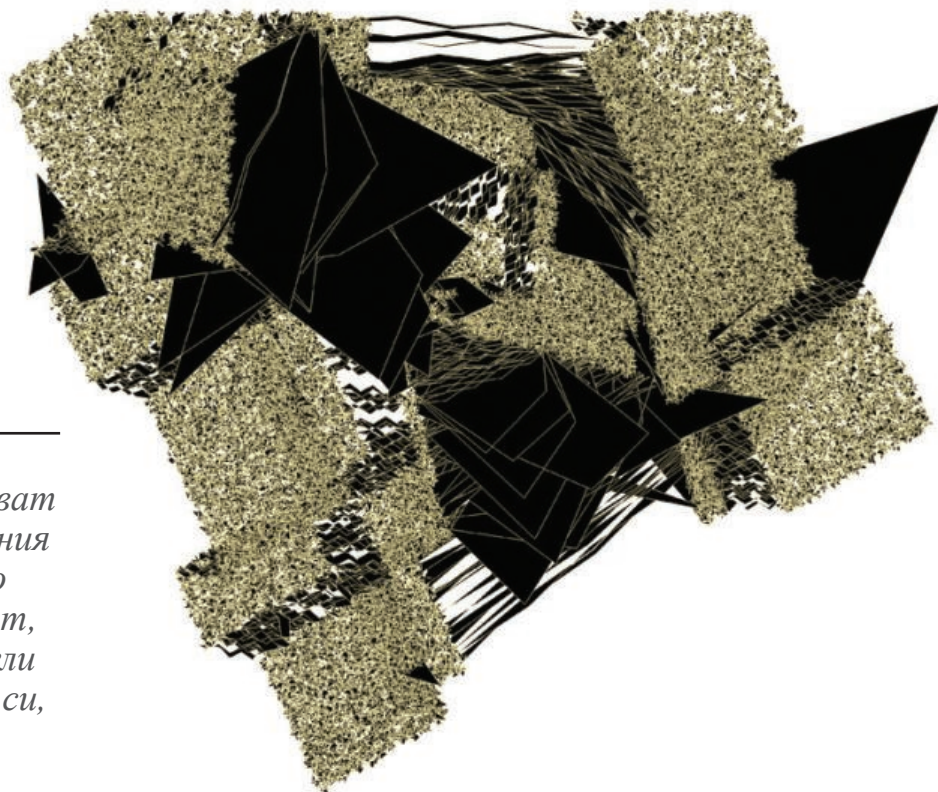
Голямото изкуство има огромна сила, вярва Бисер Георгиев. И както Николай Гяуров твърди, операта има смисъл само когато се прави на много високо ниво. Всички компромиси вредят на изкуството, а днес се правят все повече компромиси, защото по света операта се превърна в бизнес. Публиката обаче не прощава, тя винаги очаква най-доброто и иска да остане доволна. „Изкуството е лек за душата. Ако всичко беше наред, можеше и да няма нужда от изкуство. Когато един човек е здрав, защо са му лекарства. Но щом обществото боледува, то се нуждае от изкуство. И като че ли точно това дава шанс на изкуството да просъществува, защото то не е само за забавление, а за съпреживяване и за възпитание“, казва Бисер Георгиев.

Всеки зрител има своите проблеми и своите търсения и в залата на операта може да намери отговор на не един от своите въпроси. 

Камен Старчев е познат най-вече със
своите дигитални графики, които са
отвъд класическите графични технологии



Ценните книжа на Камен Старчев



*Колекционерите купуват
с ушите си произведения
на изкуството, които
се очаква да поскъпват,
а истинските ценители
избират със сърцето си,
смята художникът*

Произведенията на изкуството са ценни книжа, чиято цена расте във времето. Достатъчно е да притежавате творба на точния автор и един ден може да станете богат. В прекия и в преносния смисъл творбите на Камен Старчев са ценни (книжа), тъй като на своите дигитално създадени произведения той прави лимитирани копия, които са подписани. Когато ползва определен тип хартия, прилага и нейните сертификати с холограмни стикери и уникален номер.

Татяна Явашева



Камен Старчев привлича вниманието със своите компютърно генерирани графики, които са отвъд класическите графични технологии. През ноември миналата година той стана носител на голямата награда на Международното триенале на графичните изкуства 2014 с творби от цикъла си „Пречиствателни станции“. А наскоро в Гьоте институт показва композиции, събрани под името „Диверсификация на Луната“. За тази своя изложба художникът обяснява: „В малките часове на една февруарска нощ седнах да напиша текст за изложбата. Химикалката ми спря да пише и бях принуден да натискам силно върху листа, за да оставя следи върху него, които впоследствие да разчета. На другия ден се опитах да разгадая написаното, но се оказа, че това е невъзможно поради силната дневна светлина.“

Развитие


Дигиталната графика при него идва като съвсем естествен творчески процес, без да си е поставял подобна цел. В работата си на художник започва да използва цифровите технологии още с появата на своя първи компютър. Това, че има налична технология, е добре, но въпросът е кой какво прави с нея. „Интернет осигурява по-бързо придвижване на информацията, но създава всички възможности за нейното излишество. Живеем в постоянен шум от неща, които не искаме да чуваме и да виждаме и постепенно това се превръща в обичаен фон, - коментира Камен Старчев. - Преди векове хората са жи-

вели по-спокойно и по-тихо. Планетата е била не толкова светла. Но електричеството е причина за това, което е в момента. Всички сме безкрайно зависими от него.“

Технология

И ако попитате какви технологии ползва Камен Старчев в работата си на дигитален художник, в отговор ще усетите неговото чувство за хумор: „Електричество! Без него не бих могъл по цифров начин да създавам графики. И ако цената на тока расте, то ще се покачва и цената на моите произведения. Парното в момента поевтинява и затова се ограничавам да работя с топла вода.“ Технологиите навлизат в изкуството, но те влияят най-вече на изразните средства, смята Камен Старчев. А неговата футуристична проекция изглежда така: Изкуство ще има, докато има творчески личности, които притежават талант за това. Какво ще е изкуството занапред, ще зависи от следващите поколения и техните възприятия.

Пазар

Колекционерите купуват с ушите си произведения, чиято цена се очаква да расте, а истинските ценители избират със сърцето си. Основният въпрос е какво може да раздвижи пазара на изкуство в България. Според Камен Старчев колкото по-голямо е търсенето, толкова по-качествено ще става предлагането, тъй като художниците ще са мотивирани да работят и да бъдат креативни, а и ще имат средства да влагат качествени материали и да използват модерна техника и нови технологии. 

ФИДЖИ

ДОМЪТ НА ЩАСТИЕТО

Единственият недостатък на екзотичната почивка тук е, че после няма с какво друго да бъдете впечатлени

Преслава Георгиева

Островна Република Фиджи, наричана още „дом на щастието“, е разположена върху 18 270 кв. км в сърцето на Южния Пасифик - между Нова Зеландия и Хавай, и е благословена с над 300 тропически острова, около една трета от които са обитавани.

Известни със своите изумително красиви коралови рифове, непокътната природа, богатата флора и фауна, тюркоазени води, високи кокосови палми, златисти плажове, буйни тропически гори и гостоприемството на местните жители, островите на Фиджи са една от най-популярните туристически дестинации и една от най-развитите икономики в Тихия океан.

Островите, принадлежащи към Република Фиджи, са най-изолираните океански острови. За разликата от континенталните острови, които биват откъснати от сушата посредством вода, океанските острови възникват от морските дълбини, подобно на кораловите рифове и вулканите. Всъщност, точният брой острови на територията на Фиджи не е известен. Твърди се, че са между 320 и 400, като част от тях изчезват и се появяват под влиянието на прилива и отлива. Двата основни острова на Фиджи са Вити Леву, на който се намира столицата Сува, и Вануа Леву.

История

Смята се, че местното население се е преселило тук от Югоизточна Азия през Малайския полуостров 2000 г. пр. н. е., като тук малайзийци и полинезийци се смесват и създават силно развито общество. Европейците откриват Фиджи случайно, като първи през XVII в. пристига холандският изследовател Абел Тасман, а век по-късно и английски мореплаватели, сред които капитан Джеймс Кук и капитан Уилям Блай. Първите гости от Стария континент тук били корабкрушенци, а избягали австралийски затворници намирали убежище на островите. По-късно започнали да пристигат търговци на сандалово дърво и мисионери. С нарастването на влиянието на мисионерите се забранява канибализмът, който дотогава се практикува сред местното население, а след приемането на християнството през 1854 г., заглъхват и племенните войни.

Островите стават британска колония през 1874 г. и започва масово производство на захарна тръстика. Това създава нужда от допълнителна работна ръка и на Фиджи биват заселени над половин милион роби от Индия. След премахването на робството повечето от тях остават на островите и днес те представляват 43.6% от населението. Въпреки че Фиджи разчита основно на производството на захар и на туризма, нейната икономика е доста разнообразна. Тук се добиват злато, сребро и варовик, развива се активно секторът на услугите и леката промишленост.

Населението на Фиджи, което живее предимно на Вити Леву и Вануа Леву, е съставено от две основни групи - фиджийци и индофиджийци, които живеят почти изцяло разделени, а неформалната сегрегация е дълбоко

вкоренена на почти всички социални нива. От края на 80-те години политически напрежения, най-вече на етническа основа, са постоянен източник на нестабилност и международна изолация на Фиджи.

През 1987 г. с преврат коренното фиджийско население сваля избраната преобладаващо индийска коалиция. Друг преврат през 2000 г. прави първия индийски министър-председател на страната, неговия кабинет и няколко депутати заложници в продължение на няколко седмици. Тези събития причиняват големи щети на икономиката и международната репутация на Фиджи. Следва нов преврат през 2006 г. и три години по-късно британската Общност на нациите замразява членството на Фиджи заради липса на напредък в демократичното ѝ развитие. След свободните избори, които се провеждат в страната миналата година, Общността възстановява членството и Фиджи възобновява дипломатическите си отношения с редица държави, включително и България.

Климат


Климатът на островите Фиджи е горещ и влажен. Въпреки че температурите се запазват без значителна промяна през цялата година, тук има два сезона. През летните месеци от ноември до април температурите рядко падат под 30°C, а валежите са чести, понякога придружени с тропически урагани. Времето през зимата - от май до октомври - е със средна температура от 26°C, като валежите са много по-редки, отколкото през лятото.

Природа

Повечето острови, принадлежащи към Република Фиджи, са с вулканичен произход. Изключение правят няколко по-малки острова, образували се от останки от коралови рифове. Фиджи разполага с над 1129 км брегова ивица и разкошни пясъчни плажове, но въпреки това предлага много повече от плаж, слънце и море.

Островите се отличават с планински терен, като най-високият връх се намира в планината Томаниви на Вити Леву и достига 1324 м. Тропическите гори заемат почти 70% от площта на островите и се редуват с гладки затревени хълмове и гъсти мангрови гори по бреговете.

За любителите на силни усещания Фиджи предлага множество възможности за приключения в сърцето на джунглата. Живописни водопади, естествени езера, бързи реки и потоци създават чудесни условия за кану-каая и плуване.

Заради своята изолираност в Тихия океан, островната група има собствена, уникална флора и фауна. Езерата на островите са населени с множество сладководни риби, някои от които не се срещат никъде другаде на планетата. Същото се отнася и за около 25 от общо 150-те вида птици, които обитават Фиджи. Ако посетите островите между ноември и март, можете да се насладите на още един уникален природен спектакъл. През тези месеци зелените морски костенурки излизат на брега и заравят яйцата си в белия пясък на сушата. 



Островите

БЕКА: Живописната лагуна Бека е заобиколена от един от най-големите коралови рифове в света с дължина 145 км и е истински рай за гмуркачите. Тук те могат да разгледат отблизо разноцветни пасажии на редки видове риби. Но дори да не сте любител на дайвинга, остров Бека ще ви предложи идеални условия за пълноценна почивка сред кокосови палми, плаж, море и безупречна тишина.

ЯСАВА: Групата идилични острови Ясава се състои от 6 големи и множество малки вулканични острова с планински релеф и множество върхове, с височина между 250 и 600 м. До края на 80-те години островите са забранени за туризъм и макар че оттук минава круизна линия още от 1950 г., пасажерите имат възможност да разглеждат тези райски места само от борда на кораба. Днес на островите има повече от 30 курорта, които предлагат възможности за почивка и развлечения за всеки вкус и бюджет. Заради девствената природа и живописната панорама на Търтъл Айланд, който принадлежи към групата Ясава, през 1949 г. и 1980 г. тук се снимат двете версии на емблематичния филм „Синята лагуна“.

ТАВЕУНИ: Остров Тавеуни е третият по големина остров във Фиджи и предлага райска комбинация от тропически гори, рифове, плажове, планини, кокосови плантации и мангрови дървета. Националният парк „Боума“, обявен за Световно наследство, заема приблизително една трета от територията на острова. Заради голямото количество валежи и вулканичната, изключително плодородна почва, земеделието на острова е силно развито. Известен още като „Островът на градините“, на Тавеуни се произвеждат голяма част от основните земеделски култури на Фиджи - кокосови орехи, таро, тапиока, кава, ананаси, банани, зеленчуци и разнообразие от други тропически плодове. Островът е с дължина 42 км, има население от 15 000 души, обитавани около десетина села, и разполага с фериботно пристанище и летище.

МАТАНГИ: Остров Матанги е един от най-красивите на архипелага, а прилежащият му залив с форма на подкова, образувал се в кратер на изчезнал в морето вулкан, се е пре-

върнал в най-популярния фотопейзаж от Фиджи. Матанги е частен остров, собственост на шотландската фамилия Дъглас от 1878 г. В продължение на един век островът е кокосова плантация, а през 1986 г. семейство Дъглас създават тук един от най-добрите курорти във Фиджи.

КАДАВУ: Кадаву е четвъртият по големина и един от най-девствените острови на архипелага. Той предлага божествена природа, живописни водопади и редки видове птици, сред които папагалите Кадаву. Тук се намира и една от най-привлекателните дестинации за гмуркачите – 5-километровият риф Астролабия. [И](#)

Луксозен курорт на Фиджи





Хиндуисткият храм Шри Шива Субрамания

От 2013 г. Фиджи има свой град, включен в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО. Историческият град пристанище Левука на остров Овалау, в който живеят по-малко от 4500 души, се създава през XVIII век и става първото постоянно европейско селище и столица на Фиджи. Когато в края на XIX век градът става малък за новото строителство, столицата е преместена в Сува. Разцветът на Левука е през колониалната епоха и затова европейският дух и архитектура присъстват във всяко кътче на града. В центъра ще откриете монумента „Камъкът на свободата“, поставен на мястото, където е подписан договорът за независимост между Фиджи и Обединеното кралство. Тук можете да видите и първите църкви и храмове на Фиджи.

Друга забележителност, еднакво популярна сред туристите и местното население, са свещените пещери в долината Сигатога на остров Вити Леву. Долината е служила дълго време за убежище на последните местни племена на островите, които се криели тук от европейските завоеватели. Обредните каменни плочи и килиите на свещениците все още свидетелстват за окултното минало на островите.

На остров Вити Леву ще откриете още една интересна атракция - Шри Шива Субрамания - най-големия хиндуистки храм в Южното полукълбо. В този колоритен храм, често посещаван от местните хиндуисти, можете да влезете само ако сте облечени по подходящ начин и оставите обувките си на входа, както изисква традицията. [И](#)



Релакс и забавления

Фиджи е идеалната дестинация за луксозна и пълноценна почивка. Ако искате да опитате от автентичния дух на островите, по-добре не отсядайте в някой от големите луксозни хотели. Вместо това наемете традиционно „буре“ (фиджийско бунгало с тръстиков покрив) на самия плаж.

През август можете да участвате и в един от най-емблематичните фестивали – Хибискус. Създаден през 1956 г., той се провежда в рамките на 9 дни и събира на остров Вити Леву множество посетители. Ежегодният конкурс за красота и коронаването на Кралица Хибискус са най-големите атракции на фестивала, но той включва също панаир, увеселителен парк и много други съпътстващи забавления.

Големите градове предлагат множество възможности за шопинг – от сувенири, бижута и висулки от перли до разнообразие от стоки, освободени от данъци, като фотоапарати и часовници.

Фиджийската кухня е комбинация от местната и индийската традиция и предлага разнообразни кулинарни изкушения. В менюто на всеки ресторант ще откриете прясна риба и морски дарове, омари на скара, екзотични плодове и коктейли. Сред най-популярните фиджийски ястия са Кокода - риба, маринована в кокос и лимон и Лово - месо, риба, зеленчуци и плодове, приготвени на пещ. Ако искате да се насладите на нощния живот на островите, няма да останете разочаровани – нощни клубове има във всеки голям град. [И](#)



Търгъл айленд

Спортни развлечения

Фиджи предлага идеални условия за всички видове водни спортове. Водолазите и гмуркачите могат да се възползват от услугите на повече от 40 дайвинг центрове, разположени близо до Тавени и Вануа Леву. Сърфистите и бодибордистите могат да се възползват от вълните около плажа Натадола на остров Вити Леву, а любителите на яхтинг и джет-ски имат възможност да разгледат всеки един от островите по море.



Лагуна Бека

Всички други видове водни спортове като шнорхелинг, подводен риболов и уиндсърф, също са сред опциите за активна почивка на Фиджи. Екскурзии с каяк или надуваема лодка, както и рафтинг в буйните реки в джунглата са задължителни за всеки любител на силни усещания. Спортният риболов е възможен както в океана, така и в езерата на островите.

Туристите могат да вземат участие и в тренинг обиколка на островите, да отидат на сафари в планината или да изкачат връх Батиламу на Вити Леву, където ще открият фантастична панорамна гледка към островите.

Независимо дали търсите идеални условия за водни спортове, пълен релакс, семейни развлечения, сафари приключения или романтично пътуване, Фиджи е перфектният избор. Казват, че единственият недостатък

на това да изненадате любимата си с екзотична почивка на частен остров във Фиджи е, че оттам нататък не бихте могли да я впечатлите с нищо друго. За сметка на това обаче, вероятността да я спечелите завинаги е 100%, защото 600 предложения за брак, направени само миналата година на Фиджи, са получили отговор „да“ точно 600 пъти. [И](#)



Град Левука



Фиджи предлага разнообразие от морски деликатеси

КММЕТА .BG

ПРЕДСТАВЯ



КММЕТ ²⁰¹⁵
НА ^{НА} 15
ГОДИНАТА

ЗА МАНДАТ 2011 - 2015

Моден сезон пролет / лято 2015



Новият Hyundai i20
€100 /
с ДДС / месец

Модната линия на Hyundai от сезон пролет/лято 2015 продължава с вдъхновение в новия i20. Именно то му даде чудесен външен вид и драматично потъваща линия на покрива. Също така най-доброто в класа вътрешно пространство и богато оборудване. Вдъхновението не е просто красиво, а жизненоважно. Отворете очите си за него. Научете повече на www.hyundai.com


HYUNDAI | NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.



Офертата е валидна за бизнес клиенти до 30.06.2015 г. 100 евро (196 лв.) с ДДС при лизинг за 72 месеца с 20% първоначална вноска и 20% остатъчна стойност. Изображенията са илюстративни. Среден разход на гориво 4,0-6,7 л/100 км, CO₂ 103-155 г/км.

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