

www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 55

ноември 2015 г. / цена 5 лв.

КАДРИТЕ
СВЪРШИХА

ШАМПИОНИ
ПО ИЗЧЕЗВАНЕ

ЗДРАВЕ&ПРИРОДА

АВТОБИЗНЕС

Пламен
Бобоков:

**БЪЛГАРИЯ ЧИТА
НЕИЗПОЛЗВАНИ РЕСУРСИ**



TOPSHAPE

КРАСОТА И ЗДРАВЕ В БУТИЛКА



Витаминова вода Essential с вкус на портокал

Букетът от витамини "Essential" помага на голяма част от системите в човешкото тяло да функционират нормално, в това число кардиоваскуларната, храносмилателната, имунната, мускулната и нервната система. Напитката стимулира обмяната на веществата, забавя стареенето, а комплексът от полезни съставки стои в основата на блестящата коса, сияйната кожа и здравите нокти. Витамините, които съдържа "Essential" с вкус на портокал, са В3, биотин В7, витамин С и витамин В12.

Витаминова вода Defense с вкус на лимон и бъз

Комбинацията от витамини „Defense“ открива, разрушава и бори вирусите и слабостите в организма, засилва имунитета и намалява нивото на стресовите хормони. Има положителен ефект върху нервната система, както и върху правилното храносмилане и усвояване на храната. Витамините, които съдържа "Defense", са фолиева киселина, витамин С, витамин Е, витамин В12 и цинк.



Витаминова вода Everyday с вкус на зелена ябълка

"Everyday" предоставя съчетание от витамини, които помагат на организма да натрупа повече сила и тонус. Витамините, които съдържа водата, са фолиева киселина, витамин В3, биотин В7, витамин С, витамин Е, витамин В12, цинк, магнезий и витамин В5.



Витаминова вода Reload с вкус на лимон и лайм

Комбинацията от витамини в "Reload" осигурява един лесен, освежаващ и полезен начин за „презареждане на батериите“. Витаминавата вода съдържа фолиева киселина, витамин В3, витамин Е, витамин В12, цинк, магнезий и витамин В5.



2015

Mr. & Mrs. ИКОНОМИКА

Форумът на успешните
бизнес лидери



30 ноември 2015
Хотел Маринела - гр. София

Партньори:



AGRESSIA CHIVAS



Медийни партньори



СПИСАНИЕ
ИКОНОМИКА КМЕТА .BG
ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ





8



КАДРИТЕ СВЪРШИХА

Преди да търсим реален заместител на местната работна ръка, трябва да си отговорим на въпроса защо българите вече не искат да работят в България

38



ШАМПИОНИ ПО ИЗЧЕЗВАНЕ

Демографските проблеми нямат бързо и лесно решение, защото са следствие от блокажа на много други системи

46



СИЗИФОВИЯТ КАМЪК НА ТУРИЗМА

Време е голямото количество играчи да покажат и високо качество на продукта, който предлагат



Тъжна демография

България е номер едно сред изчезващите страни. Демографският срив е един от може би най-фундаменталните проблеми, пред които сме изправени. Заради мрачните данни се правят прогнози, че и в следващите десетилетия страната ни ще трябва по-скоро да мисли за оцеляването и бедността, отколкото за сериозен икономически подем. Разбира се, ако не намери начин да обърне негативната тенденция. Но и в този оптимистичен случай промените ще стават бавно, защото са свързани с човешкия жизнен цикъл. Населението е застаряващо и в момента на 100 работещи се падат 78 пенсионери, като втората цифра ще расте за сметка на първата. Сред факторите е и глобализацията, която отвори границите и мнозина избраха да потърсят по-добър живот навън. Тези проблеми са причина и за друга негативна тенденция – липсата на квалифицирана работна ръка. За преустройство на образованието се говори от доста години, но доста малко е направено, а и в тази сфера ефектът идва след години. Друг аспект на демографската и кадровата криза са доходите. А също и добрият жизнен стандарт, качествените здравни и социални услуги, сигурността. И предприемачите, и специалистите в социалната сфера, които дебатират на страниците на „Икономика“ по наболелите въпроси, са категорични, че решението им изисква сериозни дългосрочни мерки, които вече са неотложни.

На фона на тези тежки проблеми не липсват и положителни примери. Те винаги ще имат място на нашите страници, защото поощряваме усилията на българските предприемачи за успешно развитие.

Приятно четене!

НЕВЕНА МИРЧЕВА, главен редактор

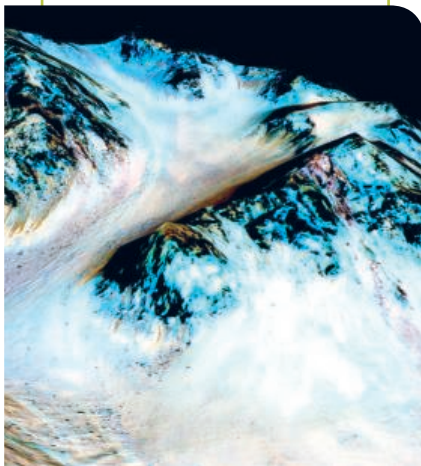
102



ЕУФОРИЯТА FERRARI НА БОРСАТА

Луксозният бранд за спортни автомобили отчете успешно първично публично предлагане, но въпреки това ще остане с бутиков профил

114



ВОДА НА ЧЕРВЕНАТА ПЛАНЕТА

Откриването ѝ хвърля нова светлина върху идеите за създаване на човешка колония на Марс и увеличава шансовете да намерим живот най-близо до Земята

128



В ПОДВОДНОТО ЦАРСТВО

Фотографията на Стефан Кючуков ни въвежда в свят, в който не всеки може да надникне

Д-Р ЦЕНО ГАЛЧЕВ С ПРИЗ „ДЖОН АТАНАСОВ“

Специалистът по микроелектромеханични системи д-р Цено Галчев е тринадесетият лауреат на президентската награда „Джон Атанасов“, присъждана за постижения в областта на компютърните науки. Д-р Цено Галчев е доктор по електротехника и електроника от Мичиганския университет в САЩ. Д-р Галчев създава микросистеми, които преобразуват кинетичната енергия около тях в електричество, което може да захранва електронни системи и схеми. Разработената технология е патентована и поставя световен рекорд за ефективност при преобразуването на нискочестотни вибрации.

Носителите на грамоти „Джон Атанасов - ученици и техните преподаватели“ за 2015 г. са Марин Шаламанов и неговият учител Петър Петров, както и ученикът Виктор Кирилов и преподавателят Красимир Асенов, които т.г. спечелиха челни места в някои от най-трудните международни ученически олимпиади в направленията информатика и информационни технологии.

Носител на грамотата „Джон Атанасов - първи стъпки в компютърните науки“ за 2015 г. е Христо Стоянов, студент първа година в Станфордския университет в САЩ. Той представя България в международното състезание Intel ISEF 2015 в категорията „Софтуерни системи“, а през 2014 г. влиза в топ 5 на писмени разработки на конкурса RSI.

Носители на грамота на президента за проект с висок обществен принос са Георги Държанлиев и



Станимир Ненов за създадената от тях платформа Pravatami.bg. Проектът е със заложен социална функция, като основната му цел е да формира и насърчи правната култура на читателите.

„Имаме млади учени на световно ниво и това ново поколение български учени е от изключително значение за бъдещето на България. Те притежават качествата да определят дневния ред в областта на компютърните технологии“, каза държавният глава Росен Плевнелиев при връчването на призовете. □



© www.president.bg

НАБИРАТ КАНДИДАТУРИ ЗА „НАГРАДИТЕ НА БАИТ“ 2015

Започна регистрацията за участие в конкурса „Наградите на БАИТ“, за 2015 г. за принос в развитието на информационните и комуникационните технологии. Тя ще бъде отворена до 24.00 ч. на 12 януари 2016 г. включително на <http://bait-awards.bg/pages/Registration/>.

Това пето издание ще определи носителите на 12-те награди в следните категории: Образователна награда, Журналистическа награда /печат-



ни медии, радио и телевизия, интернет издания, блогъри/, Студентска награда, Публична администрация /държавна и общинска/, Бизнес иновативност, Корпоративна и социална отговорност, STARTUP компания, E-business, Мобилни решения, Развлекателен софтуер и Специална награда за значим принос.

Наградите ще бъдат връчени на официална церемония в началото на февруари 2016 г. □



КОНКУРС НА БНБ ЗА СТИПЕНДИАНТИ ЗА 2016 Г.

БНБ обяви старта на конкурса си за стипендианти за 2016 г. За период от 9 месеца БНБ отпуска следните стипендии: две стипендии в размер на 500 лв. месечно за студенти редовно обучение, обучаващи се за придобиване на образователно-квалификационна степен „магистър“; една стипендия в размер на 700 лв. месечно за лица, обучаващи се за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ (докторант).

Документите на кандидатите се подават в срок от 1 до 30 ноември 2015 г. На интернет страницата на БНБ е публикувана подробна информация за изискванията към кандидатите, необходимите документи за кандидатстване и възможните начини за тяхното подаване. Ежегодните стипендии са учредени от Управителния съвет на Централната банка през 2004 г. по случай 125-годишния юбилей на Българската народна банка. От 2004 г. до момента отпуснатите стипендии са 26. □

17 СОЦИАЛНИ ПРЕДПРИЕМАЧИ НА ФИНАЛА НА RINKER'S CHALLENGE 2.0

17 предприемачи, които имат идея за социално или традиционно предприятие, са избрани във финалната фаза на конкурса за участие в програмата Rinker's Challenge 2.0. Те ще се борят за безвъзмездно стартъп финансиране на стойност до 20 000 лева.

За конкурса Rinker's Challenge 2.0 бяха подадени 96 кандидатури.

Сред одобрените 17 има проекти за изграждане на парк и луксозен дом за стари хора, за социално предприятие за незрящи, за ферма за детско и младежко образование, за осигуряване на покрив на бездомни хора, за пътуване до малко популярна дестинация с висок образователен потенциал, за занаятчийско училище за хлебарство и сладкарство и др.

Сред одобрените 17 има проекти за изграждане на парк и луксозен дом за стари хора, за социално предприятие за незрящи, за ферма за детско и младежко образование, за осигуряване на покрив на бездомни хора, за пътуване до малко популярна дестинация с висок образователен потенциал, за занаятчийско училище за хлебарство и сладкарство и др.

Център „Ринкър“ за предприемачество и обучения към Фондация „Помощ за благотворителността в България“ е основан през 2014 г. с финансовата подкрепа на Фондация КАФ Америка. Мисията на Център „Ринкър“ е да подкрепя и развива духа на предприемачеството в България. □





КАДРИТЕ СВЪРШИХА

ПРЕДИ ДА ТЪРСИМ РЕАЛЕН ЗАМЕСТИТЕЛ НА
МЕСТНАТА РАБОТНА РЪКА, ТРЯБВА ДА СИ
ОТГОВОРИМ НА ВЪПРОСА ЗАЩО БЪЛГАРИТЕ
ВЕЧЕ НЕ ИСКАТ ДА РАБОТЯТ В БЪЛГАРИЯ



Докато вчера си говорехме как има недостиг на квалифицирани специалисти, днес вече проблемът ескалира и просто няма кадри. Онзи ден търсехме таланти, утре ще се радваме някой да има желание да работи. Докато се водеха полемки как да се изгради по-тясна връзка между бизнеса и образованието и как да се въведе дуално обучение, дойде моментът, в който дори и да направим всичко това, проблемът няма да се реши. Младите криво-ляво избутват училище и бягат навън.

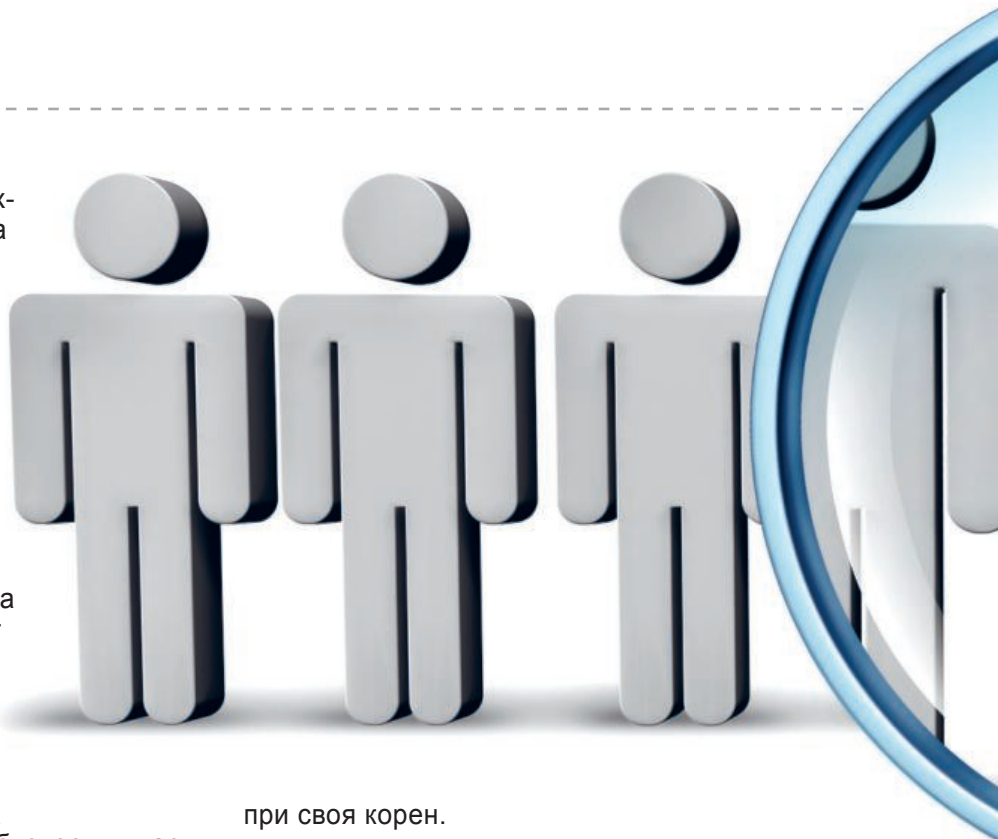
Късогледство

Медиите отдавна алармират за всичко, което вече стана факт – бизнесът удари тавана на своите възможности за развитие в България поради липса на квалифицирана работна ръка. И никой не бива да се изненадва, че мрачните прогнози се реализираха. Сегашният резултат е закономерно следствие от имитацията на реформи, съчетана с късогледа политика от мандат до мандат.

Ситуацията е продукт на демографския срив, който става все по-катастрофален, а като прибавим и населението, което напуска България при отворените граници в глобалния свят, картината става още по-безлюдна. Липсват кадри за кой ли не бизнес. Работна ръка няма, а онези, които трайно са без работа, или не искат да работят, или са напълно негодни.

Мобилност

Разстоянията вече не са преграда и все повече българи намират алтернатива за реализация на чужд пазар на труда. Това са хора както с много висока квалификация, така и с твърде нисък образователен ценз. За мнозина първи стимул да заминат беше невъзможността в България да намерят работа, която да им гарантира приличен живот. А други пред мъчителното оцеляване с крайно ниски доходи предпочитат риска да опитат своя късмет в чужбина. По тази причина все по-голямо значение придобиват емигрантските пари, които същите тези хора пращат, и тук с тях преживява част от населението, което остава



при своя корен.

Накъде духа вятърът

И ако още има илюзии, че с леко покачване на доходите проблемът ще се реши, забравете! Хората вече се интересуват не само от своята заплата, а и от средата. Те искат да имат добра инфраструктура, здравеопазване на ниво, качествено образование за своите деца, ред и сигурност. И щом тук не ги намират, ги получават другаде. Българските работодатели се конкурират със западния бизнес за привличането на добрите кадри. Ето защо дори да опитаме да настроим образованието към днешните нужди на бизнеса, то утре съвсем няма гаранции, че тези млади хора ще се вляят в българския пазар на труда. И сега елитните гимназии са фабрика за „изтичане на мозъци“. Така, докато си правим експерименти с ползите от „пръстов отпечатък в здравеопазването“ и „данък върху вредните храни“, може да се окаже, че безнадеждно сме закъснели за най-належащите реформи, които не са търпели отлагане.

Бизнес компас

Но както работната ръка, която неведнъж стана излишна в сложните икономически турбуленции, си намира реализация някъде другаде, така и бизнесът не може да чака държавната администрация някой ден да вземе мерки за овладяване на демографския срив и да реши въпроса за кадрите чрез „зелени“, „сини“ или някакъв друг вид карти, които да позволяват на специалисти от трети страни да имат право на работа у нас. Предприе-



мачите все още търсят вътрешни кадрови ресурси и процесът за тях става все по-мъчителен. Някои мислят и за роботизация вместо живия човешки труд. Но българският бизнес също е част от глобалния свят и той се стреми към нормална среда за работа, високи маржове и по-големи печалби. Ако тук не ги намира, отива там, където са налични. Чуждестранните инвеститори от години ни показват жълт картон, но в България продължаваме да се правим, че не забелязваме да има такъв сигнал. Намираме извинения с кризата, която не била свършила. Но тя тепърва ще се задълбочава заради отказа да се заемем с истинските проблеми.

За кого бие камбаната

Политиците продължават по инерция да говорят за евтината работна ръка и за плоския данък като конкурентно предимство, без дори в детайли да анализират защо даже и бежанците заобикалят България.

Сигурно бихме могли да привличаме работна ръка от чужбина. Сигурно и бежанци биха могли трайно да се установят тук. А може и хора от Западна Европа да дойдат да опитат вкуса на живота в България. Но преди да търсим реален заместител на българската работна ръка, първо трябва да си отговорим на въпроса защо българите вече не искат да работят в България. **□**

ХОРАТА ВЕЧЕ СЕ ИНТЕРЕСУВАТ НЕ САМО ОТ СВОЯТА ЗАПЛАТА, А И ОТ СРЕДАТА. ТЕ ИСКАТ ДА ИМАТ ДОБРА ИНФРАСТРУКТУРА, ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ НА НИВО, КАЧЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ ЗА СВОИТЕ ДЕЦА, РЕД И СИГУРНОСТ

МОБИЛНОСТТА И ДВИЖЕНИЕТО НА ЕВРОПЕЙСКИ ГРАЖДАНИ В РАМКИТЕ НА ЕС С ЦЕЛ РАБОТА Е ФАКТ, НО НЕ БИВА ДА СЕ ПЛАШИМ ОТ ТОВА



Гъльб Донеv е зам.-министър на труда и социалната политика. Има дългогодишна практика в сферата на труда и социалната политика - работил е в Националния институт за помирение и арбитраж, Фонд „Условия на труд“, член и председател на Надзорния съвет на НОИ, главен секретар и директор на дирекция в МТСП. В периода 2009-2014 г. е зам.-председател на ДА „Държавен резерв и военновременни запаси“.

Гъльб Донеv:

Мит е, че в България НЯМА РАБОТА

- *Господин Донеv, какви са най-сериозните проблеми на пазара на труда у нас?*

- Сред основните предизвикателства са младежката безработица и активизирането на т.нар. неактивни млади, които са на възраст между 18 и 29 години, трайно безработните и безработните в предпензионна възраст, за които в момента разработваме специални мерки, чрез които да стимулираме бизнеса да наема такива хора.

- *Каква към момента е безработицата у нас и какъв е процентът на трайно безработните?*

- За шести пореден месец регистрираната безработица в страната продължава да намалява. По данни на Агенцията по заетостта в момента безработицата е 9,2%. За сравнение, средната безработица в ЕС за месец август е 9,5%. Най-важното е, че продължава тенденцията за подобряване на пазара на труда, която се изразява в по-големия брой заявени работни места в бюрата по труда и постъпилите на работа безработни в реалната икономика. Имаме над 40 000 новоразкрити работни места през 2015 г., което е добрата новина. Продължаваме с усилията чрез разкриване на нови работни места и чрез механизми за насърчаване на икономиката в по-слабо развитите региони да стимулираме пазара на труда.

- *Бизнесът констатира, че безработицата е висока, а все по-трудно се намират подходящите кадри? Защо се получава това разминаване?*

- Това разминаване е характерно не само за българската икономика, а и за редица развити европейски икономики. Една от причините е липсата на съответствие между образованието, квалификацията и опита на търсещите работа и търсенето на работодателите. Разминаването се дължи на факта, че икономическото развитие и развитието на технологиите е много по-динамично от развитието на системите на образование и обучение. Точно тук идват мерките, които разработваме в министерството, които са насочени към предоставяне на възможност за квалификация и преквалификация на търсещите работа. Много важна стъпка в посока сближаване между търсенето и предлагането е стартиралата в пилотни проекти т. нар. „дуална система на обучение“, при която в специализирани училища се дава възможност на ученици от гимназиален клас да работят, докато учат.

- *Кои са най-търсените кадри чрез бюрата по труда?*

- През първите девет месеца на 2015 г. от реалната икономика в бюрата по труда са обявени около 147 000 свободни работни места, с почти 11 000 (8%) повече от същия период на 2014 г. Данните по професии показват запазване на наблюдаваното през предходните години приоритетно търсене на работници в текстилната промишленост в това число шивачи, машинни оператори в шивашкото и текстилното производство и други (близо 10 870 места). Традиционен е високият интерес към преподаватели в начални, основни, средни и професионални училища, във ВУЗ и други преподаватели (над 10 430 места). Значителен е броят на заявените места за работници в селското, горското и рибното стопанство, за градинари и растениевъди, за животновъди (почти 8530 места). Задържа се голямо търсене на продавачи в магазини, на сергии, помощници в търговията и продажбите – (6440 места). Голямо предлагане на работни места има за персонал в хотели и ресторанти – сервитьори и бармани (близо 6980 места), готвачи (4840 места), помощници при приготвянето на храни (над 2700 места), работници по



производство на храни и сродни на тях (близо 2200 места). Мит е, че в България няма работа. Има работа, но няма обучени кадри за много от дейностите. Данните, които всяка година Министерството на труда изнася под формата на прогнози за търсенето на пазара на труда, не са безполезна статистика. Те показват какво ще се търси утре. Много е важно всеки млад човек да прави информиран избор, преди да избере на коя професия да посвети живота си.

- По темата за бежанците много се шуми. Но търсят и намират ли те работа чрез структурите на Агенцията по заетостта?

- В бюрата по труда се предлага работа и обучение по езици на бежанци. Но бежанци, които имат придобит статут на такива. Въпросът е, че към момента интересът им към оставане в България е много малък и съответно – много малко са тези, които са се възползвали от възможностите, които държавата предлага за своеобразно интегриране и пълноценен живот. На бежанците, които очакваме да дойдат в резултат на новите европейски решения, ще им бъде предоставена възможността за научаване на език и за започване на работа.

- Смятате ли, че бежанците са работна сила, която може да има съществен принос към българския пазар на труда?

- Такова е схващането на големите западноевропейски държави. Ние също е добре да гледаме на тях и по този начин. Много от тези хора имат професии и са били специалисти в родните си места. Имаме механизъм за валидиране на образователни документи, така че не е проблем след определени изпити или други необходими процедури, в това число стажуване, всички, които са били лекари или инженери, да бъдат такива и в България. У нас има нужда от кадри за изпълнение на дейности, за които не се изисква висше образование. Именно за голяма част от тях бихме могли да подготвяме бежанци, които да започнат да работят час по-скоро. Целият този процес би бил още по-ефективен, ако в него участват

и социалните партньори.

- Агенцията по заетостта предлага възможности за намиране на работа в чужбина. Как влияе това на българската икономика?

- Мобилността и движението на европейски граждани в рамките на ЕС с цел работа е факт. Не бива да се плашим от това или да заклеймяваме тези процеси. Всеки трябва да има възможност да работи там, където иска. Неслучайно е изградена системата EURES за намиране на кандидати за работа във всички страни от Евросъюза. Това е най-посещаваният сайт в ЕС за миналата година. Агенцията по заетостта е част от тази система. Офертите за работа в чужбина са възможна алтернатива за безработните лица. Предлага се сезонна заетост в селското стопанство в периода март - юни за хора без образование и квалификация, както и без познания по чужди езици. Търсят се специалисти за сезонна или продължителна заетост със средно специално или по-високо образование. На безработните без образование и квалификация, които в страната трудно намират работа през зимата и ранната пролет, се осигурява възможност за получаване на добри доходи. За втората група опитът, натрупан в чужбина, е от полза както за конкретните лица, така и за българския бизнес, който впоследствие ги наема.

- Как да се реши проблемът с недостига на кадри?

- Съществен принос за подобряване на съответствието между търсени и предлагани знания и умения имат дейностите по прогнозиране на пазара на труда. МТСП от миналата година разработва краткосрочни, средносрочни и дългосрочни прогнози за търсенето и предлагането на труд. Резултатите от тях се използват както за организиране и предоставяне на обучение на възрастни, така и при определянето на потребностите от специалисти с висше образование и планирането на приема във висшите училища от Министерството на образованието и науката. □

Надя Василева:

МАРКЕТИНГЪТ за предимствата на страната Е СЛАБ

ЩОМ ИМА НЕДОСТИГ НА СПЕЦИАЛИСТИ, НЕКА ДА ГИ ВЗЕМЕМ ОТ ЧУЖБИНА



Надя Василева е управляващ директор на международната компания за подбор на кадри „Менпауър“ за България, Сърбия и Хърватия. Завършила е „Икономика на труда“ и „Международни икономически отношения“ в УНСС. Има MBA диплома от City University.

- Госпожо Василева, какви са основните проблеми с кадрите в България?

- Траен проблем в България е разминаването между търсене и предлагане. Това не е само български синдром, но у нас все по-силно се усеща негативният ефект на демографската криза. Имаме застаряващо население и малка част млади хора. Топим се с почти 5 човека на час. Същевременно много малко хора идват в България с идеята трайно да се установят тук. Маркетингът ни куца и не успяваме да представим пред света, че имаме ниски данъци, че имаме много други предимства и че би било добре хора от Европа например да дойдат да работят у нас.

- Какво ще спечелят от това?

- Тук 1000 евро имат много по-голяма покупателна сила от 1000 евро там.

- Но тук те няма да получават същата заплата, каквато вземат в страната си?

- В аутсорсинг индустрията може да дойдат хора, които благодарение на това, че са носители на своя западен език, тук ще си осигурят по-добро качество на живот. При по-ниските данъци, след облагане, в джоба на работещия остават повече пари, а и цените тук са по-ниски, отколкото в Западна Европа. Но чужденците дори не подозират за тази възможност. Като цяло може да заключим, че на пазара на труда съществува дисбаланс. Има хора с качества и умения, които не се търсят от работодателите, и те са безработни. Има и специалисти, които са в недостиг на пазара. Образователната система не успява да ги произвежда в нужното количество и с необходимото качество. Но не е виновна само образователната система, ние не можем и физически да ги „произведем“.

- Бизнесът е в динамика, как да има предварителна яснота какви специалисти ще му трябват?

- Задъхваме се точно в прехода между училището и работата. Той става все по-труден, защото младата генерация има своите особености. Чудя се какво ще прави новото поколение, ако изведнъж спре токът в целия свят. Те стават безпомощни, когато батерията на телефона им свърши. Не са устойчиви на турбуленции. В момента промяната е постоянна. Наблюдава се революция на работното място, която идва чрез технологиите. Има нов начин на възприятие, има трансформация в начина, по който се върши всяка работа. Затова различните поколения може взаимно да се допълват на работното място и да се намират най-добрите решения. Проблемът има няколко пласта. Първият е образованието. Крайно време е да се изгради мостът между бизнеса и образованието и по него да минат всички, които търсят работа, независимо от възрастта им. Второ, работодателите като страна в този процес също са назад в разбиранията и очакванията си към хората, от които се нуждаят. Те все още вярват, че за техните отворени позиции има опашка от хора, че ако не днес, то утре ще открият най-точния кандидат. Това невинаги се случва, да не кажа, че вече въобще не се случва. Затова трябва работодателите да откриват кандидатите с подходящи „меки“ умения, които имат готовност и дисциплина да работят. „Твърдите“ умения ще трябва да се надградят.

- Вече има наши работодатели, които откриват производства в чужбина, и така решават проблема с липсата на кадри у нас. Те може постепенно да изнесат цялата си дейност...

- Може и това да се случи. Затова в момента може да се сложи акцент върху липсата на маркетинг на България като добра дестинация за работа и за живеене. Ако не направим това навреме, после може да е твърде късно. България може да се опразни. Работодателите трябва да осъзнаят, че много неща вече са се променили и те трябва да бъдат по-различни в подбора на хората. Да не търсят перфектния кандидат, а да вземат човека с блясък в очите, който е готов да се учи и да върши работата.

- Проблемът с работната ръка изглежда осъзнат, но според вас защо няма адекватни мерки за неговото решаване?

- Всички искаме да видим решението. Когато през 2008 г. започна кризата, казах, че тя не е най-

страшното. По-страшна е демографската криза, която вече гръмна, без изобщо да я чуем. Проблемът е комплексен, той не може да се реши бързо, но отнякъде трябва да се започне. Трябва да се изгради разумна стратегия, не в книга от 200 страници, платена от ЕС, а да набележим реалистични стъпки, които да следваме. Липсва целенасочената политика, която да осигури работна ръка от чужбина.

- Бежанците се насочват към богатите страни от Европа. Добре ли е емигрантската вълна да заобикаля България?

- Няма емигрантска вълна към нас, има само подпочвени води. В момента имаме болна и задушваща се икономика. Нужна е не само работна ръка, но и хора с възможности да купуват. Щом ни трябва специалисти, нека да ги вземем от трети страни. Въпрос на условия е те да дойдат. Нека не се залъгваме, че това ще остави българите без работа. В момента „Менпауър България“ предлага над 2300 отворени свободни позиции и не можем да ги запълним.

- Защо?

- Има разминаване между търсене и предлагане. Най-нископлатената работа е срещу 700 лв. месечно и пак не можем да намерим хора. Има проблем с привличането на трайно безработни групи. Ромското население се чувства дискриминирано. Ситуацията е толкова сложна, че не виждам как в кратки срокове може да се направи пълна промяна. Трябва да се знае, че простият закон на търсенето и предлагането и оттам на еластичността на цената, не работи, щом става дума за пазар на труда. Когато една компания е дошла в България, тя си е направила бизнес план, основан на по-ниската цена на труда. Ако има дефицит на кадри и работната сила поскъпне, то този бизнес модел няма да проработи. Инвеститорите ще изнесат бизнеса на друго място.

- Границите са отворени. Хората също избират къде да работят...

- Несигурността ще е белег за всяка една икономика. ☐

ПРЕДЛАГАМЕ НАД 2300
ОТВОРЕНИ СВОБОДНИ
ПОЗИЦИИ И НЕ МОЖЕМ
ДА ГИ ЗАПЪЛНИМ



Светлозар Петров:

Недостигът на кадри е СПИРАЧКА ЗА БИЗНЕСА

ПАЗАРЪТ НА ТРУДА СЕ
РАЗВИ И ПРИ ДЕФИЦИТ
НА ОПРЕДЕЛЕН ВИД
СПЕЦИАЛИСТИ
ЗАПЛАТИТЕ ЗАПОЧВАТ
ДА РАСТАТ



Светлозар Петров е управител на компанията за комплексни HR услуги JobTiger и един от създателите на www.jobtiger.bg - първия професионален сайт за търсене и предлагане на работа в България. Той е член на настоятелството на Американския университет в България, член на настоятелството на Фондация на бизнеса за образованието и е сред създателите на Клуба на корпоративния дарител.

- *Господин Петров, във всички сфери у нас има недостиг на кадри. Защо се появи този глад?*

- Светът се променя и за да може Европа да остане лидер, трябва да залага на все по-технологични производства. Ние сме част от този процес и трябва да се предлагат все по-квалифицирани кадри. Структурата на безработицата, която имаме, не предлага хора с такива умения.

- *Бизнесът се развива и ножицата между търсене и предлагане още повече ще се разтваря...*

- Решението е в квалификацията и преквалификацията на хората. Много години вече говорим за учене през целия живот, но практиката показва, че това трябва да се прилага. Това ще помогне на фирмите да са по-конкурентни.

- *Доколко мисията на бизнеса трябва да е да идентифицира сравнително подходящи хора и после да ги обучава и квалифицира?*

- При липсата на кадри това вече се прави.

- *Какви проблеми идентифицирате на пазара на труда?*

- Има браншове, които намират квалифицирани кадри, като ги вземат от други фирми. Но това е нездравословно и е по-добре проблемът да се решава, като се канят хора от трети държави със „сини“ карти. Тъжно е, когато виждаш възможности за излаз на нови пазари, а не ти достигат хора.

- *„Сините“ карти решение ли са на проблема, или те носят други проблеми?*

- Със сигурност те са временно решение. Дългосрочното решение е в страната да обучаваме и да квалифицираме хора. Трябва да стане мода трудовата сила да се развива. До момента твърде ограничен е броят на специалистите, наети по този начин. Процесът по наемането им трае около шест месеца.

- *Какъв фактор на пазара на труда е нивото на работната заплата? Каква динамика се очертава?*

- Бизнесът мисли по този въпрос. Пазарът на труда вече работи добре и когато има недостиг за определен вид специалисти, заплатите за този вид труд започват да растат. Наистина има много млади хора, които заминават в чужбина, търсейки по-добър живот, но това решение не е свързано само с работната заплата и възможностите за развитие, а и с фактори като сигурност, образование, здравеопазване. Понякога е въпрос и на мода. Работната заплата не може да реши всички проблеми, влияят и много други фактори.

- *Смятате ли, че бежанците са работна сила, която бихме могли да интегрираме?*

- В Германия са изчислили как направените за тях инвестиции ще им се върнат. Но, както по всичко личи, бежанците не искат да останат в България. Въпрос на тяхно решение е дали трайно ще се установят тук и тогава ще търсим начини да ги интегрираме. Аз поне до момента не съм виждал българско изследване за нагласите им. Не се прави разлика между бежанците и икономическите емигранти. Това са две групи, които пътуват заедно, но имат различна мотивация. Сред тях има хора, които биха оценили спокойствието в държавата.

- *Бизнесът много говори за несъответствието между потребностите от кадри и образованието. Какво може да се направи?*

- Процесът стартира, но той е бавен. Постига се сближаване между двете страни. Но този процес никога няма да завърши, тъй като и бизнесът е в постоянна динамика. □



РАБОТИМ СЪС СРЕДНИ И ВИСШИ УЧИЛИЩА, ЗА ДА ПРИВЛЕЧЕМ КАДРИ КЪМ НАШАТА ИНДУСТРИЯ



Ираван Хира е генерален директор и ръководител на направление за корпоративни клиенти на „Хюлет-Пакард“ (HP) в България и на „Хюлет-Пакард Глоубъл Деливъри България Център“. Работи в HR от стъпването на компанията в страната през 1998 г., като е заемал различни позиции. Председател е на Българския форум на бизнес лидерите.

Ираван Хира:

„Сините“ карти са **ВРЕМЕННО РЕШЕНИЕ**

- *Господин Хира, каква е големината на проблема с недостига на IT специалисти?*

- Ръстът на IT индустрията се забавя именно от недостига на кадри. България успя да се наложи не само като регионален, но и като световен лидер в предоставянето на високотехнологични услуги и разработка на софтуер. Когато намерим хора, ние трябва да вложим допълнителни средства в тяхната квалификация. Това обучение също забавя процеса. Това време може да е от месец до половин година.

- *Как в HR намирате решение на тези трудности?*

- Ние непрестанно инвестираме в нашите служители, като имаме и програми за новопостъпилите. Още в началото идентифицираме къде са пропуските и за всеки се прави индивидуален план за развитие. Създадохме обучителен център и към всеки служител има специален подход. Обучението включва комбинация на „твърди“ и на „меки“ умения. По-голям проблем виждаме при „меките“ умения – как да се комуникира, как да се работи в екип, как времето да се управлява. На пръв поглед изглежда лесно, но в динамична среда тези фактори пречат сериозно на ефективността. Другата стъпка е работа с образованието. То изостава и бизнесът търси начини да компенсира. В сътрудничество сме с няколко висши учебни заведения. Там работим и с преподавателите и имаме съвместни проекти. Отворени сме и към средното образование. Създаваме ролеви модели за учениците, за да ги привлечем към нашата индустрия, в която има различни видове професии и не всички са програмисти.

- *Кризата с кадрите е във всички сектори. Срещате ли трудности и с намирането на преподаватели за обучителния център?*

- Да. Едно от направленията е работата с преподавателите. По-

ИМА ТЕНДЕНЦИЯ ЗА ЗАВРЪЩАНЕТО НА IT КАДРИ, НЕЗАВИСИМО ЧЕ СА ЗАВЪРШИЛИ И РАБОТИЛИ В ЧУЖБИНА

казваме им тенденциите, възможностите, прогнозите за развитието на технологиите. В технологиите нещата много бързо се променят и за шест месеца нещо, което е било актуално, вече морално е остаряло. Ползваме външни обучители, които ни помагат да квалифицираме нашите служители.

- *Кой е верният подход в тази сложна ситуация?*

- Само допреди години живяхме във фрагментиран свят с граници. Сега навлязохме в свят на споделяне. Забелязваме обаче, че в области като връзката между бизнеса и образованието фрагментацията остава. Трябва да намерим начин и там тези изкуствени граници да паднат и тогава всичко ще си отиде по местата. В това за мен е ключът.

- *Бизнесът вече изпитва негативи от мобилността на хората. Как гледате на отлива на кадри, но и на възможността за привличане на хора отвън?*

- При нас ситуацията е по-различна от другите сектори. За много хора, които откриват подходяща възможност да работят в родината си, това е предпочитан вариант. Има обратна тенденция за завръщането на IT кадри, независимо че някои от тях са завършили в чужбина и няколко години са работили зад граница. Да, ние не можем да им предложим същите условия, каквито там са имали, но пък тук те намират друг баланс и стандарт, който за тях е приемлив. Наясно сме, че създаването на благоприятна среда е изключително важно за това хората да искат да живеят и да работят тук.

- *„Сините карти“ са възможност. Имате ли специалисти, привлечени по този начин?*

- При нас няма такива хора. Доскоро този процес беше много бавен. Минималното време за такова разрешение за работа е минимум половин година и няма бизнес, който може толкова време да чака, след като е направил избор на кадрите. „Сините“ карти са добра възможност, но процесът трябва да се облекчи. Това би било бързото решение за нашата индустрия. Образованието в краткосрочен план не може да ни предложи желаните резултати. „Сините“ карти обаче са временно решение. Истинското решение ще дойде с провеждането на адекватни реформи в образованието.

- *Смятате ли, че бежанците са кадрови потенциал за IT индустрията?*

- Това е сериозна тема, която трябва да се обмисли. Процесът на интеграцията им трябва добре да се управлява. Те може да се включат във всички сфери на нашата икономика. □

Инж. Боян Делчев:

Имаме свой модел

- *Инж. Делчев, всеки бизнес в България вече се сблъсква с недостига и липсата на подходящи кадри. Защо се стигна до този проблем?*

- В процеса на преминаване от планирана към пазарна икономика реално спряха да функционират цели производства, дори и браншове. Това доведе до промяна и в пазара на труда. Необходимо беше време, за да се саморегулира. Същевременно се променяше и образователната система. Закриваха се професионални училища, изчезнаха специалности във висшите учебни заведения с мотива, че се настройват към новите изисквания на държавата и бизнеса. Бизнесът трябваше да се структурира, да се развива, ползваше готовите кадри и така се стигна до глад за подготвени специалисти.

- *След края на строителния бум какъв е сега кадровият проблем във вашата индустрия?*

- Нашият бранш не се различава много от останалите. Първите години след прехода много инженери и средни специалисти останаха без работа. След това дойде бумът на високото строителство, което пое голяма част от специалностите по инфраструктурно строителство. Появи се съсловието на инвеститорите в строителството на жилищни сгради и хотели. Настъпи глад за кадри. След това дойде икономическата криза през 2008 г. и това предизвика промени, които доведоха до глад за работа. Много от работниците и инженерите заминаха зад граница и останаха. Преминавайки през тези фази, браншът много не мислеше за подготовката на кадри и се оказа неподготвен за стартирането на големите европейски проекти. В строителния бранш, за да станеш майстор, да си професионалист, са нужни поне 5 години усилена работа и придобиване на опит.

- *Как „Трейс Груп Холд“ намира решение на проблема с недостига на квалифицирана работна ръка?*

- Като голяма пътна компания, която в годините разширяваше своя дял към железопътното строителство, метростроителството и екологията и благоустройството, трябваше да намери своя модел на привличане и задържане на кадрите. За нас хората винаги са били най-важният ни ресурс. Не можеш да се развиваш, ако нямаш хора и екипи, на които да се опереш. Затова още през 2000 г. въведохме стажантска програма, която работи и до днес. Тя ни позво-

ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА СПЕЦИАЛИСТИ

В СЪРБИЯ СИТУАЦИЯТА С КАДРИТЕ НЕ Е МНОГО ПО-РАЗЛИЧНА, МАКАР ОБРАЗОВАНИЕТО ИМ ДА НЕ Е АБДИКИРАЛО ОТ ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ УЧИЛИЩА

ли да привлечем в компанията млади и амбициозни инженери още от студентската скамейка. Те започнаха като технически ръководители и се развиха до ръководители на големи инфраструктурни проекти. Стараем се да мотивираме успешни ключови служители и да ги задържаме при нас. Чувството, че си ценен за компанията не се създава с една заплата, има и други начини да поощряваш екипа.

- *Вашата група работи зад граница. Как там се решава проблемът с осигуряването на необходимия персонал?*

- В Сърбия изграждаме няколко големи пътни обекта по Трансевропейския коридор № 10. Имаме договори за поддръжката на пътищата на територията на 28 общини, които се изпълняват от дъщерните ни дружества в Ниш и Враня. В нашите дружества и по обектите ни работят над 2000 души. В Сърбия ситуацията с кадрите не е много различна от тази у нас, макар че образованието им все още не е абдикирало от професионалните училища и вузовете. Имат традиции, но също им липсва практическа подготовка. Като постъпят на работа, тогава започва истинският университет. Затова стажант-

ската ни програма вече е в действие и там. В дъщерните дружества работят наши стипендианти - млади инженери от Нишкия университет.

- *За да постига растеж, бизнесът в България трябва да разполага с амбициозни и мотивирани за работа хора. Какво може да се направи?*

- Всеки един бизнес има нужда от хора, които да обичат работата си. Колкото и старомодно да звучи, това се възпитава. Нашата професия е тежка. Обучението е трудно, много математика, физика, познаване на техническите норми. После постоянно си на колела, на обекта, в различни градове, а и държави. Човек, който реши да стане строител, трябва да се прости с нормираното работно време, с домашния комфорт и да бъде готов да работи под напрежение. И това не е само в нашия бранш. Но не тези хора са съвременните герои. В обществото се създаде усещането, че в живота може да го караш по-леко, да печелиш бързо, да имаш най-доброто, да живееш като във филм или реалити. Медиите може да са посланици на добрите примери за успешните чрез усилие, ум и постоянство. **U**



Инж. Боян Делчев е член на Съвета на директорите и изпълнителен директор на „Трейс Груп Холд“ АД. Той е един от изявените ръководители на проекти на „Трейс Груп Холд“ АД в областта на метро- и жп строителството. В началото на 2013 г. е избран за изпълнителен директор на едно от най-големите строителни дружества на холдинга - „Трейс София“ АД.

В ОБЩЕСТВОТО СЕ СЪЗДАДЕ УСЕЩАНИЕТО, ЧЕ В ЖИВОТА МОЖЕ ДА ГО КАРАШ ПО-ЛЕКО, ДА ПЕЧЕЛИШ БЪРЗО, ДА ИМАШ НАЙ-ДОБРОТО, ДА ЖИВЕЕШ КАТО ВЪВ ФИЛМ ИЛИ РЕАЛИТИ. МЕДИИТЕ МОЖЕ ДА СА ПОСЛАНИЦИ НА ДОБРИТЕ ПРИМЕРИ ЗА УСПЕЛИТЕ ЧРЕЗ УСИЛИЕ, УМ И ПОСТОЯНСТВО



Пламен Бобоков:

БЪЛГАРИЯ ИМА НЕИЗПОЛЗВАНИ РЕСУРСИ

Пламен Бобоков е председател на Съвета на директорите на „Приста Ойл Груп“ ЕАД и председател на Надзорния съвет на „Монбат“ АД. Член е на УС на КРИБ. Заедно с брат си Атанас Бобоков основават през 1993 г. „Приста Ойл“, която днес произвежда над 150 вида моторни и индустриални масла и има собствени заводи в България, Турция, Унгария, Узбекистан. „Монбат“, част от групата на „Приста“, произвежда стартерни и стационарни батерии и е добър пример за приватизация. Дейността успешно се развива не само в България, а бяха изградени и заводи за рециклиране на отработени батерии в Румъния и Сърбия. Бизнесът, който братя Бобокови притежават и управляват, оперира на териториите на повече от 20 държави в Централна и Източна Европа, в Близкия и Средния изток, Централна Азия и Северна Африка. Двамата братя са основен частен инвеститор в многофункционалната зала „Булстрад Арена Русе“. Същевременно с това те са едни от най-големите меценати и дарители в България.

автор: Татяна Явашева

фото: Александър Нишков

Г-н Бобоков, имате 23 години предприемачески опит. Кои са вашите „златни“ правила за успешен бизнес?

- Истинският бизнес изисква дългосрочно планиране и време за реализация на желаните резултати. Затова правило номер едно за мен е да си търпелив. Опитът ми е показал, че бързите скокообразни бизнес начинания в крайна сметка са обречени на неуспех. „Златно“ правило е също да избираш и да работиш с хора, по-умни и по-можещи от теб самия. И когато сформиращ екип, в основата му да стои доверие. Лоялността и доверието са от огромно значение. Всеки предприемач трябва да бъде и добър психолог, а ако не е, да си наеме специалист, който да му помага. Правилният избор на мениджмънта и на екипите е определящ. Бизнесът се движи от хора и именно от техните умения зависят скоростта на развитието и резултатите. Наскоро научих още едно правило от категорията „златни“, като разбира се, платих твърде висока цена за това. В бизнеса не бива да има никакви емоции – може да ти струват прекалено скъпо.

- Защо чак сега го научихте?

- Може би защото вече не съм толкова емоционален, както някога.

- Какъв беше случаят?

- Многофункционалната зала „Булстрад Арена Русе“, която открихме наскоро, е невероятен проект. Освен че е модерна и красива, тя е от огромна полза за нашия роден град. За мен и брат ми Атанас мотивът за изграждането ѝ беше сантиментален. Резултатът е наистина впечатляващ, друг е въпросът обаче какво ни костваше това.

- Да изясним въпроса за цената...

- Големи средства в неподходящ момент, отклонение от сериозния бизнес, поставяне под риск на някои други операции. Изводът е, че хората на бизнеса винаги трябва да разсъждават хладнокръвно, без да влагат емоции. Но пък, от друга страна, животът без чувства и емоции би бил изключително скучен. Хората не бива да са като компютри, които единствено пресмятат. Та нали именно чувствата и емоциите ни правят хора!

- Оперирате в над 20 държави в Централна и Източна Европа, в Близкия и Средния изток, Централна Азия и Северна Африка. Имате собствени заводи у нас и в чужбина. Какво място за производство и за правене на бизнес е България днес?

- Ако я гледаме като изолиран случай, не е лошо.

ВЪРВИМ ВЪВ ВЯРНАТА ПОСОКА, НО ТРЯБВАТ ОЩЕ МНОГО УСИЛИЯ, ЗА
ДА СТАНЕМ ПРИВЛЕКАТЕЛНО МЯСТО ЗА ИНВЕСТИЦИИ И ЗА ЖИВЕЕНЕ,
КАЗВА ПРЕДСЕДАТЕЛЯТ НА СЪВЕТА НА ДИРЕКТОРИТЕ НА „ПРИСТА ОЙЛ“

КОЛКОТО ПО-ЧИСТ И ТОЧЕН Е БИЗНЕСЪТ, ТОЛКОВА ПО-ГОЛЯМ Е ШАНСЪТ ДА ГО ПРОДАДЕШ НА ПО-ДОБРА ЦЕНА

Но ако е в конкуренция с други държави, предприемачите се стремят да реализират проекти при най-голяма вероятност за успех и на най-големи пазари. България дори не е в тройката на това, което виждаме на Балканите. Румъния е много по-атрактивна. Нашата страна е малка, без да се обиждат патриотите, тъй като и аз съм патриот, но държавата ни е със затихващи функции. Изчезваме като нация. Няма хора - няма потребители, няма ли потребители - няма и бизнес. И колкото по-бързо тази тенденция се осъзнае от обществото, толкова по-добре. Защо някой да прави бизнес в малка държава, която всяка година се стопява с 40 хил. души? За един предприемач разходите, а и усилията за инвестиция на пазар с 5 млн. души и на пазар с 30 млн. души са почти същите.

- Нашите политици от години твърдят, че за азиатския бизнес България може да е врата към Европа...

- Те не са ли чували, че има проливи, Дарданели, Босфор? Каква врата може да сме?! За да се реализира някаква идея за привличането на инвеститори, трябва дългосрочна политика, а аз не виждам у нас да се мисли в перспектива. Може би изключение е изграждането на магистрали, без които не можем. Има много други неща, които трябва да се направят, за да сме атрактивни.

- Щом конкурентните предимства на България се губят, щом липсва работна ръка, трябва ли бизнесът да се откаже да инвестира тук?

- Напротив. Ако стартира програма за инвестиции в производство и развитие на икономиката по плана „Юнкер“, който ще разполага с 315 млрд. евро, с брат ми ще кандидатстваме, за да построим нов завод в България.

- Как ще решите проблема с работната ръка?

- Няма български бизнесмен, който да не е наясно, че кадрите са проблем. Дори нещо повече – масовото „изтичане на мозъци“ от страната ни през последните години прави намирането на качествени хора много по-трудно и на по-висока цена.

- В такъв случай решението е да се наемат хора от трети страни ли?

- Не съм чул да има държавна политика в тази насока. Бих препоръчал облекчения в имиграционния режим, независимо от страховитата психоза спрямо бежанците. Има хора, които с радост биха дошли да работят у нас, тъй като тук ще са по-добре. Като изключим бизнес средата, България е чудесно място. Прекрасната природа и страхотната храна може би са най-голямата ценност.

- Каква е формулата бизнесът да е на светло, както КРИБ прозовава?

- Двамата с брат ми не знаем друга формула, защото нашият бизнес винаги е бил на светло. Колкото по-ясен, чист и точен е бизнесът, когато има ясни

правила на работа, на общуване с партньори, с клиенти и с администрация, толкова по-голям е шансът да го продадеш на по-добра цена. Ако проследите историята на „Приста Ойл“, ще видите, че още през 2000 г., след сделката с „Техасо“, привлякохме мощна международна корпорация, която преобърна представата ни за бизнеса, отчетността, корпоративната култура. Само 6-7 години по-късно, вече възприели добри корпоративни практики от глобален бизнес лидер, ние продължихме да се развиваме. Оттогава имаме най-различни партньори. Това е следствие на правилното водене на бизнеса, на прозрачност, коректност и последователност без дребни хитринки, които в крайна сметка струват повече, отколкото да си платиш данъците и да си спокоен. В морално-социален аспект, ако искаш да живееш в добре уредена държава, трябва да си плащаш данъците. Тук обаче идва демотивиращият въпрос дали тези средства се разходват правилно и по целесъобразност, или в ущърб на обществото чрез различни нечистоплътни техники. Чистотата на бизнеса не се решава в изолиран план, това е цял процес.

- Как да дисциплинираме тези, които управляват нашите пари?

- Смятам, че проблемът на съвременните политики отчасти е в това, че почти никой от тях няма бизнес опит.

- Защо в България не успяваме да създадем желаната за живеене среда?

- Мисля, че все пак, макар и бавно, вървим в правилната посока с всички трудности, върхове и спадове.

- Познавате бизнес средата в Сърбия и в Румъния. В какво са разликите с България?

- Сърбия е много близо до България – и като манталитет, и като поведение, а и като политици и предприемачи. Те са в ранен стадий на капитализъм с демократични наченки. Няма колосални разлики, които да ни разделят. Румъния обаче осезаемо ни изпревари.

- Как стана това?

- Никой ли не разбра, че е заради борбата с корупцията, съдебната реформа и реформите на всяко ниво? Това е гаранцията за инвеститорите.

- Знаем какво правят в Румъния, но защо в България този модел не се прилага?

- Не съм политик и не мога да отговоря. Може би така им е по-удобно, няма политическа воля и желанието.

- Вие сте успешен в бизнеса. Ще влезете ли в политиката?

- За да вляза в политиката, трябва да съм приключил с бизнеса си, а аз нямам желание да го заменя с друго. Имаме много нови проекти и се готвим да ги реализираме. Освен това трябва да има условия,





ЗА ДА СЕ СЛУЧИ ПРОМЯНАТА,
ВСЕКИ ЕДИН ОТ НАС ТРЯБВА
ДА СИ ЗАДАВА ВЪПРОСИТЕ
„КАКВО НАПРАВИХ АЗ, ЗА ДА
ЖИВЕЯ ПО-ДОБРЕ? ДАЛИ ТОВА Е
ДОСТАТЪЧНО И НЕ МОГА ЛИ ДА
ПОЛОЖА ПОВЕЧЕ УСИЛИЯ?“

среда и потребност. В момента в България не виждам потребност от радикални политики. Хората си харесват наличното, съдейки по резултатите от изборите.

- *Все още нямате производство в страни от Западна Европа. Кроите ли подобни планове?*

- Стъпваме само там, където маржовете и печалбите са най-големи. Безсмислено е да си в Западна Европа, само за да си там. Правила сме подобни скъпи експерименти, които не носят съответната възвръщаемост. Насочили сме се към Централна Азия и Африка.

- *Африка ли е следващата бизнес дестинация?*

- Там има потенциал. Това е континентът, където може да се наложат български продукти, но трябва да се побърза. В Африка няма демографски срив, населението нараства, а и това е най-богатият на ресурси континент.

- *Предимство ли е вашият брат да е ваш бизнес партньор?*

- С брат ми сме идеалният екип. Допълваме се. В човешки план се обичаме и уважаваме. За много хора общият бизнес е проблем. В това число между братя. Но ние далеч не сме единствените успешни братя в бизнеса.

- *Кога ще излязат наяве някои от вашите нови проекти?*

- До края на годината и най-големият ще е в България.

- *Ако сега сте млад предприемач, къде бихте започнали бизнес?*

- Възможности винаги има – във всеки етап на развитие и във всяка държава. Въпросът е да уцелиш правилния момент. Има над десет проекта, които бих могъл да реализирам в България, но се стремя да съм в основния фокус на бизнеса си и да огранича страничните дейности. Колкото по-голям опит трупаш, толкова по-големи възможности виждаш, и колкото си по-млад и неопитен, толкова по-малко възможности ще съзреш. Идея нямам какво щях да правя, ако сега започвам от нулата.

- *От кого сте се учили?*

- Аристотел Онасис е един добър пример. Тръгва със 100 долара в джоба, превръща недостатъците в предимства, сменя бизнесите... Сега модерни са бизнес лидерите, свързани с технологиите. Ние обаче продължаваме да залагаме на производството.

- *Това, че сте искали да станете актьор, помага ли ви в бизнеса?*

- Да, защото всеки ден сме на сцената.

- *Имате ли любима максима?*

- „Колкото повече, толкова повече“, казва Мечо Пух. Но има много други: Няма ненаказано добро, По-добре да загубиш с умен партньор, отколкото да спечелиш с простак.

- *С каква поговорка ще характеризирате ситуацията в България?*

- Кучетата си лаят, керванът си върви.

- *Кое все още ви стои в графата „Мечти“?*

- Имам толкова много нереализирани мечти. Най-големите сред тях са свързани с простички неща: да спя до 10 сутринта, да се прибера от работа вкъщи в 3 следобед, да се забавлявам. Мечтая да имам повече време за децата и семейството си.

- *Това са все неща, които бизнесът ви отнема. А какво ви дава?*

- Бизнес от този мащаб дава наистина големи възможности – да пътуваш и да опознаваш нови държави, да си позволиш по-висок стандарт, да общуваш с хора, с които иначе не би било възможно, да правиш добрини от време на време, защото за някои неща се искат доста средства.

- *Какво хоби имате?*

- Мислех, че имам три хобита, но хоби ли е, когато не го практикуваш?! Едното ми хоби е лов, за ужас на всички пазители на животните. Обичам винопроизводството, но вече има специалисти, които правят това вместо мен. Другото е колекционерството.

- *Каква е вашата мечта за България?*

- Да се утвърди като държава с международен имидж и достойнство. Унизително е да си изоставащият. Ще е лошо, ако свикнем с това. Би било обнадеждаващо, ако повече хубави неща се случват в прекрасната ни родина. Но за целта трябва да се работи здраво – от всички. Липсата на желание за развитие убива духа и превръща хората в аморфна маса.

- *Кой е ключът към промяната?*

- Образованието. Чрез него се отварят просторите, човек започва да мечтае и да постига. Не е никак сложно - не можеш ли да направиш нещо с години, виж кой е най-добрият световен пример, изследвай го и го приложи. В основата на всичко това обаче стои желанието. И още нещо - струва ми се важно, че за да се случи промяната, всеки един от нас трябва да си задава въпросите „Какво направих аз, за да живея по-добре? Дали това е достатъчно и не мога ли да положа повече усилия?“. □

АФРИКА Е КОНТИНЕНТ С ПОТЕНЦИАЛ И АКО ПОБЪРЗАМЕ, МОЖЕ ДА НАМЕРИМ ДОБЪР ПАЗАР ЗА БЪЛГАРСКИТЕ ПРОДУКТИ

НОВИЯТ ДЪЛГОВ ЛАБИРИНТ

ВИДИМИ И НЕВИДИМИ
ПРЕПЯТСТВИЯ
ПОСТАВЯТ ПОД
НАТИСК ГЛОБАЛНИЯ
РАСТЕЖ И СЪЗДАВАТ
УСЛОВИЯ ЗА НОВА
КРИЗА

26

ФИНАНСИ

автор: Людмил Захариев

Глобалната икономика има проблем. Когато централните банкери и финансови министри от цял свят се събраха за годишната среща на Международния валутен фонд в Перу в средата на октомври, развитият свят вече бе изпълнен със симптоми за нарастващата икономическа уязвимост. Отминаха дните, когато срещите на МВФ бяха монополизирани от проблемите на развитите икономики, които се борят с възстановяването от финансовата криза от 2008 г. Сега дискусиата е изместена към нововъзникващите икономики, които са изправени пред риска от финансови кризи.

Развиващите се пазари под натиск

Забавянето в развиващите се пазари, резултат от срива при цените на суровините, принуди МВФ да ревизира прогнозата си за растежа на световната икономика през тази година надолу до 3,1% от тази през юли в размер на 3,3%. „Свещеният Граал на стабилна и равномерна глобална експанзия остава неуловим“, заяви главният икономист на МВФ Морис Обстфелд.

Шест години след като светът навлезе във финансовата криза и рецесия, влошаващата се картина показва, че глобалното възстановяване е неравномерно. Икономиките на Бразилия и Русия се свиват, Япония и Евророната се мъчат да блеснат, а двигателят на растежа дълги години наред – Китай, отчита забавяне на скоростта. В същото време икономиката на САЩ изглежда силна, а Фед обмисля повишаване на лихвените проценти. И въпреки това очакваният глобален ръст ще се забави за пета поредна година.

Според икономистите в МВФ един от факторите за икономическата мудност е бавният растеж на производителността. Слабото търсене, застаряването на населението и политически конфликти са другите основни причини.

Какво доведе дотук?

Въпреки че няма две идентични финансови кризи, държавите са склонни да споделят еднозначни симптоми при турбуленции: значително забавяне на икономическия растеж и износа, нарастваща текуща сметка и фискални дефицити, както и намаля-



ване на капиталовите потоци. В различна степен нововъзникващите икономики в момента страдат от всички тях. Повратният момент дойде през 2013 г., когато очакванията за повишаване на лихвените проценти в САЩ и спадът на цените на суровините в световен мащаб сложиха край на златния неколкогодишен период на приток на капитал. Според МВФ в нововъзникващите икономики има до 3 трлн. щатски долара свръхкредитиране, а сътресенията от фалитите в частния сектор могат да достигнат и световните финансови пазари. Тези предизвикателства, макар и трудно решими, са поне видими. Но бързо развиващите се икономики могат да изпитат и друг често срещан симптом, който е много по-труден за откриване: скритите дългове.

Опасност от скрити дългове

Скритите дългове обикновено не се появяват в балансите или в стандартните бази данни. Тяхната функция преобразява една криза в друга, както и играчите, които участват в нея. В резултат на това те често остават неразкрити поне до момента, когато вече е твърде късно.

Пример за това е кризата с песото в периода 1994-

1995, когато светът научи, че Мексико е прикрила историческия си дефицит чрез т. нар. тесобонос, атрактивен дългов инструмент, който е деноминиран в песо, но е индексирен в долари. По същия начин преди азиатската финансова криза през 1997 г., МВФ и финансовите пазари не са били наясно, че банковите резерви на Тайланд са били почти изчерпани. Кризата в Гърция през 2010 г. пък показва какви „чудеса“ могат да се случат чрез използването на финансови деривати и счетоводно творчество от гръцкото правителство.

Нови валутни рискове

Големият въпрос днес е къде са скрити дълговете на нововъзникващите икономики. И, за съжаление, има сериозни сигнали, че все повече от тях могат да бъдат доказани - като се започне с непрозрачността на финансовите операции на Китай с други развиващи се икономики през последното десетилетие.

По време на своя инфраструктурен бум Китай финансира големи проекти в други развиващи се икономики - често свързани с минното дело и енергетиката. Като се има предвид, че кредитирането е деноминирано предимно в щатски долари, страната е обект на огромен валутен риск, добавяйки още едно измерение на уязвимостта към балансите на нововъзникващите икономики.

Но размерът на това кредитиране е в голяма степен неизвестен, защото основна част от него идва от банки за развитие в Китай, които не предоставят подобна информация на Банката за международни разплащания. И тъй като заемите рядко са били издавани като ценни книжа на международните капиталови пазари, информацията за тях не е включена в базата и на други първоизточници – като например Световната банка.

Според китайските власти общото кредитиране към Венецуела е в размер от 18 на сто от годишния БВП на страната. Еквадор пък е получил китайски заеми за над 10 на сто, докато Бразилия – 1% от БВП.

Но действителните плащания могат да се окажат далеч от първоначалните планове заради валутните движения, което означава, че дълговете на тези страни към Китай са по-ниски от очакваното. От друга страна, доста по-вероятно е данните да не включват някои проекти, кредитори или кредитополучатели, което означава, че дълговете са много по-високи.

Накратко, въпреки че дълговете на нововъзникващите икономики изглеждат до голяма степен умерени, погледнати през историческите стандарти, има вероятност те да бъдат подценявани, и то с голяма разлика. Ако е така, степента на продължаващия обрат в капиталовите потоци може да се окаже по-голяма от очакваното - потенциално достатъчно голяма, за да предизвика нова и по-силна криза. □



БАЛЦЕРОВИЧ

за икономическите ребуси пред Европа

автор: Бойко Димитров

Проф. Лешек Балцерович е от онези личности, които успяха да положат основите на капитализма в Източна Европа във времена, когато частната собственост и предприемачеството бяха до голяма степен непознати и отричани. Бивш вице-премиер, финансов министър, гуверньор на централната банка на Полша и най-вече – баща на „полското икономическо чудо“, Балцерович съумя да изправи на крака една планова икономика и за около десетилетие да я изпрати сред първенците на Стария континент. Всяко нещо обаче има своята цена. Една сентенция от Евангелието на

Тома може би описва най-точно живота на Лешек Балцерович – „никой не е пророк в собствената си страна“. И до днес икономистът е една от най-спорните фигури в Полша, като споменът за всяка една от реформите му, начело с т.нар. „шокова терапия“, поражда смесени чувства сред населението.

Разговорите с хора като Лешек Балцерович са особено полезни във времена като днешните. Европа, и по-специално Европейският съюз (ЕС), се намира в период на особен кръстопът. Дилемите пред европейските лидери до голяма степен са

СТАРИЯТ КОНТИНЕНТ ГУБИ БИТКАТА С АМЕРИКА И АЗИЯ ПОРАДИ ПРЕКАЛЕНАТА БЮРОКРАЦИЯ И ТРОМАВИТЕ ИНСТИТУЦИИ, СМЯТА БАЩАТА НА ПОЛСКОТО ИКОНОМИЧЕСКО ЧУДО

причинени от икономическите ребуси, с които се сблъскват ежедневно. В такъв случай кой, ако не бащата на „полското икономическо чудо“, може да даде точната рецепта за „излекуване“ на болния пациент.

Защо буксува икономиката на Европа?

Проф. Балцерович беше в България по покана на Реформ юнион клуб и Нов български университет, за да изнесе лекция за кризите и икономическия растеж в Европа в годините след финансовия крах през 2008 г. Бившият вицепремиер, финансов министър и гуверньор на централната банка на Полша откри няколко проблема, които водят до буксуване на икономиката на Европа. По думите му основите, на които стъпва европейската икономическа реалност в началото на XXI в., са прекалената бюрокрация, тромавите институции и твърде многото регулации. На първо място той постави действията на Европейската централна банка (ЕЦБ) и по-специално политиката ѝ на количествени улеснения. През март водената от Марио Драги институция започна мащабна програма за изкупуване на публични и частни дългове, която се очаква да продължи до септември 2016 г. За този период ЕЦБ по план ще влее в европейската икономика над 1 трлн. евро. Проф. Балцерович обаче не смята тази стратегия за удачна. Той счита, че печатането на повече пари не може да бъде решение на каквито и да било икономически проблеми. По думите му обстоятелствата в Европа са различни от тези в САЩ, където тази политика даде резултат. „Няма единни решения на проблемите в отделните държави от ЕС. Единната политика не може да замести националните правителства. Не може да налагаме определени политики, само защото работят някъде по света“, коментира Лешек Балцерович. „Една система, която залага повече на политика, отколкото на реалната икономика, е по-податлива към провал“, добавя той. Бащата на „полското икономическо чудо“ акцентира и на санкциите на Стария континент спрямо Русия, като ги определи за еднакво болезнени и за двете страни. Той все пак посочи, че Москва страда повече, тъй като мащабите на европейската икономика ѝ позволяват да се адаптира по-лесно към загубата на такъв голям външнотърговски партньор.

На фона на бежанската криза някак на заден план остава ситуацията с Гърция, която допреди месеци беше на крачка от фалита. Въпреки постигнатата договорка с кредиторите, Атина продължава да е обеща на ухото на Европа със своите дългове, които надхвърлят 170% от БВП. Но и тази криза има своето обяснение, според Лешек Балцерович. По думите му гръцката държава е получила твърде много европейски пари, което е довело до неконтролирано харчене и натрупване на огромни дългове. „Европейските пари не правят чудеса. Те дори може да са опасни, ако попаднат в политици, които се правят на Дядо Коледа“, предупреждава икономистът. Според него голяма част от проблемите, пред които се изправи Атина тази година, са дошли поради погрешните действия на правителствата след 2008 г. Акцентът пада върху начина, по който гръцката държава реагира на кризата – чрез вдигане на данъците. „Това натовари допълнително реалната икономика. Други страни като Ирландия възприеха политиката на строги икономии. Виждаме откъде идва разликата“, посочва полският икономист.

Българският пример

Сред малкото предимства на България в борбата за привличане на чужди инвестиции бяха стабилната и предвидима финансова политика. Ниският плосък данък заедно със стабилната фискална политика бяха причина години страната ни да бъде давана за пример в Източна Европа. Според Лешек Балцерович България е предприела правилен ход, като е въвела валутния борд. „Най-важното за страната е да го поддържа, като се намалява бюджетният дефицит с намаляване на разходите, а не чрез увеличение на данъците. Стабилност на банковия сектор е другото важно нещо“, отбелязва полският експерт. Балцерович определя себе си като един от големите поддръжници на плоския данък. През 1998 г. обаче предложението му за въвеждане на тази данъчна политика не намира достатъчно съмишленици в Полша. „Поздравявам България, че запазва плоския данък. Това дали да има единна или диверсифицирана ставка, обаче, е само един от компонентите за успешната данъчна политика. Огромният проблем в Европа е събираемостта, която е критично слаба“, заключава проф. Балцерович. □

ОРЪЖИЯТА В АРСЕНАЛА НА

ЕВРОПЕЙСКАТА ЦЕНТРАЛНА БАНКА



автор: Бисер МАНОЛОВ

ЩЕ СПРЕ ЛИ БЕЗКРАЙНОТО
ПЕЧАТАНЕ НА ПАРИ

Спомняте ли си, че в началото на 2014 г. бившият шеф на Федералния резерв на САЩ Бен Бернанке изкоментира икономическия ефект от прилагане на монетарната политика по количествени облекчения от страна на централните банки по следния начин: „Проблемът на политиката по количествени облекчения е, че тя работи само на практика, а не на теория.“ В интерес на истината той даде като пример за „работеща“ парична политика от такъв тип тази в Япония. Да, но точно Япония е страна, която наливайки трилиони йени чрез изкупуване на ценни книжа от вътрешния финансов пазар, не може да се справи с проблемите на ниския икономически растеж и ниската инфлация години наред.

Бернанке припомни каква беше позицията на немския финансов министър Волфганг Шойбле от 2010 година по отношение количествените облекчения на Федералния резерв. Според последния тя показва „безизходица“ и „опит на американците да девалвира долара“. Какво се получава в момента обаче? Европейската централна банка е най-ревностният привърженик на „количествените облекчения“. Тя представя това като едва ли не

„универсално хапче“
против дефлацията

и депресирания икономически растеж. Така ли е наистина? Спрямо предкризисния период американската икономика е отчела 9% ръст. Спрямо същия период обаче европейската икономика е нараснала само с

0,8%. Европейските макроикономисти се дънят традиционно. Те рядко успяват да подскажат правилните решения на хората, които ги взимат. Пак през 2010 г. шефът на Европейската централна банка по това време, Жан-Клод Трише, коментира инфлационната картина в Европа, отговаряйки на въпрос дали има риск от дефлация за Стария континент: „Аз не мисля, че има такъв риск. Обратното, инфлационните очаквания са изключително в съответствие с нашите предвиждания малко под и близо до 2%“. Тази прогноза на Трише струва на Европа нещо като две нулеви години по отношение на икономическия растеж. Истината обаче е, че чак през второто полугодие на 2015 г. излятите милиарди евро ликвидност доведоха до известно отпушване на кредитирането в Европа. Най-значимо подобряване на кредитния пазар се забелязва в Испания, Италия и Ирландия. Специално испанската и ирландската икономика ще отбележат едни от най-високите проценти на икономически растеж за 2015 г. в Европа. Въпреки всичко рисковете остават, най-вече по отношение на безработицата. През 2008 г. средното ниво на безработицата в Европа бе около 7%. Най-високото средно ниво бе достигнато през 2014 г. в размер на 12%. В момента е малко над 10%.

Единствената държава, която успешно се справя с този най-значим социален проблем, е Германия. Да не забравяме, че във всички европейски икономически програми, които се дискутират, потреблението е изнесено на преден план като основен генератор на икономическия растеж. Високата безработица определено възпрепятства реализирането на този план. Германия вече търпи известни поражения от това, че



икономиката ѝ е експортно ориентирана, съответно и от икономическия спад на нововъзникващите пазари. Трябва да отбележим също така, че заплатите в Германия почти не отчитат ръст от финансовата криза до сега, което в един момент може да депресира потреблението, още повече, че се задава и

цунами от бежанци

с което страната все повече изпитва трудности.

Според прогнозата на ЕЦБ приемливото ниво на инфлация в Европа от 1,7% ще бъде достигнато чак през 2017 г. Според анализаторите от най-големия фонд в света за управление на активи с фиксирана доходност PIMCO, Европейската централна банка ще трябва да увеличи размера на месечните покупки на държавни книжа от 60 млрд. евро на 70 млрд. евро. В противен случай инфлационната цел на ЕЦБ няма да бъде постигната. Казано с други думи, те очакват

относително мудар

икономически растеж

на Стария континент през следващите две години.

На последната си пресконференция шефът на ЕЦБ Марио Драги също намекна, че ако не се види подобряване на инфлационната картина в Европа, е възможно увеличаване на ударната мощ по наливане на допълнителна ликвидност.

Всичко това е добре, но по-интересно е да знаем дали има „други оръжия в арсенала“ на ЕЦБ, освен безкрайното печатане на пари. Отговорът е по-скоро не, и точно това прави нещата изключително рискови. От началото на политиката по количествени облекчения корпоративният сектор в Европа започна активна трансформация на своите задължения от банкови кредити в облигации. Повечето от тези облигации имат плаващ лихвен процент и носят огромен риск за емитента, когато навлезем в цикъл на повишаване на лихвените проценти. Истината е, че ЕЦБ изключително притъпи сетивата на пазарните участници, че едва

ли не лихвените проценти ще останат толкова ниски за необозримо дълго време. Ще го кажа по друг начин, това е много повече субсидиране на финансовите пазари, отколкото чиста парична политика. Както знаем, всяка форма на ценово субсидиране, рано или късно, води до... криза. От тази гледна точка е коректно да се каже, че ЕЦБ индиректно подготвя следващата финансова криза.

Бих желал да припомня цитат на може би един от най-видните европейски политици за всички времена - Маргарет Тачър. Той е от нейна реч, произнесена в Брюж през 1988 г. Припомням го, защото европейските политици си мислят, че ЕЦБ може да свърши тяхната работа по отношение на икономическия растеж само с политиката по количествени облекчения. Тачър казва: „Ние със сигурност не се нуждаем от нови регулации, които увеличават разходите за работна ръка и правят европейския трудов пазар по-малко гъвкав и по-неконкурентоспособен. Ако искаме да имаме европейски фирмен устав, той трябва да съдържа минимални регулации“.

Не напразно по-горе споменах, че въпреки огромната ликвидност, икономическият растеж не е достатъчен, за да се справи с нивото на безработицата, което ще се стовари като бумеранг върху главите на политиците. Трябва да си признаем, че структурни реформи по същество в Европа не се правят, с изключение на държавите, които до преди 2 г. бяха на ръба на финансовия крах - Италия, Испания, Португалия и Ирландия. Точно това са държавите, които трябва да бъдат пример за истински реформи на останалите европейски страни. В противен случай ЕЦБ ще трябва да провежда политика по количествени облекчения до безкрай и прекият икономически ефект ще бъде едва забележим.

Между другото, Маргарет Тачър не е била убедена, че е необходимо конституирането на Европейска централна банка. Последното го напомням само в кръга на шегата. ☐



Финансовият министър на Кипър Харис Георгиадис (вдясно) и председателят на Еврогрупата Йерун Дейселблум демонстрират общо задоволство от съвместната си работа

Отличникът на „ТРОЙКАТА“

КИПЪР ВЕЧЕ СЕ ПОДГОТВЯ ДА ИЗЛЕЗЕ ОТ СКЛЮЧЕНИЯ С МЕЖДУНАРОДНИТЕ КРЕДИТОРИ МЕМОРАНДУМ, НО СЛЕД КАТО ГО Е ИЗПЪЛНИЛ

автор: Бранислава Бобанац, Кипър

Никога повече март 2013-а, категорично заяви правителството на Кипър след приемането на бюджета за 2016 г., с който официално започна обратното броене за излизането от надзора на прословутата и омразна Тройка. Страната вече гледа към изхода от рестриктивната антикризисна програма, която започна с кошмарното сключване на меморандума с международните кредитори за заем от 10 млрд. евро. Тригодишният ѝ срок изтича в края на март 2016 г.

Възстановяването на страната, която бе изправена на ръба на фалита,

надхвърля очакванията

от началото на меморандума, единодушни са в оценките си кредиторите на Кипър – Европейската комисия, Европейската централна банка и Международният валутен фонд. Те едва ли могат да бъдат заподозрени в приятелски чувства към своите длъжници, но през последните месеци не пестят похвалите си за постигнатите от малкия остров резултати – особено в противовес на гръцката драма. Инфарктните преговори с Атина през юни „затъмниха“ успеха на Кипър с приемането на пакета за циклизи закони, в резултат на което европейските финансови министри дадоха „зелена светлина“ за нов транш към Никозия. Еврогрупата поздрави Кипър и през септември, подписвайки му чек за нови 500 млн. евро. В официалните си изявления Еврог-

рупата потвърди, че Кипър е постигнал консолидация на публичните финанси, подобрил е финансовото състояние на банките, възвърнал е доверието във финансовата система, възражда икономическата активност и е поел по пътя на възстановяването и развитието.

Кипър върви към успешното завършване на своята спасителна програма през първото тримесечие на 2016 г. с ясни резултати: стабилизиране на финансовия сектор и постепенно завръщане към растеж, даде рамо и шефът на Европейския механизъм за стабилност /ESM/ Клаус Реглинг, основен платец на антикризисното финансиране на острова.

Правителството на Кипър обяснява постигнатото с изпълнението на трудната, но амбициозна

програма за реформи

Благодарение на нея то „успешно и своевременно ще сложи край на зависимостта на страната от меморандума, който е в последния си етап“, обясни финансовият министър Харис Георгиадис. Според него Тройката и меморандумът, които „не са нито проклетие, нито благословия“, скоро ще престанат да съществуват.

С договорената с Тройката антикризисна програма, която Кипър трябва да изпълни, за да получи 10-милиардния заем, бяха наложени силно рестриктивни мерки върху публичните финанси. В страната



На протестни демонстрации през март и април 2013 г. кипърци призоваваха Тройката да напусне страната им. Искането им ще се осъществи три години по-късно

бе създаден и прецедент – първото в Европейския съюз „подстригване“ на негарантираните депозити в двете най-тежко засегнати банки. Условието за провеждане на значителни структурни реформи и приватизация на държавния телеком, пристанищата и държавната електроснабдителна компания изкараха работещите в тях неведнъж на стачки.

Въпреки трудните вътрешни и международни икономически условия (най-вече кризата в Гърция и ембаргото на Русия) Кипър успя да стъпи на краката си. Въпреки мрачните прогнози в началото на спасителната програма досега страната надминава заложените в нея фискални цели.

След 4 години на рецесия икономиката на островната държава започна да се възстановява. Черната серия от 14 последователни тримесечия на спад бе прекъсната - през първото и второто тримесечие на 2015 г. беше отчетен положителен, макар и малък, темп на растеж. Очаква се икономическият ръст тази година да достигне 1.5%, което е с цял процент над прогнозата на международните кредитори, дадена миналата година. През август правителството дори официално обяви, че Кипър е оставил зад гърба си порочния кръг на рецесия и вече върви към възстановяване и развитие.

Още едно значимо финансово събитие до края на тази година ще покаже как чуждестранните инвеститори гледат на Кипър. За втори път през тази година страната се готви да излезе на международните финансови пазари с пласирането на облигации за 1.5 млрд. евро. Правителството смята, че този ход ще потвърди възстановяването на суверенния рейтинг на Кипър и доверието в икономиката му на международно равнище.

Най-големият положителен резултат от изпълнената досега антикризисна програма и същевременно заявка за излизане от меморандума е бюджетът на страната за 2016 г., чийто проект заедно с тригодишната средносрочна прогноза 2016 - 2018 г. вече е в парламента. Това е последният бюджет на Кипър в рамките на програмата за икономическо възстановяване, разработен под надзора на Тройката, и първият за годината без нея.

Прогнозите в него са обнадеждаващи – разчетите сочат ръст на брутния вътрешен продукт през следващите три години, от 1.4% през 2016 г., 2% през 2017 г. и 2.2% през 2018 г. Първичният бюджетен излишък догодина трябва да стигне 2.5% от БВП, в сравнение с очакваните 1.5% излишък през тази година.

Меморандумът умря, да живее меморандумът!

И след излизането си от спасителната програма, Кипър пак ще я изпълнява. Няма да има никакво отпускане и самодоволство след официалното ѝ приключване през следващата пролет, предупреди отсега министърът на финансите Харис Георгиадис. Завършването на програмата на Тройката не означава край на политиката на реформи и консолидация, тя ще бъде продължена, за да се създаде основа за конкурентоспособна и продуктивна икономика, са плановете на правителството на Кипър, което е решено да не повтаря грешките, довели страната до ръба на фалита.

Вместо политика на строги икономии и орязвания на плащания, която предизвика протести на синдикатите и опозиционните партии, ще има „разумно и надеждно фискално планиране“. Според Харис Георгиадис това означава, че няма да има безразсъдно разширяване на държавните разходи, защото „целта е да не се планират публични финанси, независими от икономическите резултати, създавайки по този начин дефицити, които ще бъдат изплатени от данъкоплатците и бизнеса“.

Европейските партньори на Кипър вече предупредиха за рисковете, които остават за „деня след меморандума“. Забавените структурни реформи, приватизацията и привличането на стратегически инвеститори за телекома, пристанищата и електроснабдителната компания, както и намаляването на необслужваните кредити остават критични за устойчивото възстановяване на една от най-малките страничленки на ЕС. Големите падежи по заема от международните кредитори започват от 2019 г. с хоризонт до 2029 - 2031 г. Правителството се надява, че дотогава вече ще има стабилен икономически растеж, който ще посрещне без катаклизми погасяванията. □

ДАНЪЧНА ХАРМОНИЗАЦИЯ И КОНКУРЕНЦИЯ В ЕС

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА БЪЛГАРИЯ

автор: Доцент д-р Атанас Лъндев

34

ФИНАНСИ

Европейският съюз (ЕС) е интегрирана общност, в която страните членки разполагат с автономия на националните правителства в границите на определена фискална рамка. ЕС не може да се разглежда като съюз с обща фискална политика, а като обединение на фискални политики, подчинени на хармонизиращи правила, и засягат данъчното облагане (данъчна основа и данъчни ставки).

По принцип съществуват два начина за интеграция: чрез хармонизация и чрез конкуренция. В първия от тези подходи за създаването на свободна търговия се изисква предварително привеждане в съответствие на политиките и практиките на участващите държави, според критериите на ЕС. В рамките на втория механизъм се насърчава конкуренцията. Хармонизацията главно се ограничава до косвеното данъчно облагане, по-конкретно по отношение на данъка върху добавената стойност и акцизите. Когато се говори за бъдещото хармонизиране на ЕС, се има предвид прякото данъчно облагане, т.е. на капитала и дохода, придобити от корпоративни и физически лица.

Данъчната (фискална) хармонизация се препоръчва, тъй като намалява икономическите проблеми, а конкуренцията редуцира политическите нарушения. За фискалната политика може да се каже, че се намира между хармонизацията и конкуренцията.

Процесът на данъчна хармонизация през последните 15-20 години не е линеен. Някои страни въвеждат този процес в своите данъчни системи. Той насърчава определени мерки срещу вредната данъчна конкуренция, намаляване на закононарушенията на единния пазар и предотвратяване на значителни загуби от данъчни приходи. Целта на фискалната хармонизация е отстраняването на различията в конкурентните позиции, предизвикани от фискални фактори и причини.

Все по-голяма актуалност придобива въпросът за т.нар. данъчна конкуренция, изразяваща се

в съперничество между отделни държави за привличане на данъчна основа. А данъчната основа представлява количествено изразяване на предмета на данъчното облагане и служи за изчисляване на данъчното задължение, тъй като именно към нея се прилага данъчният размер (ставка). Тя може да бъде изразена като стойностна (парична) величина или в натурални измерители и има особено важно значение, тъй като от точността на данъчната основа зависи и размерът на данъчното задължение (вноската в бюджета). Данъчната основа бележи непрекъснато разширяване, с оглед на обхвата и справедливостта на данъчното облагане. Най-просто казано - данъчната основа е сумата, към която се прилага данъчният размер. По тази причина е свързана с процесите, отнасящи се до данъчната конкуренция.

Нарастващата мобилност на

ДАНЪЧНАТА КОНКУРЕНЦИЯ ПРОТИВОРЕЧИ
НА ИДЕЯТА НА ЕС ЗА УЕДНАКВЕНА
ДАНЪЧНА ПОЛИТИКА И ПРЕДИЗВИКВА
ДЕБАТ ЗА БЪДЕЩОТО ИЗГРАЖДАНЕ И
РАЗВИТИЕ НА ОБЩИЯ ЕВРОПЕЙСКИ ПАЗАР



капитали е в резултат на бързото разширяване на ЕС. Данъчната конкуренция е значим съвременен проблем и поради процеса на глобализация на производството, пазарите и инвестиционната дейност. Тя противоречи на идеята на ЕС за уеднаквена данъчна политика и предизвиква дебат за бъдещото изграждане и развитие на общия европейски пазар.

Идеята за данъчната хармонизация излезе отново на дневен ред именно след присъединяването на новите страни членки на ЕС. Някои от по-старите страни се почувстваха застрашени от факта, че новоприсъединилите се държави биха предложили по-добри и конкурентни условия за бизнес, вследствие на което една немалка част от компаниите бързо ще се ориентират в новата среда и биха взели решение да преместят бизнеса си в страната, осигуряваща по-добри условия за реализация.

Франция и Германия, като двете най-големи нетни вносителни средства в общия европейски бюджет, изразиха опасенията си, че ниските корпоративни данъци в новоприетите страни в Съюза

ще доведат до отлив на инвестиции от местните икономики, поради огромната разлика в данъчните ставки. В Словакия, например, корпоративният данък е 19%, в Ирландия 12.5%, а в България 10%. За сравнение, в Германия данъкът е 38.65%, а във Франция - 33%. Неприемливото за тях законодателство в тези държави стана причина те да поискат въвеждането на минимален общ корпоративен данък, който обаче да бъде образуван на базата на преобладаващите високи ставки в страните членки - т.е. да бъде приет данък, който е близо по размер до високите ставки в преобладаващата част от ЕС, а не неговата усреднена стойност, която би била доста по-ниска именно благодарение на ниските нива на данъка предимно в новите страни членки на Съюза. Като своя контра мярка в случай на продължаващо толериране от страна на Европейската комисия (ЕК) на подобна диспропорция, двете държави заплашиха, че ще настояват за значително редуциране на средствата, отпускани от европейските фондове за новите членки.

Малките страни не биха имали интерес да се кооперират, тъй

като в условия на конкуренция те биха привлекли чувствително повече капитал спрямо броя на населението им, при увеличени ползи за техните жители. Големите „играчи“ биха привлекли капитал, който, отнесен към броя на жителите им, ще им носи незначителна полза.

Хармонизацията на данъчното законодателство и въвеждането на общ за страните членки корпоративен данък през 2015 г. навлезе в нова фаза. ЕК настоява за обща данъчна основа за облагане на печалбите в ЕС като прие План за действие (Action Plan) за цялостна реформа на корпоративното данъчно облагане в ЕС. Чрез него се предвижда да се промени генерално данъчната система за компаниите, които развиват дейност в повече от една държава в ЕС.

Действащата нормативна уредба за корпоративното данъчно облагане в ЕС изостава от развитието на съвременната икономика. Някои дружества се възползват от некоординираните мерки на национално равнище, за да избегнат данъчното облагане в ЕС. Това води до значителни загуби на постъпления за

държавите членки, до по-голяма данъчна тежест за гражданите и до нарушаване на конкуренцията за предприятията, които плащат своя дял от данъците.

За да се преодолее тази ситуация, ЕС предлага Пакета от мерки за прозрачност в данъчното облагане. Основните действия в плана включват въвеждане на обща консолидирана основа за облагане с корпоративен данък (ОКООКД), с която да се гарантира данъчното облагане на печалбата там, където е генерирана. Печалбата от дейността на една мултинационална компания ще бъде разпределена между всички страни членки, в които компанията има клонове, на база на формула за разпределение и обложена от всяка държава със съответната национална ставка на корпоративен данък/данък печалба. Във формулата, предложена от ЕК, участват три фактора – продажби, труд (заплати и брой служители) и активи. Пакетът от мерки ще замени сегашната система, при която всяка страна членка облага корпоративните печалби според собствените си правила. Тъй като Европейската директива не предвижда хармонизация на ставките, всяка страна прилага националната си ставка върху

МОЖЕ ДА СЕ НАЛОЖИ ЧАСТ ОТ СЪБРАНИЯ В БЪЛГАРИЯ КОРПОРАТИВЕН ДАНЪК ДА СЕ ПРЕВЕДЕ НА ДРУГА ДАНЪЧНА АДМИНИСТРАЦИЯ

своя дял, получен по формулата. ЕК предвижда поетапно въвеждане на задължителна ОКООКД. Целта е държавите членки побързо да осигурят въвеждането на общата данъчна основа.

Консолидацията ще започне като втора стъпка, тъй като тя е най-трудната точка до момента от преговорите. Комисията предвижда да я представи като ново предложение през 2016 г. Засега се твърди, че това ще бъде хармонизация на формирането на данъчни основи, но не и на данъчните ставки. Дали ще остане така е друг въпрос, защото държавите с по-високо данъчно бреме като Франция, Италия, Германия и др. не гледат с добро око на ниските данъчни ставки в България, Ирландия и Кипър например. Друг аргумент срещу данъчната хармонизация е, че на практика ще има едно преразпределение на данък между държавите. Ако дадена компания извършва дейност само в една държава, то тя ще се облага само там, но ако извършва бизнес в

няколко държави, то данъкът печалба ще се преразпределя процентно към всички държави, в които се прави бизнес.

България ще е само малка част от този бизнес. Може да се наложи част от събрания в България корпоративен данък да се преведе на друга данъчна администрация, което ще натовари административно държавите да правят сложни преразпределителни сметки. Изходът от тази ситуация може да бъде намерен в предприемане на незабавни действия от правителството и унифициране на защитаваната позиция на България в областта на данъчната политика на ниво ЕС. В противен случай кабинетът рискува да изпадне в ситуация, в която ще бъде принуден да увеличи данъците, а това без съмнение ще доведе до значителна загуба на конкурентно предимство и до рязко намаляване темпа на икономическо развитие, а страната ни има огромна нужда точно от обратното – от устойчив икономически растеж. [▢](#)





ВАШЕТО РАЗВИТИЕ Е И НАША ЦЕЛ

*Корпоративно банкиране
от Пощенска банка*



Решения за твоето утре

ШАМПИОНИ ПО ИЗЧЕЗВАНЕ

38

ДЕБАТ



Населението на Земята се увеличава с много бързо темпо. През 1960 г. то е било малко над 3 млрд. души и за 50 години е нараснало над два пъти. Динамиката на раждаемост и смъртност може да се следи на сайта countrysmeters.info/bg/World. В разрез със световната тенденция, хората в България намаляват и това ражда редица други проблеми, които тепърва ще трябва да се решават.

автор: Яна Колева

фото: Стоян Йотов

За демографския срив в България и неговата заплашителна проекция във времето се говори от години. В края на август т. г. докладът на ООН за населението и демографските перспективи пред страните отново ни шокира с констатациите и прогнозите за все по-малко българи. Но всяко чудо за три дни...

В Топ 10

И така: България е номер едно на най-бързо изчезващите страни. В „десетката“ има и други балкански държави. Румъния, Босна и Херцеговина, Сърбия и Хърватия са в Топ 10 на страните, които като нас имат да решават тежки демографски

проблеми. Гърция също е напред в негативната класация. Впрочем, цяла Европа страда от ниска раждаемост и силно застарява. През следващите 35 години прогнозата за нашата страна вещае да намалеем с около 2 млн. души и тук да живеят малко над 5 млн. До средата на века ще се увеличи делът на хората над 60 г. и те ще са около 44%. Драстично ще намалеят българите в трудоспособната възраст между 15 и 59 години – от 58,9% на 48,8%, се посочва в доклада на ООН.

Застаряване

На всеки 100 работещи в страната се падат 78 пенсионери, сочат данните на Националния осигурителен институт.

ДЕМОГРАФСКИТЕ ПРОБЛЕМИ НЯМАТ БЪРЗО И ЛЕСНО РЕШЕНИЕ, ЗАЩОТО СА СЛЕДСТВИЕ ОТ БЛОКАЖА НА МНОГО ДРУГИ СИСТЕМИ



гурителен институт за миналата година. Делът на възрастното население в България се увеличава. И за съжаление тенденцията е в бъдеще все по-малко работещи да плащат пенсията на все повече пенсионери. Съотношението между активното трудоспособно население и хората в третата възраст ще продължава да е неблагоприятно. Една от причините за това е, че се наложи моделът на семействата с едно дете, отражение дава и все по-късното майчинство, сочат специалистите по репродуктивно здраве. Раждаемостта у нас е ниска, а смъртността - много висока. Глобализацията също дава своя негативен принос, тъй като вратите се отвориха и мнозина тръгнаха да търсят по-добри възможности навън. Миграцията на хора в работоспособна възраст продължава, като най-силно тежи фактът, че голяма част от завършващите елитни училища заминават да учат в чужбина и повечето не се връщат. По показатели за смъртност България, заедно с Литва и Латвия, е на едно от първите места в Европа. Спадът на раждаемостта доведе до това, че днес почти всеки пети българин е на възраст над 65 години.

Равнодушие

Фактите стряскат, като научим за тях, и после всичко си продължава постарому. Политиците предпочитат да мислят краткосрочно. Така проблеми като демографския срив и натиск върху пенсионната система се задълбочават и стават все по-трудно решими. Вече свикнахме с мисълта, че възрастта за пенсиониране ще продължава да расте. И тя расте, но трябва да се намери инструмент за справяне с отрицателния прираст. Друг проблем е, че се създаде прослойка от социални рентиери, които свикнаха да живеят с помощи и вече отказват да работят. Висока раждаемост се наблюдава само сред малцинствени групи с ниски доходи и с нисък образователен ценз, често клонящ към неграмотност. Бедността възпроизвежда бедност и растящи проблеми с „часовников механизъм“. За сега бюджетът някак си издържа и управляващите стоически не вземат мерки. Но на бизнеса всичко това започва да тегне – има много безработни, които разчитат на социалното милосърдие, а все по-остра става липсата на хора с квалификация и желание за работа.

Има ли решение

Съществуват редица варианти за справяне с демографския срив и за ограничаване на раждаемостта сред малцинствени групи, които не могат да осигурят на децата си нормални условия за живот и образование. Демографските проблеми нямат бързо и лесно решение, защото те са следствие от блокажа на много други системи – зависят от средата, социалните системи, заетостта, удовлетвореността и т. н. Работещи примери по света има много. Трябва само да искаме да намерим точните съставки на българската рецепта срещу изчезване на нацията. Точно тези проблеми не търпят отлагане. Днес вече е късно, а утре ще е още по-късно, защото всички тези проблеми директно рефлектират върху икономиката и върху бюджета на държавата.

Сп. „Икономика“ потърси мнения от бизнеса за демографския срив и възможните решения на този проблем. □

НЕ ВЯРВАМ В
ДИРЕКТНИТЕ
ИКОНОМИЧЕСКИ
СТИМУЛИ ЗА
УВЕЛИЧАВАНЕ НА
РАЖДАЕМОСТТА, НО
СЪМ УБЕДЕНА, ЧЕ
ПО-ДОБРАТА СРЕДА
ПРИВЛИЧА ПОВЕЧЕ
„ЩЪРКЕЛИ“

Елена Маринова, президент на „Мусала Софт“:

Да произведем или да внесем

В България, както и в повечето развити държави, се наблюдава плавен демографски срив. Към това тук се добавя и един неколкогодишен рязък спад на раждаемостта в периода след хиперинфлацията през 1996 г. – деца, които в момента започват да навлизат на пазара на труда. Ниската раждаемост води до застаряващо население, а комбинирана с увеличаващата се продължителност на живота – до още по-застаряващо население. С други думи, по-малко работна ръка и по-малко платежоспособно население в активна възраст, за сметка на това – повече хора в отвъд трудоспособна възраст и по-малък брой деца и младежи.

Ако запазим начина на работа на икономиката ни, всичко това означава по-малко производство, по-малко потребление, по-малко средства за публични разходи.

Как да се справим? Ще маркирам няколко прагматични и лишени от емоция подхода с дългосрочен ефект:

✓ **Увеличаване на пенсионната възраст:** Факт е, че заради по-доброто качество на живот сме способни да работим по-дълго и това има позитивен ефект както върху работещия, така и към обществото като цяло. Самият работещ остава по-силно



социално и икономически активен, което действа позитивно не само на самочувствието, но и на доходите му. Същевременно има повече производство и по-малка социална тежест.

✓ **Иновации:** Способността да получим по-висока добавена стойност със същия или по-малък ресурс може (частично) да компенсира демографския срив. За да е възможно това, са необходими непрекъснати иновации и ИТ секторът в България е добър пример. Основна предпоставка за успех е доброто образование. Това трябва да бъде осъзнато от обществото като цяло и имплементирано от детската градина до университета, като се даде



максимална свобода за експерименти и се разпространяват бързо добри практики. За да бъдем истински успешни, ученето трябва да остане през целия живот, което трябва да бъде възпитано и като лична цел, и като корпоративна култура.

✓ **Внос:** Когато има недостиг на определен ресурс, има два начина – да се произведе или да се внесе отвън. Доколкото производството на хора в трудоспособна възраст отнема около 20 години, очевидно трябва да търсим други подходи в краткосрочен и средносрочен аспект. Всъщност мобилността на хората е естествен процес, който тече активно през последните десетилетия на глобализация и потоците към по-привлекателните дестинации ще се засилват – остава да бъдем привлекателни за висококвалифицираните кадри.

✓ **Стимули за увеличаване на раждаемостта:** Докато решаваме проблема в краткосрочен план, е добре да помислим и за мерки, които ще донесат дългосрочни резултати. Аз не вярвам в директните икономически стимули за увеличаване на раждаемостта, но съм убедена, че по-добрата среда – сигурност, инфраструктура, здравеопазване, учебни заведения и т.н. – може да привлече повече „щъркели“. □



Бедността възпроизвежда бедност и растящи проблеми с „часовников механизъм“

ЕДИН ДОБРЕ
ОБРАЗОВАН МЛАД
ЧОВЕК СТРУВА НА
ДЪРЖАВАТА И НА
РОДИТЕЛИТЕ СИ
ОКОЛО ПОЛОВИН
МИЛИОН ЛЕВА

Милчо Боров, управител на „Кантек“ ЕООД:

Демографската криза е икономическо огледало

Как да се справим с демографския срив е въпрос за 1 млн. долара, образно казано. Според мен има няколко стъпки, които биха дали резултат в тази посока. Нужна е по-добра организация в производствените предприятия и в селското стопанство, където да се включи повече работна ръка, и „Язаки“ вече има позитивен опит в България. Образованието е другият важен фактор, който също ще даде отражение. Време е да се спре кранчето на щедрото раздаване на социални помощи, вместо това за тези хора трябва да се създава заетост. Плащанията в социалната сфера трябва да са целенасочени и под условие – като учи, ще се плаща, иначе се спират. Когато деца раждат деца, също да не се дават помощи.

Изчисленията показват, че един добре образован млад човек струва на държавата и на родителите си около половин милион лева. И срещу заплата, по-висока, отколкото у нас, по-развитите държави „купуват“ специалисти. Ако средата като цяло се подобри и бизнесът в България започне



да работи по-ефективно, хората ще започнат да се завръщат. Аз съм вече 25 години „на манежа“ и трябва да призная, че бизнес в България се прави много трудно. На всяка крачка има препятствия. Ако някой не си плати, законът не дава възможност тези отношения лесно и бързо да се уредят. Освен това производителността е ниска, има силен административен натиск. Говорим за демографската криза, тя обаче е огледало за

много други нерешени проблеми. А когато хората срещат много пречки за професионалната си реализация и изпитват трудности заради средата, те вече просто заминават в чужбина. Ако искаме да се справим с демографската криза, трябва първо да си изчистим „двора“, да станем по-производителни, което ще ни направи и по-конкурентоспособни да продаваме навън. IT сферата е чудесен пример, че и тук може да има привлекателни места за работа. Но там не работят хора, които не могат да четат, и затова сега трябва със „сини карти“ да внасяме специалисти от трети страни. Имаме изобилие от безработни, а изпитваме остър недостиг от работна ръка. България има потенциал за създаване на високопроизводителен технологичен бизнес, в който обаче няма място за необразовани хора.

Възелът с демографската криза вече не може да се развърже, а трябва да се разреже. Има добри примери за справяне с всеки проблем, но трябва някой да се заеме с неговото решаване. [U](#)

Красимир Дачев:

Кривото трудно се изправя

МИГРАНТИТЕ СЪЗДАВАТ НОВИ ПРОБЛЕМИ, А НЕ СА РЕШЕНИЕ НА ПРОБЛЕМА



Във всички слабо развити държави раждаемостта е висока, там не се образоват и проблемите са от друг характер. За разлика от България, където вече се питаме защо така бързо се стопяваме. Според мен всичко е въпрос на ангажираност. След като завършат училище, много от младите хора отиват да учат в чужбина и там успяват да ги ангажират, след като няколко поколения родители пазеха децата си от работа. Сега има свободни работни места, а няма подходящи кандидати. Това е плодът на оттеглянето на държавата от анагажираност в намиране на баланса между образование и пазар на труда. Държавата финансира обучение „на калпак“, без да се интересува дали за тези хора ще има работа като завършат. Хората учат специалности, защото са им интересни, без да се замислят дали после ще намерят реализация. Това води до редица последици. Например по стените може да прочетем „Обичам България, мразя държавата“. Подобни чувства карат хората да напускат страната, като държавата преди това е плащала за тяхното образование. После може да са карали какви ли не курсове за квалификация по различни програми, в които държавата пак не се интересува дали този човек реално ще се влее в българския пазар на труда. Когато нещо зарасне накриво, то трудно се изправя. Държавата абдикира от своите функции, а тя трябва да планира и да насочва. Без план нищо не става.

Демографският срив се решава чрез ангажираност на хората с

работа. Сега имаме проблеми и с мигрантите, тъй като Европа е къща без куче. Тези хора, трябва да бъдат интегрирани, да започнат да работят и да изкарват парите, които ще харчат, а не да ги получават наготово. Държавата свикна да усвоява пари. Средствата, които се дават даром на безработни и социално слаби, трябва да стигат до тях чрез работа и бизнесът може да е активната страна в този процес. Иначе научихме вече второ поколение хора да не се трудят и ги убиваме, обричайки ги на мизерно съществуване. Така се създават

дисбаланси и неравенство, което дълго не може да стои под похлупак.

Управляващите трябва да осъзнаят, че безделието ражда пороци. Харчат се милиарди за неработещи в работоспособна възраст. Парите трябва да се насочват към стимулиране на заетостта. Когато имаме добре работеща икономика и отговорни и образовани хора с амбиции за градеж и развитие, тогава по-лесно ще намерим вярното решение и за справяне с демографския срив. □



Трябва да се намери баланс между образование и пазар на труда

Промяната е за добро. Новият Hyundai Tucson



Промяната стартира от €277 без ДДС/месец.

Всичко в живота е промяна. Тя отваря нашето въображение и виждаме нещата под друга светлина. Промяната е духът, който създаде изцяло новия модел Tucson.

Открийте силата на промяната на: change-is-good.eu



HYUNDAI | NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.



Лизингова оферта с възможност за данъчен кредит, валидна за бизнес клиенти за Hyundai Tucson 4x4 Exclusive 1.6 Turbo GDI 177 hp 7DCT (7-степенна автоматична трансмисия с два съединителя). 277 EUR без ДДС (средна вноска 630,87 лв. с ДДС) при лизинг за 72 месеца с 20% първоначална вноска и 20% остатъчна стойност. Изображението е илюстративно. Среден разход на гориво: 7,5 л/100 км, CO₂: 175 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

Тодор Бургуджиев:

Да не забравяме, че ОТПАДЪКЪТ Е ЦЕННА СУРОВИНА

ВИСОКИТЕ ПОСТИЖЕНИЯ ИДВАТ ПРИ ДОБРА ЕКИПНА РАБОТА И ПРАВИЛЕН ИЗБОР НА ПЪТЯ, ПО КОЙТО СЕ ВЪРВИ

ЕКОПАК БЪЛГАРИЯ АД е най-голямата организация за оползотворяване на отпадъци от опаковки в България, която не разпределя печалба. Създадена е през февруари 2004 г. Основната цел на ЕКОПАК е управлението на процесите по събиране, сортиране и рециклиране на декларираните от клиенти на организацията отпадъци от опаковки и постигане на задължителните цели по рециклиране и оползотворяване, заложи в Закона за управление на отпадъците. ЕКОПАК създава и управлява заедно с общините, с които има сключени договори, системи за разделно събиране на отпадъци от опаковки. Към момента работи в 73 общини с население от над 2,7 млн. жители и има разположени над 16 400 цветни контейнера.



44

ЛИДЕРИТЕ

автор: Татяна Явашева

ЛИДЕР Е ТОЗИ... който с идеите и действията си създава екип от последователи, убедени в правилния избор на пътя, по който вървят.

НАЙ-ВАЖНИТЕ ФАКТОРИ ЗА МОЯ УСПЕХ СА... ясна визия, постоянство, приоритети и стабилен екип от специалисти.

ВИСОКИТЕ ПОСТИЖЕНИЯ ИДВАТ В РЕЗУЛТАТ НА... екипната работа.

МОЯТА ДЪЛГОСРОЧНА ЦЕЛ Е... ЕКОПАК БЪЛГАРИЯ да бъде еталон за грижа към околната среда, мотиватор за по-добър живот и отговорно отношение към природата.

НАЙ-ГОЛЕМИЯТ ПОТЕНЦИАЛ НА РЕЦИКЛИРАЩАТА ИНДУСТРИЯ СЕ КРИЕ В... използването на 100% суровини, добити от отпадъци, за произвеждането на нови продукти. България има силно развита рециклираща индустрия в сравнение с нашите съседки Сърбия, Македония и Гърция. Капацитетът може да се развива и да достигнем до едно от първите места в рециклирането на Балканския полуостров. В рамките на ЕС се увеличава дялът на отпадъците, които може повторно да се използват, за сметка на количествата, които се депонират. Потреблението на стоки също се увеличава, което води и до нарастване потреблението на енергия и на редки и ценни природни суровини. Затова развитието на рециклиращият сектор е от все

по-голямо значение.

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА ПРЕД „ЕКОПАК“ СА... изискванията, които ще постави новата Европейска директива за управление на отпадъците. До 2020 г. директивата се фокусира върху превенцията на отпадъците, въвежда нови цели, които ще подпомогнат преминаването на ЕС към постигането на „кръгова икономика“.

ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕТО НА ОТПАДЪЦИТЕ Е... превръщането на отпадъка в суровина или полезен продукт, както и подготовката му да изпълнява тази функция в производството или в икономиката като цяло.

ОТГОВОРНОСТТА ПРЕД БЪДЕЩИТЕ ОБИТАТЕЛИ НА ЗЕМЯТА Е ДА... пестим нейните ресурси, тъй като те са ограничени, да не я замърсяваме и да бъдем разумни в потреблението на продукти.

НАВИЦИТЕ НА ХОРАТА... категорично трябва да се променят в посока отговорно поведение към околната среда, което включва всеки разделно да събира отпадъците си.

ПРЕЧКИТЕ ПРЕД ДОБРИТЕ НАМЕРЕНИЯ БОКЛУКЪТ ДА СЕ ПРЕВЪРНЕ В РЕСУРС СА... манталитетът и културата на българина да опазва чиста околната среда. Недостатъчна е и волята на институциите да работят в тази посока.

БИЗНЕСЪТ В НАШАТА СТРАНА СЕ СПЪВА ОТ... липса-



Тодор Бургуджиев е изпълнителен директор на ЕКОПАК БЪЛГАРИЯ от 2010 г. Има 13-годишен опит в пивоварната индустрия, като се изкачва до поста изпълнителен директор на „Астика“. Работи 17 години в системата на „Кока-Кола ХБК“, като от 2005 г. до декември 2009 г. е бил регионален технически директор на „Кока-Кола ХБК“. Член е на УС на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България. Има множество квалификации в областта на производството, мениджмънта, управлението на хора и процеси от Harvard Business School (Бостън, САЩ), Европейски център по управление (Брюксел, Белгия), Международен институт за управление на развитието (Лозана, Швейцария).

та на ясни правила и тяхното прилагане, липса на контрол от страна на институциите. Големият дял сива икономика и нелоялната конкуренция също са пречка.

БЪЛГАРИЯ ЩЕ СЕ ПРЕВЪРНЕ В ПО-ДОБРО МЯСТО ЗА ЖИВЕЕНЕ, КОГАТО... всеки един от нас бъде отговорен за действията си и за последствията от тях.

ИНВЕСТИРАМ В... развитието на бизнеса и хората.

ОПТИМИЗЪМ МИ ДАВАТ... децата и младите хора. Те са тези, които със своя ентузиазъм и дръзновение могат да променят света. Ето защо ние сме длъжни да им предоставим необходимите знания и умения, да ги подготвим за предизвикателствата на утрешния ден.

ЗА МЕН НАЙ-ГОЛЯМА СТОЙНОСТ ИМА... признанието на обществото за свършената работа. 

МОЖЕМ ДА СМЕ
СРЕД ПЪРВИТЕ ПО
РЕЦИКЛИРАНЕ НА
БАЛКАНИТЕ, КАКТО
И В ПОСТИГАНЕТО
НА „КРЪГОВА
ИКОНОМИКА“





СИЗИФОВИЯТ КАМЪК

автор: Тони Григорова

Всички недостатъци на българската икономика избухват в туризма. Може би защото мнозина повярваха, че точно в този сектор има лесни пари и се хвърлиха на сяпало да инвестират. Не си дадоха сметка, че за да е печеливш един хотел, той трябва да работи 24 часа в денонощието и да няма почивен ден. А за да е пълен хотелът, някой трябва постоянно да работи за това. Освен всичко за гостите трябва да се полага такава грижа, че те да си тръгват доволни и отново да се връщат. Но туризмът не е само хотели...

Туризмът се оказа костелив орех. Апетитите към превръщането му в доходоносен бизнес силно се бяха изострили, но се оказа, че са нужни много знания, умения, вещина и компетентност. Тази дейност не бива да се прави „на парче“, макар туризмът да е като пъзел от много парчета. Целият сектор е в една лодка, но тези, които са в нея, още не си дават сметка, че заедно трябва да пазят баланса. Играчите са наистина много и между тях липсва синхрон, което не дава възможност за модерен маркетинг на България като целогодишна туристическа дестинация, която предлага букет от преживявания и възможности. А и фактът, че трайно



КАКВО ПОСТИГНА БРАНШЪТ

СИЛНИ СТРАНИ

- ✓ България е целогодишна туристическа дестинация
- ✓ Богати възможности за зимен и летен туризъм, широкодостъпни СПА процедури и комфорт, огромен потенциал за културно-исторически, винен, голф, еко-, селски, екстремен и бизнес туризъм
- ✓ Нова и модерна база
- ✓ Туристите може да имат богата програма от разнообразни преживявания

СЛАБИ СТРАНИ

- ✓ Липса на ясна концепция за развитието на българския туризъм и на последователност в осъществяването ѝ
- ✓ България не съумява да се позиционира като престижна европейска туристическа дестинация с висококачествен туристически продукт
- ✓ Много играчи, между които липсва синхрон
- ✓ Хроничен проблем с кадрите
- ✓ Голяма част от сектора не работи на светло

НА ТУРИЗМА

фото: Стоян Йотов

се установихме в дъното на класацията по благосъстояние в ЕС, не ни дава шанс в туризма да имаме претенции за нещо повече.

Стихийно развитие

България не успя да си създаде имидж на престижна дестинация, щом ВВС може да представи лятното Българско Черноморие като „Слънце, секс и недоверчиви родители“. В сектора се натрупаха много проблеми, тъй като инвеститорите отказаха да се вслушат в предупрежденията да гледат в перспектива и да не действат стихийно, да не презастроят, а да създават качествен туристически продукт

ВРЕМЕ Е ГОЛЯМОТО КОЛИЧЕСТВО ИГРАЧИ ДА ПОКАЖАТ И ВИСОКО КАЧЕСТВО НА ПРОДУКТА, КОЙТО ПРЕДЛАГАТ

и стъпка по стъпка да градят устойчив бизнес. Но явно туризмът у нас не работи по най-добрите пазарни правила, щом за това лято българските хотелиери отчитат слаб сезон. Отдават го на сериозния спад на руските туристи в България (около 22% - по данни на Института за анализи и оценки в туризма), заради санкциите, наложени от Европейския съюз на Русия. Повечето не успяха да компенсират с поток на летовници от други страни, което показва, че на нашия туризъм му куца и маркетингът. Не е тайна, че българите също бягат от българските курорти, избирайки места с по-добро обслужване, по-малко строежи и по-чиста природа. А нищо по-естествено

от това българите основно да летуват в България, т. е. има вътрешен потенциал, от който туризмът не се възползва.

СКИ СЛАЛОМ

Очакванията за зимния сезон са по-оптимистични от лятното разочарование. България е на пето място като европейска зимна ски дестинация. Преди нас са Австрия, Швейцария, Франция и Германия. „Черешката на тортата“ са ски училищата, които са доста изгодни за чуждестранните туристи. Българският зимен туризъм продължава да е ниско бюджетен. Няма как да достигнем Австрия, тъй като тя предлага висок стандарт и доста българи вече предпочитат Австрийските Алпи през зимата. Но цената често е определяща и затова немалко европейци откликват на българските оферти за ски и зимна ваканция. Младите хора са привлечени и от разнообразните забавления, които нашите курорти предлагат. Сред недостатъците са малкият брой лифтове и късите писти. Затова тук идват начинаещи и малко напреднали скиори, коментира директорът на Института за анализи и оценки в туризма Румен Драганов. Според него в България има концептуален проблем за развитието на туризма. Витоша е на минути от столицата, а планината не се развива като туристическа и ски дестинация. Нейните възможности и икономически ресурси не се използват. Тя е занемарена и става все по-непривлекателна за туристите. Липсва виждане как тя да се оживи не само като ски зона, но и като целогодишна туристическа атракция. „Витоша има вид на изоставена фабрика. Някога тук успешно са се развивали ски спортове, а сега е мъртва територия, макар да е в близост до европейска столица и културно средище“, казва той.

Да имаш най-голямото богатство

Разбира се, че има и най-добри примери, които дават увереност, че в България също може да се

прави успешен туризъм. Разполагаме с всички дадености, за да сме привлекателни за туристите и през четирите сезона – зимни и летни курорти, СПА хотели с минерална вода, както и възможности за културно-исторически, винен, голф, еко-, селски, екстрем и какъв ли не още туризъм. Повечето от хотелите са нови, голяма част от старата база е модернизирани с оглед на категорията туристи, които се очакват. Имаме изключително културни и природни забележителности и нематериално наследство, което обаче не може да кажем, че се управлява добре. Според Румен Драганов има туристически атракции с неясна собственост и те не се използват по начин, който да води до икономически ползи за обществото. Природното и културното богатство, с което разполагаме, не се осъзнава като богатство и се разхищава.

Скъпо или евтино

„Развихме най-вече нискобюджетен туризъм и евтин туристически продукт, който е насочен към икономически слабите слоеве на Европейския съюз. Някак доброволно се съгласихме да изпълняваме основните социални функции на богатите европейски държави, доброволно приемаме да работим с ниски заплати при двойно счетоводство, да плащаме най-ниските осигуровки и да имаме най-ниските пенсии в Европа“, обобщава Румен Драганов. Той предлага решение на въпроса с браншовите организации и асоциации в туризма, които са над 200, и с тях трудно може да се води ползотворен диалог. Препоръчва да се направи камара, в която те да членуват. Така държавата ще може да контактува с оторизирани лица, които да представляват целия бранш.

Проблемите в сектора са много. Той е основно в частни и ръце и държавата може само да го подпомага, но не и да работи вместо него. Време е голямото количество играчи да покажат и високо качество. □



Николина Ангелкова,
министър на туризма:

Ще върнем българите в България

- Министър Ангелкова, има ли причини българският туризъм като цяло да е доволен от резултатите през тази година?

- Изпращаме една трудна година с противоречиви резултати. Имашме добър зимен сезон с ръст от около 8%, но и спад в летния. Всичко това ме кара да съм много амбицирана за следващата година, защото българският туризъм може много повече. Затова аз лично не съм доволна от резултатите, които отчитаме. Въпреки сложната международна ситуация и спад от един от най-важните ни пазари – руския, съм убедена, че можем да се справим много по-добре, ако през 2014 г. са били направени необходимите превантивни действия. Именно затова вече работим за сезон 2016 г. Опитваме се и напълно да преобърнем начина, по който страната ни се представя пред света – и като визия на щандовете на международните туристически изложения, и като маркетингов подход. Ще заложим на мерки, които са много по-достъпни и същевременно ефективни. Предвиждаме стратегическо партньорство с големи туроператори, с нискотарифни авиокомпани, провеждане на поне сто журналистически и екс-



педиентски тура, много по-масирано присъствие в глобалната мрежа.

- Кои според вас са силните и слабите страни на туристическия сектор?

- Със сигурност най-силната страна на българския туризъм е, че можем да предложим всичко на своите клиенти - масов летен и зимен туризъм, над 3000 минерални извора, уникално богатство за СПА туризъм, съхранена природа и древно културно-историческо наследство. Можем да развиваме всички видове туризъм. Говорейки за слабостите на сектора обаче, трябва да признаем и някои обективни истини. Липсата на консолидация сред туристическия бранш пречи за формирането на единен облик. В момента има отделни субекти, които правят големи компромиси с качеството и отчасти или



напълно работят в сивия сектор. А в туризма едно неприятно усещане може да развали цялата ваканция. Затова съм амбицирана заедно с бранша да намерим верните решения за неговото консолидиране и изолиране на порочните практики. Така ще гарантираме качество на туристическия продукт и всеки турист – българин и чужденец, ще знае какво да очаква.

- Как върви създаването на регистър на туристическите атракции и на местата за туризъм в България? Какви ще са ползите от него?

- Регистърът на туристическите атракции отбелязва над 550 хил. уникални посещения малко повече от месец след неговото създаване. Всичко това показва, че хората искат да пътуват и имат интерес да опознаят своята родина. Чрез него не само полагаме основата за събиране на информацията за всички туристически атракции на едно място, но това ще даде възможност и да установим тяхната собственост и приоритетно да инвестираме в популяризирането на тези от тях, които предлагат достъпност и са социализирани. Призовавам общините да са по-активни при изпращането на информация за регистъра, за да можем наистина да обединим всички обекти в него.

- Коя според вас е успешната формула за превръщането на България в атрактивна туристическа дестинация и през четирите сезона?

- България има необходимите дадености да развива всички видове туризъм. Древната ни култура и съхраненото историческо богатство е това, което може да ни направи разпознаваеми на международния пазар. В страната ни са открити над 40 000 исторически обекти и артефакти, което ни нарежда на първите три места в Европа заедно с Италия и Гърция. Затова сме взели решение през тази и следващата година да заложим на културно-историческия туризъм в рекламната политика на Министерството на туризма. Такива са и международните тенденции – близо 60% от туристите в световен мащаб избират културата или културното наследство като причина за своите пътувания, а според Световната организация по туризъм през 2020 г. културният туризъм ще бъде водещ.

- Основен упрек е, че България се превърна в нискобюджетна туристическа дестинация. Има ли възможности да се позиционираме в по-висок ценови клас, свързан с по-висок престиж и по-платежоспособни туристи?

- Подобни обобщения са вредни за целия сектор. Да, България предлага достъпни цени на туристическите продукти, но имаме всички предпоставки да развиваме и висококатегориен туризъм. В страната

има перфектни условия за зимен туризъм, а знаете, че туристите, практикуващи зимни спортове, обикновено харчат в пъти повече средства от масовия летен турист. Имаме много добри условия и за голф, който привлича висококатегорийни туристи. Затова постоянно повтарям, че трябва да работим за диверсификация на туристическия продукт.

- Искаме да привличаме туристи от чужбина, а не умеем да задържим българите да почиват в България. Има ли нужда сами себе си да убеждаваме с клип като „България е мястото!“?

- Убедена съм, че трябва да обърнем много по-голямо внимание на българския туризъм. През тази година поставихме началото с кампанията за насърчаване на вътрешния туризъм, която се финансира по ОП „Регионално развитие“. Надявам се и тя да е помогнала за резултатите, които отчитаме за първите седем месеца – около 1,9 млн. българи са почивали в страната, което е ръст от около 9%. Това не бива да ни успокоява – имаме още доста да работим, за да върнем българите в България. Затова и през следващата година българските туристи ще бъдат основна целева група в маркетинговата стратегия на министерството. Браншът също е готов да им предложи най-добрите условия. Новият рекламен клип на България, в който някои от най-големите холивудски звезди говорят за впечатленията си от нашата страна, не е предназначен за българите, но предизвиква много голям интерес и сред тях. Само за два дни видеото достигна до 1,3 млн. души, голяма част от които българи. Наред с всички комуникационни канали, като интернет, телевизия, участие на международни изложения, клипът ще се излъчва и по време на предварителните прожекции на „Съдилището“ – българската номинация за чуждозичен „Оскар“. □



Стефан Шарлопов,
председател на Българския съюз
по балнеология и СПА туризъм:

В период на спад оцеляват най-добрите

Отливът на руски туристи се усети силно, тъй като не успяхме да ги заместим с туристи от другите балкански страни, да не говорим за Индия и Китай. За да привлечем хора оттам, трябва да мине време и да се инвестират сериозни средства.

Основният минус на бранша е липсата на квалифицирани кадри, които с лека ръка разочароваме и те или напускат България, или намират друго поле за изява. Туризъм не се прави със сезонно подобрани хора без образование, без ценз, без обучение. Въпросът е какъв продукт създава туристическият бранш. Аз инвестирам в целогодишен СПА бизнес и това дава сигурност на хората, че ще са заети целогодишно. Иначе няма как да наема някого за три месеца, после да го освободя за девет и после пак да разчитам на него. Това не е реалистично. И тук моят упрек е към инвеститорите и собствениците, а не към кадрите. С тримесечна заплата човек не може да се издържа цяла година. Инвеститорите трябва да знаят как да осигурят добър продукт, как да намерят подходящите кадри, как да ги обучат и да ги ангажират целогодишно. Когато хората имат доверие в собственика, те не го напускат.



Друг минус е липсата на пречиствателни станции по Черноморието. Това изигра лоша шега, тъй като допуснахме да развиваме летен туризъм, без да са осигурени такива съоръжения.

Нямаме добър маркетинг на туристическия продукт. Защо много българи отиват да почиват в Гърция? Имат чиста вода, тъй като там стриктно спазват екологичните изисквания, предлагат качествена, макар и еднообразна храна. В Гърция събират кадри от съседните страни, като вземат хора, които здраво да работят. Там държавата се е справила с битовата престъпност, а за туристите това не е никак маловажно.

В туризма трябва да мине време и да има периоди нагоре, периоди надолу, за да се отсее негодното. Така по естествен начин ще отпаднат онези, които не се справят. И в момента инвеститорите, които знаят защо са в туризма, имат неспад, а ръст от поне 6-7%.

Ако тръгнем да правим прогнози за зимния туризъм, първо трябва да имаме отговор на въпроса какво става с летище Пловдив. Трябва да сме наясно как чуждестранните туристи ще кацат в България, за да предвидим какво ще стане със зимния туризъм в Пампорово и със СПА зоните във Велинград, Девин, Хисаря. [□](#)

КАДРИТЕ БЯГАТ ОТ БРАНША,
ЗАЩОТО С ТРИМЕСЕЧНА
ЗАПЛАТА ЧОВЕК НЕ МОЖЕ ДА
СЕ ИЗДЪРЖА ЦЯЛА ГОДИНА





ВСИЧКО ТЕЧЕ, НО НЕ ВСИЧКО СЕ ПИЕ

ВСЕ ПОВЕЧЕ БЪЛГАРСКИ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА
БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ ИЗЛИЗАТ НА ВЪНШНИ ПАЗАРИ

автор: Яна Колева

фото: Стоян Йотов

Ако някой твърди, че безалкохолната индустрия е лесен сектор, не му се доверявайте. Ако някой ви каже „Какво пък толкова му е трудното да бутилираш вода, слагаш една поточна линия и готово“, и с него не се съгласявайте. Защото успехът се мери не по броя напълнени бутилки, а по тези, които са продадени.

Производството на безалкохолни напитки се развива изключително динамично. Конкуренцията става все по-голяма и да за може една компания да има стабилност на този труден пазар, тя се нуждае от дългосрочни устойчиви решения. В нея вече не може да се наложат случайни играчи, които търсят бързи печалби.

Бистра водица

Част от производителите са обединени в Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България (АПБНБ). Нейни членове са производители на газирани и негазирани напитки, плодови сокове, фирми, бутилиращи натурална минерална, изворна или трапезна вода, компании, произвеждащи и доставящи суровини, опаковки, технологично оборудване. „Секторът продължава да се развива. Успех има една млада категория – бутилираната вода. Като стопанска дейност тя се разрасна в последните 15 години. За това време се създаде нова потребителска нагласа“, разказва Жана Величкова, изпълнителен директор на АПБНБ. По данни на асоциацията консумацията на бутилирана вода е малко над общото потребление на безалкохолни напитки в страната, което е важен знак, че индустрията е способна. Тя прави неща, които другаде са се случвали по-бавно. Секторът има потенциал на първо място заради разнообразието на вода в страната.



Около 20-ина са производителите на бутилирана минерална вода, а на изворна вода – десет. Нараства интересът към бутилиране на трапезна вода.

Под капачката

Потребителят все повече се интересува какво всъщност има в бутилката. Индустрията има желание да отговаря на променящия се вкус на консуматора и затова промяната е нейна основна характеристика. По данни на АПБНБ при газираните напитки има лек отлив на потребителския интерес, макар да се наблюдава все по-голямо разнообразие от предложения в различни ценови сегменти. Същевременно се произвеждат и утвърдени за българския пазар напитки като лимонадата. И това се случва на този малък пазар, на който модата и външното влияние създават тенденции за нови вкусови възприятия, коментира Жана Величкова. Според нея в ожесточената конкуренция производителите намират своята ниша – те разширяват и развиват продуктово си портфолио, повишават качеството. Целта е всеки потребител да намери подходящата за него напитка, която му харесва и е по неговия джоб.

Без граници

Националният пазар е малък, и за да може ком-

паниите да развиват бизнеса си по устойчив начин, те трябва да имат стратегия и за излизане навън.

Важно е инвестициите за познатост и налагане на отговорна бизнес репутация да бъдат защитени. Ако индустрията иска да се развива, тя трябва да е конкурентоспособна и да залага на дългосрочни стратегии. Пазарният успех изисква ресурси, подготвен екип, добре планирани инвестиции, правилна маркетингова стратегия. Вътрешните продажби са лимитирани и устойчивото развитие на бизнеса трябва да се крепи и на износа. Това е индустрия, която се характеризира с висок процент на транспортните разходи. Бутилираната вода пък изисква да се направят инвестиции, за да може тя да отговори на вкусовете предпочитания на все-

ки пазар. И въпреки трудностите експортът стига до далечни дестинации като Китай, САЩ, Япония, някои африкански страни.

Крачка преди всички

Ролята на иновациите е изключително важна. Те започват от машините, бутилките и стигат и до напитките, които се слагат в тях. Има иновации, свързани с енергийната ефективност на фирмите, иновации има дори в маркетинговите стратегии. Успешната формула за бизнес се базира на дългосрочните решения. Случаен инвеститор с кратък план за развитие едва ли ще навлезе на този висококонкурентен пазар, твърди Жана Величкова.

Бизнес лидерите на две от най-успешните компании в сектора ще споделят своя опит. [▶](#)



Светослав Атанасов:

Обръщаме внимание на всеки детайл



Светослав Атанасов е изпълнителен директор на „Кока-Кола ХБК България“ от май 2014 г. За първи път в 23-годишната история на компанията българин заема тази висока позиция. Започва работа като стажант през 1999 г. и през 16-те години работа в „Кока-Кола ХБК България“ той успешно проправя своя професионален път, като заема различни ръководни роли. През 2007 г. е назначен за маркетинг мениджър, а три години по-късно поема позицията мениджър Маркетинг и национални ключови клиенти за страната. В началото на 2011 г. става търговски директор.

- Господин Атанасов, какво се изисква, когато предлагате световноизвестна марка безалкохолни напитки?

- Когато продуктът, който продаваме, е разпознаваем по цял свят, поддържането на безупречно качество е от огромно значение. В нашия случай продуктите имат не само отличителен вкус и форма, но и 129-годишна история, което ни кара да сме още по-стриктни по отношение на всеки детайл. Сред най-големите предимства е фактът, че имаме силна глобална марка с традиции, имаме възможността да използваме добри практики от цял свят, да черпим от опита на колеги от други страни, както и от своя собствена опит. Тази година е много специална: „Кока-Кола“ чества 50 години на българския пазар, освен това световноизвестната контурна бутилка празнува своя 100-годишен юбилей. Отбелязваме и 10 години от придобиването на натурална минерална вода „Банкя“.

- Каква е конкуренцията на българския пазар и кое дава сила на „Кока-Кола“?

- Нашите лоялни потребители и клиенти ни мотивират да продължаваме да отстояваме своите лидерски позиции на пазара. Силата на компанията идва от екипа енергични и можещи хора, които хвърлят сърце и душа на работното си място. Много важна е ролята и на нашите силни марки. Ще разсея заблудата, че „Кока-Кола“ продава само глобални марки, които са силни по подразбиране и вече са развити. Ние имаме много силни търговски марки, тръгнали от нулата на българския пазар, сред тях са Сарру, Сарру Pulpy, Nestea, „Монстър“, „Банкя“. Имаме ясна корпоративна идентичност и отговорно поведение към обществото. Конкуренцията на българския пазар става все по-интензивна. Все повече конкуренти разширяват портфолиото си и

навлизат в различни видове нови опаковки и асортименти.

- Разполагате с един добре познат продукт - как го поддържате жив в съзнанието на потребителите и търсен от тях?

- Често в разговорите с клиенти ги чуваме да казват, че каквото и да се случва, „Кока-Кола“ винаги ще си върви. Това ни кара да се усмихваме. Необходима е неуморна работа, за да се поддържа един продукт жив в съзнанието на потребителя. За нас от особено значение са постоянната таргетирана комуникация, силният промоционален и семплинг календар, непрекъснатата работа с клиентите и подобряване на пазарното ни изпълнение в търговските обекти. Предлагаме разнообразие на вкусове – например Соса-Cola Zero без захар, Соса-Cola cherry. Поддържаме и разнообразие на опаковките. Потребителите може да се докоснат до духа на марката чрез събитието, които организираме – Соса-Cola Happy Energy Tour, различни обществени или спортни прояви. Но най-важният приоритет остава безкомпромисното качество.

- Какви новости въвеждате с цел увеличаване на продажбите?

- Непрекъснато мислим за нови продукти с потенциал, така през последната година се появи марката Сарру Pulpy с 4 вкуса, която бележи доста добър успех. Предложихме нови продукти под марката „Монстър“, сменихме формата на бутилката и етикета на минерална вода „Банкя“. Отбелязахме 50-годишното присъствие на „Кока-Кола“ в България с лого на етикетите, изписано на кирилица. През октомври на пазара се появи новият Nestea зимен вкус ябълка и канела. Инвестираме най-вече в иновации и се стремим винаги да отговаряме на нуждите на нашите потребители. ☐

ИМАМЕ СИЛНИ ГЛОБАЛНИ МАРКИ, НО ЗА БЪЛГАРСКИЯ ПАЗАР РАЗВИВАМЕ И СПЕЦИАЛНИ БРАНДОВЕ

Димитър Дългъчев:

И износьт е стимул за развитие



Димитър Дългъчев е изпълнителен директор на „Михалково“ АД от седем години. Преди това 20 години е бил началник производство. Започнал е работа в компанията като техник на смяна и е пример за успешно кариерно развитие, постигнато чрез постоянство и висока отговорност. Близко 90% от дружеството е собственост на работещите в него и това е един от факторите за успеха на „Михалково“ АД.

- *Господин Дългъчев, в какво според вас се крие „тайната“ на успешните продажби на безалкохолни напитки?*

- В традицията, качеството и последователността на нашата компания.

- *Как се постига това?*

- С много работа и коректност. Създадохме много добър екип от хора и всеки дава максимума от себе си. В това е разковничето.

- *Как намерихте подходящите хора?*

- Провеждаме подбор и обучение на кадрите. Нашата компания привлича качествени служители, а освен това за десетина години създадохме и развихме свои кадри.

- *Това са все местни хора ли?*

- Основно кадрите са от региона. С постоянство и търпение успяваме да преодоляваме проблема с работната ръка.

- *Как бихте описали бизнеса с безалкохолни напитки?*

- Това е отговорност към потребителите. Трябва да им представим качествен продукт, което изисква непрекъсната работа: от добиването на водата до представянето ѝ в бутилиран вид пред потребителя. Процесът е дълъг и се иска компетентност и упоритост, за да може всичко да се направи по най-добрия начин.

- *Кои са най-големите предизвикателства, пред които сте изправени?*

- Конкуренцията е най-голямото предизвикателство. Гледаме на нея като на нещо полезно, за да сме винаги в крак с пазара.

- *Въвеждате ли иновации в своята работа?*

- Постоянно работим за създаването на нови продукти. Европейските програми също ни дадоха нови възможности в тази посока.

- *Търсенето ли определя вашето предлагане, или се стремите да сте на крачка пред клиентите?*

- Процесът е двустранен. Стремим се да отговаряме на търсенето на клиентите и потребителите. Създаваме и нови продукти, за да сме винаги актуални.

- *Докъде стига вашият износ?*

- Чак до Китай.

- *Не е ли прекалено скъпо на такова голямо разстояние да изнасяте вода и безалкохолни напитки?*

- Оказа се, че не е чак толкова скъпо, колкото сме си мислили. Засега количествата не са много големи, но най-важното е, че създадохме добра основа и резултатите може само да растат. Постоянно търсим нови възможности.

- *Кое е най-голямото ви постижение до момента?*

- Силата на нашите води се състои в техния вкус и качество, което ги прави едни от най-хубавите в света. В продуктовата ни листа водещи са газиранията и изворната вода. Естествено газиранията вода „Михалково“ е уникалният ни продукт. Това е една от малкото минерални води в Европа, които се добиват в естествено газирано състояние. Само допреди години това беше регионална марка, която продавахме на територията на Пловдив, Пазарджик и Смолян. Вече седем години предлагаме водата в почти цяла България. „Михалково“ е устойчива марка и ние вярваме в нея. 



БЪЛГАРСКОТО
ИКОНОМИЧЕСКО
ЧУДО Е ВЪЗМОЖНО

Андрей Новаков:

ЩЕ УСПЕЕМ, АКО СИ ПОВЯРВАМЕ

Андрей Новаков е депутат в Европейския парламент в състава на групата на Европейската народна партия от 2014 г. Избран е с листата на ГЕРБ. Член е на Комисията по регионално развитие и е заместник-член в Комисията по бюджети и в Комисията по контрол на бюджетите. През юни 2015 г. е избран за съпредседател на Комисията по устойчиво развитие към ЕвроЛат.

автор: Татяна Явашева

фото: Стоян Йотов

Господин Новаков, вие сте най-младият депутат в Европейския парламент. Това привилегия ли е?

- Това е по-скоро позитив, отколкото недостатък. Това ми помага да съм в директна комуникация с хората и да казвам това, което мисля. Работя в комисиите по бюджет и регионално развитие и винаги гледам през призмата на интересите на младите хора. Доказателство за това е интензивната ми работа по теми, свързани с младежката безработица и предприемачеството, стажовете, образованието, намаляването на бюрокрацията в ЕС, която отблъсква и хората, и бизнеса.

- Разбрахте ли кое кара българите да са недоволни от това, че живеят в България?

- Това вероятно е коктейл от фактори и обстоятелства, които карат много хора да са потиснати. И да си признаем, не без основание. Но и друго трябва да си кажем – свикнали сме да се фокусираме върху онова, което не се получава. Но има населени места, където нещата вървят добре.

- Дайте примери.

- София, Варна, Бургас, Пловдив, Стара Загора, Русе, Габрово, Благоевград... Това са все места, които дават надеждата, че нещо хубаво се случва в България. В Пловдив вече връщат инвеститори, защото няма свободни офис сгради. Редица представителства на големи компании наемат хора със съвсем сносни заплати. Повече не бива да говорим, че Европа не ни чува. Наскоро внесох доклад в пленарната зала, благодарение на който България получи близо 6,4 млн. евро за справяне с наводненията и тежката зима. Но това не е за първи път. След бедствието в Аспарухово получихме 11 млн. евро, а когато се случи наводнението в Мизия - други 2 млн. евро. Надявам се повече да не ни трябва такава подкрепа, но е хубаво, че като имаме нужда, Европа е с нас. Около 72% от инвестиционния потенциал на България са средства от европейските фондове. Няма друг инструмент, който може да

компенсира това. България е на 5-о място в ЕС по усвояемост на средства от ЕС, а това е постижение. Местната власт вече има ноу-хау и достатъчно опит в работата с европейски средства и благодарение на това средата за живот и за работа видимо се подобрява.

- Как в Брюксел и Страсбург гледат на България?

- Все по-добре! Може и да е имало предразсъдъци, но това е най-добрата среда да покажеш на какво си способен.

- Какво им показвате?

- Когато никой не очаква нищо от теб, тогава имаш свободата да се разгърнеш. За мен това беше един от най-големите стимули да започна да работя активно още от първия ден, когато стъпих там. От историята научих, че точно хората, за които никой нищо не си представя, правят нещата, които никой не може да си представи. Същото е с България – ако сме били аутсайдери, ако сме били на опашката, ако за нас помощта едва ли не е била подаяние, то днес произвеждаме все по-добри новини.

- Кое ви дава оптимизъм, че по-доброто предстои?

- Ако търсим причини да сме песимисти, ще ги намерим. По-добре обаче да се вгледаме в добрите примери и да се стремим да ги умножим. Единственото, което на нас, българите, ни липсва, е да си повярваме. Когато някой ми каже, че сме малки и бедни, веднага вадя картата и му посочвам, че в ЕС има 15 страни, които са по-малки от България. И ако сме бедни, то това е временно. Но нима на нашите предци им е било по-леко? Когато по време на Голямата депресия светът е летял надолу, нима е било по-добре? Затова трябва да търсим и начини да променим ситуацията. Една възможност е да поработиш в чужбина, да натрупаш средства и да се върнеш тук. Ако си млад човек, има програми,

които подпомагат натрупването на знания и стартирането на бизнес. В момента имаме повече пари, отколкото добри идеи.

- *Имате ли виждане как да се измъкнем от дъното на най-бедните в Европа?*

- Колкото повече повтаряме, че сме малки и бедни, толкова по-дълго ще сме такива. Надявам се младите хора в България да имат устрема за позитивната промяна. Видяхме, че с противопоставяне не става. Тери Пратчет казва, че всички войни завършват с един и същи резултат: гарвани - 1000 точки, хора - 0 точки. Може и да не сме съгласни по всички теми, но трябва да намерим начин да изградим добра инфраструктура, да направим промени в съдебната система... Време е да спрем да се делим и да се заемем с градежа в държавата. Вярвам, че ако се обединим, ще успеем, защото като хора по нищо не отстъпваме на която и да е друга държава.

- *Кое може да ни обедини?*

- Винаги в историята, когато сме постигали нещо забележимо, то е защото сме имали национален идеал. Ако проблемът е, че днес не живеем добре, нека да видим какво зависи от самите нас и да го направим. Всичко, което ни се случва и не ни се случва, е благодарение на нас самите. Ако си искаме касовите бележки, когато пазаруваме, ако не си хвърляме безразборно боклука, ако пазим вече съграденото, ако сме граждански активни, когато виждаме нередности, ако... Данъците - това са моите и от вашите пари, с които променяме средата.

- *Кое от произведеното в България ни прави разпознаваеми пред света?*

- България може да предоставя невероятни условия за туризъм. Секторът генерира над 12% от БВП и това не е максимумът. Но трябва да продаваме не нощувки, а да предлагаме преживявания. В България има талантиливи млади хора, на които, ако дадем шанс тук да развият бизнес, те ще създават продукти с висока добавена стойност.

- *Франция предлага парфюми, Швейцария - часовници и шоколад. Ние какви стоки предлагаме?*

- Имаме чудесни продукти – например лаптоп „Правец“. Може да се купят традиционни български храни с уникален вкус, може да се купи и розово масло, а дори и български софтуер. Въпрос на време е „Made in Bulgaria“ да се вижда на все повече продукти.

- *Защо продаваме скъпото розово масло като*

суровина, а не като продукти с висока добавена стойност? При нас добивната индустрия се развива много добре, но веригата свършва дотук.

- Може да „продаваме“ уникалното си географско положение и да изграждаме интермодални транспортни центрове. Може да представим България като добра бизнес дестинация с най-ниските данъци в Европа.

- *Но липсата на кадри вече отблъсква инвеститорите. Какво да се направи?*

- Ключът е в дуалното образование, за да може бизнесът да получава кадри, от които се нуждае. Истината е, че в момента произвеждаме повече кадри, от които нямаме нужда. Бизнесът и университетите трябва повече да си говорят, а компаниите да са социално отговорни и да подписват договори за стажове със студентите. Но не бива да се заблуждаваме, че само тук нещата са толкова трудни. Преходът от университета към реализацията е кошмарен в цял свят. Образованието в САЩ е толкова скъпо, че студентските кредити се изплащат буквално повече от десетилетие.

- *Срещате ли се с учениците, които са на прага на завършване на гимназиите?*

- Безброй пъти. В цялата страна имам „Часове по Европа“. Има и такива, които казват: „Аз напускам България“.

- *Колко такива хора убедихте да останат да учат в България?*

- Няма нищо лошо, ако отидат да учат в чужбина и после се върнат. Бих стиснал ръката на младия човек, който отива в чужбина, но ще се поклоня на онзи, който остава тук. Често виждам недоверието в очите на хората. Питат къде съм завършил и им казвам, че съм възпитаник на Югозападния университет „Неофит Рилски“ в Благоевград. Ако искаш да се развиеш, в България също има възможности, а и образованието тук ни е по джоба. В Гоце Делчев ме запознах с момиче, което е трикратен републикански първенец по три дисциплини – философия, история и български език. Сега тя е студентка не в чужбина, а в СУ „Св. Климент Охридски“. Срещу този добър пример стоят други, които са заминали. Но докато завършиш средно образование, държавата ти е дала много. Когато отидеш в чужбина, трябва да си наясно, че имаш дълг към родината.

- *Когато се изправите пред младежката аудитория, сигурно всички искат да научат вашата тайна на успеха. Каква е тя?*

- Моята история сега може да звучи романтично,

БИХ СТИСНАЛ РЪКАТА НА МЛАДИЯ ЧОВЕК,
КОЙТО ОТИВА ДА УЧИ В ЧУЖБИНА, НО ЩЕ СЕ
ПОКЛОНЯ НА ОНЗИ, КОЙТО ОСТАВА ТУК



В МОМЕНТА ИМАМЕ ПОВЕЧЕ ПАРИ, ОТКОЛКОТО ДОБРИ ИДЕИ

нат да предлагат платени стажове. Част от парите за младежката заетост може да отиват за предприемачи, които наемат платени стажанти. Организирам поредица от обучения за млади хора под мотото „Финансирай мечтите си“. Един от хората, които пишат речите на президента Барак Обама, е встъпил в длъжност едва на 27 години. В една от последните си речи американският президент пъ и ако един млад човек може да го убеди да направи това, то не бива да доказваме, че пред нас има граници.

- *Какъв се виждате след края на мандата си като евродепутат?*

- Виждам напред така, както се шофира в тъмното – фаровете осветяват 100 метра пред мен. Стремя се да свърша повече неща като доклада, който донесе на Бълга-

но като минеш през нея и сам я преживееш, не е толкова приказна. Нямам типичната биография на политик. С днешна дата погледнато, това, че ми се е налагало да работя още от VIII-IX клас, може би е най-доброто, което ми се е случвало, защото ми е дало трудови навици, научил съм се да ценя парите и постигнатото. Бях обществено активен и превърнах в моя съкровена цел стремежа си да видя България като благоденстваща държава.

- *Посочете някои от най-значимите неща, които като евродепутат направихте...*

- Подех кампания за повече платени стажове, защото младите хора се оказват в кръговрат. Стажовите не бива да са само за хора, които могат да си го позволят, а и за онези, които имат качества. Затова стремежът е повече работодатели да започ-

нат да предлагат платени стажове. Искам да съм направил всичко по силите си. Може да не съм имал нито един уикенд в Брюксел, за да съм близо до своите избиратели. Вярвам, че българското икономическо чудо е възможно.

- *И накрая нещо оптимистично за финал на нашия разговор...*

- Чакахме дълго някой да ни даде надежда. Вече изтрезняхме и разбираме, че успехът е работа до късно. Когато даваме това, което се иска от нас, и сме активни, преди да критикуваме, когато обръщаме внимание и на позитивното, което се случва, то бавно, но сигурно ще тръгнем по пътя на развитие на страните, които за нас са образец. Трябва най-сетне да си повярваме. **U**

Славейко Славейков, главен финансов директор на Societe Generale Експресбанк:

ЕВРОПА ЗАТЯГА КОНТРОЛА НАД БАНКИТЕ

ПРЕГЛЕДЪТ НА КАЧЕСТВОТО НА БАНКОВИТЕ АКТИВИ Е
КЛЮЧОВА СЪПКА КЪМ СТАБИЛНОСТ НА СИСТЕМАТА

автор: Тони Григорова

Господин Славейков, в последните няколко години слушаме все повече за Единния надзорен механизъм на европейската банкова система. Ще разясните ли защо стои на дневен ред?

- Глобалната финансова криза показва как проблемите в банковия сектор може да се отразят негативно върху вложителите и данъкоплатците. Трудностите от такова естество в една държава може лесно да се разпространят и в други страни, включително и в еврозоната. Рискът от подобни отрицателни последици, разбира се, е различен в отделните европейски държави, тъй като банките са под надзора на националните регулатори, които прилагат свои стандарти за оценяване на устойчивостта на финансовите институции. С цел унифициране на тези стандарти, както и за по-добър мониторинг, държавите от еврозоната създадоха единна наднационална надзорна рамка. Това е Единният надзорен механизъм (ЕНМ), ръководен от Европейската централна банка в тясно сътрудничество с националните надзорни органи, който е действащ от

Славейко Славейков е главен финансов директор на Societe Generale Експресбанк от 2009 г. Присъединява се към екипа на банката първоначално като счетоводител през 2003-а. Само след година неговите професионални качества го издигат до позицията началник отдел „Левови операции“. През 2005 г. става зам. главен счетоводител, а през 2006-а е вече главен счетоводител на Societe Generale Експресбанк. Член е на Управителния съвет на банката. Членува в надзорния и в одитния комитет на MOBIA SBANK Молдова, която е част от групата Societe Generale Group.



ноември 2014 г. ЕНМ е първият стълб на банковия съюз, вторият е Единният механизъм за реструктуриране (ЕМП). Надзорните органи постепенно ще приложат унифицирана рамка за реструктуриране на фалиращи банки. Всички предприети действия целят възстановяване на доверието в европейския банков сектор. Страни извън еврозоната също може да участват в ЕМП, ако желаят. Присъединяването на България е един от приоритетите на коалиционната програма на сегашното правителство.

- Какво точно прави Единният надзорен механизъм?

- Според този механизъм Европейската централна банка (ЕЦБ) ще осъществява директен надзор над най-важните банки, като проверява дали те се съобразяват с европейските правила, а националните надзорни органи ще продължават да следят работата на останалите банки. ЕЦБ има правомощията да провежда редовен контрол, проверки на място и разследвания, както и да поставя по-високи капиталови изисквания, за да ограничи всякакви финансови рискове. Преди включването на банките от еврозоната към ЕНМ, ЕЦБ - в сътрудничество с местните регулатори, им извърши цялостна оценка, включваща:

- ✓ оценка на ключови рискови фактори като ликвидност, задлъжнялост и финансиране;
- ✓ преглед на качеството на банковите активи (оценка и класифициране на експозициите на банките, както и оценка на техните обезпечения и обезценки), като използва унифициран подход;
- ✓ стрес тестове, включващи оценка на възможностите на банките да поемат загуби при бъдещи икономически и финансови шокове.

Целта на тази процедура бе да се постигне прозрачност за състоянието на банките от еврозоната, да се предприемат оздравителни мерки там, където е необходимо, и с това да се възвърне доверието към европейската банкова система.

- От лятото на 2015 г. знаем, че в България предстои „Преглед на качеството на активите“, който ще се проведе вероятно през първата половина на 2016 г. Разяснете кое налага това?

- Прегледът на качеството на активите като част от цялостната оценка на банките изследва практиките за оценяване на стойността на банковите активи, техните счетоводни процедури и тези, свързани с провизиите. Целта е за всеки портфейл на финансовата институция да се разбере миксът и качеството на активите, съставляващи всяко банко-

во портфолио, и да се идентифицират нуждите от промяна в класификацията. Оценяването на различните банки по еднаква методология ще ги направи по-лесно сравними. Резултатите от прегледа на качеството на активите служат като основа за подготовка преди стрес тест. Чрез стрес тестовете се оценява капацитетът на банките за справяне с шокови ситуации и се определя количествено размерът на необходимата рекапитализация за банките, неиздържали цялостната оценка, както и необходимото понижаване на задлъжнялостта. След това тези банки трябва да създадат оздравителен план, който се контролира от регулатора. В България управителят на БНБ обяви подготовката на нова рамка за възстановяване и реструктуриране на проблемни банки, както и неотложния преглед на активите. Всичко това има за цел възстановяване на доверието в банковата система и в банковия надзор заради кризата с Корпоративна търговска банка през миналата година.

- Колко държави и колко банки извършват преглед на качеството на активите и какви са резултатите?

- Пълното оценяване, което се състоеше от преглед на качеството на активите и стрес тест на банките, се проведе от ноември 2013 г. до октомври 2014 г. на територията на еврозоната. Този процес обхвана 128 банки от 19 страни, които представляват почти 85% от банковите активи в еврозоната. Според резултатите, публикувани от ЕЦБ, 24 от оценените банки не преминаха стрес тестовете. Около половината от тях вече са предприели оздравителни мерки. Много европейски държави извън еврозоната също проведоха оценка за качеството на активите на банковите си системи. Същото упражнение в момента се извършва в Сърбия, а Румъния е в подготвителен период.

- Какви са за вас основните ползи от извършването на подобно оценяване в България?

- На първо място, такова начинание ще доведе до по-голяма прозрачност, поради стандартизираната методология и унифицирания подход. То ще даде възможност за сравнение не само на представянето на банките в страната, но също така и за състоянието на банковата система спрямо други държави, минали през този процес. Също така идентифицирането на слабости в отделни институции и прилагането на конкретни оздравителни мерки, където е необходимо, допълнително ще заздравя системата. Това ще спомогне за възвръщане на доверието към нея. □



Адвокат Димитър Смиленов:

СПОРЪТ ТРЯБВА да се решава с аргументи

ПРИ КРЕАТИВНА ЗАЩИТА ПЕЧЕЛИВШ ИЗХОД МОЖЕ
ДА ИМА И ДЕЛО, КОЕТО ИЗГЛЕЖДА ГУБЕЩО

Адвокат Димитър Смиленов е управляващ съдружник и съосновател на Адвокатско дружество „Колчева, Смиленов, Коев и съдружници“, което от 1994 г. до 2004 г. е известно като „Новел консулт“. Работи активно в областта на търговското право, гражданския процес и арбитража. Има дългогодишна практика в процесуалното представителство по търговски спорове и несъстоятелност. Включен е в списъка на синдиките на Министерство на правосъдието и има богат опит като синдик. Занимава се с въпроси в областта на енергетиката и възобновяемите енергийни източници, дружествено право, реструктурирания и придобивания на предприятия, несъстоятелност, събиране на вземания. Правен съветник на страни в международни и вътрешни арбитражни дела, арбитър в арбитражни дела на Арбитражния съд при Международната търговска камара - Париж. Член е на УС на КРИБ. Член на Арбитражния съвет на Арбитражния съд при КРИБ.

автор: Татяна Явашева

фото: Стоян Йотов

Адвокат Смиленов, в какво е специализирано Адвокатско дружество „Колчева, Смиленов, Коев и съдружници“, в което сте управляващ съдружник?

- Занимаваме се почти изцяло с търговски дела. Работим с корпоративни клиенти – български и чуждестранни лица. Нашата мисия е да оказваме подкрепа на чуждестранния бизнес, който инвестира в България. Започнахме практиката си като акционерно търговско дружество през 1994 г. под името „Новел консулт“ АД. Но Законът за адвокатурата наложи някои промени, заради които се роди Адвокатско дружество „Колчева, Смиленов, Коев и съдружници“. Занимаваме се с всички области на гражданското и търговското право. Стремим се да предложим пълна палитра от правно обслужване на корпоративните ни клиенти.

- Лично вас за какво най-често ви търсят клиентите?

- Адвокатите и клиентите са в доверителна връзка и при дългосрочно партньорство се създава и доверие на лична основа. Клиентите знаят, че зад мен стои добре работещ механизъм, но за тях личният контакт е много важен.

- Как се гради доверието?

- Гради се трудно и много лесно се разваля. Една от сентенциите на дядо ми Димитър Христов, също адвокат, е „Работи през първите 10 години за името си, после то ще работи за теб.“ В нашата професия е важно да изградиш име, в което хората да вярват, а не да си еднодневка. За съжаление битува мнението, че делата се решават с пари и основното „предназначение“ на адвоката е да знае на кого да ги даде. Това унищожава доверието в професията и изгражда крайно негативна представа.

- А как се решават делата?

- Те трябва да се решават с умения и най-вече със страст. Не влягаш ли страст в работата си, пак може да имаш успех. Но когато даваш всичко от себе си, може да преобърнеш ситуация, която е изглеждала безнадеждна и губеща.

- Само страст ли е това, което прави едни адвокати да печелят дела, а други да ги губят?

- Лесно е, когато печелиш съдебни дела, тогава празнуваш с клиента. Но ако само печелиш дела, може да има нещо нередно. Загубата не е драма, важно е съдът или арбитърът да е отсъдил справедливо. Спорът трябва да се решава с аргументи. И спечелилият, и загубилият трябва да са наясно защо съдът или арбитражът така е отсъдил. Мотивите и аргументите трябва да са толкова убедителни, че да накарат дори и загубилата страна да ги приеме с разбиране и респект, а това рядко се случва в нашата действителност.

- Според вашия опит, кои са необходимите условия, за да се спечели едно арбитражно дело и каква предварителна подготовка се изисква?

- Няма рецепта. „Рецептата“ на някои е да си платят решението. Но ако трябва да го спечелиш с аргументи, то делото изисква изключително внимание и към най-дребния детайл. Ищецът и ответникът не са в една и съща позиция. Ищецът има много повече време да се подготви, тъй като от него зависи кога ще подаде исковата молба. Ответникът е притиснат от кратките срокове. Не е без значение дали спорът ще се решава от един или от трима арбитри. Клиентът е изправен пред дилемата да плати двойно за трима арбитри или да се довери на професионализма и отговорното отношение на един арбитър. Ако делото е много сложно от фактическа или правна страна, тогава е добре страните по спора да се стремят към арбитраж с трима арбитри.

- Обикновено кой е в по-силната позиция – ищецът или ответникът?

- От гледна точка на подготовката за делото и на създаването на сценария, по който да се движи процесът – това е ищецът. Но понякога ответникът се оказва в по-силната позиция - ако има креативна защита, ако има адвокати, които добре разбират същината на арбитража. Нашата професия е интересна с това, че наглед изгубено дело може да има печеливш изход.

- Какво е нужно, за да се преобърне едно дело и да се стигне до успешен финал за клиента?

- Трябва да вярваш, че добрият изход е възможен. Нужна е страст, която обаче да не замъглява рационалността и прагматизма на защитника. Адвокатът трябва да е винаги търсец и нащрек, тъй като никога не се знае къде точно може да се намери изненадата, която да се окаже печелившият „изстрел“. Добрият адвокат умее да формира добра защитна позиция за клиента си. Важно е към всяко дело да подхождаш като към първото дело, в което адвокатът доказва своите способности.

- Кога отказвате да поемете дело?

- Делата, в които позицията на клиента е слаба и губеща, са голям трън в практиката на всеки адвокат. В такава ситуация сме пред дилемата да окажем поддръжка на своя клиент и да не се ангажираме в губеща кауза. Професионализъмът не ни дава възможност да избираме само „черешката на тортата“. В такива тежки дела обаче клиентът остава с впечатление, че адвокатът му е загубил делото, макар още в първите разговори да сте си изяснили, че шансовете то да бъде спечелено клонят към нула. Част от кръста на адвоката е да поема и дела, в които е във видимо лоша позиция. Е, понякога става чудо, но чудеса не стават всеки ден.

- Как се решават търговските спорове в България, склонен ли е бизнесът да се възползва от възможностите на медиацията?

- Медиацията получи възможност чрез грантовите схеми да бъде популяризирана като способ за решаване на спорове. Въпреки това тя не напредна много. Това се дължи на българската народопсихология. Тук



действа матрицата, че съдът със сила и власт трябва да реши спора, вместо да го вземем в свои ръце и да поемем отговорността за своите действия и решения. Арбитражът е традиционен метод за решаване на търговски спорове. Изключително щастлив съм, че в последната година участвам в инициативата по създаването на Арбитражния съд при КРИБ с амбицията да прилагаме най-високите световни стандарти в тази област в услуга на българския бизнес.

- Имате богат опит като синдик. Кои пътища водят към несъстоятелност?

- Има много начини. Единият вариант е да вземаш кредити, за да си купуваш коли и да водиш лъскав живот, но има и наистина много случаи на нещастно стечение на обстоятелствата, които са довели до фалита. Обикновено крайният резултат е микс от няколко фактора. Както при природните бедствия и катастрофите, така и тук никога причината не е само една: неправилни управленски решения, непремерени действия, прекален оптимизъм за бъдещето, съчетан със срив на пазари...

- Колко често по ваши наблюдения несъстоятелността е добре обмислен изход?

- Тя е създадена, за да може търговецът чрез съда да каже на кредиторите си, че не е в състояние да обслужва дълговете си и да потърси справедлив за себе си и за кредиторите си изход от ситуацията. Да

поискаш фалит не е неморално и незаконно. Несъстоятелността е цивилизован начин навреме да се отстрани един „заболял“ елемент от организма на икономиката. Но в България нещата са много по-изкривени, отколкото в държавите с развити пазарни отношения. Длъжникът в голяма част от случаите прави всичко възможно да укрие активите със сложни хитроумни схеми, с които да излъже кредиторите си. КТБ е драстичен пример от нашето настояще. Единици са длъжниците, които подхождат отговорно към проблема. Наблюдава се липса на респект към закона.

- Вярвате ли, че след 25 години живот отвъд или по ръба на закона може да се въведе по-голяма справедливост за всички?

- За справедливостта трябва да се борим всеки ден, всеки един от нас, най-вече ние, които сме се вrekli да прилагаме правото като инструмент на справедливостта – съдии, адвокати, прокурори. Това е много дълъг процес, който никога не може да приключи. В него важен момент има образованието, което трябва да научи хората да спазват определени норми и да не ги пристъпват.

- На самата съдебна система обаче дължим недоверието в нея...

- Не бива да слагаме всички под един знаменател заради броящите се на пръсти черни овце в тази система. Такива има във всяка гилдия. Но също така е вярно, че лъжичка катран стига да развалиш кацата с меда.

- През тази година в световен мащаб се наблюдава бум на сливанията и придобиванията. Вашето дружество е своеобразна „врата“ за навлизането на външни инвеститори. Как тече този процес в България?

- Занимаваме се както с несъстоятелност, при която приключва жизненият цикъл на стопанските субекти, така и със сливания и придобивания, които са продукт на плановете на компаниите за развитие и експанзия. Работим и по такива сделки, но в момента в страната не се наблюдава бум на сливанията и придобиванията. За съжаление виждаме инвеститори, които си продават активите и напускат България. Бъдещето е на концентрацията, което обаче намалява конкуренцията и влошава пазара, тъй като не ражда по-добър продукт. Сливанията и придобиванията повече са породени от такива процеси, а не от оценката на чуждестранния капитал, че е добре да инвестира в България.

- Виждате ли начини за подобряване на бизнес средата?

- За радост в цялата страна има работещ бизнес. Доказателство е КРИБ. В конфедерацията членуват големи и малки компании. Те работят на светло и прилагат определени стандарти. Финансовата стабилност, която имаме, е нещо важно. Но за жалост не се създава средна класа. Надеждата ми е, че някой ден негативизмът ще бъде заменен от позитивни послания и активни действия, базирани на стратегии и политики. □

ТЕНДЕНЦИЯТА Е КЪМ КОНЦЕНТРАЦИЯ НА БИЗНЕСА, КОЕТО ОБАЧЕ НАМАЛЯВА КОНКУРЕНЦИЯТА И ВЛОШАВА ПАЗАРА



IT ФИРМИ В

надпревара за Офис парк Пловдив

НАД ЕДНА ТРЕТА ОТ ПЛОЩИТЕ В СГРАДАТА ВЕЧЕ СА ЗАЕТИ

Нараства търсенето на качествени имоти в сегмента на офис площите в град Пловдив. За това съобщиха от инвестиционната компания „Галакси Инвестмънт Груп“, като отчетоха 40% заетост на площите в проекта „Офис парк Пловдив“, който се изгражда в момента. Договорите са както с компании, които вече работят в града, така и с нови, на които им предстои да направят своите инвестиции. От компанията заявиха, че IT и аутсорсинг индустрията са основните наематели в сградата. Офис парк Пловдив отговаря на всички изисквания на високотехнологичните компании, като в същото време предлага гъвкави схеми за оформяне на офисното пространство. Очакванията на инвеститора са за бързо запълване на останалата част от сградата и привличането за наематели на ключови имена от сектора.

От „Галакси Инвестмънт Груп“ коментираха, че растежът е очакван и се базира както на повечето инвестиции, така и на липсата на достатъчно качествени офис площи, които да отговарят на търсенето. Дефицитът на офис площи се потвърждава и от факта, че в момента в град Пловдив се строят много бизнес сгради, като голяма част от тях са насочени към нуждите на IT и аутсорсинг индустрията. Очаква се създаването на качествени условия за компаниите от IT бранша да привлече доста компании, които ще останат да развиват бизнеса си в града. Като инвестиционна компания с богато портфолио във всички сегменти на сектора на недвижимите имоти, „Галакси Инвестмънт Груп“ вече има доста сериозен опит от работата си с компании от аутсорсинг индустрията. Компанията стопанисва проекта „Роял Сити Бизнес Парк“, в който наематели са „Софика“ и Scalefocus, едни от водещите български аутсорсинг

компании, отворили офиси в Пловдив.

„Офис парк Пловдив“ отговаря на всички изисквания на високотехнологичните компании, като в същото време предлага гъвкави схеми за оформяне на офисното пространство. Все по-често компаниите от IT сектора отчитат добрата офис среда като важен фактор за повишаване производителността на труда. Прогнозите на „Галакси Инвестмънт Груп“ са за бързо запълване на останалата част от сградата и привличането за наематели на ключови имена от сектора. Очаква се бизнес паркът да бъде готов през есента на 2016 г. Комплексът ще бъде разположен на бул. „Свобода“, близо до Мол Пловдив и Гребния канал, на 5 минути от центъра на града, и ще представлява две седеметажни сгради с разгънатата застроена площ от 19 350 квадратни метра и с общ капацитет от 2000 души.

Според AT Kearney „Global Services Location Survey“ 2014, България е номер 1 в Европа като привлекателно място за развитие на аутсорсинг индустрията. За 10 г. компаниите в сектора са отбелязали 600% ръст на продажбите. 90% от работещите в сектора са под 35 години, а средните заплати са между 1500 и 3500 лв. Това е секторът с най-висока добавена стойност. Потенциалът на България е разпознат от инвеститорите, категорични са експертите, а Пловдив е предпочитана дестинация. Доказателство за това е и фактът, че в града вече са отворили офиси много утвърдени на международната сцена компании като Telus International, Aii Data Pro, Scale Focus, Unify, 60K, Questers Group, Sibiz, Programista, Sofica Group, SBTech, Reward Gateway, и др., а наскоро и на Speedflow. [U](#)

НОВИ МЕГАФОНДОВЕ на европейската стартъп сцена

автор: Александър Александров

Знаете ли какво е общото между услугата за онлайн разговори Skype, видеоиграта Minecraft, музикалната платформа Spotify, мобилната игра Angry Birds и приложението за разпознаване на музика Shazam? Всички те са глобални онлайн услуги, но създадени не в САЩ, където се раждат повечето подобни компании, а в Европа. Отново те са и най-често даваните примери в стартъп средите, когато се дискутира възходът на предприемаческата екосистема на Стария континент през последните няколко години. Действително, ако през първото десетилетие на века иновациите тук се развиваха основно чрез механизми като рамковите програми на Европейския съюз за изследователска и развойна дейност, то през последните години се появяват все повече успешни примери, следващи американския модел на рисково финансиране на технологични стартъпи. На практика горните компании са само малка част от нарастващия брой перспективни стартиращи фирми от Берлин, Лондон, Париж, Стокхолм или Барселона. Стартъп състезанията, конференциите и менторските програми също стават все повече. Единствено достъпът до рисково финансиране поне доскоро продължаваше да е ограничен и труден.

По всичко личи обаче, че това е на път да се промени. Неотдавна представители на един от най-популярните европейски фондове за дялови инвестиции - Lakestar - обявиха, че са успели да наберат средства за нов инвестиционен фонд. Той ще се нарича Lakestar II и е набрал капитал за рискови инвестиции в размер на

впечатляващите 350 млн. евро

Сума, която го прави един от най-големите в Европа и го доближава до европейските гиганти Index Ventures, Accel Partners и създадения от основателя на Skype Никълас Зенстрьом Atomico.

Новият фонд на практика ще бъде над два пъти по-голям от Lakestar I, който стартира с капитал от 135 млн. евро. Това е особено показателно за до-

верието в компанията, която е сред ранните инвеститори в някои от най-добре представящите се технологични фирми, включително Facebook, Spotify, Skype и Airbnb. Сред нейните инвестиции са също някои от най-горещите стартъпи от Европа и САЩ, включително Oscar, Algomi, GoEuro, King.com, Xing, Teralytics, както и проекти, продадени успешно на стратегически инвеститори като Harry's и Maker Studios.

Другата добра новина е, че новият фонд ще се фокусира върху инвестиции в ранната фаза от развитието на стартъпите (т.нар. Seed и Серия A) – етап, в който привличането на средства е много трудно, особено в Европа. Освен това с офиси в няколко европейски страни, както и в Ню Йорк, Lakestar II има сериозни шансове да оказва влияние от двете страни на океана, което ще бъде още едно предимство за финансираните от него стартъпи, предоставяйки им по-бърза писта към необятния американски пазар.





Инвеститорите сигурно са полудели

Впечатляващо е също, че при набирането на средства за втория фонд на Lakestar интересът към него е бил толкова голям, че се е наложило да се откажат 20% от инвестициите, за да може да се управлява оптимално фондът и да се обръща достатъчно внимание на всички проекти. Според ръководството на новия фонд, общият размер на инвестициите е можел да достигне упомянатите за подобен проект 600 млн. евро.

По всичко личи обаче, че успехът със създаването на Lakestar II не е изолиран случай. Само преди броени дни друг европейски инвестиционен играч – Highland Europe – успя да набере 332 млн. евро за новия си фонд, насочен също изключително към проекти на Стария континент. За разлика от Lakestar обаче, той ще изразходва капитала във вложения в компании на по-късен етап от тяхното

развитие, а размерът на инвестициите ще е между 10 и 30 млн. евро. Към това трябва да прибавим и скоростното стъпване на континента на

ЗНАКОВИ АМЕРИКАНСКИ ФОНДОВЕ

като Google Ventures – инвестиционното подразделение на онлайн гиганта, и Sequoia – един от най-популярните рискови инвеститори отвъд океана, който от 1972 г. до днес е финансирал в ранен стадий имена като Apple, Google, 3Com, Cisco, Atari, Dropbox, PayPal, NVIDIA, Oracle, YouTube!, Square, WhatsApp, AdMob и много други. Плановите на Google Ventures са показателни – въпреки че стартира в Европа със 130 млн. щ. долара капитал, компанията планира да вложи общо 500 млн. щ. долара на Стария континент през следващите пет години.

Нарастващият интерес на рисковите инвеститори към европейските стартапи е показателен за потенциала, който има екосистемата на континента. Все повече местни проекти успяват да преминат в т. нар. „клуб на еднорозите“ (наименование, което в Силициевата долина дават на технологичните стартапи, достигнали милиардна капитализация чрез рисково финансиране) и по всичко личи, че големите играчи отвъд океана не искат да пропуснат добрите възможности. Моментът е особено подходящ – икономиката на континента излиза от кризата и все повече страни отчитат устойчив ръст, европейската стартап екосистема вече преминава от своя ранен стадий на развитие към етап на зрялост, а предстоящата регулация на единния дигитален пазар се очаква да ускори развитието на технологичния сектор в ЕС.

Навлизането на няколко големи инвестиционни фонда може да се окаже необходимият двигател, който да ускори развитието на стартап екосистемата и да намали разликата, с която според мнозина Европа изостава от САЩ и Азиатско-Тихоокеанския регион в сферата на дигиталните услуги. Това означава и повече възможности за европейските стартапи, които искат да се разрастват на Стария континент, вместо да се местят в Силициевата долина или другаде. А това вероятно ще доведе и до повече локални успешни примери, които на свой ред да се превърнат в инвеститори и в ролеви модели за следващото поколение млади предприемачи. [U](#)

Успешният български бизнес: МИСИЯТА ВЪЗМОЖНА



автор: Антония Петрова

Конкурсът „Най-добра българска фирма“, стартиран от Fibank преди 4 г., цели да отдаде дължимото признание на успешните родни фирми и така да създаде устойчива платформа за положителни примери. За да участват фирмите в надпреварата, е нужно да имат български капитал, български мениджмънт и да представяват родни марки. Жури оценява участниците на база финансови показатели. Сайтът на конкурса paidobrafirma.bg дава възможност и на публиката да

гласува за тяхната компания фаворит до 5 ноември.

Поглед към победителите от 2014 г. говори достатъчно за нивото на бизнеса у нас. Представяме ви трима от победителите в миналогодишното издание - иновативния проект Уча.се (с приза в категорията „Стартиращ бизнес“), „АТМ Електроникс“ ООД - първенец за „Микро и малка фирма“, и бургаската „Победа“ АД, спечелила наградата за „Средна и голяма фирма“.

Дарин Магжаров, създател на Уча.се:

Всеки ученик ще може да учи с индивидуална програма

- Кое е това, с което най-много се гордеете за фирмата ви?

- Най-много се гордея, че с онлайн платформата Уча.се подобряваме образованието в България. През цялото време, в което учих и работих в чужбина, мечтаех да се върна в България и да направя нещо смислено. Тук съм от 3 г. и съм в най-щастливия период от живота си, защото резултатите от Уча.се са огромни.

- С какво беше успешна изминатата една година?

- През миналата година Уча.се започна да се самоиздържа и да расте с още по-голямо темпо. Сега можем да правим все по-полезни

неща за всички ученици, учители, родители и студенти в България.

- Какви дейности планирате в краткосрочен план с цел развитие на бизнеса?

- Работим над нещо грандиозно. В Уча.се всеки ученик ще може да учи с индивидуална програма с видеоуроци и упражнения според нуждите му. По всеки предмет и клас правя един бърз и интересен диагностичен тест, който засича пропуските и силните ми страни. След това на база на пропуските влизам в един режим на игра, който ме води през видеоуроците и упражненията, за да наваксам целия материал.





Инж. Сергей Шаргин, управител на „АТМ Електроникс“:

Построихме собствена сграда

- Кое е това, с което най-много се гордеете за фирмата Ви?

- На първо място е добре обученият и квалифициран персонал. Благодарение на него и на ръководството сме си извоювали име на надежден доставчик на индустриална електроника на международните пазари, където основни наши клиенти са водещи фирми в областта на промишлената автоматизация, енергоразпределението, медицинската апаратура и инсталационното оборудване.

- С какво беше успешна изминалата една година?

- Реализирахме отдавна зами-

слен проект – строежа на собствена сграда, отговаряща на най-съвременните стандарти за производството на промишлена електроника. Изградена е с висок коефициент за енергийна ефективност и защита от електростатика на произвежданите изделия.

- Какви дейности планирате в краткосрочен план с цел развитие на бизнеса?

- Увеличаване броя на клиентите ни и обема на произвежданите изделия. Това ще доведе до разкриване на нови работни места за млади и способни хора, които да намерят смисъл да останат в България. [U](#)

Михаил Чоролеев, изпълнителен директор на „Победа“ АД:

Инвестираме в завладяването на нови пазари

- С кое най-много се гордеете за фирмата ви?

- С топмарките на „ПОБЕДА“ - бонбони „Черноморец“, бисквити „Анелия“, „Закуска“ и „Еверест“, които с постоянство през годините са сред лидерите по продажби в своите продуктови категории. Работим с прецизност и внимание и се гордеем с лоялността на потребителите. Десетилетия наред им предоставяме възможност да се наслаждават на оригинални и любими рецепти, разпознаваеми от няколко поколения. Именно тази емоция е добавената стойност към нашите продукти, която отрежда на „ПОБЕДА“ имиджа на една от най-обичаните български марки. Това ни задължава да сме актуални спрямо пазарните тенденции и постоянно да развиваме своята продуктова програма.

- С какво беше успешна изминалата една година?

- Стартирахме интересни проекти и някои от тях вече стигнаха до пазара като краен продукт. Сери-



ята вафли „Еверест“ се разшири с нови вкусове, лансираните година по-рано сандвич-бисквити „Фрегата“ се настаниха добре в търговските обекти. Към средата на 2015 г. имаме ръст в категориите бонбони и бисквити спрямо предходната година и усилията ни са да запазим тази възходяща линия. Но за генерално обобщение на годишна база все още е рано.

- Какви дейности планирате в краткосрочен план с цел развитие на бизнеса?

- Усилията в продуктовото развитие на компанията ни дават стабилност, върху която да надграждаме своята търговска политика. Продължаваме да насърчаваме продажбите и интереса с атрактивни предложения

към дистрибутори и търговски партньори. За поредна година очакваме добър ръст в експорта. Удовлетворяващите проекти с партньори зад граница ни мотивират с увереност да продължаваме да се развиваме в това направление и да инвестираме ресурси по завладяване на нови пазари. [U](#)



ЗЕЛЕНИ ФЕРМИ в града

ОГНЯН ЧИКОВ ПРАВИ РАЗРАБОТКА, ЧРЕЗ КОЯТО
И БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА ВЛЕЗЕ В СВЕТОВНАТА
КАРТА НА ИНОВАТИВНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

Населението на Земята непрекъснато се увеличава и вече е над 7,3 млрд. души. Според прогнозите през 2050 г. човечеството ще е около 9,5 млрд. и около 86% от хората в развития свят ще живеят в градовете. Осигуряването на храна ще е сред основните предизвикателства на близкото бъдеще. Учени и специалисти правят разработки в тази насока и вертикалните ферми са не просто възможност, те вече се появяват на различни места по света.

Специално проектираните многоетажни ферми може да се превърнат в обичайна гледка от градския пейзаж. Неизползваеми складове и изоставени сгради също може да придобият полезна функционалност и така да започне новата зелена революция в производството на храни в мегаполисите. „Щом обработваемата земя не е достатъчно, то висините имат неограничени възможности“ - това установи американският еколог д-р Диксън Деспомие (Dickson Despommier) от Колумбийския университет в Ню Йорк. Той се е заел с развитието на добрата идея за нов вид ферми и предлага решение на много от проблемите чрез изграждане на пасивни вертикални оранжерии, в които в градски условия

в близост до потребителите

ще се отглежда селскостопанска продукция. Той препоръчва хидропонен метод, при който вместо почва се ползват минерални разтвори. Този модел на земеделие изключва употребата на пестициди и хербициди.

Иновациите в земеделието в технологично развитите страни не са далечна проекция в бъдещето, а са жива реалност. В САЩ, Канада, Великобритания, Южна Корея вече има такива съоръжения. Sky Greens например е първата вертикална ферма в Сингапур. Построена е през 2009 г., бързо развила технологията за производство, показала качество и количество и вече е носител на редица отличия. Продукцията е с до 40% по-скъпа от китайските аналози, които се предлагат на местния пазар.

При демографската криза в България и при наличието на пустеещи земи вертикалните ферми изглеждат като ненужно усилие или като фантастика за някой следващ век. Независимо от това обаче

младият български инженер Огнян Чиков

се е заел с технологичната разработка на подобно съоръжение. Той участва в конкурса за отглеждане на култури в урбанизирани територии, организиран от онлайн портала Element14 Community. Заданието е да се проектира и създаде вертикална ферма (Vertical Farming Design Challenge) за производство на зеленчуци, в която процесите се автоматизират чрез използването на съвременните технологии. Може да се каже, че проектът на Огнян Чиков е „интернет на нещата“ в действие. Разработката му е сред 15-те най-добри решения, които получават подкрепа за практическа реализация на предложената идея. Спонсорството е под формата на различни полупроводникови елементи за осъществяване на проекта, предоставя се безжична платформа за разработки, която е с ниска консумация на енергия. В комплекта е включен набор от безжични сензори за анализ на параметрите на околната среда. Осигурени са и семена за засаждане на марули и от Огнян Чиков се очаква да направи

експеримент в реални условия

Важно е, че той се ползва и с подкрепата на компанията, в която работи – Enterprise Communications Group.

Огнян Чиков създава решение за управление на автоматизирана ферма, изградено на базата на няколко хардуерни модула, управлявани от централизиран софтуер. В едно такова работещо съоръжение информационните технологии са от голямо значение и в момента фокусът на амбициозния инженер е точно върху това. За разработването на цялостен проект за вертикална ферма, ще е нужен и приносът на добри агроспециалисти, които да съ-



Sky Greens е първата вертикална ферма в Сингапур

Информационните технологии навлизат във всяка сфера и българското земеделие не бива да изостава, казва Огнян Чиков

четаят практическото познание за отглеждане на растения с използването на IT решения. Чрез данните, които по технологичен път ще се събират, опитните агрономи може да осигурят подходящи условия за отглеждане на растенията, да предприемат адекватни мерки срещу болести и вредители и така да получат по-високи добиви. При този нов способ на растениевъдство ще се пестят ресурси, а и продукцията може да е био, ако се спазват определени практики.

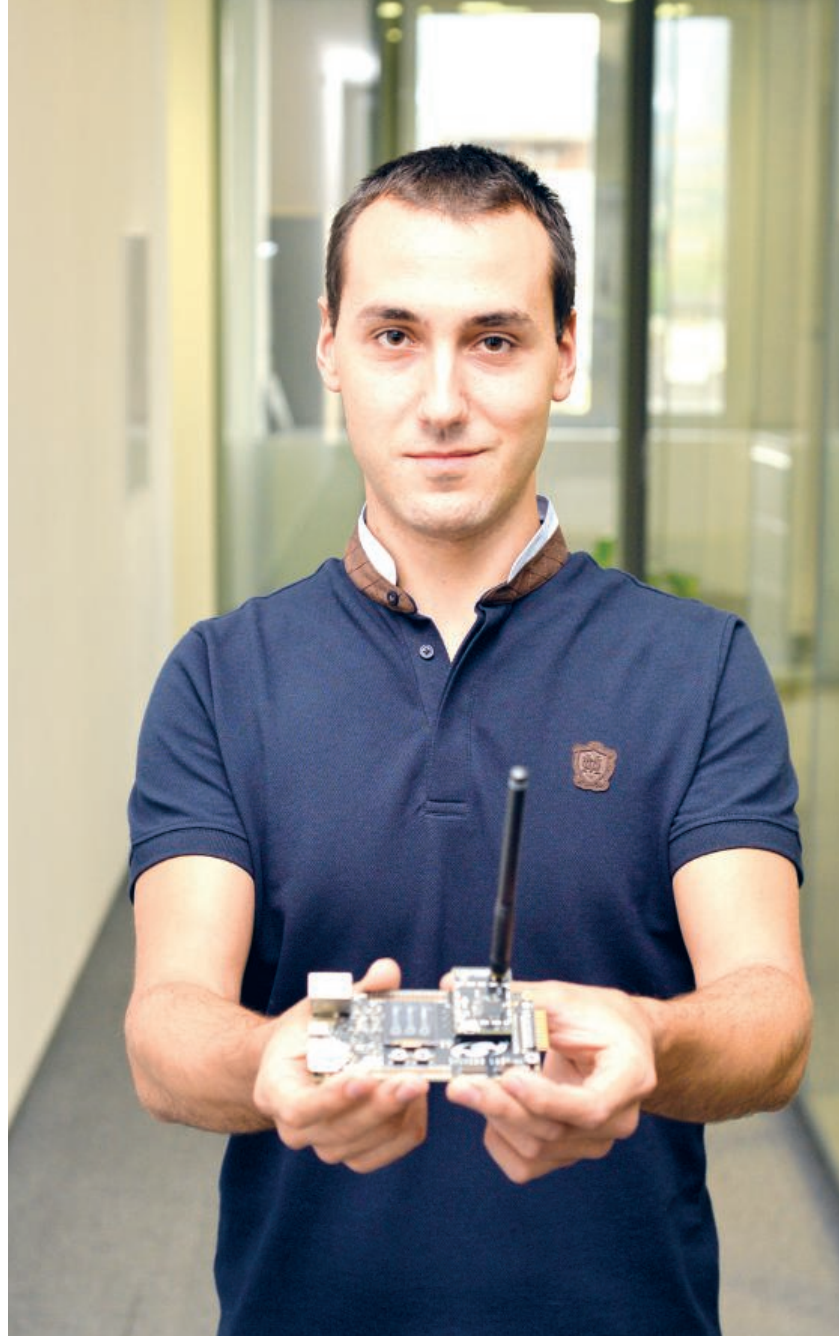
Липсата на технологично развитие в българското земеделие провокирала Огнян Чиков да се заеме с този проект за вертикална ферма. Той не вярва, че у нас технологиите и селското стопанство скоро „да станат приятели“, но

АКО СЕ ПОЯВИ НИША

крачката към създаването на такова модерно съоръжение вече по-лесно ще бъде направена.

Огнян Чиков работи в отдел „Технически решения“ на фирма Enterprise Communications Group. В момента е докторант в Техническият университет в София. Като инженер целта му е да създава полезни технологични системи и „интернет на нещата“ да се превърне в истинско улеснение във всички сфери на човешката дейност. Убеден е, че земеделието има огромен потенциал, но без технологии и иновации, занаят пред то трудно ще може да се конкурира с аналогични производства с много ноу-хау. Ето защо европейските програми трябва да насърчават навлизането на повече иновации в селското стопанство.

Знае се, че не всяка технология намира бързо приложение, но когато е налична, в подходящ момент тя може да влезе в действие. И ако в България се направи добре работеща вертикална ферма, създателите ѝ може да продават нейното ноу-хау и да изградят такива съоръжения там, където вече има нужда от тях. □



Факти

- ✓ Идеята за отглеждане на земеделски култури в стъклени небостъргачи в самия център на градовете е описана през 1950 г. от Джон Хикс (John Nix) в книгата му „Стъкленият дом“ (The Glass House).
- ✓ Виждането за вертикалните ферми се появява точно преди век. През 1915 г. Гилбърт Бейли предлага изграждане на ферми под земята чрез използването на експлозиви.
- ✓ При вертикалното фермерство има максимално оползотворяване на водата за напояване, като ненужното количество се стича на долните етажи и не потъва в почвата, както при традиционното земеделие. Използването на капково и аерозолно напояване също пести много вода. Сградите може да се захранват с енергия от слънчеви панели и ветрогенератори, монтирани на покрива.
- ✓ Оранжерийният принцип осигурява целогодишна продукция. Подреждането на културите на етажи помага да се отговори на специфичната им нужда от влага и слънчева светлина, като се съобрази и техният растителен цикъл. Близостта до крайния клиент спестява сложната логистика от полето до масата.

„СИЕЛА НОРМА“ С ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН

КЛИЕНТИТЕ ИМАТ ДОСТЪП ПО ВСЯКО ВРЕМЕ ДО
ПРЕДЛАГАНИТЕ ПРАВНОИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ



ciela norma

Г-жа Деница Кирова е търговски директор в направление „ПИС“ на „Сиела Норма“ АД. Тя се присъединява към екипа на „Сиела Норма“ АД през юни 2015 г. и отговаря за търговската политика на компанията в България. Деница Кирова е работила близо 15 години в областта на правото, икономиката, капиталовите пазари и инвестиционно и бизнес консултиране.

73

УСЛУЖА

Г-жо Кирова, какво ново предлага „Сиела Норма“ на своите клиенти?

- „Сиела Норма“ предлага ново удобство на своите настоящи и бъдещи клиенти, а именно достъп 24/7 до предлаганите от компанията продукти. Стартирането на интернет магазин за предлаганите от нас правноинформационни системи дава възможност за достъп от всяко място, включително и от чужбина, до интернет версията на продуктите на „Сиела“ и цели да улесни клиента като осигурява възможност за самостоятелен избор на продукти и услуги за решаването на конкретен негов проблем или необходимост.

- Какво наложи разработването на интернет магазин? Защо е важно за вашия бизнес да има онлайн магазин?

- Като IT компания се опитваме да наложим новите тенденции и технологии и в контекста на нашите усилия за оптимизиране достъпа на информация през браузър, независимо от вида устройство. Решихме да създадем платформа, чрез която да контактуваме с клиента от продажбата до цялостното му обслужване по удобен начин, като същевременно запазваме традиционното за „Сиела“ високо ниво на поддръжка и обслужване на клиентите си.

„Сиела“ е най-големият оператор на пазара на правноинформационни услуги и индивидуални IT решения, с пазарен дял, по наши изчисления, около

8 хиляди клиенти, или около 30-35 хил. потребители. За нас е логична стъпка създаването на интернет магазин, предвид широкото ни присъствие в интернет както като надежден източник на актуална информация, разпространявана свободно чрез нашите партньори (Lex.bg и Econ.bg), така и в социалните мрежи.

- Кои са клиентите на онлайн магазина?

- Интернет магазинът е предназначен за всички наши настоящи и потенциални клиенти, като традиционно наши крайни потребители са всички юристи, които практикуват професията си, повечето счетоводители и финансисти, на които им е необходима информация за данъци, осигуровки и други, свързана с водене на счетоводство. На засилен интерес през последната година се радват и специализираните ни продукти – Сиела Здравеопазване, Сиела Строител, Сиела Енергетика и Околна среда и Сиела Митница, които предлагат адаптирани за конкретната сфера нормативни решения, практика, публикации на утвърдени експерти в съответната област.

Пълната продуктова гама на „Сиела Норма“ ще бъде достъпна с един „клик“, включително и услугите в областта на справочния софтуер, като бази данни по поръчка на клиента, продукта Профил на купувача и системата за застрахователни брокери „Сиела Инс“. □

автор: Яна Колева

Сигурно сте имали случай нелюбезен продавач да ви откаже от покупка. Сигурно сте си дали сметка, че ако не купувате от малкия квартален магазин, той ще фалира, че ако с парите си не „гласувате“ за малкия производител, той ще е принуден да спре работа. Сигурно и вие сте се питали какво може да се направи, когато харесвате даден продукт или услуга, но виждате как липсата на адекватна комуникация с клиентите изправя определена фирма пред крах. Ако имате бизнес, сигурно и вие се питате как да се харесате на клиентите и да им продавате повече. Сигурно търсите начини как повече потенциални потребители да научат за вашите продукти и услуга. Как наистина?

Стреляй точно

Маркетингът е „оръжието“ на всеки бизнес – едни стрелят точно, други не улучват целта, трети просто не го използват. Най-естественият въпрос за всеки производител и търговец е как да стигне до повече клиенти и те да се превърнат във верни почитатели. Конкуренцията на пазара наистина е голяма, но въпреки това немалко компании не отделят внимание на маркетинга, не са активни в търсенето и задържането на клиентите, казват, че нямат пари за реклама и с това оправдават бездействието си. Много им харесва „маркетинг с нулев бюджет“ или „маркетинг от уста на уста“, защото им се струва, че това не изисква нито пари, нито усилия. Имаме живи примери как чудесен продукт, създаван с години, може да пропадне само защото компанията не намира верния път към клиентите, или просто защото не го търси.

(Не)доволните

Доскоро се смяташе, че един доволен клиент води трима нови, а един недоволен ще отблъсне десетина други. Днес обаче интернет и комуникацията чрез различни канали в глобалната мрежа коренно промениха ситуацията. Има сайтове за оценка на стоките, блогове, форуми, сайтове за

МОГЪЩЕСТВОТО И БЕЗСИЛИЕТО НА МАРКЕТИНГА

НАЙ-ЕСТЕСТВЕНИЯТ ВЪПРОС ЗА ВСЕКИ
ПРОИЗВОДИТЕЛ И ТЪРГОВЕЦ Е КАК ДА
СТИГНЕ ДО ПОВЕЧЕ КЛИЕНТИ

сравняване на цените, които дават възможност на отделните потребители да постигнат широка публичност. Потребителите започват да осъзнават, че са сила. Как обаче бизнесът ползва необятните възможности на същата тази глобална мрежа, която може да го направи търсен или презиран? Дали всеки бизнес лидер, предприемач или мениджър си задава въпроса дали прави необходимото, за да може повече потенциални клиенти и потребители да научат за невероятните продукти и услуги, които компанията предлага? Дали когато някой е недооценил важноста ви като клиент, ще запазите това в дълбока тайна, за да не накърните нечия репутация? Дали...

Заради тези, които ни се иска да станат по-добри в комуникацията с клиентите, за да продават повече и да бъдат по-успешни, потърсихме двама маркетолози, които да препоръчат КАК да стане това в новата реалност на новите технологични възможности. [U](#)



Поли Козарова има 18-годишен опит в областта на маркетинга, продажбите и бизнес развитието в софтуерни и консултантски компании. Съавтор на един от първите блогове за бизнес и маркетинг у нас „Маркетинг буркан“, и на книгите „Блогопедия“, „100 български маркетинг приказки“, „Основи на успешния бизнес. Тук и сега“, и „101 маркетинг приказки“.

Поли Козарова:

Предайте щафетата в най-подходящите ръце

В старите бизнес учебници маркетингът се разглеждаше като основна дейност във всяка една компания, свързана с много планиране и отчитане, и изпълняваща се предимно от маркетинг отдела. Когато човек чете подобна литература днес, нещата изглеждат много логични, добре структурирани и... трудно приложими. Ненапрасно много студенти в областта на маркетинга не се чувстват достатъчно удовлетворени от това, което научават в университета, а фирмите, които наемат млади кадри, също усещат, че има доста голяма разлика между това, които младите маркетъори знаят и умеят, и онова, което се изисква от тях да правят. Защото бизнесът днес е много по-неструктуриран, шеметно навлизат нови технологии и фирмите се нуждаят от съвсем ново виждане за маркетинга.

Основното, което се промени, са невероятните възможности, които се отварят пред всеки бизнес благодарение на интернет и мобилните технологии. Малките фирми вече не са толкова безпомощни в сравнение с големия бизнес при навлизането на нови пазари и при въвеждането на нови продукти и услуги. А за стартъпите дигиталният маркетинг е златен шанс да се популяризират с по-малко средства.

ПРИ ШЕМЕТНОТО НАВЛИЗАНЕ НА НОВИ ТЕХНОЛОГИИ ФИРМИТЕ СЕ НУЖДАЯТ ОТ СЪВСЕМ ДРУГО ВИЖДАНЕ ЗА МАРКЕТИНГА

Другата промяна, която повечето фирми у нас за съжаление все още не осъзнават достатъчно ясно, е, че маркетингът вече не е работа, която се върши само в една стая в нашия офис. Това е безнадеждно остаряло разбиране. Маркетингът е фирмена философия, начин на мислене и действие, който е нужно да споделят всички – от собствениците и бизнес мениджърите, през ръководителите на отделните звена, до всеки служител на фирмата без изключение. Всичко, което всеки във фирмата прави ежедневно, може да доведе нови клиенти. Ако пък не го прави, фирмата губи клиенти или изостава от конкурентите си. Затова по-добре да експериментираме и да допускаме грешки в маркетинга, но бързо да се учим от тях, отколкото нищо да не предприемаме.

И трето, днес клиентите са много по-информирани за продуктите и услугите, които предлагаме, в сравнение с периода преди няколко години. Понякога знаят за продуктите повече, отколкото самите търговци. И са станали многократно по-взискателни и предизвикателни от всякога. Клиентите имат все по-малко време и за да ги привлечем, качеството на информацията, която им предоставяме, и бързината, с която реагираме, са изключително важни.

За всеки бизнес спазването на универсалните правила за правене на маркетинг е само едно добро начало. С други думи - минимумът. Това, което ни дава конкурентно предимство, не е свързано само с нашите продукти, но и с начина, по който правим

маркетинг, и със знанията за нашите пазари. Това, което се пренебрегва дори от най-мощните глобални компании, са особеностите на географските пазари. Правят се универсални рекламни послания и кампании, интернет страницата на компанията казва едно и също нещо на много езици, а в социалните мрежи се твори често „централизирано“. Не можем да пренебрегваме, че потребителите мислят и действат по съвсем различен начин в различните части на света. Имат различни притеснения и различни очаквания, и това много често влияе върху начина, по който вземат решения за покупка. Същото е валидно за потребителите от различни възрастови категории. Това изглежда ясно на всички, но особено в B2B маркетинга се случва да се пренебрегва възрастта на хората, с които се общува. Случва се компания на иновативен продукт за бизнеса да има слаби резултати, просто защото рекламното послание е било несъобразено с типичния му реципиент. Особено ако е било комуникирано от напорист млад търговец, който е притеснил по-възрастния си събеседник със знанията си за новите технологии.

Разговорът за спецификите на маркетинга в отделните индустрии е много, много дълъг. Особено в B2B сектора. Ненаправно в отделите по маркетинг и като търговци се назначават хора с подходящо образование и опит в съответната индустрия. Необходимо е доста време да се усвоят терминологията, професионалните знания и да се опознаят бизнес практиките в различните индустрии, и това не бива да се забравя.

Стефан Русев:

Парите на нашите клиенти са нашата сила

Всяка фирма съществува чрез парите, които клиентите харчат за нейните продукти или услуги. Докато една фирма има редовни клиенти, тя ще съществува, а може и да се развива. Следователно парите на клиентите са силата, без която бизнесът не би могъл да оцелее. Затова и целта на маркетинга е привличане на колкото се може повече клиенти. Хората имат свобода да избират как да харчат парите си. Днес на пазара има голямо изобилие. Технологиите са общодостъпни и конкуренцията е почти изравнена. Свободата на избор, изобилието и близката конкуренция промениха начина на мислене на клиентите.

Благодарение на интернет потребителите имат възможност да вземат информирано решение за всяка покупка. Това промени същността на пазаруването, промени се и начинът, по който харчим парите си. Все повече хора гледат на потреблението като на инвестиция в продукти, фирми и каузи, които харесват, ценят и вярват. И ако една покупка ще е свързана с нещо, което не одобряват, те предпочитат да не я направят.

Когато купуваме продукт или услуга, инвестираме силата на своите пари в тези, които стоят зад продукта или услугата. Така даваме своята подкрепа за тях, тъй като искаме да продължат да се развиват, защото харесваме онова, което правят. Това важи за книгите на любимите си автори, които купуваме, за дрехите, които носим, за храната, която ядем, за местата, където ходим на почивка, за магазините, където пазаруваме, за каузите, които подкрепяме, за заведенията, които посещаваме, за каналите, кои-



Маркетологът Стефан Русев е част от екипа на варненското студио за интериорен дизайн, архитектура и продуктов дизайн INDESIGN. Поддържа свой блог за маркетинг www.stefanrusev.net.

Препятствията пред малките и стартиращите компании са основно две – липсата на средства и недостатъчните знания как се прави маркетинг. Дигиталният маркетинг става все по-достъпен, вече има много фрилансъри у нас, чиито услуги може да бъдат ползвани. Има изобилие от информация кое

как се прави, има и курсове за обучение. Въпреки че повечето от собствениците на малки компании и стартъпи са млади хора със самочувствието, че прекрасно знаят тънкостите на бизнес поведението в интернет, аз все пак бих препоръчала да се допитат до опитни специалисти по маркетинг за най-подходящите за тях подходи.



С растежа на бизнеса маркетинг подходите се обогатяват все повече, като се включват различни новости – създаване на потребителски общности в нета и извън него, организиране на маркетингови събития, връзки с обществеността, социално полезни инициативи... Освен избора на подходящи за фирмата подходи, друго предизвикателство е собствениците да изградят мотивиран и способен маркетинг екип, за да са сигурни, че щафетата е в добри ръце. [U](#)



то гледаме и т.н. Парите са сила и от клиентите зависи къде ще я насочат.

Хората не просто купуват, а обръщат внимание на историята на фирмите, интересуват се кой стои зад тях, проучват ги и следят развитието им. Избират компании, които споделят техните ценности, култура и интереси. „Инвестират“ парите си в онзи бизнес, който заслужава да получи силата на парите им. Това е „вот“ в подкрепа на добрите предприемачи и техните фирми, на благородните каузи, които променят света към по-добро. Тук идва въпросът, който трябва да си зададат далновидните маркетинголози: Как да привлечем силата на парите? С обстрелване на аудиторията с колкото се може повече реклами, потребителите няма да ни чуят. Съвременният маркетинг е споделяне и разказване на идеи, общуване с реални хора в реално време тук и сега.. А за да имате какво да разказвате, трябва да правите нещо стойностно, което е в полза на хората. Трябва да имате кауза. Без кауза в маркетинга няма шанс да успеете.

Гай Кавасаки съветва да не започваме бизнес, ако не вярваме, че можем да променим света към по-добро. И наистина днес можем да привлечем силата на парите на хората само и единствено ако им предложим качествени и стойностни неща, които са в тяхна полза.

Решението за насочване на силата на парите се взема на ниво чувства и емоции. За да ни изберат, клиентите трябва да ни харесат и да повярват в нас. Те трябва да се вдъхновят от нас и да решат, че си струва да инвестират в нас. Народът казва: „Хора с хора се събират“, а маркетингът вече се е уверил, че еднакви се привличат. Каквито сте вие, такива ще са и вашите клиенти. Така, както гледате на своята работа, така и клиентите ви ще гледат на нея. Колкото по-вдъхновено разказвате за работата си, толкова повече и клиентите ви ще се вдъхновяват. Затова използвайте интернет и споделяйте с потребителите. Кажете какво предлагате, покажете какво правите, дайте възможност да видят как го правите и хората ще ви забележат.

Силата на парите се привлича най-лесно с прекрасен и вдъхновяващ продукт. Затова инвестицията в продуктов дизайн (качествен продукт) е най-добрата маркетинг инвестиция, която една компания може да направи, за да постигне по-високи резултати в продажбите.

Клиенти са се убедили, че дори и малките суми, които харчат за продукти или услуги на определена фирма, имат значение. Остава и фирмите да го разберат и да се научат да привличат тази сила. [U](#)

ИЗПОЛЗВАЙТЕ ИНТЕРНЕТ И СПОДЕЛЯЙТЕ С ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЗА ДА ПЕЧЕЛИТЕ ДОВЕРИЕТО ИМ

МИТ ЛИ СА

АНГАЖИРАНИТЕ СЛУЖИТЕЛИ

ОТГОВОРНОСТТА НА ЛИДЕРИТЕ Е ДА СЪЗДАВАТ ПОДХОДЯЩА СРЕДА, В КОЯТО ХОРАТА ДА ДАВАТ МАКСИМУМА НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ СИ

автор: Мартин Лашколниг*

Гледайки актуалните данни, част от които се публикуват в ежегодния индекс за ангажираност на „Галъп“, се очертава мрачна картина относно това колко хора действително са ангажирани към работата си. На практика няма страна в света, в която да има повече от една четвърт ангажирани служители, а в някои страни в Азия, но и в Централна и Източна Европа проучванията показват изключително ниски, дори едноцифрени стойности по този показател.

Нека видим какво може да се направи, за да променим ситуацията. Много предприятия са изключително успешни, що се отнася до технологии и управление на бизнес процесите. И за съжаление, управлението на човешките ресурси твърде често се възприема също като процес. А това е погрешен подход. Става дума за хора. В днешно време хората обичат да се отнасят с тях като с хора. Не казвайте „Служителите са най-важният ни актив“, ако не сте готови да застанете зад думите си и на дело.

Явно се случва нещо много трагично. Инвестират се много ресурси в подбор и наемане на подходящите хора за даден отдел. И въпреки това в рамките само на няколко месеца или година нивата на ангажираност удрят дъното. Грешните хора ли назначаваме? Необходима ли ни е повече мотивация? Какво, по дяволите, става?

Интересен е фактът, че когато лидерите бъдат повишени или преместени в друг клон или отдел, те „взимат“ със себе си нивото на ангажираност на отдела, в който са работили до момента. Причините за високата или ниска ангажираност може да бъдат намерени в лидерството. И така, какво биха могли да направят лидерите, за да увеличат ангажираността на своите служители?

Първо, позволете ми да бъда откровен. Никой не може да създаде висока ангажираност, точно така както и никой не би могъл да даде на някого увереност или високо самочувствие. Но отговорността на лидерите е да създават среда, към която всеки слу-

жител да има възможност да се ангажира или не. Това е отговорността на лидерите – да стимулират подобна възможност. Но за съжаление повечето не го правят.

Започнете с мисия! Всъщност, по-добре не! Виждали ли сте някога ангажираността да произтича от висящ надпис в ъгъла, гласящ „Ние сме водещият доставчик на ...“? Разбира се, че не. И не ме разбирайте погрешно - аз мисля, че ясната и добре декларирана мисия е от голямо значение. Но не се започва от тук. Няколко други неща трябва да



бъдат изпълнени, преди да можете изобщо да започнете да си мечтаете вашите хора да преследват визията на компания със страст, въодушевление и постоянство.

Всичко започва от съвсем друго място. Всъщност визия и цел са чак четвъртата стъпка в един петстепенен процес.

1 Първата стъпка е даване на чувство за сигурност

Да се чувстваш сигурен е най-основната движеща сила на човешкото поведение. Ако не сте сигурни, че таванът на помещението, в което седите и четете това, ще издържи, ще избягате за части от секундата, независимо колко значима или интересна е тази статия. Същото важи и за ангажираността на служителите.

Дефинирайте ясни правила, процеси и очаквания

Хората ще покажат инициатива само тогава, когато имат ясно разбиране по какъв начин лично биха били засегнати. Затова създавайте ясни и постоянни правила и процедури и се уверете, че те важат за всички. Ако хората разберат как и защо се взимат решенията, тогава е по-вероятно да ги изпълняват.

Екипите много повече ще следват правилата, ако разбират подбудите за тяхното съществуване, още повече ако участват в създаването им.

Създавайте позитивна и вдъхновяваща среда

Среда, в която има откритост и доверие, честност и коректна комуникация, признание и оптимизъм, е средата на силно ангажираните хора, които се раздават без задръжки. Един ясно структуриран процес на това кога и как конструктивно да се критикува също ще ви помогне да направите необходимите промени, които вашата конкуренция може би ще пропусне.

2 Идентичност

Създайте пространство, в което хората може да се чувстват верни на себе си - където да реализират своите силни и да приемат своите слаби страни, без да е необходимо да се крият или защитават. Често и своевременно им давайте признанието, което заслужават. Забелязвайте и отбелязвайте това, което работи, а не онова, което не се получава добре. Разбира се, и това



също трябва да се управлява, но не пропускайте да благодарите за всичко, което е добре свършено.

3. Принадлежност

Човекът е социално същество. Приносът към по-голямото цяло, споделянето на общи интереси е от голямо значение за много хора. Ако външната мотивация кореспондира с вътрешната подбуда, тогава може да бъдат постигнати велики неща. Следователно, ако съумеете да създадете комуникация между работната сила, която да позволява хората да се гордеят с постиженията на компанията, тогава те стават по-ангажирани. Ние всички искаме да направим нещо смислено в живота си. Но смисълът е различен за различните хора. В процеса на наемане се уверете, че разбирането на кандидатите ви за това кое е смислено, отговаря на разбиранията на компанията.

4. Визия и цел

Едва сега, след като е постигнато усещане за сигурност, идентичност и принадлежност, хората са готови да ви изслушат относно вашата визия и цел. Достигайки до този етап, задачата ви е да им помогнете да видят как вашите визия и цел отговарят на техните ценности, да ги вдъхновите за това, което компанията ви иска да постигне и зад което застава.

Не поставяйте граници. Визиите са смели и дръзки. Създайте нещо, за което си струва да се ангажираш. Използвайте картини вместо фрази - нашето подсъзнание работи с визуални образи. Бил Гейтс не е казал: „Ние искаме да бъдем водещият доставчик на софтуер за фирми и физически лица, бла, бла, бла ...“. Той казва: „Ние си представяме компютър на всяко бюро и във всеки дом“. Ето това е картина, която ясно може да задържите в съзнанието си.

5. Компетентност

Дори и най-добрата и най-силна визия няма да ви бъде от полза, ако вашата компания не притежава компетентността реално да я осъществи и да й вдъхне живот. Преценете каква компетентност е от основно значение за изпълнението на визията и целите ви. Обучавайте хората си, ако е необходимо. Цената на това да не инвестирате в хората е далеч по-висока от парите, които ще дадете, за да им помогнете да се усъвършенстват. Тогава те ще направят и компанията по-успешна. □



*Мартин Лашколниг е основател и директор на Институт за развитие на потенциала в Линц, Австрия. Президент е на Асоциацията на немските лектори. Експерт е по мотивация, самооценка и увереност и тяхното влияние върху лидерите, екипите и компаниите. Работи в сътрудничество с Джак Канфийлд, коуч номер 1 на Америка, и е оторизиран от него да води семинари на тема "Принципите на успеха" на немски и английски език из цяла Европа. Съчетаването на икономическо образование и предприемачески опит с години на изучаване на будистката философия и теорията на възприятията с тибетски монаси в Индия води Мартин Лашколниг до нов подход към проблемите и тяхното решаване. Той е лектор на конференцията (www.rtcconference2015.barm.bg), която Българската асоциация за управление на хора организира на 13 ноември в хотел „Холидей Ин“ в София. Повече за него на: www.MartinLaschkolnig.com.



Леонидас Цагарис:

Sofia Hotel Balkan е най-добрият ХОТЕЛ, В КОЙТО СЪМ РАБОТИЛ

Списание „Икономика“ разговаря с господин Леонидас Цагарис, новия генерален мениджър на Sofia Hotel Balkan, A Luxury Collection Hotel, за предизвикателството да управляваш един от най-успешните 5-звездни хотели в страната

Текст и снимки: Елица Дякова

Л-н Цагарис, от 5 месеца сте генерален мениджър на Sofia Hotel Balkan, A Luxury Collection. Какви бяха първите ви впечатления от хотела?

- Когато посетих хотела за първи път, много ме впечатли архитектурата му. Построен през далечната 1956 г. като част от новото архитектурно творчество на София, според мен хотелът и до днес има най-добрата сграда в България. Харесаха ми също класическият интериор, луксозното излъчване... Има нещо специално в Sofia Hotel Balkan. Смело мога да твърдя, че това е най-добрият хотел, в който съм работил по време на 31-годишната ми кариера в туристическата индустрия. Останах приятно изненадан също и от големия професионализъм на хората, които работят тук.

- Sofia Hotel Balkan, A Luxury Collection е новото име на Sheraton Sofia Hotel Balkan. Какво означава тази промяна в името?

- Означава, че сме станали по-добри. Luxury Collection и Sheraton са два от престижните бранда на Starwood Hotels and Resorts Worldwide. Това е една от водещите хотелиерски компании в света, с атрактивна програма за лоялност SPG, в чието портфолио влизат също хотелите: St. Regis, W Hotels, Westin, Le Meridien, Four Points by Sheraton, Aloft, Element и Tribute Portfolio. Това, което различава веригата The Luxury Collection от Sheraton, е значително по-високото ниво. The Luxury Collection е перлата в короната на Starwood. Следователно тази промяна означава, че сме се усъвършенствали.

- The Luxury Collection все още не е достатъчно познат бранд у нас. Разкажете ни повече за него.

- Това е най-добрата международна хотелска верига в света, която принадлежи на Starwood Hotels and Resorts Worldwide от 1994 година. Luxury Collection е луксозна селекция от над 70 от най-добрите хотели и курортни комплекси по света, в над 30 държави, която продължава да расте и до днес. Едни от най-популярните представители на семейството на The Luxury Collection в световен мащаб




са: Hotel National в Москва, Hotel Chatwal в Ню Йорк, Hotel Imperial във Виена, Metropol Palace в Белград и т.н. Сами разбирате, че за нас е чест да станем част от тази великолепна луксозна селекция.

- Кое е онова, което прави Sofia Hotel Balkan лидер на пазара?

- Това е комбинацията от богата история, специална архитектура, отлично местоположение и качествено 24-часово обслужване, което непрекъснато усъвършенстваме, следвайки високите стандарти на Starwood Hotels and Resorts Worldwide. Самият факт, че Sofia Hotel Balkan е единственият хотел от тази престижна международна компания, говори сам за себе си.

- Планирате ли промени в хотела?

- Да, сред приоритетите ми е цялостното обновяване на фитнес и спа центъра на хотела. Целта ми е в близко бъдеще да можем да се похвалим с най-модерния фитнес и спа клуб в града, който ще бъде отворен не само за гостите на хотела. 

**За резервации посетете
www.sofiabalkan.com или се
обадете на телефон:(359)(2) 981 65 41**



1892

NAVIGATION
MARITIME
BULGARE

www.navbul.com

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

BŪLGARIYA
BULGARIA

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**



ЗДРАВЕ & Природа



ПРЪСТОВ ОТПЕЧАТЪК В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

И В ТАЗИ СФЕРА ВСЯКА ВАЖНА ПРОМЯНА ТРЯБВА ДА
Е ПРЕДШЕСТВАНА ОТ ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО

автор: Тони Григорова

Ако направите експеримент и попитате за имената на министрите на здравеопазването от последните 15-20 години, резултатът няма да е обнадеждаващ за тези, които са седели в министерското кресло. Задача с повишена трудност ще е да се посочат позитиви от тяхното управление. Ще излезе, че са били на власт, а не са оставили отпечатък. Всички недоволстват от здравеопаз-

ването в България. Тогава кой е отговорен, че то не е на ниво?

Какво ще е здравеопазването в България е въпрос за над 7 млрд. лв. Защото парите на Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) и на Министерството на здравеопазването за година са около 3,5 млрд. лв. Според данни на Световната здравна организация половината от

разходите за здравеопазване в България се плащат от пациента и другата половина солидарно се покрива с публични средства. Така общият годишен оборот на здравната система възлиза на повече от 7 млрд. лв. Това е респектираща сума на фона на 82,164 млрд. лв. брутен вътрешен продукт на България за 2014 г.

Накъде

Реформата в здравеопазването според обещанията досега трябваше да е довела до осезаеми резултати, но вместо това тя неочаквано се препъна в пръстовите отпечатъци като инструмент за съвременна идентификация. „Да говорим за здравната реформа в България е като да говорим за това, за което се говори. Липсва ясна концепция за развитие на здравеопазването. То не се нуждае от реформи заради самите реформи, а от решаването на някои проблеми, които съществуват. Наблюдава се лутане и веднъж се предлага един инструмент като панацея, после - друг“, коментира здравният консултант доц. Спас Спасков, който е бивш директор на Института за спешна медицинска помощ „Пирогов“. Той недоумява как, като се ограничи броят на пътеките, по които се лекуваме, лечението ще се подобри. Намаленият достъп автоматично не означава по-високо качество. Трябва да сме наясно, че всяко действие по промяна на статуквото води до последствия. Затова трябва да се прави предварителна оценка на въздействието и да не се работи на принципа „проба-грешка“. В здравеопазването грешките струват твърде скъпо, предупреждава доц. Спасков.

Вярна ли е посоката

Като замисъл реформата е в правилната посока, сега трябва да видим какво ще е изпълнението ѝ, е мнението на д-р Станмир Хасърджиев, председател на Националната пациентска организация. Според него следващите седмици и месеци са важни, за да разберем как на практика ще функционират основният и допълнителният пакет за лечението в болниците, плащано от здравната каса. Също така трябва да видим дали дружествата за до-



Какво ще е здравеопазването в България е въпрос за над 7 млрд. лв.



пълнително здравно осигуряване ще съумеят да мотивират гражданите да им се доверят и дали това ще води до по-малка финансова тежест, когато се наложи осигуреният да влезе в болница. Ще се види какви ще са нормативните актове, каква ще е подготовката на следващия рамков договор за медицинските дейности, с какъв бюджет ще разполага НЗОК. Но едва догодина хората ще може да оценят дали реформата е в правилната посока, посочва д-р Хасърджиев.

Българският модел

Не е нужно да откриваме топлата вода на здравеопазването, тъй като има работещи модели, които може да заимстваме. България и българите имат своите специфики като нагласи и възможности и те също трябва да се съобразят, когато се предприемат такива действия. Реформата не е нещо с начало и край, а промяната е състояние на системата, тъй като се появяват нови технологии, нови виждания, но и нови нужди. Спецификите според д-р Хасърджиев: Българите не обичат да плащат здравни осигуровки, а

като ги плащат, то е в много нисък размер. После обаче всеки иска всичко да му е безплатно, а това няма как да стане. Ние лъжем системата, че плащаме, а системата ни лъже, че ни лекува. Това е причината от пациентите да се искат плащания за екип и дарения в големи размери. Това доведе и до изкривявания на системата, в която има хора, които се облагодетелстват от нея. Всички знаем, че има олигарси в здравеопазването, те са на върха на различни структури. Ако имаше ясни правила в системата, то това нямаше да се допусне, казва д-р Хасърджиев. Най-важният въпрос е какво избираме – азиатски тип здравноосигурителна система с ниски вноски и лоши здравни услуги, или развита солидарна система като на Запад с високи осигуровки всеки месец, при гаранция, че при постъпване в болница нищо допълнително не се заплаща. Изборът зависи от всички нас.

Кой остава

Парламентът вече одобри създаването на Национална здравна карта. Такива карти са праве-



*Най-рано догодина
ще може да се правят
оценки дали реформата
върви в правилна посока*

на пациентите показва дали едно или друго заведение да съществува. Подобно решение не бива да е плод на административни мерки“, обяснява доц. Спасков.

За кого работи касата

Някои от здравните пътеки отпадат от основния пакет за лечение, но по какъв критерий? Тези хора също правят здравни вноски. Пациентите с определени заболявания ще трябва да плащат от джоба си за лечението, но защо точно те? Всеки има свои индивидуални здравни проблеми и ако по линия на здравната каса неговите проблеми не се решават, той не е мотивиран да продължава да се осигурява. Принципът, по който се определя кое влиза в основния и в допълнителния пакет за лечението в болниците, не може да е „Болести, от които аз и моята баба не боледуваме“. Ето защо е нужна единна концепция – чии проблеми се решават, защо точно тези заболявания са приоритет при финансирането, с какви инструменти действате. Пред обществото трябва да сме честни, само тогава хората ще ни вярват, посочва още доц. Спасков.

ни и преди, но те не водят до качествена промяна на здравеопазването, тъй като в момента не само у нас, но и в световен мащаб има огромно движение на населението. Българи напускат страната, има и неспирна вътрешна миграция в посока към големите градове. Освен това някои модерни болници биха могли да привличат пациенти от чужбина. Това непрестанно движение на хора дори в избирателните списъци не може да се прецизира, в такъв случай на каква база ще определим необходимостта от медицински нужди на населението, пита доц. Спасков. Такава информация липсва, както няма актуални данни за разпределението на лекарите в страната. За да се извършва медицинска дейност, трябва да има яснота и на какъв медицински персонал може да се разчита. „Кой не би желал той да е човекът, който да казва къде какви болници ще има и кои да се закрият? С подобна здравна карта се създават условия за корупционна вълна. И това също е резултат от липсата на единна концепция за развитието на здравеопазването в България. В крайна сметка времето и най-вече интересът

Има ли контрол

В НЗОК, по думите на министъра на здравеопазването д-р Петър Москов, има нужда от ефективен и прозрачен контрол и това ще е част от причините за промени в структурата и управлението на касата: „Искаме да заменим съществуващата бюрокрация, която очевидно не работи, с млади и кадърни хора с медицинско, икономическо и юридическо образование. Това няма да са политически назначения. Навсякъде, където има злоупотреби, ще последват санкции и отнети лицензи на болници и обществото ще види конкретни примери за това. Купонът вече свърши и правилата трябва да важат за всички.“

Купонът наистина свърши и експериментите в здравеопазването са опасни за нашето здраве. Май е време всеки министър да слага пръстов отпечатък под реформите, които въвежда, и да дава гаранция за тях. Иначе всички плащаме сметката без никаква възможност за reclamaция. □

КАК ХАРЧАТ парите си болниците

автор Боян Игнатов, специалист
по Здравен мениджмънт в УНСС

Българското здравеопазване през последните две десетилетия функционира в условията на хроничен недостиг на средства. Нарастващият брой здравнонеосигурени лица, застаряването и влошеният здравен статус на населението, както и не особено добрите макроикономически показатели лишават здравната ни система от значителни финансови ресурси. Това води до ситуация, в която държавата отделя недостатъчно средства за здравеопазване, което е предпоставка за увеличени плащания от страна на гражданите или в доста случаи дори за невъзможен достъп до здравна услуга за голяма част от тях. И ако формирането на бюджета за здравеопазване е политически акт и донякъде „външен“ за системата процес, то ефективното използване на вече заработените или отпуснати финансови ресурси на лечебните заведения е изцяло отговорност, задължение и приоритет на тяхното ръководство.

За да получим представа за приоритетите на държавата в здравния сектор, е достатъчно да разгледаме структурата на публичните разходи за здравеопазване (табл. 1):

✓ разходи за доболнична помощ – те се поддържат на почти едни и същи нива от години. Това води до демотивация при лекарите и неудовлетвореност при пациентите. По-активната подкрепа на доболничната помощ с помощта на публично финансиране може да доведе до значителни спестявания за системата на здравеопазване в средносрочен план.

✓ разходи за лекарства - те не бележат особен ръст и това ограничава достъпа на много пациенти до необходимото им лечение.

✓ капиталови разходи – те са незначителни, а са много необходими поради остарялата материална база (сгради и оборудване) на много от лечебните заведения.

✓ разходи за болнична помощ – те са с най-голям дял, близо 50 % от разходите на националната здравноосигурителна каса (НЗОК) и вероятно тук потенциалът за оптимизация е най-голям, тъй като в болничната система има много фактори за неефек-



	Консолидиран държавен бюджет	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7
	Процент от БВП	4,30%	4,30%	4,20%	4,20%	4,20%
	Разходи за здравеопазване	3 000 800	3 247 600	3 303 200	3 353 400	3 496 700
1	Национална здравноосигурителна каса	2 039 432	2 633 730	2 633 730	2 737 276	2 823 110
1.1	Здравноосигурителни плащания	1 859 932	1 974 520	2 214 520	2 410 511	2 472 462
1.2	Болнична помощ	1 016 932	958 020	1 168 876	1 278 511	1 297 462
1.3	Извънболнична помощ	463 000	505 500	512 894	532 000	570 500
1.4	Лекарствени продукти	347 000	391 000	495 525	542 000	546 500
1.5	Други осигурителни плащания	33 000	120 000	37 225	58 000	58 000
1.6	Капиталови разходи	2 000	7 000	5 790	7 000	7 000
2	Министерства и агенции	648 601	803 262	п.а.	п.а.	п.а.
2.1	Министерство на здравеопазването	590 794	718 099	480 117	374 404	388 082
2.2	Други министерства и агенции	84 873	97 629	п.а.	п.а.	81 000
3	Общини	216 318	133 777	п.а.	п.а.	102 260
3.1	Субсидии за болнична помощ	85 360	0	0	0	0
4	Централен републикански бюджет	43 305	17 913	п.а.	п.а.	п.а.
5	Други	3 118	5 304	п.а.	п.а.	п.а.

тивно използване на средствата, а има и значителни възможности за намаляване на болничната дейност за сметка на доболничната помощ.

Приходи на лечебните заведения

Основните източници на приходи за лечебните заведения за последните години са НЗОК – за лечение на болни, лекувани по клинични пътеки, и Минис-



терството на здравеопазването (МЗ) – за лекуваните болни извън клиничните пътеки по Националния рамков договор (НРД). Други източници на приходи са приходите от продажби на услуги, т.е. заплащано от пациентите лечение, други приходи от продажби, приходи от дарения и от доброволни здравноосигурителни фондове. Част от приходите на много от групите са под формата на централна доставка на лекарства, консумативи и апаратура от бюджета на МЗ.

Въпреки намалението за разглеждания период е видно, че основните средства от МЗ са насочени към университетските и националните многопрофилни болници за активно лечение (НМБАЛ), което е нормално. Намалението може да се обясни с прехвърлянето на част от дейностите към НЗОК. Аналогична е ситуацията с националните специализирани болници за активно лечение (НСБАЛ). Странна е почти пълната липса на финансиране от страна на МЗ към специализираните болници за активно лечение по акушерство и гинекология (СБАЛАГ). Донякъде това може да се обясни с факта, че голяма част от медицинските дейности в тези болници се заплащат от НЗОК. Това обаче означава, че на практика МЗ не инвестира никакви средства в тези болници за апаратура, медикаменти и ремонт на сградния фонд. Обяснимо е и високото ниво на другите приходи в тези болници – те са основно от допълнителни плащания от пациентите, като избор на екип, самостоятелни стаи, дарения и др. Общинските МБАЛ разчи-

тат основно на приходи от НЗОК, което е обусловено от факта, че тези болници се ползват предимно в по-малките градове, където голяма част от хората разчитат основно на процедури, финансирани от НЗОК, а в по-големите градове по-голяма част от контингента пациенти са такива с не особено тежка патология и неголеми финансови възможности. Тук, макар и малки, не липсват и средства от МЗ. Притеснителен е фактът, че тези болници са общински, но в тях почти липсва финансиране от общините (за целия разглеждан период то е по-малко от 4% на година). В двете крайности са специализираните болници за долекуване и продължително лечение на белодробни болести (СБДПЛББ) – те почти изцяло се финансират от МЗ, и специализираните болници за рехабилитация (СБР) – те разчитат за близо 50% от средствата си на други приходи. Особен случай са държавните психиатрични болници (ДПБ), в които приходите са почти изцяло от МЗ, т.с. те не са търговски дружества и са изцяло на бюджетна издръжка.

Разходи на лечебните заведения

Ето какво показва структурата на капиталовите разходи и пълните текущи разходи на двете основни групи лечебни заведения за болнична помощ – МБАЛ и СБАЛ. През 2010 г. болниците от групата на СБАЛББ са изразходили 100% от средствата за капиталови разходи за закупуване на ДМА. Относително доста високи и постоянни са разходите на СБДПЛББ за ремонт, което може да се обясни с относително

остаряла материална база, нуждаеща се от постоянна поддръжка. Може би най-интересно е разпределението за разглеждания период на разходите в СБАЛАГ – там през всички години почти 100% от разходите са за дълготрайни материални активи. Липсата на разходи за ремонт на ДМА показва, че там върви процес на подмяна на остаряла апаратура, предимно със собствени средства, имайки предвид почти пълната липса на финансиране от МЗ.

Текущите разходи са 4 основни групи - разходи за персонал (възнаграждения и осигуровки), разходи за храна на пациентите, разходи за лекарства и медицински консумативи и оперативни разходи (ток, горива, материали, външни услуги, текущи ремонти и амортизации). Най-балансираните са разходите в групата на университетските и национални МБАЛ – тук персоналетът се използва най-оптимално, разходите за медикаменти са най-големи, което се обяснява с факта, че тук идват най-тежките случаи от цялата страна, а оперативните разходи са най-малки. На другия полюс са общинските МБАЛ, където имаме ниски разходи за медикаменти и високи оперативни разходи. Характерно тук е, че и разходите за пер-

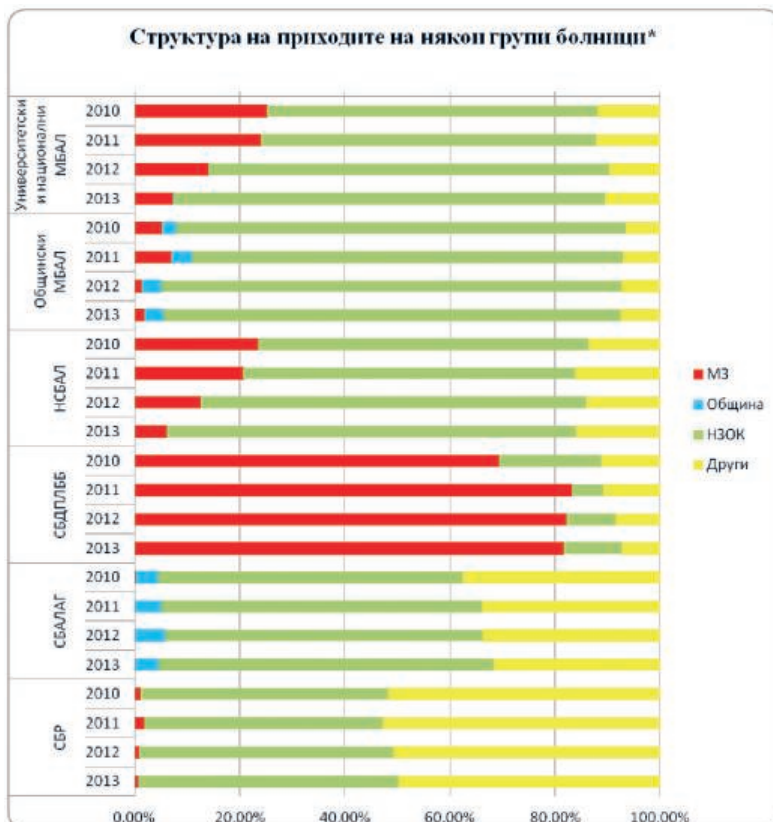
Групи лечебни заведения за болнична помощ	среден разход за 1 преминал болен	среден разход за 1 легло	среден разход за 1 леглоден	среден разход за 1 храноден	среден разход за 1 лекарствен	среден приход от 1 легло
УМБАЛ и НМБАЛ	1 139,00	61 375,00	204,42	2,44	77,11	71 149,00
Областни МБАЛ	676,00	35 391,00	128,37	2,23	28,48	42 112,00
Градски МБАЛ	582,00	30 058,00	119,60	3,08	15,79	32 657,00
Общински МБАЛ	483,00	23 881,00	97,00	1,74	13,04	27 038,00
СБАЛББ	482,00	12 889,00	41,99	2,13	6,10	16 263,00
СБДПЛББ	401,00	8 979,00	27,64	2,24	1,25	9 791,00
СБАЛАГ	678,00	32 771,00	156,93	1,97	20,69	31 462,00
СБАЛ	359,00	21 091,00	114,83	3,18	8,54	28 005,00
СБДПЛ	369,00	10 261,00	40,21	1,65	1,75	11 884,00
СБР	375,00	13 416,00	50,34	5,06	0,25	14 215,00
ДПБ	1 838,00	8 902,00	31,63	2,42	1,90	8 684,00

сонал са доста високи. Причините за това са както недостатъчната натовареност на персонала, така и феноменът „търгуване на медицински дипломи“ – малките общински болници в провинцията са принудени да поддържат на щат с висока заплата лекари, които дори не работят при тях, само за да изпълнят изискванията на НЗОК за брой специалисти. За всички групи от разглежданите болници е задължително да направят каквото е необходимо за включването им в програми за енергийна ефективност (саниране, подмяна на дограми, ремонт на отоплителна инсталация) с цел драстично намаляване на оперативните разходи. Разходите за храна на пациентите за целия период е около 2% за всички разглеждани групи лечебни заведения.

Ефективност

Ако разгледаме основните показатели за ефективност на групите лечебни заведения за болнична помощ през 2013 г., те биха изглеждали по следния начин:

Тази таблица в голяма степен потвърждава вече направените изводи. Най-голям разход за едно легло, съответно най-голям приход от едно легло, реализират университетските и НМБАЛ. Основната причина е в това, че тук се лекуват най-тежките случаи в цялата страна. Това се доказва и от най-големия разход за медикаменти в тези болници. Поради специфичния контингент пациенти, най-голям разход за един леглоден имаме в ДПБ, видно е, че тези болници реализират дори загуби, т.с. средният приход от едно легло е по-малък от средния разход за 1 легло. Ако сравним разликата в проценти между средния приход от едно легло и средния разход за едно легло, се вижда, че най-ефективни са болниците от групата на СБАЛ (с 24,69% печалба от едно легло), следвани от СБАЛББ (20,75%), областните МБАЛ (15,96%) и УМБАЛ и НМБАЛ (13,74%).



Познаването на разходите в детайли е изключително важно за ръководството на всяко лечебно заведение за болнична помощ. Тяхното правилно управление и оптимизиране може до голяма степен да повлияе на финансовия резултат на болницата и да доведе до освобождаване на ресурс, който да бъде инвестиран по далеч по-полезен за пациента и медицинския персонал начин. □

Ели Димова:

Истински решения за предизвикателствата във фармацевтичната индустрия

УИЛСЪН ЛЪРНИНГ БЪЛГАРИЯ ВЕЧЕ 10 ГОДИНИ
ПОДГОТВЯ УСПЕШНИ СПЕЦИАЛИСТИ

Ели Димова е управител на водещата компания за обучения и развитие „Уилсън Лърнинг България“ от 10 години. Тя притежава дипломи по международна търговия от Института по износ (IExp) във Великобритания; корпоративно право от Института по право (ILEX) във Великобритания; международна търговия от Университета за национално и световно стопанство в София; информационни технологии от института за Информационни технологии и



Уилсън Лърнинг България“ е вече 10 години на българския пазар. Каква е равностойността, която си правите за изминалия период?

- „Уилсън Лърнинг“ е основана в САЩ през 1965 година от Лари Уилсън – изключително успешен застрахователен търговец и талантлив мотиватор. Лари Уилсън създава „консултативния подход“ към продажбите и старта мисията, която остава непроменена за всеки представител на „Уилсън Лърнинг България“ и до днес – „Да помогнем на хората и организацията да постигат Представяне с Удовлетворение“, или с други думи - да постигат своите цели, като същевременно се чувстват максимално удовлетворени от начина, по който го правят.

Ние в „Уилсън Лърнинг България“ изградихме заедно с нашите клиенти един устойчив и надежден бизнес с водеща позиция, добра репутация и визия за бъдещето. Основната ни цел е да поддържаме висок стандарт на култура, поведение и ноу-хау за успеха и благополучието на нашите клиенти.

- *Вашата дейност е съсредоточена в редица сектори. Какви са най-често срещаните нужди при бизнеса и какви решения търсят мениджърите?*

- Да, ние работим във всички сектори на индустрията, но конкретно за нуждите на фармацевтичния бранш (и индустрията на здравето като цяло) притежаваме специализирано know-how, насочено към развитието на социални и поведенчески умения на специалисти, фармацевти, медицински представители и техните ръководители. „Уилсън Лърнинг“ има специфичната експертиза и познание, необходими на фармацевтичната индустрия, за да помогне на организацията да постигнат устойчиво предимство в непрекъснатата променящата се среда.

За десетте години на българския пазар имаме де-

бблиография в София, България.

Ели Димова има разнообразен опит в областта на развитие на продажбите, лидерски и мениджърски умения, управление на проекти, управление на промяната, опазване на околната среда. Тя е сертифициран коуч за висш мениджмънт.

сетки успешни проекти, реализирани във фармацевтичната сфера. Нашите решения за лидерска, социална, търговска и екипна ефективност са базирани на изследвания и предоставят валидно съдържание и ноу-хау, отговарящи на високите изисквания както на фармацевтичните компании, така и на здравните специалисти по отношение на развитието на социалните умения, насочени към изграждане на консултативно поведение в процеса на работа с пациентите. Различните компоненти на решенията ни са лесно достъпни, модулни и удобни за адаптиране и внедряване в работните процеси.

- *Кои са обученията на „Уилсън Лърнинг България“, които са най-търсени от бизнеса?*

- Ние специализираме в изграждане на лидерска и мениджърска, търговска ефективност, екипна съвместимост, социални умения за работа с пациенти, личностно развитие. Нашият подход към всяка една организация е индивидуален и обученията и решенията за развитие отразяват нейните нужди в зависимост от нейния етап на развитие. Решенията за търговска и мениджърска ефективност по обясними причини са постоянно търсени от нашите клиенти. През последните години динамичната среда доведе до още по-голям фокус върху решенията, свързани с ангажираността на служителите, предприемаческото поведение, управление на промяната, изграждане на екипна съвместимост и синергия, управление на ключови клиенти, коучинг, управление на проекти, различните решения за повишаване на индивидуалната ефективност. ▣

Уилсън Лърнинг България

Тел: 02/ 962 8659

Моб: 0898 699 611

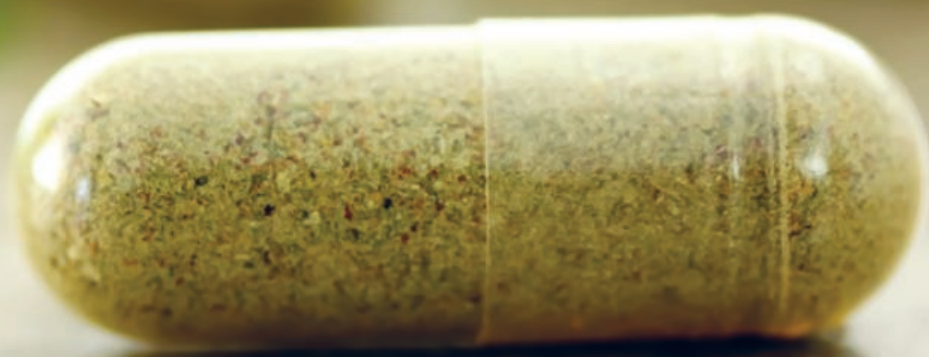
office@wilsonlearningbulgaria.com

www.wilsonlearningbulgaria.com

ВЪЗХОДЪТ НА АЛТЕРНАТИВНАТА МЕДИЦИНА

92

ЗДРАВЕ



автор: Божидара Иванова

Медицината е сложна симбиоза от наука и практика, която включва две основни направления – диагностика и терапия. И в двете съществуват алтернативни методи. Разликата обаче между конвенционалната и алтернативната медицина е, че втората не е базирана на научни доказателства. Тя се развива във времето като част от народната медицина, народните поверия, духовни схващания или методи, които все още не са базирани на никакви доказателства. Алтернативната медицина и в частност терапията използват различни традиционни методи като билколечение, включване на хранителни добавки като минерали, пробиотици, биологично активни комплекси и др.

Всички знаем, че лекарствата са предназначени да лекуват, докато изброените горе добавки се водят храни. В нормативната уредба е записано, че това са вещества с хранителен или физиологичен ефект, които повлияват положително на функциите в организма, но те сами по себе си не могат да лекуват или излекуват дадени симптоми на състояние.

Търсенето на алтернативна медицина у нас през последните години нараства с изключително бързи темпове. Причината за това се дължи на няколко фактора. На първо място е затрудненият достъп до медицински услуги. Така човек вместо да се реди пред лекарските кабинети, се опитва да пробва с нещо, за което е чул, или нещо, което може да му препоръчат в аптеката. Големият поток от информация за тези продукти и тяхното благоприятно влияние е друга причина за огромния интерес към тях. Те са подложени на засилена реклама в интернет пространството, телевизията и медиите.

„У хората се индуцира голямо очакване към ефекта от използването на подобни продукти, което ги кара да опитат с този алтернативен подход. Забързаното ни ежедневие води към не толкова здравословен начин на живот и често не обръщаме внимание на храните, които консумираме. Оттам се появява и липсата на някои витамини, минерали и комплекси, и хранителните добавки са алтернативен метод да си ги набавим извън основното хранене. Има и друга група от хора, които много внимателно подбират храната си. Голяма част от тях прибягват също до

хранителни добавки“, разказва Светослав Крумов от Български фармацевтичен съюз (БФС).

При приемане на хранителни добавки консултативната със специалист е задължителна. Най-достъпният медицински специалист е магистър фармацевт. Когато се прекалява с количеството, особено на витамините и биологично активните вещества, не трябва да се забравя, че те могат да окажат фармакологичен ефект, подобен на лекарствата.

„Всичко зависи от дозата. Витамини А, D, Е и К на пример са мастно разтворими витамини. Натрупват се в организма и се складираат там за дълго време. Предозирането с тези витамини не е желателно и приемът трябва да бъде съгласуван със специалист. Тези продукти се взимат да допълнят храненето на човек, но не и да лекуват определени симптоми или конкретно заболяване“, обяснява Светослав Крумов.

През последната година ръстът в продажбите на хранителните добавки надвишава този на лекарствата и стига 22%, при под 10% ръст на пазара на лекарства. Интересен факт е, че конкуренцията на ниво производител в тази категория се увеличава значително.

По данни на IMSHealth от началото на годината при пробиотиците има около 104 нови продукта на пазара. При голяма част от тях почти няма разлика, освен вида на опаковката. Много е трудно човек сам да се ориентира в тази „гора“. Конкуренцията между производители също става все по-голяма. Непрекъснато се появяват нови. Това принуждава някои брандове, в старанието си да покажат нещо ново, да сменят името на своя продукт, въпреки че по състав не се различава от стария. Така те започват нова масирана кампания и прибягват до различни техники, за да наложат своите продукти. Поради тази причина мнението на специалиста е водещо, той може да препоръча най-подходящия продукт.

Специалистът обаче предупреждава за един много важен аспект. „За съжаление, няма регулация на този пазар и всичко е оставено в ръцете на производителя. Приема се за чиста монета, че това, което е показано на опаковката, се съдържа вътре. Често пъти обаче това не е така“, коментира Крумов.

Регулацията на хранителни добавки на българския пазар е синхронизирана с европейската. Тя е в ръцете на Агенция по храните, като режимът за регистрация на тези продукти е уведомителен - има форма, в която производителят посочва как ще изглежда опаковката и съставът на продукта и с това я пуска на пазара.

„Истината е, че на този пазар не се навлиза никак трудно. Няма никакво ограничение и по отношение на рекламата, стига да не се злоупотребява с това, че хранителната добавка води до лекуване на определено състояние“, коментира Светослав Крумов.

Той посочва, че през последните години витамини и комплекси, които традиционно са били лекарствени продукти, минават в категорията на хранителните добавки, за да могат да бъдат по-конкурентоспособни. Пример за това е Витамин С.

Съществуват редица инициативи за регулация на този пазар, но все още не са предприети реални мерки.

Каналът за разпространение на тези продукти основно се запазва в аптеките и дрогерите, тъй като българите вярват на експертите специалисти там. „Тези продукти могат да се продават във всякакви хранителни магазини, стига да имат разрешени за продажба на този вид храни. При лекарствата съществува регулация на цените, при хранителните добавки подобно нещо няма и на практика за аптеките е по-изгодно да ги продават, тъй като формират по-голяма печалба. Това е и една от причините

аптеките все по-често да разчитат на тази група продукти, за да оцелеят в конкуренцията помежду си, особено в големите градове“, подчертава специалистът.

В динамиката на живота около нас използването на добавки е почти задължително. Човек трябва да набавя необходимите елементи и минерали и витамини, за да компенсира своите жизнени нужди. Това обаче трябва да се използва като метод на профилактика, не като метод на лечение и задължително да бъде консултирано със специалист в тази област. □



Проф. Христо Мермерски:

ПРИРОДАТА Е КЛЮЧЪТ КЪМ ДОБРОТО ЗДРАВЕ



ТРАГЕДИЯ Е,
ЧЕ В БЪЛГАРИЯ
НИТО ЕДИН
УНИВЕРСИТЕТ
НЕ ИЗУЧАВА
ПРИРОДНАТА
МЕДИЦИНА,
КАЗВА
ПРОФЕСОРЪТ

94

Проф. Христо Мермерски е специалист по здравословните храни и природната медицина. Работил е като зам.генерален директор на „Агропромкомплект“. Бил е зам.-министър на земеделието и съветник по биологичните науки, технологиите и селското стопанство в българското посолство във Вашингтон. Проф. Мермерски и синът му д-р Йонко Мермерски имат 29 издадени книги за здравословното хранене, лечебни храни, народна медицина и здраве. Сега проф. Мермерски подготвя и 30-ото си последно издание, след което се отказва от писането. С любезното съдействие на природата той създава хиляди рецепти, които лекуват хора по цял свят. Професорът разказва за чудотворните тайни на природната медицина.

автор: Александра Сотирова

фото: Стоян Йотов

Проф. Мермерски, доверяват ли се българите на природната медицина?
- У нас в съвременната медицина ние не предлагаме нищо друго освен синтетични лекарства. В Китай и Америка, където съм живял десет години, не е така. В България хората нямат никаква представа какво е природна медицина. Всички мислят, че това са онези неща, които бабите варят и с тях се мажеш или ги пиеш, и толкова, но не е просто така.

- *Защо все по-често поглеждаме към старите билкови народни рецепти и не вярваме на лекарствата?*

- Лекарите в България много рядко казват кои храни при кое заболяване да използвате, а ви дават рецепта и ви изпращат в аптеката за лекарства. При-



fuel production and trade

Teodorin Angelov – manager:
+359 888/304 830, angelov@insa.bg
Ivan Kiolov - commercial representative:
+359 888/223 640, kyolov@insa.bg
Mladen Kiolov - commercial representative – South-East
Bulgaria: +359 884/788 889, m.kiolov@insa.bg
Yanko Budakov - commercial representative:
+359 884/206 120, jbudakov@insa.bg



production and trade of lubricating products

Sales Department :
+359 882/555532, trade@insa.bg
Maya Mekereshka - commercial representative:
+359 88 7783061
Ivan Penishev - commercial representative:
+359 82 555532



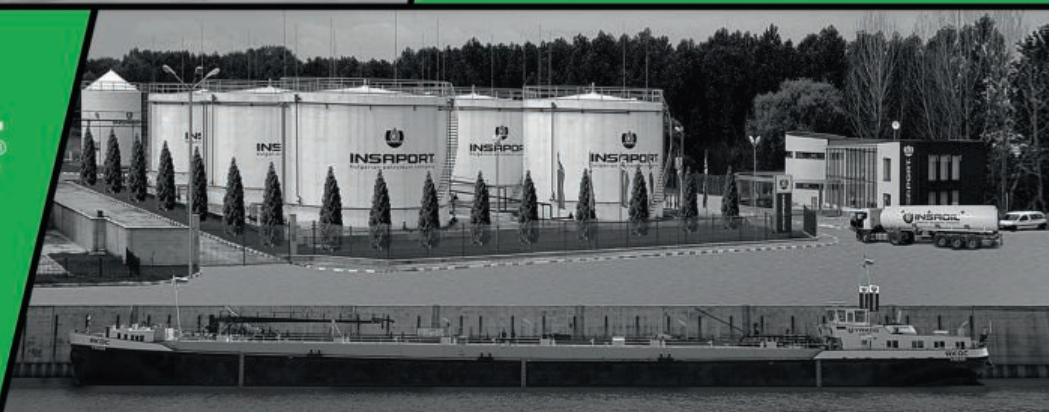
LPG trade

Teodorin Angelov – manager:
+359 888/304 830, angelov@insa.bg
Ivan Kiolov - commercial representative:
+359 888/223 640, kyolov@insa.bg



fuel trade

Biser Ivanov - commercial representative:
+359 889/219 367, insaport@insa.bg



“INSA” group includes leading Bulgarian companies for manufacturing and distribution of petroleum products. Harmony and optimal balance between industry, innovation technologies, environment and application of highly effective structural decisions are basic tendencies, which determine the appearance and their development.

www.insa.bg

ИКОНОМИКА+

auto

бизнес



АВТОМОБИЛЕН
САЛОН СОФИЯ 2015
ЗАРАДВА ХИЛЯДИ
С НОВИ МОДЕЛИ
И ПРЕМИЕРИ



Jaguar
F-Type –
символ на
изящество
и класа

98

ЦАРСТВЕНОСТ на четири колела

автор: Илия Лазаров

фото: Стоян Йотов

София се превърна в автомобилна столица, макар и само за 8 дни (17-25 септември 2015 г.). Есенният Автомобилен салон София 2015 събра хора от всякакви възрасти и професии, дошли да се насладят на различните форми на красотата, мощност и удобството на четири колела.

Миксът от автомобили бе наистина впечатляващ – от компактни градски хечбекове, през спортни купета,

до огромни SUV-та, минивани и лимузини. Големите премиери предизвикаха повече посещаемост и интерес от публика и изложители. Презентацията и организацията на събитието съответстваха на високото ниво на най-големия досега автосалон в страната ни.

Това, което трудно може да се опише с думи, е усещането - да бъдеш сред толкова лукс, мощ и модерни технологии е наистина невероятно. Предаваме част от него в галерията:



Концептуалният Nissan Sway е шампион в категорията дизайн и изглежда като кола от бъдещето



Maserati Le Mans – болид от една от най-престижните автомобилни надпревари



A-Class на Mercedes – пулсът на едно ново поколение



Infiniti Q30 – резултат от партньорството между Mercedes и Nissan



Audi A4 е многофункционален и предоставя големи възможности на разумна цена



Невероятната мощ на флагмана на Nissan – GT-R се забелязва от пръв поглед



Peugeot 308 GTi – страхотен автомобил в комплект със страхотен симулатор



99



Суперавтомобилът на Audi – R8. Имате точно 610 причини да го харесате



Ford Focus ST – един от най-продаваните модели на марката с уникален 1-литров двигател



Ford Mustang – дългогодишният властелин на американската автомобилна индустрия



Флагманът на Hyundai – Genesis е олицетворение на лукса и комфорта



Jaguar **F-PACE** **голямата** **изненада на** **автосалона**

За първи път след световната си премиера на изложението във Франкфурт новият Jaguar F-PACE беше показан пред публика на изложението Автомобилен салон София 2015. Най-динамичният и практичен SUV автомобил идва директно от Франция и е един от прототипите на F-Pace. Става дума за първия в историята SUV автомобил, произведен от майстора на луксозните спортни автомобили – Jaguar. F-Pace е съчетание на динамика, лукс, технологични иновации и страхотен дизайн, доставящ несравнимо удоволствие от управлението, характерно за големите британски „котки“. F-PACE има изцяло алуминиева конструкция,

осигуряваща по-добрата динамика и пътно поведение, както и подпомага грижата за околната среда. Моделът се задвижва от изцяло новия Ingenium, 4-цилиндров, дизелов двигател (2.0 л, 180 к.с.), съчетаващ динамика с ниски разходи на гориво и вредни емисии, както и от двата доказали се в другите модели на марката и претърпели технологична еволюция в F-PACE, V6-двигатели – 3.0 TDV6 дизел с 300 к.с. и 700 Нм, способен да постигне от 0-100 км/ч за 6,5 сек и 3.0 Supercharged с 380 к.с. и 450Нм, позволяващ на модела да направи спринт от 0-100 км/ч за впечатляващите 5,5 сек. и да поддържа максимална скорост от 250 км/ч. **□**

100

Subaru Levorg **спортното комби**

Субару Италия С.п.А., официалният дистрибутор на Subaru в България, представи премиерата за България на новия модел Levorg. Компанията е с централен офис в Милано, Италия, и е изключителният официален дистрибутор за Италия, Австрия, Словакия, Словения, Хърватия, Гърция и България на автомобилите, произвеждани от Fuji Heavy Industries Ltd. (Япония) и разпространявани с марката Subaru. Субару Италия е на пазара в България от септември 2014-а с официалния си дилър Субару Моторс София и има за цел да развива продажбите и дилърската си мрежа и да подобрява удовлетвореността на клиентите на Subaru в страната.

Новият автомобил тип спортно комби Levorg е олицетворение на дългогодишните постижения на Subaru и е символ на най-новите технологии на марката. Името на автомобила обобщава основните елементи от неговата философия: LE от Legacy, VO от Revolution, RG от Touring - иновативен, динамичен и функционален комби автомобил.

Размерите на автомобила напълно отговарят на неговото призвание: дължина от 4,69 метра, багажник с обем от 522 литра и богато вътрешно пространство. Levorg се предлага с новия бензинов бок-



сер двигател 1,6l DIT с директно впръскване на горивото и турбо компресор, развиващ мощност от 170 к.с. и въртящ момент от 250 Nm, работещ в синхрон с вариаторната трансмисия Lineartronic и задвижването на всички колела Symmetrical AWD.

Subaru Levorg идва в България с две нива на оборудване: Free и Sport Style. Версията Sport Style включва в допълнение на базовата версия Free следните екстри: LED светлини, 18" алуминиеви джанти, стъклен люк, отопляеми предни седалки, достъп без ключ, камера за заден ход и нови системи за безопасност: Subaru Rear Vehicle Detection – система за следене на мъртва зона и страничния трафик и High Beam Assistant – асистент за дълги светлини. **□**

Ssangyong Tivoli

дебютира и в България

След като дебютира за пръв път в Европа на автосалона във Франкфурт, Ssangyong Tivoli беше представен и в България само след месец от официалния вносител Ратола Корпорация.

Ssangyong Motor Company пренесе успеха, на който се радва в родната си Южна Корея, на европейска територия с въвеждането на дългоочаквания кросоувър Tivoli с дизелов двигател.

Новият 1.6-литров дизелов двигател на Tivoli е изключително ефективен, особено в ниски и средни обороти, създавайки плоска крива в графиката на мощността в диапазона между 3400~4000/мин. и плоска крива на въртящия момент между 1500 и 2500/мин. Емисиите на CO₂ на модела са сведени до едва 109 г/км - значително под границите на стандарта Евро 6.

С възможния избор между 2 и 4 задвижващи колела, бензинов или

дизелов двигател, 6-степенна механична скоростна кутия или 6-степенна автоматична скоростна кутия Aisin, новият Tivoli предлага много добра комбинация за всеки вкус, стил на живот и бюджет.

Подобно на големите си „братя“ Rexton и Korando, новият Tivoli се гордее с изключителна проходимост и теглителен капацитет - характеристики, които рядко се срещат в сегмента на компактните SUV. **U**



101

Пет основни правила срещу неприятности през зимата!

Дъхът на зимата вече се чувства - първият сняг вече падна по високите върхове в планините. Пък си е добре и нормално зимата да е снежна. За природата, но не толкова за шофьорите и комуналните служби. Ако искаме и мислим за своята безопасност и тази на семействата си, е добре да помним и спазваме важните правила за каране през зимата. За безопасно управление в белия сезон е много важно да променим стила си на каране на зимен, който има пет основни правила.

1. На хлъзгав път не се правят резки маневри, защото това води до пълна загуба на управляемост. Особено опасни места за подобна случка са мостовите и естакадите, където ледът се появява по-рано отколкото на другите места по същия път. През опасните участъци скоростта трябва да се държи постоянна, педалът за газта да се натиска внимателно и плавно.

2. Качественото спиране в такива условия зависи от вида на спирачната система. Ако колата няма ABS, спирането трябва да става на пулсация с чести, но прекъсвани натискания на педала, като при колите с механична предавателна кутия и заедно с натиснат съединител. Последното премахва опасността от блокиране на колелата при евентуално спиране на мотора от работа. Ако имате ABS, спирачният педал трябва да се натиска максимално, като колкото по-силно става това, толкова по-ефективно ще е спирането. Защото електрониката усеща това като възникнала опасна ситуация и заработва с максимална интензивност и бързина.

3. На хлъзгаво не бързайте да изпреварвате, особено ако лентата вляво е с по-вече сняг, снежна каша или е заледена.

4. При изкачване подбирайте такава предавка, която ще ви позволи да стигнете до края му, без да се налага превключване, защото последното може да доведе до буксуване на колелата. При спускане е добре да се използва спирачната сила на мотора, като се намали скоростта и се включи по-ниска предавка. По възможност не се натиска педала на спирачката и не се превключват предавки.

5. Направете така, че да ви виждат на пътя - не забравяйте светлините - карайте на къси и фаровете за мъгла, а при спиране пускайте аварийните светлини. **U**

Иля Селиктар, Агенция „Автопрес 2001“



Еуфорията
Ferrari
на борсата

102





ЛУКСОЗНИЯТ БРАНД ЗА СПОРТНИ АВТОМОБИЛИ ОТЧЕТЕ УСПЕШНО ПЪРВИЧНО ПУБЛИЧНО ПРЕДЛАГАНЕ, НО ВЪПРЕКИ ТОВА ЩЕ ОСТАНЕ С БУТИКОВ ПРОФИЛ



На Уолстрийт бяха паркирани лъскави автомобили за радост на минувачите

автор: Людмил Захариев

104

В продължение на години най-различни поколения автомобилни фанатици са мечтали да притежават Ferrari. Сега всички те вече ще имат възможност да се сдобият поне с парченце от компанията. В края на октомври италиано-американският консорциум Fiat Chrysler успя да пласира 10% от Ferrari на борсата в Ню Йорк. Дълго планираното IPO (от англ. - initial public offering – първично публично предлагане) бе едно от най-очакваните тази година, а по него работиха редица емблематични банки, сред които UBS, Banco Santander, BNP Paribas, JPMorgan Chase & Co. и базираната в Милано Mediobanca SpA.

Още с отварянето на Уолстрийт в първия ден на търгуване акциите на Ferrari стигнаха 60 щатски долара, или над 10% увеличение от първоначалната стойност \$52, а затвориха на 55 долара. Пазарната оценка на компанията надмина 10 млрд. долара. Акциите на Fiat Chrysler пък регистрираха над 60% увеличение от края на октомври 2014 г., когато ръководството на Ferrari обяви плановете си за първично публично предлагане. Това е и най-доброто представяне на производител в автомобилния бранш в контекста на слаб ръст на General Motors Co. и скандали около немските концерни, начело с Volkswagen AG.

Самото публично предлагане бе превърнато в еуфорично събитие на Уолстрийт. Пред сградата на Нюйоркската фондова борса бяха паркирани лъскави ферарита, стотици хора се тълпяха, за да ги видят и снимат, а брокерите вътре бяха „брандирани“ с якета и шапки на автомобилния производител.

Едва 10% се търгуват

Fiat Chrysler пласира едва 10% от компанията на борсата. Холдингът планира да продаде останалите 80% от Ferrari в началото на следващата година на своите основни инвеститори досега. Пиеро Ферари, вторият син на основателя на компанията Енцо Фе-

рари, пък ще запази своето 10% дялово участие. И успешният борсов дебют ще го направи милиардер, изчислиха вече брокери.

Набраният капитал е от решаващо значение за Fiat, за да финансира инвестиционната си програма за 48 милиарда евро, която се фокусира върху разширяването на линиите Jeep, Alfa Romeo и Maserati. Целта на автомобилния производител е и да засили годишните си продажби с повече от 50 на сто.

Равносметката след успешното IPO е, че компанията успя да задържи високото търсене чрез ограничаване на публичното листване до едва под 10% дял. Освен това, още от самото начало Ferrari се прицели в различен микс от инвеститори, като се опита да се възползва от емоционалния резонанс на своята марка.

Луксозният бранд се насочи към повече инвеститори на дребно, отколкото типично IPO, като се концентрира върху по-заможни клиенти и собственици на автомобили. Според различни информации компанията дори е изпращала писма до тях като подканване да закупят акциите на дружеството, след като стане публично.

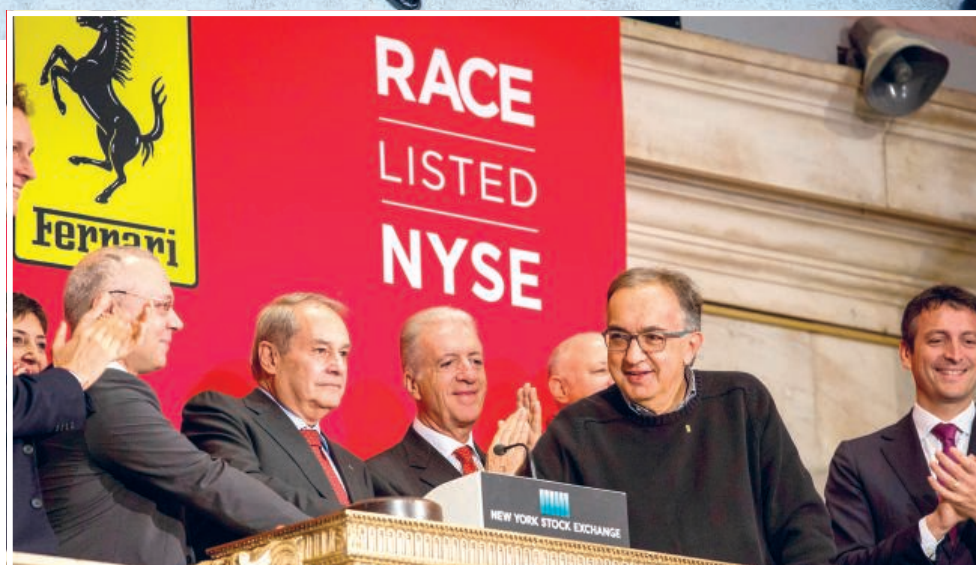
Историята на бранда

Ferrari, разбира се, не е стартъп от Силиконовата долина или верига за хранителни стоки. Това е едно от най-почитаните имена в най-високия клас на луксозните спортни автомобили. Но основаната от автомобилния състезател Енцо Ферари компания не е започнала историята си с производство на коли. В началото е само Скудерия Ферари (Scuderia Ferrari), която спонсорира състезателни отбори.

През 1947 г. Енцо Ферари започва производство на първия пригоден за употреба по обикновени пътища сериен модел 125S, до голяма степен за да се подпомогне финансирането на участия в състезания.



Наследникът на марката Пиеро Ферари, макар и само с 10% от акциите, вече е милиардер



Ръководството на компанията даде старт на борсовата търговия

Съвсем скоро компанията става известна заради успехите си на пистата и високия клас автомобили, които излизат от бутиковата ѝ фабрика в северния италиански град Маранело.

Заради големи финансови затруднения през 1969 г. Енцо Ферари продава 50% от акциите на Ferrari, с което в пейзажа се настанява и фамилията Анели, която и до днес контролира голяма част от производството на спортни автомобили. Основателят на Ferrari умира през 1988 г. на 90-годишна възраст, а дотогава делът на Fiat е нараснал до 90%. Останалата част се държи от сина на Ферари - Пиеро.

Сега накъде

През цялата си история Ferrari култивира аура на изключителност. Миналата година компанията е доставила общо едва 7255 автомобила. За същия период Fiat Chrysler е пласирал над 4,6 милиона автомобила. Тази стратегия на ексклузивност се оказва и доходен бизнес. Ferrari регистрира 141 милиона нетна печалба за първата половина на 2015 година. Това е близо 10% ръст на годишна база и представлява около една трета от нетната печалба на Fiat Chrysler за периода. В проспекта си Ferrari отбеляз-

ва, че делът на компанията на пазара за луксозни спортни автомобили през изминалата година е близо 23 на сто, но добавя, че основната цел не е пазарен дял, а „ексклузивността на марката“. Този успешен бизнес модел ще продължи и занапред, и въпреки публичността, Ferrari ще остане плътно контролирана от малка група инвеститори. А това дава на компанията някаква степен на изолация от други акционери и потенциални нежелани ухажори, които да променят избора си.

Колкото до Fiat Chrysler – през следващата година концернът планира да се разпределят и останалите 80% от компанията, като ги пласира към своите основни инвеститори, начело с фамилия Аниели, най-големите акционери във Fiat Chrysler.

Успешното IPO също може да предизвика друго мегасливане на Fiat Chrysler. Изпълнителният директор Серджо Маркионе вече обяви интереса си към други автомобилни производители, заедно с които да създават екологични автомобили. През март той предложи сливане с General Motors, но идеята бе отхвърлена. Добрите постъпления от IPO-то обаче поставят сливането отново на масата. **U**

Новият облик на ГОЛЕМИТЕ ЖП ГАРИ

НКЖИ ИЗВЪРШВА РЕХАБИЛИТАЦИЯТА ПО ЕВРОПЕЙСКИ ПРОЕКТ

автор: Ивайла Раденкова

фото: Стоян Йотов

Няколко големи жп гари в страната ще имат изцяло нов и модерен облик. Национална компания „Железопътна инфраструктура“ (НКЖИ) обновява гарите в София, Пазарджик и Бургас като част от проект „Рехабилитация на гарови комплекси по ТЕН-Т-мрежата“. Проектът се осъществява със съфинансиране от Европейския фонд за регионално развитие, чрез Оперативна програма „Транспорт“ 2007-2013 г. [U](#)



106

ИНФРАСТРУКТУРА



ЦЕНТРАЛНА ГАРА СОФИЯ

Стойността на ремонта на Централна гара София е общо 62 млн. лв. Инвестицията е осъществена с 85% европейски средства и 15% държавно финансиране. Очаква се строително-монтажните дейности да приключат през януари 2016 г. Заведенията за хранене ще бъдат преместени на допълнително изграденото трето ниво. [U](#)

Изградена е и многофункционална зала, която ще бъде отдавана под наем



Стойността на проекта възлиза на малко над 3,6 млн. лв. без ДДС

ГАРА ПАЗАРДЖИК

С реализирането на проекта за „Преустройство и санирането на приемно здание Пазарджик“ е постигнато архитектурно обновление чрез внедряване на висококачествени, енергоефективни материали. Обектът е въведен в експлоатация на 19.09.2014 г. и вече има акт 16. Стойността на проекта възлиза на малко над 3,6 млн. лв. без ДДС. Подменени са външната и фасадната дограма, помещенията са санирани и сградата е газифицирана. До всички нива на гаровия комплекс е осигурен достъп за лица с намалена подвижност чрез изграждане и монтиране на асансьори и рампи, в отговор на всички европейски изисквания. В сградата е осигурена и WiFi мрежа. [□](#)



Панелите на покрива ще бъдат заменени с медни, а догодина вследствие на атмосферните условия ще придобият облик на благородна патина

ГАРА БУРГАС

Стойността на сключените договори възлиза на 7,4 млн. лева без ДДС, а изпълнител на договора за проектиране и строителство е ДЗЗД „Железопътна инфраструктура Бургас“. Цялостната програма по рехабилитацията включва подмяната на вътрешната и фасадната дограма, саниране на помещенията, като сградата ще бъде пожарно безопасна, инсталационно осигурена, оборудвана с топли и удобни чакални. До всички нива на гаровия комплекс ще бъде осигурен достъп за лица с намалена подвижност чрез изграждане и монтиране на асансьори и рампи. [□](#)

Завършени са 60% от строителните дейности по рехабилитацията на гаровия комплекс в Бургас



Рискованата игра на **DELL**

ПРИДОБИВАНЕТО НА ТЕХНОЛОГИЧНАТА КОМПАНИЯ EMC ОТ КОМПЮТЪРНИЯ ГИГАНТ СЕ ПРЕВЪРНА В НАЙ-ГОЛЯМАТА СДЕЛКА В ИСТОРИЯТА НА ИТ БРАНША, КОЯТО СЪС СИГУРНОСТ ЩЕ ПРОМЕНИ ИЗЦЯЛО ПАЗАРА НА СЪХРАНЕНИЕ НА ДАННИ, А ВЕРОЯТНО И ЦЕЛИЯ СЕКТОР

автор: Александър Александров

Когато говорим за най-големите технологични компании, най-често си представяме Apple, Google и Microsoft. Все по-често сред тях споменаваме и Facebook, Alibaba, Amazon и други корпорации за онлайн услуги, но рядко в тази група включваме компютърния производител Dell. През последната година компанията имаше редица трудности и макар че след излизането ѝ от борсата се развива повече от добре и навлиза в нови перспективни сегменти, все още е далече от най-големите на пазара. Затова и новината, че Dell купува производителя на решения за съхранение на данни EMC за колосалната сума от 67 млрд. щ. д. изненада мнозина. Цената, която на практика означава, че една акция на EMC е продадена за 33.15 щ. д., прави придобиването най-голямата сделка в историята на техно-

логичния бранш (ако не броим закупуването на интернет доставчика AOL от медийния гигант Time Warner през далечната 2000 г. за 106 млрд. щ. д., което според мнозина по-скоро се определя като медийна сделка).

За предстояща сделка между Dell и EMC се спекулира отдавна, но до момента никой не беше споменавал цена от подобен мащаб. Самата Dell с пазарна капитализация от около 25 млрд. щ. д. никога не е била сред най-големите участници в играта на сливания и придобивания. Очевидно, след като си възвърна контрола върху основаната от него компания, Майкъл Дел се чувства много



добре и е готов дори да осъществи сделка, която го принуждава да вземе заем от 40 млрд. щ. долара. Че предприемачът е лично ангажиран с придобиването, е видно и от факта, че възнамерява да ръководи обединената организация, а дългогодишният главен изпълнителен директор на EMC Джо Тучи ще се оттегли. Преди това обаче сделката трябва да бъде одобрена от регулаторните органи. Очаква се тя да бъде финализирана чак в средата на 2016 година.

Колкото до колосалния кредит - със сигурност комбинираните продажби на Dell и EMC, в съчетание с нарастващото търсене на решения за съхранение на данни, ще улеснят корпорацията в изплащането му и все пак с дълг от подобен мащаб пред компанията предстоят няколко напрегнати години. Отделен е въпросът ще успее ли тя да

интегрира новите подразделения и продукти в структурата си и на каква цена ще стане това. Досегашната практика показва, че при сделки от подобен мащаб в технологичния бранш често се губи част от добавената стойност на придобитото дружество, а реорганизацията понякога

отнема много повече време и ресурси, отколкото е било планирано. В много случаи закупената компания просто не успява ефективно да бъде интегрирана в структурата на купувача. Примерите са много – от придобиването на Skype от eBay, през закупуването на MySpace от News Corporation, до самата сделка между AOL и Time Warner. Случаят с EMC обаче може би ще е по-различен, тъй като компанията чудесно се вписва в стратегията на Dell за превземане на пазара за „облачни“ (cloud) услуги.

Какво е предмет на сделката?

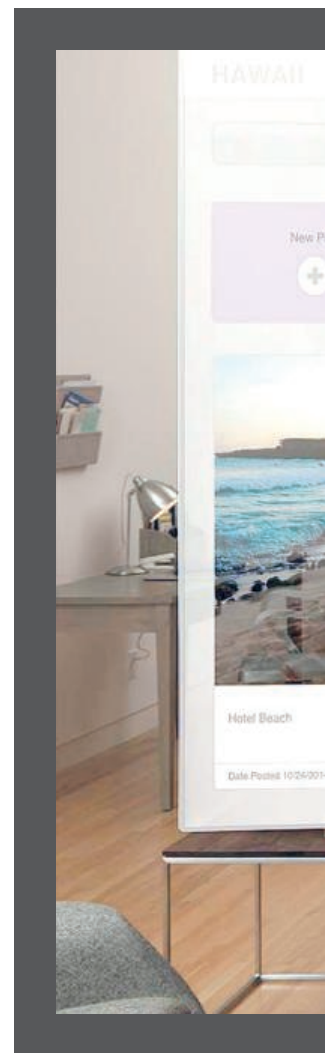
Към момента EMC разполага с редица подразделения и продукти в някои от най-перспективните ИТ сегменти. Безспорно перлата в короната е компанията за виртуализация VMware, която ще остане публична и няма да бъде интегрирана в Dell, за разлика от останалите активи на EMC. Възможно е също Майкъл Дел да се освободи от част от акциите й, за да улесни изплащането на кредита си, но най-вероятно ще запази контролния пакет в гиганта.

Сред останалите активи са компанията Virtustream, която беше придобита от EMC преди няколко месеца за 1.2 млрд. щ. д., Pivotal Labs – смесено дружество с GE, както и решенията за управление на съдържанието Captiva и Documentum. Много от тези подразделения също може да бъдат продадени в бъдеще, което би помогнало на Dell да се концентрира върху решенията за съхранение на данни – сегмент, в който компанията имаше сериозни позиции още преди придобиването на EMC.

Днес този сектор се развива с по-бързи темпове от всякога. Всички нови онлайн услуги, мобилни приложения, услуги за споделяне на видео и снимки около нас трябва някъде да съхраняват огромните обеми от данни, които генерират всяка минута. А на вратата чукат цяло ново поколение стартъпи в сегменти като Internet of Things, автономните автомобили, летящите дрони и виртуалната реалност, които тепърва ще увеличават допълнително обема информация, създавана в света. Затова и центровете за данни, виртуализацията и различни други „облачни“ услуги ще придобиват все по-голямо значение за ИТ бизнеса в бъдеще. А закупувайки EMC, заедно с VMware, Dell се позиционира перфектно в този бързоразвиващ се сектор и има всички шансове да се наложи като критично звено по веригата на добавената стойност в целия ИТ бранш. Някои анализатори вече дори спекулират дали гигантът, станал известен преди всичко със своите персонални компютри, няма да продаде компютърното си подразделение, за да се концентрира изцяло в „облачните“ услуги и съхранението на данни. Въпрос, чийто отговор ще разберем през следващите няколко години. □



Устройствата на БЪДЕЩЕТО



Откакто таблетите завладяха технологичния пазар, не сме виждали нова дигитална джаджа, която да се наложи по подобен категоричен начин в световен мащаб. Няколко нови класове устройства се опитват да направят това, но по всичко личи, че няма да е толкова лесно

IT

ТЕХНОЛОГИИ

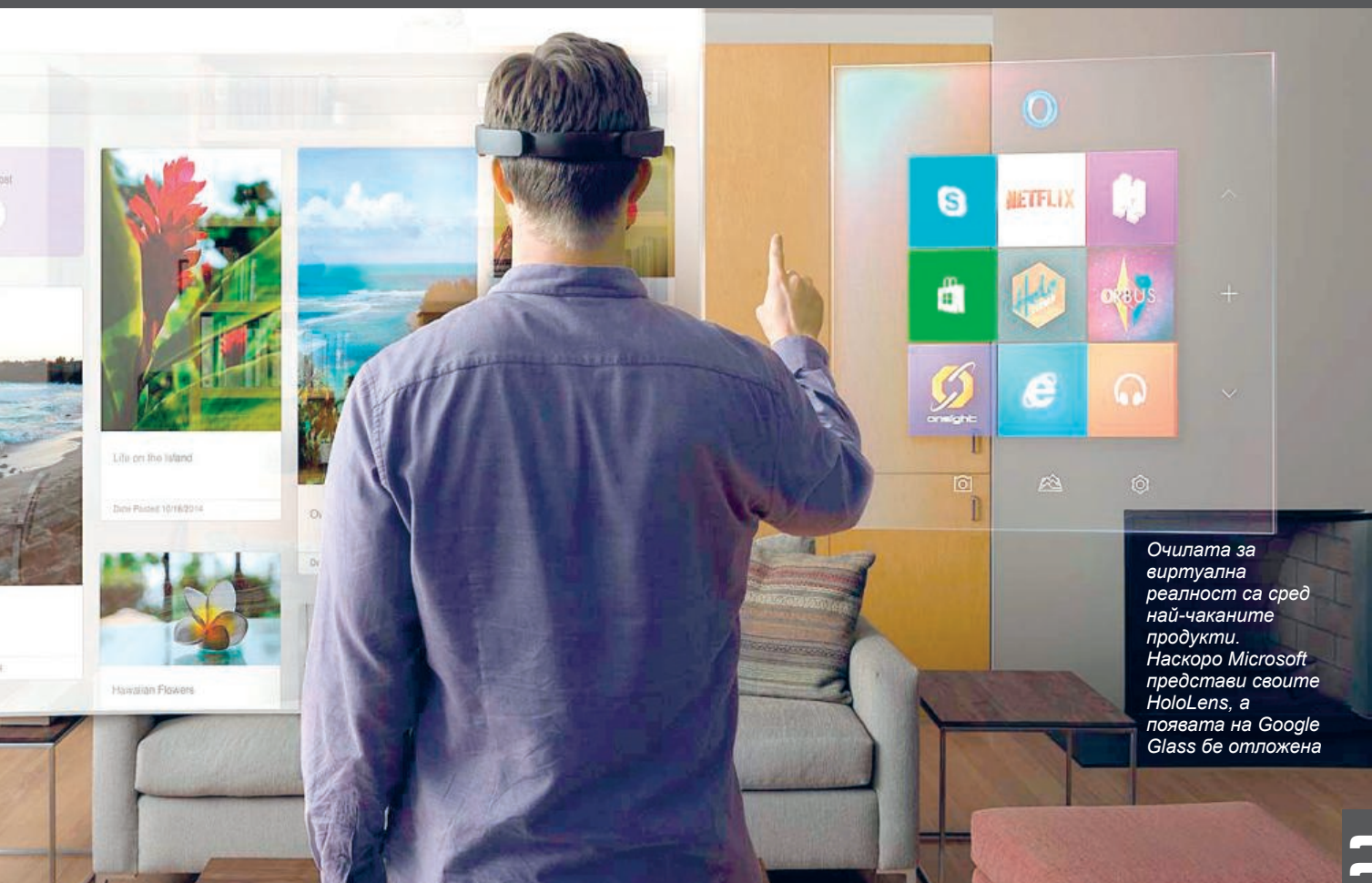
автор: Александър Александров

Знаете ли какво е Ultra Mobile PC (UMPC)? А чували ли сте за Mobile Internet Device (MID)? Това са само две от иновативните концепции за нови класове преносими устройства, които се появиха през последните години с амбицията да завладеят пазара. И двете обаче изчезнаха безславно, въпреки че в популяризирането им бяха инвестирани сериозни средства и въпреки че бяха подкрепени съответно от технологичните гиганти Samsung и Intel. Едва ли има по-добър пример за това колко трудно е да бъде наложен на пазара нов клас устройства. Днес все още не е известна и съдбата на очилата за разширена реалност (augmented reality), въпреки усилията, които вложи в тази концепция може би най-влиятелната технологична компания Google. Дали заради страха от прекалено навлизане в личния живот на потребителите, или защото през последните години те се пренаситиха с иновации, но Google Glass все още не са навлезли в живота ни, а онлайн гигантът продължава да търси правилната формула за налагането им.

Истината е, че примерите за нови типове джаджи, които са се наложили масово в световен мащаб, далеч не са толкова много и повечето иновативни концепции успяват единствено да предизвикат шумотевица в пуб-

личното пространство, преди да изчезнат от ползването ни. След музикалните плеъри и смартфоните, успешен пример са таблетите, а преди тях - до някаква степен и нетбуците. Всички те предложиха на публиката достатъчно иновативни функции или заложиха на достъпна цена, свеждайки преносимите технологии до възможностите на обикновения човек. Редица други концепции, обединяващи мобилните телефони и таблетите, или таблетите и лаптопите обаче до момента не са се наложили на пазара. Друг любопитен тип джаджи - „умните“ часовници, също все още не успяват да се превърнат в масово явление, въпреки някои наистина интересни продукти в тази област.

Затова и в технологичните среди все по-често се налага въпросът: кой ще е следващият клас дигитални устройства, който ще успее да се наложи и да постигне пазарния успех на смартфоните и таблетите. От отговора зависи много – както в каква посока ще се развива технологичният бранш занапред, така и какви софтуерни приложения ще се пишат, и не на последно място, каква телекомуникационна инфраструктура ще е необходима в бъдеще. Много е възможно също отговорът да окаже влияние и на редица други икономически отрасли, така както интернет промени банковите и разплащателните услуги, мобилните комуникации днес



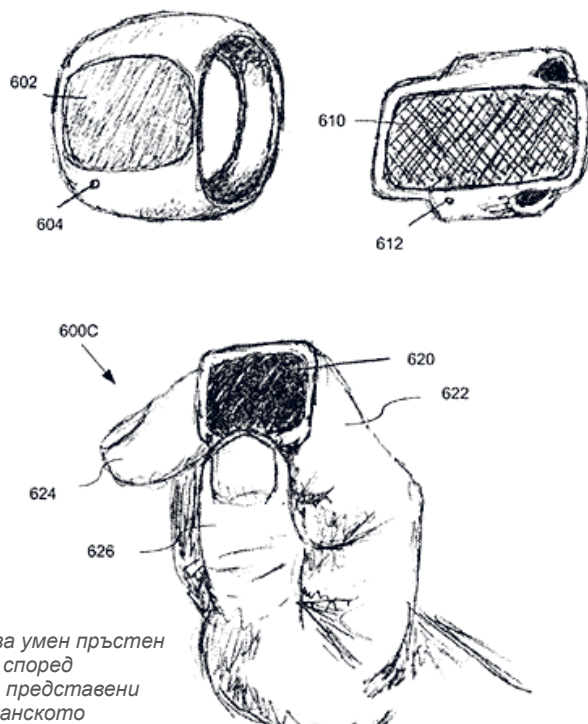
Очилата за виртуална реалност са сред най-чаканите продукти. Наскоро Microsoft представи своите HoloLens, а появата на Google Glass бе отложена

навлизат в здравеопазването, в управлението на домовете и на комуналната инфраструктура, а технологиите за автономни коли променят автомобилостроенето.

Очилата за разширена реалност са може би най-преекспонираният нов клас устройства през последните години. Възможността да получаваме пред очите си информация за околния свят в реално време, с упътвания за маршрути или с интересни промоции от намиращия се срещу нас магазин звучи впечатляващо. А както се оказва – за мнозина и доста плашещо. Критиките срещу този концептуален продукт са много - от малко пресиленото твърдение, че подобно развитие рано или късно ще превърне всички в киборги, до по-реалистичните опасения, че при очила, снабдени с видеокамера, реално никога няма да знаем дали човекът срещу нас ни записва. Със сигурност все още е рано да отписваме „умните“ очила, още повече, че и Microsoft също неотдавна представи своите HoloLens, а възходът на технологиите за виртуална реалност вероятно ще бъде допълнителен двигател за развитието на този клас устройства.

„Интелигентните“ пръстени

са друга интересна концепция, спадаща към т.нар. „носими“ (wearable) технологии. В началото на този месец Apple патентова подобен продукт, наречен Apple Ring. Очаква се той да може да информира своя собственик за прозвънявания чрез вибрация, да разполага с миниатюрен дисплей и микрофон и дори да разпознава



Идеята за умен пръстен на Apple, според скиците, представени в Американското патентно ведомство



Умните химикалки пренасят информацията от лист на дигитален носител

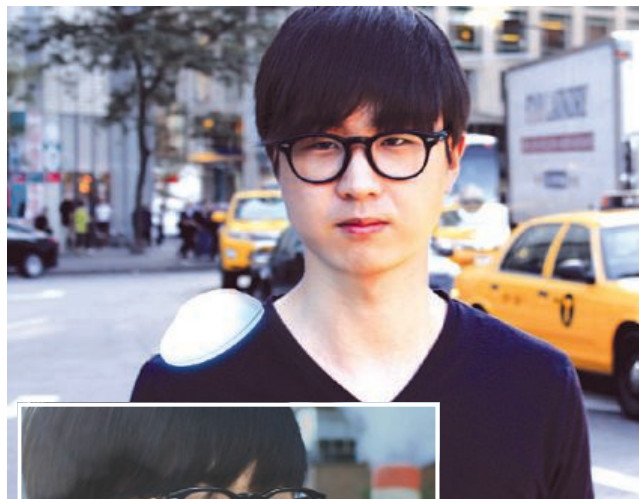
ръчно написан текст. Компанията от Купертино вече не веднъж или два пъти е успявала да наложи на пазара концептуално нови устройства и залозите са, че има всички шансове да направи това и с дигитален пръстен. Все пак трябва да имаме предвид и че най-новият ѝ продукт – Apple Watch – все още не е постигнал пазарен успех и не се знае дали това ще се случи скоро.

Междувременно сходна концепция за „умен“ пръстен, разпознаващ жестове, предстиваха и от 16Lab. Тя с нарича Ozo и може да се свързва с всевъзможни преносими устройства чрез стандартите Bluetooth и NFC (Near Field Communications), както и да им предава команди чрез малък тъчпад.

Химикалките

са една относително стара посока на развитие на дигиталните технологии, която обаче досега не се е наложила масово. Идеята е, че лаптопите и таблетите вече са иззели функцията за водене на записки, но в редица учебни заведения, институции и заседателни зали на фирми употребата им не се разрешава поради способността им да разсейват присъстващите. Затова често се налага да си водим важни записки на хартия, които след това просто не са достъпни в дигитален формат и не можем лесно да ги променяме или споделяме.

Дигиталните химикалки променят това. Те наподобяват аналоговите си събратя, но освен че оставят мастило по хартията под тях, записват и всяко движение в цифров формат. По този начин всяка дума, схема или таблица, създадена с тях, се изпраща онлайн и може в реално време да бъде използвана от мнозина потребители, намиращи се в различни краища на света. А най-новите дигитални химикалки като Sky WiFi Smartpen, Echo и Neo Smartpen N2 правят това без по никакъв начин да разсейват околните и без дори да се различават от обикновени пособия за писане. Появата на все повече нови модели на пазара, както и относително достъпните цени, вариращи между 100 и 200 щ долара създават очаквания, че този тип устройства тепърва ще се срещат в ежедневието ни, а писането на ръка най-неочаквано може да намери новото си място



Миниатюрният дрон Breathe стои на рамото и се превръща в превръзка при замърсяване на въздуха

в информационното общество.

Летящите дрони

вече си спечелиха известност с възможността си да заснемат от високо различни събития, да транспортират пратки и дори да извършват земеделски дейности. Според някои визионери обаче тепърва предстои те да се превърнат и в нашите нови дигитални устройства, които долитат до нас при входящо позвъняване и отлитат, след като завършим разговора си. Или увисват пред очите ни, позволявайки ни да проследяваме на екрана им интересно предаване, след което просто си тръгват. Една любопитна концепция е създаденият от Нюйоркската дизайнерска агенция Frog миниатюрен дрон Breathe, който стои на рамото на своя собственик, докато не усети опасни нива на замърсяване на въздуха. Тогава той полита и застава на устата на човека, превръщайки се в маска за дишане. Според представители на агенцията, дроните тепърва ще се превръщат в новите wearable устройства около нас, които ще ни напътстват по улиците, ще ни разказват за околността, в която се намираме, и дори ще могат да ни предпазват от дъжда.

Всичко ще „поумнее“

Някои учени и технологични гурута вярват, че в бъдеще все по-рядко ще виждаме нови класове устройства, които ще придобиват популярността на смартфоните и таблетите днес. Причината е, че технологиите по-скоро ще се „разтворят“ около нас и различни интелигентни функции ще бъдат вградени в нашите дрехи и автомобили, в предметите от бита и дори в живата природа. Така например, ако получим обаяване, докато сме в кухнята, вграденият в хладилника интерфейс за разговори ще го приеме и ще можем да говорим, без да се налага да търсим някъде из дома си устройство, наречено телефон. Ако пък искаме да видим новините по телевизията точно в момента, ще можем да направим това на дисплей, вграден върху ръкава на дрехата ни, вместо да вадим своя таблет. Различните дигитални услуги ще се разтворят навсякъде около нас, също както е направило това електричеството преди десетилетия и конкретните класове устройства просто ще престанат да са от значение. [U](#)

Безплатният **ВЕСТНИК** на **БЪЛГАРИЯ**

НИЩО НЕ ОСТАВА СКРИТО!

Вестникът на **БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ**



ВОДА

на Червената планета

ОТКРИВАНЕТО Й ХВЪРЛЯ НОВА СВЕТЛИНА ВЪРХУ ИДЕИТЕ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА ЧОВЕШКА КОЛОНИЯ НА МАРС И УВЕЛИЧАВА ШАНСОВЕТЕ ДА НАМЕРИМ ЖИВОТ НАЙ-БЛИЗО ДО ЗЕМЯТА. СПОРЕД НЯКОИ УЧЕНИ ОБАЧЕ, АКО ТАКЪВ БЪДЕ ОТКРИТ, ТОВА НЯМА ДА Е ДОБРА НОВИНА

автор: Александър Александров

Годината на NASA“ - все повече астрономи определят по този начин 2015-а, обобщавайки множеството важни мисии, които Американската аерокосмическа агенция осъществи през последните месеци. Безспорно централно място сред тях заема анонсираното в края на септември откритие, че на Марс има течаща вода. Интересът към пресконференцията беше толкова голям, а догадките какво ще ни съобщат от NASA – толкова много, че едва ли щеше да има много учудени дори от агенцията да бяха извели на сцената няколко малки зелени човечета.

Големият интерес, с който беше посрещнато от-



критието, е напълно логичен. От векове насам Марс играе ключова роля за развитието на астрономията, както и на поп културата. Планетата е в центъра на сюжета в първия по рода си роман „Война на световите“ от Хърбърт Уелс, както и на огромен брой книги и филми след това. Днес планетата е в плановете на най-влиятелните космически агенции, включително тези на САЩ, Русия, Европейския съюз, Китай и Индия, а една компания дори имаше идея да реализира риалити шоу със създаването на човешка колония там.

Откриването на доказателства за наличието на течаща вода със сигурност ще увеличи интереса на повечето основни участници в космическата надпревара и би могло да улесни евентуална

бъдеща колонизация на планетата

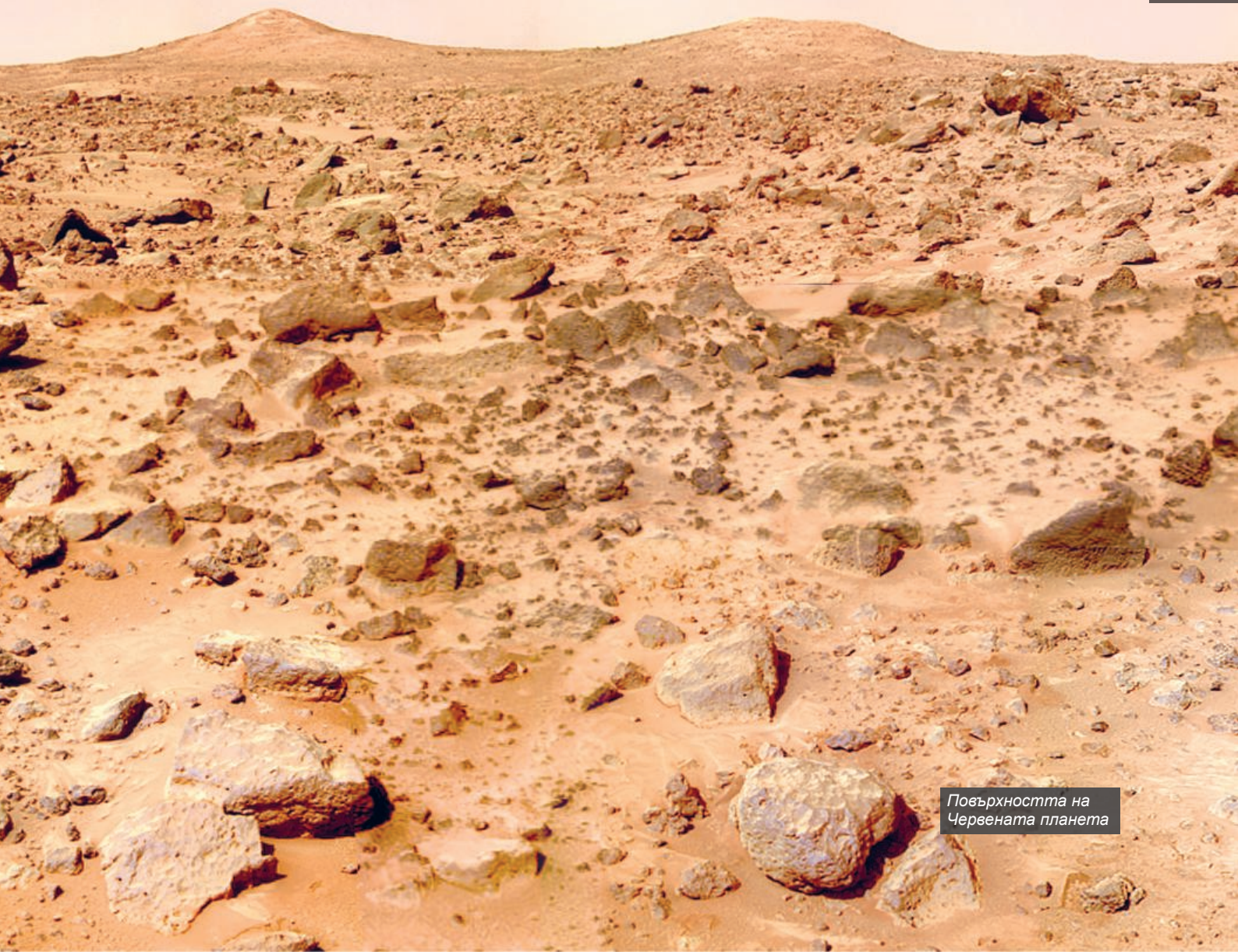
Всъщност това, което са открили учените от NASA, е, че тъмните следи, появяващи се през марсианското лято по някои хълмове в определен регион на Марс и човъркащи любопитството на специалистите от доста време, всъщност са предизвиквани от вода в течно агрегатно състояние. Никой не е видял самата течност, но апаратът Mars Reconnaissance Orbiter е успял да открие данни за хидратация на солта в същите региони, където са и

следите. Което с голяма степен на вероятност доказва, че те са предизвикани от вода. Тепърва ще се търсят отговори на редица въпроси, които следват от това откритие – къде е самата течност, при какви условия се появява и изчезва.

Освен че със сигурност ще промени насоките на бъдещите изследователски мисии на Марс, откритието има и едно друго важно последствие – то увеличава значително шанса да бъдат намерени живи организми на Червената планета. Водата е едно от ключовите химически съединения за наличието на живот, поне в рамките на нашите представи, и откриването ѝ някъде в Космоса винаги е водело след себе си дискусии за възможността човечеството най-после

да открие извънземни организми

Подобно откритие със сигурност би било епохално за цивилизацията ни и отзвукът от него би отекнал във всяка обществена сфера. Все повече учени обаче днес се изказват с тревога по въпроса и посочват, че ако бъде намерен живот на Марс, това няма да е добра новина за човечеството. Причината за техните притеснения далеч не е свързана със заплахите от взаимодействието ни с този извънземен живот, а се крие в едно научно противоречие,



Повърхността на
Червената планета

придобило известност през последните десетилетия като парадокса на Ферми. Наречено е на името на американския физик Енрико Ферми, участвал в редица значими проекти, включително и проекта „Манхатън“ за създаване на атомната бомба на САЩ. През 1950 г. той се включва в спор със свои колеги, които ентусиазирано защитават тезата, че след като в галактиката ни има милиони звезди, а във Вселената – милиони галактики, със сигурност има друг разумен живот. На тези доводи Ферми отговаря с простия въпрос:

„Тогавя къде са те?“

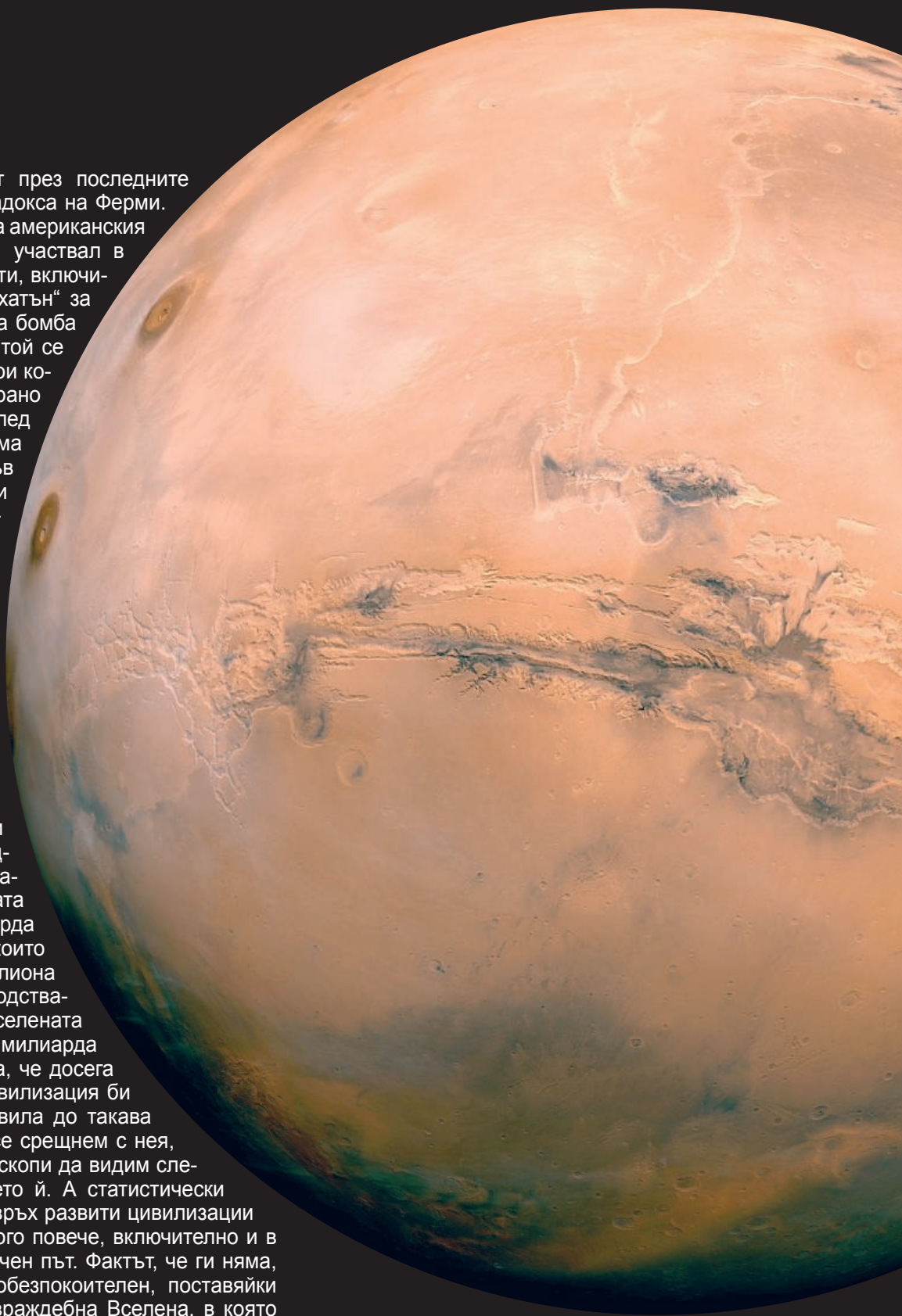
Този парадокс придобива все по-голяма популярност в научните среди и до днес стои пред обществото ни с безжалостната си логика. Учените предполагат, че в наблюдаваната част от Вселената има поне 100 милиарда галактики, всяка от които разполага с поне 10 милиона звезди. Според господстващите представи, Вселената съществува от над 13 милиарда години, което означава, че досега поне една разумна цивилизация би трябвало да се е развила до такава степен, че ако не да се срещнем с нея, то поне с нашите телескопи да видим следите от съществуването ѝ. А статистически погледнато подобни свръх развити цивилизации би трябвало да са много повече, включително и в нашата галактика Млечен път. Фактът, че ги няма, до голяма степен е обезпокоителен, поставяйки човечеството в една враждебна Вселена, в която другите разумни цивилизации или изчезват преди да направят контакт с нас, или по някаква причина не разкриват присъствието си.

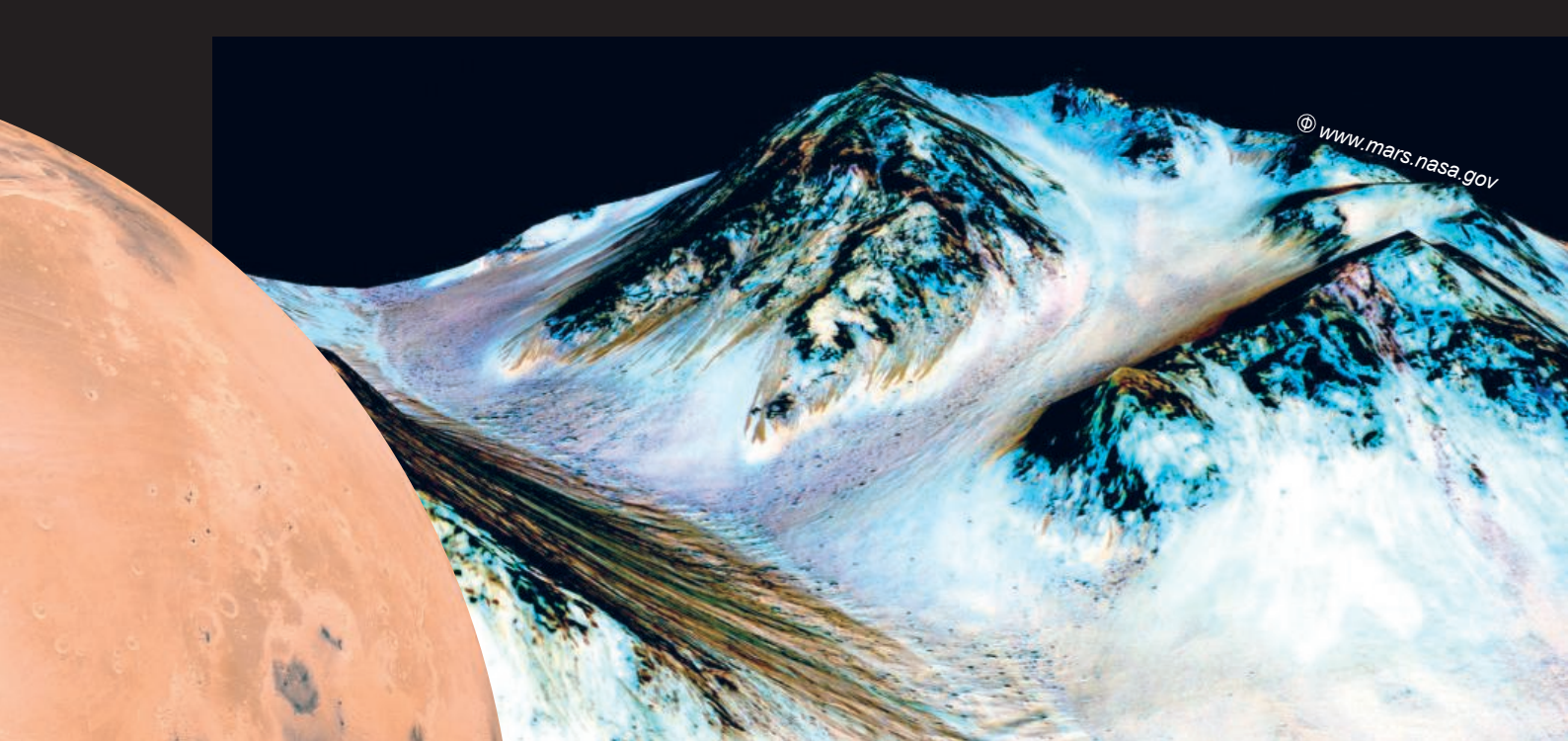
Сред най-популярните опити за обяснение на парадокса на Ферми са, че космическите разстояния са прекалено големи, за да може млада цивилизация като нашата да осъществи контакт, както и обяснението на уфолозите, които вярват, че извънземните вече са ни посещавали, но обществото

отказва да повярва в това. Друг отговор на въпроса „Къде са те?“ се крие в религията, според която човечеството е създадено единствено по рода си. През годините са се появявали и редица

ПО-ЕКСЦЕНТРИЧНИ ХИПОТЕЗИ

като например тази за космическия зоопарк, според която ние се намираме в контролирана среда, в която нямаме възможност да общуваме с други ци-





Тъмните ивици по склоновете са формирани от течаща вода, смятат от НАСА

визации, както и че живеем в симулирана виртуална реалност (предположение, което между другото група учени неотдавна се заеха да проверят съвсем сериозно). Друг обезпокоителен вариант е, че цивилизациите във Вселената не разкриват присъствието си поради някаква заплаха, която застрашава онези от тях, които станат видими.

Съществува и една голяма група обяснения на парадокса на Ферми, според които не сме срещнали друг разумен живот, защото на някакъв етап всички цивилизации изчезват по все още неизвестна причина. Дали защото разумният живот не е устойчив и рано или късно се самоунищожава, дали защото той задължително изчерпва енергийните източници, с които разполага, дали поради външна заплаха. Хипотезите са много и повечето от тях са обединени от т.нар.

теория на „големия филтър“

(great filter), според която съществува явление, събитие или предпоставка, които играят ролята на своеобразен филтър и водят до унищожаването на разумните цивилизации във Вселената на определен етап от тяхното развитие. От тук следва и важният за нас въпрос: ако действително съществува такъв филтър, на какъв етап се появява той и дали

ние сме преминали вече този момент от развитието си, или „ситото“ е пред нас и тепърва предстои да се сблъскаме с него.

Възможно е например самото зараждане на живота да е особено трудно и филтърът да е именно в този първоначален етап – вариант, при който нашата цивилизация не би трябвало да се притеснява, защото вече го е преминала успешно. Тук е мястото да се върнем на нашето марсианско откритие и

вероятността да бъде намерен живот

там. Ако учените действително открият такъв, в контекста на парадокса на Ферми и теорията за „големия филтър“ това ще означава, че зараждането на живота е всъщност доста често срещано явление (достатъчно често, за да се случи на две съседни планети) и съответно филтърът не е бил на този ранен етап. И за човечеството остава нерадостната алтернатива да го очаква някъде в бъдещето си развитие. Възможно е например филтърът да е в това, че всяка цивилизация рано или късно успява да създаде изкуствен интелект, което я води до състояние на технологична сингулярност или че на определен етап всички разработват достатъчно мощен ускорител на частици, способен да създаде черна дупка или други опасни частици, които да ги унищожат. В контекста на съвременната геополитическа ситуация не е за подценяване и обяснението, че всеки разумен живот има склонност към насилие и конфронтация, която рано или късно води до собственото му самоунищожение. Или че една разумна цивилизация задължително достига етап, в който изразходва своите енергийни ресурси и замира. Вариантите са много и може би тепърва ще се наложи темата да навлезе в дневния ред на обществото ни, а евентуалното откриване на живот на Марс би направило този въпрос още по-належащ. **U**

ДИЛЕМИТЕ НА ГЕОИНЖЕНЕРИНГА

УЧЕНИТЕ ИМАТ ВСЕ ПО-ДРЪЗКИ ИДЕИ ЗА МАНИПУЛИРАНЕ НА КЛИМАТА И БИОСФЕРАТА НА ПЛАНЕТАТА С ЦЕЛ СПРАВЯНЕ С ГЛОБАЛНОТО ЗАТОПЛЯНЕ. ПОСЛЕДИЦИТЕ ОТ ТАЗИ НАМЕСА ОБАЧЕ МОЖЕ ДА СЕ ОКАЖАТ МНОГО ПО-ОПАСНИ

автор: Александър Александров

118

НАУКА

Международен научен екип разработва план за разпространение на сулфатни частици в атмосферата, за да ... предизвика множество вулканични изригвания по света. А крайната им цел е вулканичната дейност да генерира облаци, които да намалят нивото на слънчева радиация, достигаща до земята, превръщайки се в ефикасно средство срещу глобалното затопляне. Друг проект предвижда разпръскването на огромен рояк от миниатюрни обекти между планетата ни и Слънцето, отново с цел намаляване на количеството светлина, достигащо до нас. Звучи ви налудничаво? Добре дошли във фантастичния свят на геоинженеринга.

Това понятие обединява редица научни концепции, които имат за цел мащабно манипулиране на атмосферата, климата, биосферата или други планетарни системи, най-често с цел понижаване на температурите и справяне с глобалното затопляне. Въпреки че напоследък печелят привърженици в научните среди, тези идеи си остават

крайно противоречиви

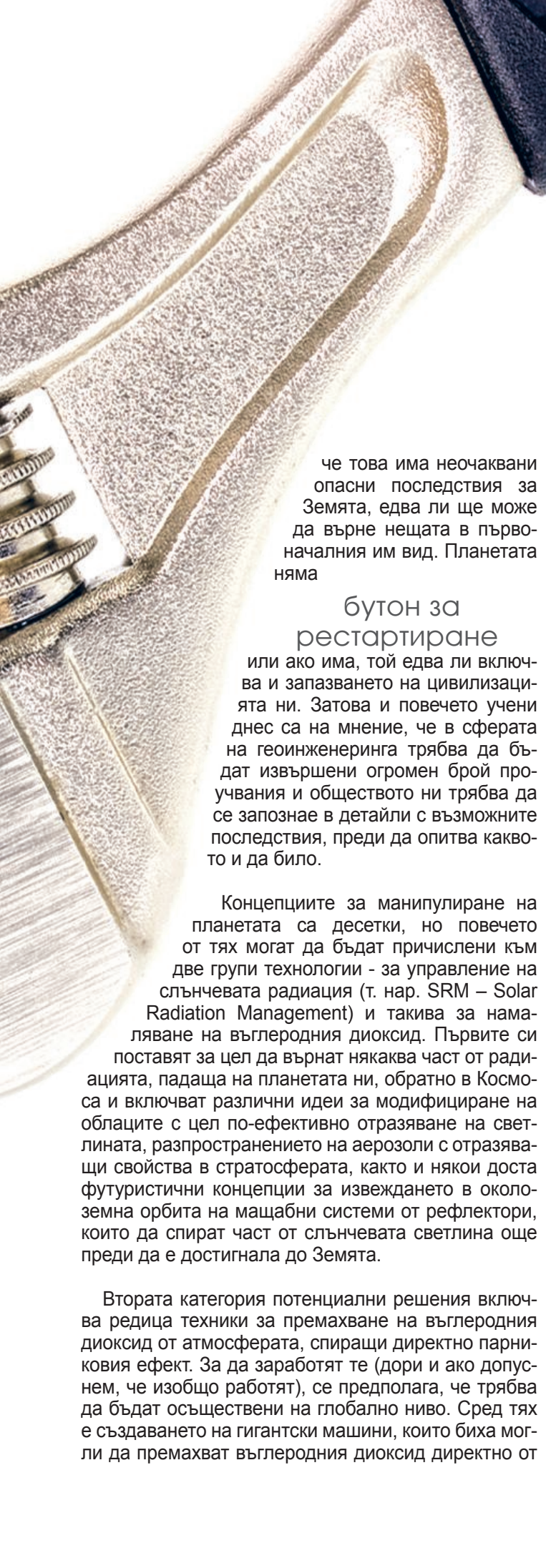
и са обект на критики от голям брой учени, неправителствени организации и политици.

Въпреки че звучи твърде футуристично, геоинженерингът съществува като концепция много отдавна – почти от времето, когато човечеството е започнало да се притеснява за глобалното затопляне. Още през далечната 1965 г. водещи американски учени предупреждават президента на САЩ Линдън Джонсън за нарастващите нива въглероден диоксид в атмосферата, които според тях могат след време да предизвикат сериозни климатични промени и освен другите възможни решения предлагат разпръскването на огромен брой частици над океана, с цел отразяване на около 1% от



падащата слънчева светлина обратно в Космоса.

Идеята може и да е стара, но реалните изследвания в тази сфера все още са в прекалено ранна фаза и човечеството не знае почти нищо за страшните ефекти, които би могла да има подобна мащабна интервенция. Познанията ни за самия климат и за начина, по който си влияят различните системи на планетата ни, са прекалено недостатъчни, а дебатът в обществото ни все още е на ниво „има ли действително глобално затопляне и предизвикано ли е то от човешка дейност“. Излишно е да се споменава дори, че ако човечеството извърши мащабен геоинженерен проект и впоследствие установи,



че това има неочаквани опасни последствия за Земята, едва ли ще може да върне нещата в първоначалния им вид. Планетата няма

Бутон за рестартиране

или ако има, той едва ли включва и запазването на цивилизацията ни. Затова и повечето учени днес са на мнение, че в сферата на геоинженеринга трябва да бъдат извършени огромен брой проучвания и обществото ни трябва да се запознае в детайли с възможните последствия, преди да опитва каквото и да било.


Концепциите за манипулиране на планетата са десетки, но повечето от тях могат да бъдат причислени към две групи технологии - за управление на слънчевата радиация (т. нар. SRM – Solar Radiation Management) и такива за намаляване на въглеродния диоксид. Първите си поставят за цел да върнат някаква част от радиацията, падаща на планетата ни, обратно в Космоса и включват различни идеи за модифициране на облаци с цел по-ефективно отразяване на светлината, разпространението на аерозоли с отразяващи свойства в стратосферата, както и някои доста футуристични концепции за извеждане в околоземна орбита на мащабни системи от рефлектори, които да спират част от слънчевата светлина още преди да е достигнала до Земята.

Втората категория потенциални решения включва редица техники за премахване на въглеродния диоксид от атмосферата, спиращи директно парниковия ефект. За да заработят те (дори и ако допуснем, че изобщо работят), се предполага, че трябва да бъдат осъществени на глобално ниво. Сред тях е създаването на гигантски машини, които биха могли да премахват въглеродния диоксид директно от

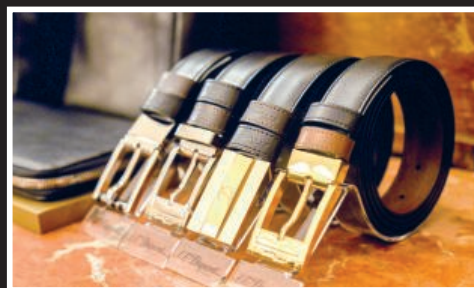
атмосферата и да го съхраняват другаде, както и разпространението на хранителни вещества в океаните, с цел увеличаване популацията на определени организми, които могат да го разграждат. В тази група попадат и различни концепции за разпръскването на химични съединения, които могат да влязат в реакция с въглеродния диоксид и да го променят. Към нея се причислява и може би най-ефективното и прието с консенсус от цялото общество решение на проблема – активното залесяване с дървета на големи региони от планетата. Някои учени предвиждат също създаването на изкуствени „дървета“, способни да абсорбират вредното съединение на въглерода и кислорода.

Дилема между две злини

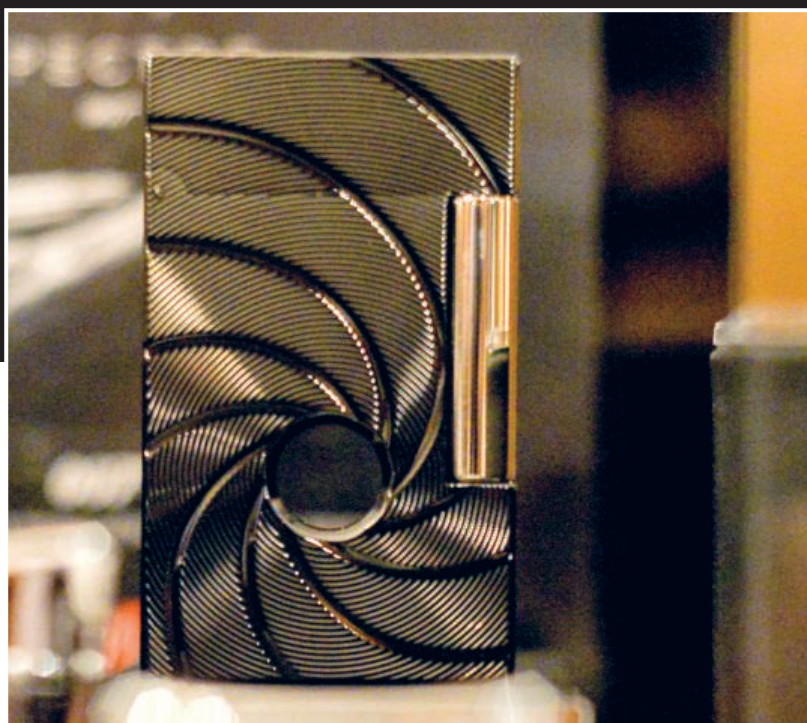
Днес всички са наясно, че геоинженерингът далеч не е изпитано решение и крие огромни рискове. Редица учени и неправителствени организации се опитват да насочат общественото внимание към въпроса: ще можем ли да се справим с евентуалните негативни последствия от мащабен геоинженерен проект. Истината е, че дори най-големите поддръжници на концепцията са съгласни, че странични ефекти със сигурност ще има, а според някои от тях тези ефекти вероятно ще повлияят на милиони човешки животи.

Повечето от учените, подкрепящи идеите за подобна планетарна интервенция, обаче са убедени, че това е по-малката от двете злини. Според тях в арсенала ни просто няма други оръжия за борба с глобалното затопляне и вече е наложително използването на геоинженерството. В подкрепа на своята теза те посочват, че ако до 2100 г. не бъдат намалени с повече от 50% въглеродните емисии, последствията за живота на планетата, а съответно и за хората ще са катастрофални. Очаква ни мащабно измиране на животински и растителни видове, повишаване нивото на световния океан, значително намаляване на селскостопанските добиви и редица други проблеми. Според три нови проучвания по темата, проведени от университетите в Лийдс, Оксфорд и Бристол, геоинженерингът действително може да застраши огромен брой хора, но въпреки това използването му може да се окаже наложително за доброто на планетата ни. И противниците, и привържениците на тази концепция обаче са съгласни за едно – изследванията по темата тепърва трябва да се разширят и човечеството е длъжно да натрупа повече знания в тази прекалено нова научна сфера. Знания, които може би някой ден ще ни отговорят на въпроса: можем ли да си играем на богове със собствената си планета, или нямаме kapacитета да правим това. 

ЛУКС И СТИЛ ОТ **DUPONT**



МАРКАТА ПРЕДСТАВИ
НАЙ-НОВИТЕ СИ
ПРОДУКТИ И В БЪЛГАРИЯ



120

БЛЯСЪК



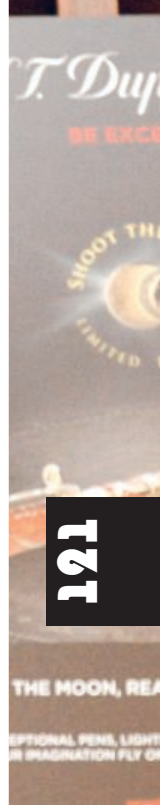
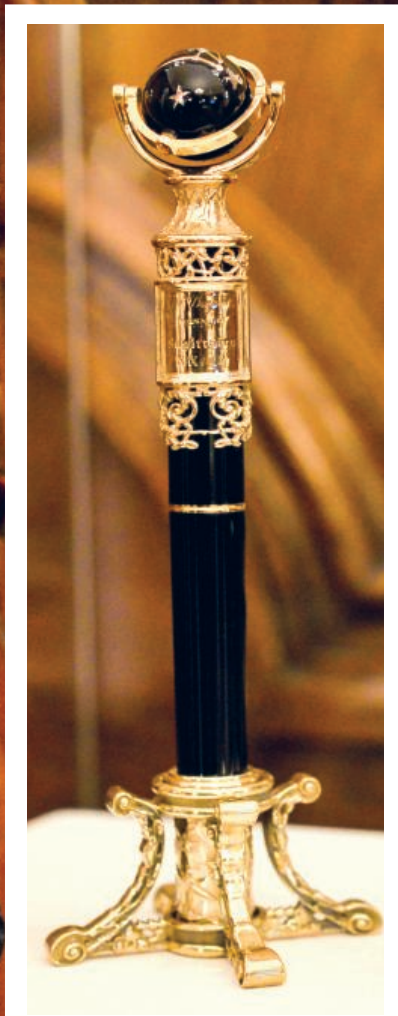
Марката Dupont представи най-новите си серии луксозни продукти на специално соаре в резиденцията на френския посланик в България Ксавие Лапер дьо Кабан. По време на събитието бяха показани луксозни писалки, запалки, колани, ръкавели, портфейли, чанти и други аксесоари на марката.

„България е много важен пазар за нас. Тук много се купуват запалки и различни мъжки кожени аксесоари“, заяви пред гостите Валери Шетри, мениджър „Международни отношения“ и ПР директор на Dupont. Сред невероятните творения се отличава удивителната серия Spectre, представена от най-известния шпионин в света на тайните служби – Джеймс Бонд.

Колекцията е вдъхновена от един от любимите пистолети на агент 007 - Walther PPK.

В новата серия на Dupont един от най-впечатляващите предмети е ефектна запалка с дупка в средата, която изглежда, сякаш е пронизана с куршум от пистолета на Джеймс Бонд.

Тя се предлага в няколко разновидности, една от които е изработка от паладий. Цената ѝ е 2520 лв. Това е първият продукт в света с



подобен дизайн. В серията Spectre присъстват и изключително красиви и изящни писалки. Серията на Джеймс Бонд е сред най-евтините продукти от новата колекция на марката.

Цените на продуктите от серията „From Creation“ започват от 9800 евро. Те също могат да бъдат поръчани в България. [U](#)





София стана
част от модната
карта на

Philipp Plein

ДИЗАЙНЕРЪТ
ОТКРИ ПЪРВИЯ СИ
ПРЕДСТАВИТЕЛЕН
МАГАЗИН У НАС



Световният моден гигант Philipp Plein отвори първия си представителен магазин в София. Дизайнерът пристигна в България специално за тържественото откриване, на което присъстваха най-големите родни звезди.

Бутикът се намира на ул. „Съборна“ №4 в класическа каменна сграда с архитектурна стойност от началото на XX век. Интериорният дизайн следва мотива, който обединява всички магазини по цял свят – полирана стомана и бял мрамор за дамската колекция. Мъжката колекция се помещава сред черен мрамор, а детската – бял мрамор и сатенен месинг.

Специално за откриването на магазина бе изградена огромна шатра, монтирана като естествено продължение на помещението. Посредата на шатрата бе разположен боксов ринг, който послужи за сцена на българските ММА шампиони Росен и Румен Димитрови. Водещ на събитието бе рапърът 100 кила, който забавляваше гостите със своите хитове. Българските гайдари също озвучиха официалното откриване.

Магазинът на Philipp Plein вече официално е отворен. В него се предлагат дрехи и аксесоари за мъже, жени и деца, както и новата колекция на дизайнера от часовници и слънчеви очила.

Марката Philipp Plein, която е базирана в Лугано, Швейцария,





е изключително популярна сред масовата аудитория. До момента родни бизнесмени и звезди от шоубизнеса пазаруваха дрехите на световноизвестния дизайнер в останалите европейски столици.

В световен мащаб съществуват 33 магазина на дизайнера, а 16 нови са в процес на подготовка за отваряне.

Филип Плейн тотално разби представата за консерватизъм на германската школа. Той показва, че екстравагантността е гениалният жокер, който успя да го изстреля във висините на световната мода.

Немският дизайнер е работил с едни от най-големите световни звезди, сред които Мадона, Парис Хилтън, Наоми Кембъл, Ирина Шейк, Рита Ора, Линдзи Лоън и други. **U**



Днес компанията Ralph Lauren
има над 300 магазина

RALPH LAUREN



МОДНАТА ЛЕГЕНДА РАЛФ

ДИЗАЙНЕРЪТ ОТСТЪПИ
УПРАВЛЕНИЕТО НА КОМПАНИЯТА
СИ, ДОКАТО ТЯ СЕ ФОКУСИРА
ВЪРХУ ЛУКСОЗНИЯ СЕГМЕНТ

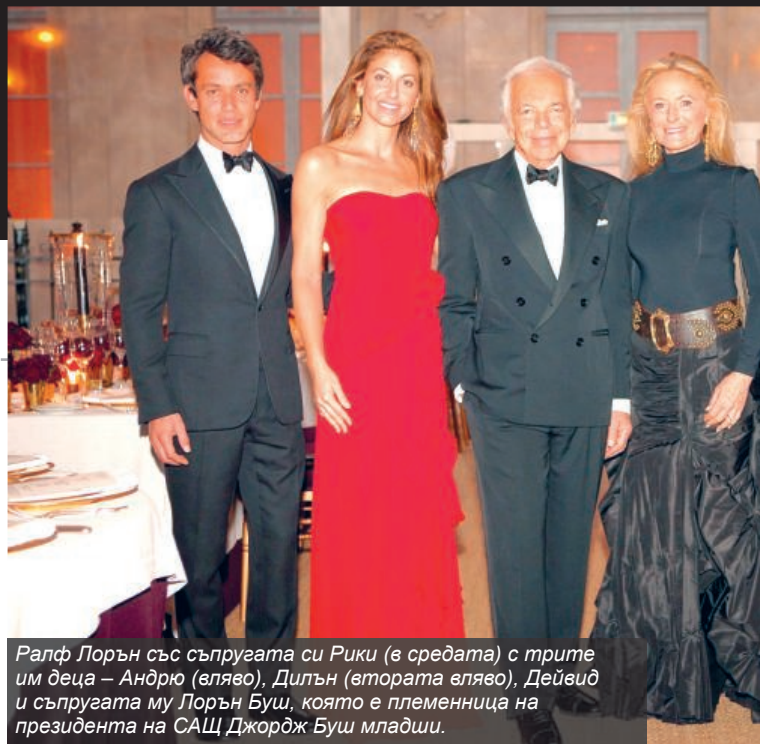
автор: Людмил Захариев

Модният бизнес в САЩ търпи промяна. Преди няколко месеца 66-годишната Дона Каран, основателка и главен дизайнер на Donna Karan International, напусна поста си. Наскоро пък Ралф Лорън, американският дизайнер, който построи модна империя от нулата, обяви, че слиза от поста си на главен изпълнителен директор и ще бъде заменен от бившия президент на Old Navy, част от The Gap, Стефан Ларшон.

Преход в модния бизнес в САЩ

На пръв поглед промяната на най-високо ниво може да бъде разглеждана като опит от страна на Ралф Лорън да подобри финансовото състояние на компанията си. Приходите в луксозния бранд за облекло, известен със своята марка Polo, са под натиск от силния долар и интензивната конкуренция в този сегмент. За последното тримесечие компанията отчете печалба от 1.09 щатски долара за акция, надхвърляйки очакванията на анализаторите, но приходите се свиха с над 5 на сто на годишна база. Цената на акциите на дружеството пък падна с над 40% през тази година.

В интервю 76-годишният Лорън заяви, че възна-



Ралф Лорън със съпругата си Рики (в средата) с трите им деца – Андрю (вляво), Дилън (втората вляво), Дейвид и съпругата му Лорън Буш, която е племенница на президента на САЩ Джордж Буш младши.

мерява да остане активен в бизнеса на емблематичната марка, която самият той основа преди почти половин век. „Когато започнат да шият дрехи, които не мога да разбера, ще напусна изцяло“, обяви Лорън на пресконференция заедно с Ларшон в един от офисите си на Медисън Авеню.

И все пак, назначението на Ларшон е началото на период на преход в модната индустрия в САЩ. С оттеглянето на Лорън, който заедно с Дона Каран и Келвин Клайн спомогна да бъде сформиран американският стил, обаче приключва златната ера на американските следвоенни дизайнери: Каран преот-



ЛОРЪН



стъпи кормилото на едноименната компания тази година, а Клайн направи същото през далечната 2002 г.

Сега на сцената излиза 41-годишният Ларшон, който поема поста на главен изпълнителен директор на Ralph Lauren Corporation от месец ноември, а също така ще се присъедини и към борда на компанията.

Ларшон е известен с това, че успя да възстанови печалбите на Old Navy и да я превърне в най-големия бранд под шапката на Gap Inc. За последната фискална година марката е донесла 6.6 млрд. долара от общите приходи от 16.4 млрд. долара на модната компания. Шведът често е смятан и за човек, който досега държи компанията над водата, което го прави един от най-видимите ръководители в търговията на дребно.

Какво ще се промени

Повечето успешни модни марки в историята са дело на двама партньори – Ив Сен Лоран и Пиер

Берже, Келвин Клайн и Бари Шварц, Валентино и Джанкарло Джамметти, дори и Джорджо Армани и Серджио Галеотти. Но не и Ралф Лорън. Преди време в ролята на партньор на 75-годишният дизайнер влезаше Роджър Фара, който бе главен оперативен директор, но той се пенсионира през 2013 г. и бе наследен от Джаки Немеров, друг уважаван директор, чийто мандат съвпадна с период на мудни продажби и големи промоции на марката.

Но решението на Лорън да възложи главната роля върху Ларшон показва, че той разбира нуждата от професионален мениджър, който да успокои Уолстрийт.

И все пак, назначение на нов главен изпълнителен директор който идва „отвън“, изненада някои експерти. Ralph Lauren има типична пирамидална структура, подобна на тази в Calvin Klein и Michael Kors. И имайки предвид опита на новия изпълнителен директор на компанията Стефан Ларшон досега в H&M и Old Navy, въпросът е дали компанията ще промени курса си.

Засега последните ходове на бранда включват отделянето на луксозния сегмент, назначаването на директор в тази сфера в лицето на Валери Херман и отварянето на редица частни клубове в Милано, което подсказва по-силен фокус върху скъпите марки в компанията. Въпреки промените, Ралф остава най-

големият индивидуален акционер в компанията, и вероятно ще има пръст във всички важни решения. И няма как да бъде иначе в този турбулентен за компанията, а и за повечето търговци на дребно в САЩ период - модната империя записва три последователни „лоши“ тримесечия, а валутните колебания и вялата икономика удариха резултатите ѝ.

От улиците на Ню Йорк до върха на модната индустрия - Ралф Лорън започва бизнеса си от улиците на Ню Йорк с продажба на вратовръзки. Днес, на върха на модната индустрия, Лорън лицензира всичко от косметика до кожени изделия и до рамки за очила. Компанията регистрира продажби от 7,6 милиарда щатски долара в последната фискална година.

Роден в Бронкс от европейски имигранти от Беларус, Ралф Лифшиц започва да работи на непълно работно време в големи магазини за дрехи едва когато е тийнейджър и ученик в гимназията „DeWitt Clinton“. Заради подигравките в училище, на 16 години решил да си смени фамилията на Лорън.

Още оттогава е известен с това, че спестявал пари, за да си купува скъпи стилни дрехи. Така от 12-годишен успява да изглежда стилин и в годишния албум за завършването на гимназията той пише, че иска да стане милионер. В края на 50-те Ралф Лорън се записва да учи „Бизнес“ в „City College of New York“, докато същевременно работи за „Brooks Brothers“ и „Bloomingdales“. Скоро прекъсва обучението си и отива в армията.

По-късно, през 1967 година, започва бизнес с ръчно изработени вратовръзки под името „Polo“ от миниатюрен офис в Empire State Building. Първият му сериозен пробив идва, когато Neiman Marcus поръчва



Дизайнерът на представянето на детската си колекция за есен 2015 г.

1200 от тях. През 1968 г. пуска първата си колекция от мъжки дрехи. От 1971 година започва да се занимава и с колекции на женски дрехи. Лорън споделя мотивацията зад стремежите си – дизайнерът не се страхувал да мечтае и да живее в един измислен, фантастичен свят. Именно това негово въображение го кара да стартира моден бизнес, потапяйки се във филмите от епохата на Гари Купър и Кари Грант.

С времето броят на магазините на линията Polo нараства, а в средата на 70-те години той решава да преобразува компанията. Ако по-рано брандът е контролирал целия процес от дизайна до търсенето на стоките, то сега Лорън решава да се съсредоточи върху дизайна и разработката на обща стратегия, а производството и продажбата да предаде в ръцете на други лицензирани компании. Ходът се оказва успешен и Лорън открива първия си задграничен магазин в престижния лондонски Уест енд. През 1994 г. пък продава 28% от бизнеса си на Goldman Sachs за 135 млн. щатски долара, с което амбицията да излезе на борсата е вече не просто мечта.

През 1997-а Ralph Lauren става публична компания, което увеличава състоянието на дизайнера до 6 млрд. долара в момента, по оценки на Forbes. Днес компанията има над 300 магазина по света, а в нея работят на 25 хил. души. Освен запален по модата, Ралф Лорън е и изтъкнат колекционер на автомобили като Bugatti Veyron, Bentley Type 57SC Atlantic, един от петте McLaren F1LM, Bentley, Ferrari 250 Testa Rossa и много други. Дизайнерът дори създава частен гараж-музей, в който стилно са изложени ценните автомобили от колекцията. Ралф Лорън участва в много благотворителни акции и създава „Ralph Lauren Center for Cancer Prevention and Care“ към „North General Hospital“ в Харлем, Ню Йорк. [U](#)

Лорън и неговият наследник начело на компанията Стефан Ларшон



Пред една от лъскавите си коли



Ослепителен.

5
ГОДИНИ
ГАРАНЦИЯ

Сега с FordCare: 5 години гаранция и
5 години безплатно сервизиране



НОВИЯТ FORD MONDEO

Време е за автомобил с характер.

Новото Mondeo предлага повече от само изумителен дизайн. Насладете се на емблематичното за всеки Ford удоволствие от шофирането, многократно награждаваната EcoBoost технология, изключителния комфорт и впечатляващите иновации. И сега шофирайте безгрижно в продължение на 5 години, благодарение на безплатното сервизно обслужване и 5-годишната гаранция. Заявете тестово пътуване в най-близкото дилърство на Ford или на ford.bg.

FordCare включва безплатни регулярни технически обслужвания съгласно сервизния план на автомобила до 5 г. или 100 000 км, което настъпи първо. За повече информация, обърнете се към Вашия дилър на Ford. Ср. разход на гориво от 3,6 до 7,3 л/100км; CO2 емисии от 94 до 169 г/км. Снимката е с илюстративна цел.

МОТО-ПФОНЕ

София „Люлин“ - (02) 984 22 50; София „Младост“ - (02) 817 88 88; Пловдив - (032) 606 606; Варна - (052) 680 200; Бургас - (056) 880 137; Русе - (082) 845 235; Стара Загора - (042) 623 938; Габрово - (066) 808 423; Монтана - (096) 300 131; Добрич - (058) 602 647; Шумен - (054) 861 352; Благоевград - (073) 884 025; Велико Търново - (062) 616 000; Хасково - (038) 601 170; Плевен - (064) 885 222; Пазарджик - (034) 441 248; Смолян - (0301) 810 85.



Go Further

В ПОДВОДНОТО ЦАРСТВО

Хоби, развито до най-висок професионализъм - това показва с първата си изложба на подводна фотография адвокат Стефан Кючуков, управляващ партньор в адвокатско дружество „Джингов, Гугински, Кючуков и Величков“

автор: Татяна Явашева

„Подводната фотография влезе в живота ми като продължение и развитие на водолазното ми хоби. Когато хобито започне да се превръща в рутина, някои водолази се насочват към по-задълбочено развитие в най-различни направления. Снимането е желание и артистична възможност за споделяне“, обяснява Стефан Кючуков. Той започва да се гмурка през 2001 г., а подводната фотография неизменно съпътства неговите пътешествия под вода от 2010 г. насам. През тези 14 години има над 550 гмуркания в океани и под-



Африканска лъвска риба - Южно Червено море

водни пещери. Преди 5 години минава двудневен курс при водещия британски подводен фотограф Мартин Едж и това коренно променя отношението му към снимането.

Окото на рибата

Снимките, които прави, са доказателство, че достига завидно професионално ниво. Фотоапаратът му е огледално-рефлексен, с пълномерна

матрица (full frame), марка Canon. Ползва кутия за подводно снимане на Aquatica. Обективите, с които работи, са основно два: 100 мм макрообектив и 8 - 15 мм fish eye („рибешко око“). Това му позволява да постига детайлни снимки на малки по размер обекти, а също да снима от близко разстояние големи обекти и широки панорами. „Но все пак всичко си остава в рамките на хобито“, уверява Стефан Кючуков.

ФОТОГРАФИЯТА НА СТЕФАН КЮЧУКОВ НИ ВЪВЕЖДА
В СВЯТ, В КОЙТО НЕ ВСЕКИ МОЖЕ ДА НАДНИКНЕ

В нови светове

Гмуркането го отвежда в много светове над и под водата. Заради това свое увлечение е посетил Индонезия, Микронезия, отдалечени карибски и тихоокеански острови. Предстоят му фиордите на Норвегия и островите Галапагос. Под вода нещата са коренно различни: от срещи с китове и делфини, през акули и манти до приказно красиви малки рифови обитатели. Гмуркането е и среща с подводни пещери - една съвсем различна и застинала вселена от ледената епоха, отделна от водите на световния океан.

Краят на рая

С фотоапарат в ръка има възможност детайлно да изследва една друга реалност. „Многообразието на живота в океаните все още няма край от гледна точка на човечеството. Във водите на Индийския океан около Индонезия изследователите продължават да откриват неизвестни досега видове. Същевременно, най-близкият до нас „подводен рай“ - Червено море, което е най-посещаваният от водолази воден басейн и се нарежда на едно от първите места по красота и разнообразие, вече е видимо изхабено и посърнало в резултат на свръхексплоатация. За съжаление точно там правилата на гмуркане не са достатъчно адекватни на нуждите на екосистемата. Това е доста ясно предупреждение към човечеството. Дано да съумеем да се вслушаме“, призовава Стефан Кючуков. Споделя и друг факт от жестоката реалност - в Индийския океан акулите са предмет на безпощадно изстребване единствено с цел да бъде добита гръбната им перка и продадена на незадоволимия китайски пазар като източник на мистична биоенергия. След отрязването на перката още живата акула е изхвърляна във водата, осъдена на сигурна смърт.

Оставяйте само мехурчета

Морето е безкрайна и многопластова хармония. Трябва и ние да открием начин за вливане в нея,



Позлатена медуза - Източен Тихи океан, Медузеното езеро, остров Еил Малк, Рок айлъндс (Палау)



Камшичен корал - Южно Червено море, риф Елфинстън

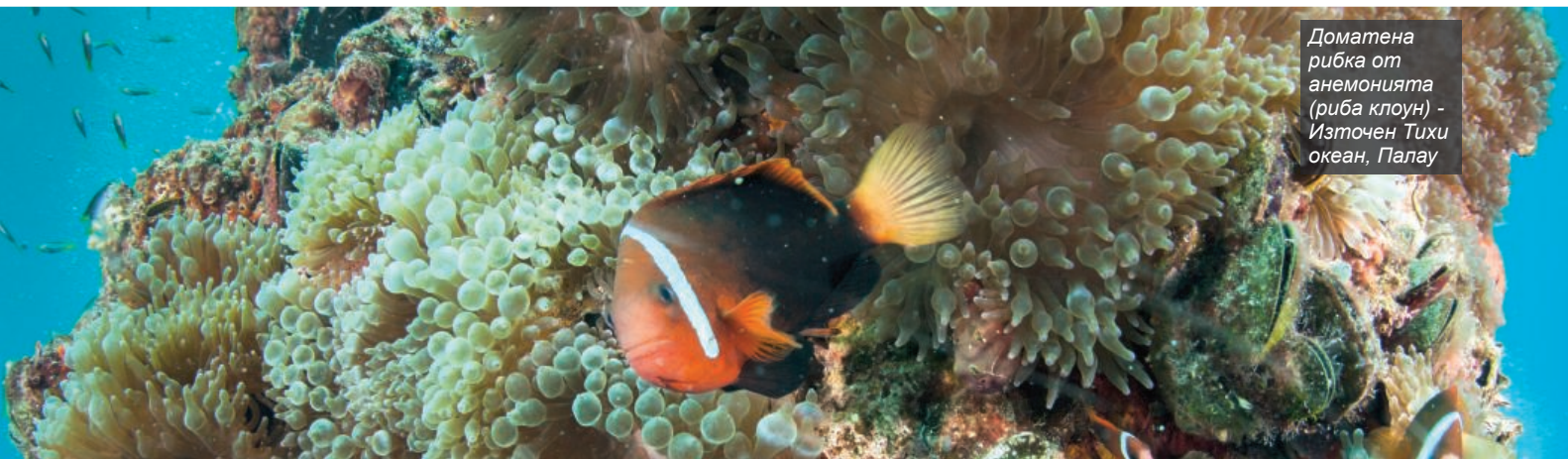


Розова рибка от анемонията (риба клоун) - Източен Тихи океан, Палау



Ястребовчовка морска костенурка - Източен Тихи океан, Палау

Доматена рибка от анемонията (риба клоун) - Източен Тихи океан, Палау






Скъпоценно феерично костурче - Южно Червено море, риф Елфинстън

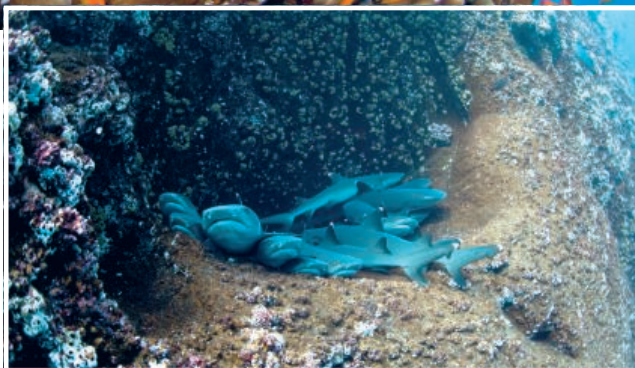
смята Стефан Кючуков. Допада му мотото на програмата по подводна фотография на една от световните системи за обучение на любители водолази PADI: „Take only pictures, leave only bubbles“. Идеята на това послание е „Излизайте от водата само със снимките си, оставяйте само мехурчетата си“. Ние трябва да общуваме с подводния свят и да се зареждаме от красотата му само като дискретни наблюдатели, без никаква следа от присъствието си...

Без риск

Дали обаче Стефан Кючуков не поема прекалено голям риск? Според него хобито „водолаз“ и „подводен фотограф“ крие предвидими рискове. Те многократно са преценявани в практиката на световната общност от водолази. Макар и пръсната по света, тя е един социален организъм и има единен живот, в рамките на който най-новите идеи, опит и знания светкавично биват споделяни и практикувани. Вече има създадени правила, чието спазване е елементарно, дори и за преминалите кратко обучение: нужен е здрав разум и чувство за отговорност към собствения живот и здраве. Ако правилата се следват, рискът е теоретичен, твърди Стефан Кючуков. Досега той не е имал екстремна ситуация или травма, причинена от гмуркането. Всички в семейството му са водолази – съпругата му се гмурка, а двете деца правят това съответно от 9- и 10-годишна възраст.

Подводната фотография на Стефан Кючуков ни въвежда в свят, в който малцина имат смелост да проникнат. 

Човешки череп в машинното отделение на кораб „Ямагири мару“ - Източен Тихи океан, Микронезия, Трък лагуун



Малки белопери рифови акули - Западен Тихи океан, архипелаг Ревилахиехо (Мексико), остров Рока партида



Корабна аптечка, палубата на кораб „Шинкоко мару“ - Източен Тихи океан, Микронезия, Трък лагуун





THE GALLERY
KIPROS MUSEUM (1984-1985)
The Great Hall
Museum, 1. 2008

Рита Северис пред „Перистерона“ (гора) - любимата ѝ картина в експозицията на Центъра за визуални изкуства и изследвания.

КОЛЕКЦИЯТА СЕВЕРИС И СПОДЕЛЕНИЯТ ДЪЛГ

НАЙ-ГОЛЯМАТА ЛИЧНА СБИРКА НА ПРОИЗВЕДЕНИЯ НА ИСТОРИЯТА И ИЗКУСТВОТО СЕ ПРЕВЪРНА В ПЪРВИЯ И ЕДИНСТВЕН ЗАСЕГА ОБЩ МУЗЕЙ НА КИПЪРСКИТЕ ГЪРЦИ И КИПЪРСКИТЕ ТУРЦИ

автор: Бранислава Бобанац, Кипър

фото: Имран Сайед



Домът на най-голямата частна колекция в Кипър – единственият музей на двете кипърски общности

Последното британско знаме, свалено от последния британски губернатор на Кипър в полунощ на 16 август 1960 г., за да бъде издигнат на неговото място флагът на новата независима Република Кипър. Първият рекламен плакат отпреди 68 години на кипърската авиокомпания „Сайпръс еървейз“, която през януари тази година бе обявена в ликвидация. Над 1000 картини на чуждестранни художници, пътували и рисували Кипър в продължение на 300 години, от XVIII до XX век. Повече от 6000 книги за историята и културата на острова. Над 500 автентични селски и градски костюми на кипърски гърци и кипърски турци. Предмети на бита в Кипър от последните три века. Огромно количество снимки, документи, дневници на мисионери и изследователи, карти, сувенири...

Всички тези ценности са оригинали, без нито едно копие, и

са изцяло частна собственост - те са намерени, събрани и закупени с лични средства от Костас и Рита Северис. Това е най-богатата не само в Кипър, но и в света частна колекция, посветена на историята и културата на островната страна. Сега тя е достойна на всички интересувачи се. Личната колекция бе превърната в уникална експозиция на създадения от семейство Северис Център за визуални изкуства и изследвания в Никозия. Той е първият и единствен засега музей в разделения Кипър, в който заедно са представени двете кипърски общности и който работи на трите езика на острова – гръцки, турски и английски.

Самите Северис са част от историята на Кипър и една от

най-известните и богати семейства

в страната. Основоположникът ѝ – Христодушос Северис, е първият кмет на Никозия по време на британското колониално владичество, от 1882 до 1888 г. На него столицата дължи градоустройствения си план, новата инфраструктура, водоснабдителната мрежа. Той е и един от първите търговци на Кипър, изнасял зехтин и маслини за Смирна (Измир). Семейството е било един от най-големите собственици на земи, маслинови гори и фабрики край Кирения, но е загубила всичко по време на турската инвазия през 1974 г., тъй като градът остава в северната окупирана част. Синът му Демостенис Северис е прочут спомоществовател - финансирал е училища и болници, създал е най-голямата библиотека в Никозия, със стипендии е помогнал на стотици кипърчета да учат в чужбина. Родът е дал и министър, а Костас Северис днес е един от най-големите бизнесмени.

„От самото начало принципът на семейството е бил, че трябва да споделя с хората това, което има. И ние бяхме възпитани в този дух, на дълга на всяко поколение. Този музей е нашето споделяне с обществото“, твърди Рита Северис, изпълнителният директор на Центъра за визуални изкуства и изследвания. 63-годишна, тя е преизпълнена с енергия и емоционално разказва за всеки експонат, докато заедно вървим из времето и прострелата се на 4 етажна експозиция.

Центърът бе открит през септември м.г., когато най-сетне се сдобил със свой дом, след над 30 години колекционерска и изследователска дейност на Костас и Рита Северис. Той „надгради“ учредената през 1999 г. фондация „Костас и Рита Северис“, чиято цел е да популяризира и насърчава кипърската култура, а също да работи за помириенето и мирното съвместно съществуване между кипърските общности. Нейна основа пък станали картините, които Рита и Костас Северис са купували и събирали с общия си интерес, любов и страст към историята и изкуството.

Започват за „собствено удоволствие“. Първата си картина закупват за семейния дом от „Сотбис“ в Лондон през 1983 г. – живописно платно на английски художник от XIX век, изобразяващо крайбрежния кипърски град Ларнака. След това се „запалват“ да търсят още картини на чуждестранни художници, преминавали при пътешествията си из Кипър и рисували острова, и се „специализират“ точно в тази тема. С годините и нарастването на колекцията двамата Северис решават, че трябва да я попълват по-професионално. И Рита, която е завършила философия и журналистика в Кралския колеж в Лондон, се връща отново в университетта в средата на 50-те си години. От Бристол излиза през 1998 г. като доктор по история на изкуствата. Интересуват я най-вече впечатленията на чужденците, посещавали острова, техните картини, пътеписи, дневници. Пътуващите художници в Кипър в периода 1760-1960 г. стават тема на докторската ѝ дисертация и една от най-известните ѝ книги (вече има над дузина издадени).



Част от експозицията, посветена на последната кралица на Кипър Катерина Корнаро, управлявала е края на XV век



„Ерму, 1900-а“ – пазарът на някогашната главна търговска улица на Никозия оживя в празника, организиран от Центъра за визуални изкуства и изследвания



Най-новата експозиция в Центъра за визуални изкуства и изследвания – книги, документи, вещи от личната колекция на покойния кипърски президент Глафкос Клиридис

Това е
последното знаме
на Британската
империя, сменено
със знамето
на новата
независима
Република Кипър



Северис изграждат цяла мрежа от контакти с различни аукционни къщи в Европа. Колекцията им постепенно се превръща в широка панорама на историята, архитектурата, културата, пейзажа на Кипър в последните три века. „Тогава решихме, че всичко това трябва да бъде отворено за хората“, обяснява Рита решението на фамилията да създаде музей.

Най-важната част в днешния Център за виртуални изкуства и изследвания е живописиста - над 1000 картини, изобразяващи Кипър. Любимото ѝ платно е „Перистерона“ на Кийт Хендерсън. „За мен картината е като едно предсказание. Тя показва село Перистерона, старата църква, празни полета в сивите цветове на зимен ден. Деца – кипърски гръцки и кипърски турски, вървят покрай сухото корито на реката, но малките фигурки са без лица, като призраци, като че ли нямат бъдеще. Като изгубени във времето. Перистерона съществува и днес, но е едно от селата, разделени след турската инвазия от 1974-а...“

Гордост за Северис е и изключително богатата многоезична библиотека - най-голямата подобна сбирка от книги в Кипър в момента. Тук идват студенти, много изследователи от чужбина, а и хора, които просто искат да проучат историята на своето село или род. Самият музей се намира на

СИМВОЛНО ЗА КИПЪР МЯСТО

Избрано е нарочно, като най-подходящо за мисията на музея за обединение и помирение между двете кипърски общности. Центърът е разположен в бивша мелница, почти изцяло разрушена, която Костас и Рита купуват през 2008 г. и я възстановяват, на емблематичната за Кипър улица „Ерму“. Изградена именно от кмета Северис, десетилетия наред тя е била централна търговска улица на столицата и е кипяла от живот като процъфтяващ пазар, където са се срещали търговци и купувачи от всички кипърски общности. Търговското сърце на Никозия обаче спира, когато през декември 1963 г. именно тази улица става място на кървави сблъсъци с жертви между кипърски гръцки и кипърски турци. Само месеци по-

късно по нея е прокарана демаркационната „зелена линия“. Сега едва на десетина крачки от центъра на Северис улицата свършва в телената мрежа на „буферната зона“, която разделя града и двете кипърски общности.

„Всичко, което правим, сближава хората, и това е най-важното“, подчертава Рита Северис, която е убедена, че цялата дейност на центъра подпомага мирния процес в Кипър. Всяка зала в музея представлява заедно кипърските гръцки, кипърските турци, другите общности, Кипър като техния общ дом. Още когато центърът нямаше своя сграда, фондацията на Костас и Рита Северис „излезе“ на улицата с оригинални събития, чрез които да събере хората от двете страни на „зелената линия“ и да ги включи в общи участия. Преди две години кипърски гръцки и кипърски турци танцуваха заедно на празника на модерните танци. Миналата година пък центърът посрещна Коледа с празника „Ерму 1900 г.“, когато улицата беше съживена с възстановка на стария градски пазар и отново събра кипърски гръцки и кипърски турски занаятчии, продавачи, купувачи.

Центърът на Северис стана домакин и на истинско историческо събитие, когато през септември за първи път лидерите на двете кипърски общности Никос Анастасиадис и Мустафа Акънджъ заедно откриха новата експозиция, посветена на покойния кипърски президент Глафкос Клиридис. Личната библиотека, вещи, документи, записи, снимки, ордени на емблематичния кипърски държавник и силен поддръжник на обединението на Кипър бяха дарени на двуобщностния музей от дъщеря му Кати.

„Боли, много боли, когато всеки ден виждам телената мрежа на буферната зона“, признава Рита Северис, „но вярвам, че един ден тя ще бъде отворена и ще обедини града и хората, а нашият център ще стане естествен хъб за дейности на двете кипърски общности. С тази колекция искаме да кажем - вижте историята, нашето общо минало, и нека не повтаряме грешките, а заедно да изградим нашето общо бъдеще“. □



Get Lucky

Леонардо - най-добрият италиански
ресторант в Банско

Италианската кухня е сред трите най-изискани кухни в света. Тайната на съвършения вкус на италианските ястия се заключават в няколко основни правила: ползване на продукти с най-високо качество, липсата на прекалено сложни и екстравагантни комбинации, внимателно и пестеливо ползване на подправки, което подчертава вкуса на основния продукт.



Тези златни правила се ползват до съвършенство в елегантния и изискан ресторант „Леонардо“ в Банско. Това е ресторантът, който предлага стил и вкус по италиански.

Средиземноморският стил на ресторанта, изпълнен в светли тонове, с удобни маси и столове, грабва посетителите.

„Леонардо“ е целогодишен ресторант, с капацитет 60 места, с изкушаващо вкусни, домашно приготвени ястия по оригинални рецепти, които можете да опитате само тут.

За качеството на ястията се грижи шеф Гани, който е завършил Кулинарния институт „International Academy of Italian Cuisine“ в Тоскана, Италия.

Кухнята на ресторанта включва най-доброто от италианските специалитети. Стартира със завидно разнообразие от салати, минава през предястия, пасти, основни ястия и пици и завършва с невероятни десерти.

Ако сте вече в „Леонардо“, задължително поръчайте фламбираната паста в пита от пармиджано и пресните пасти, за да се убедите, че не е необходимо да ходите до Италия.

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

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

За повече информация или резервации: тел.:
0882 777 444,
www.leonardobansko.com



Нови шедьоври в менюто на **ESTE**

РЕСТОРАНТЪТ ЗАЛАГА НА
БИОПРОДУКТИ И АВТОРСКА
КУХНЯ, ЗА ДА ПРИВЛЕЧЕ
БЪЛГАРСКИТЕ КЛИЕНТИ



Емблематичният софийски ресторант Este е готов да представи новото си зимно меню. Храната, която ще се предлага, е 100% авторска и няма еквивалент в България. Приготвя се от талантливия екип в кухнята, който се ръководи от шеф Димитър Дамянов. Висококачественото телешко, свинско и агнешко месо са неизменна част от специалитетите. Заведението следва тенденцията за здравословно хранене и гостите могат да се насладят на две салати, които се приготвят изцяло с биосъставки.

През зимния сезон ресторантът стартира кампания, в която всяка седмица ще се акцентира върху различен тип кухня с организирането на тематични вечери, на които ще се предлагат предимно дегустационни менюта. Ястията ще бъдат стандартни за даден тип кухня, но приготвени по нетрадиционен начин.


Стремим се да разбием клишето, че това не е място за всички. Истината е, че ресторантът е изискан и уникален и всеки, който иска да усети различна атмосфера и лукс, е добре дошъл при нас, разказва Илиян Севдин, член на екипа на Este.

Той с ентузиазъм разказва за новото меню на ресторанта. Един от уникалните десерти е италианското тирамису, представено по нетрадиционен начин. Всички компоненти за сладкото изкушение се приготвят отделно и се смесват непосредствено преди сервирането. В момента се разработва и нов десерт за двама, който е изцяло шоколадов и

е наистина уникален – в него има няколко вида шоколад с различно процентно съдържание на какао, мус, крем, шоколадови блокчета, суфле. Десертът ще се приготвя пред очите на гостите и ще бъде сервиран лично от майстор сладкарите на екипа.

Целта ни е да привлечем в ресторанта както чужденци така и българска публика. Разбира се, качеството на храната остава на високо ниво, тъй като продължаваме да работим с най-добрите продукти от България и света, наблюдайки на български биосъставки, разказва Севдин.

Ресторант Este е на световно ниво и през месец октомври беше оценен с награда Golden Star от BID - международна организация, която представя лидерите в различни области на индустрията. На форума, който тази година се проведе в Париж, бяха връчена статуетка и сертификат за качество. Горди сме с продукта, който предлагаме, и искаме той да бъде оценен и от нашите гости. С огромната си мотивация и креативност екипът на ресторанта ще докаже на всеки клиент, че наградата е заслужена, убеден е Севдин.

Este организира и коледни партита, рождени дни, фирмени събития, които могат да бъдат направени по индивидуално меню и зададен предварително бюджет. На разположение на гостите е и разнообразие от бизнес пакети, подходящи за работни срещи и делегации. 



НОВИ КНИГИ ОТ СИЕЛА



Абсолютен контрол

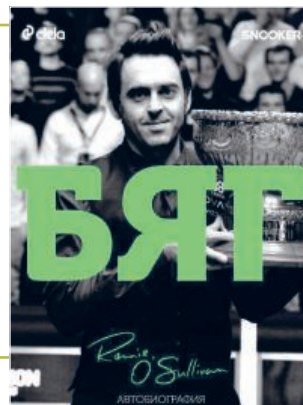
Кристофър Райх
Цена: 15,90 лв.

Личният ви живот е вече за продан в новия роман на Кристофър Райх „Абсолютен контрол“. Майсторът на трилъри е известен със своите бестселъри, които неотменно намират място в списъка на най-продаваните книги на „Ню Йорк Таймс“, както се случва и с тази. На едно пусто шосе близо до Остин, Тексас, агентът на ФБР Джо и неговият информатор са разстреляни. Жена му Мери и двете му дъщери остават в неведение какво се е случило, още повече, че официалният доклад стоварва вината върху Джо. □

Бяг. Автобиографията на Рони О'Съливан

Рони О'Съливан,
Цена: 14,90 лева

Световният шампион по снукър Рони О'Съливан може да не е играчът с най-много спечелени титли в този спорт, но за мнозина си остава най-талантливият. Със сигурност е този, който предизвиква най-много внимание на масата. Ракетата, както е наричан, е не просто спортист, той е ходещ скандал и като повечето звезди има сериозни проблеми с алкохола, наркотиците, работохолизма и личните си връзки. □



Бъдеще

Дмитрий Глуховски
Цена: 22,10 лева

Добре дошли в бъдещето. Безсмъртието е реалност, а само в Европа живеят 120 милиарда души. Целият континент е покрит с огромни кули, извисяващи се на километър-два над повърхността, солидни и вечни. Деца официално почти няма, всички са млади, красиви и здрави. Законът е безмилостен - ако двама души искат дете, то единият от тях трябва доброволно да се откаже от безсмъртието си. Това буди очаквана съпротива – мнозина се опитват да измажат системата и да отгледат децата си скришом. Но в бъдещето тайни няма – всички те попадат на мушката на военизираните Безсмъртни: скрити зад маски щурмоваци, които силом инжектират серума, причиняващ ускорена старост и смърт. □

Приятелски
огън
Елиът Акерман
Цена: 13
лева

Бившият морски пехотинец Елиът Акерман разказва за войната в Афганистан. □



„Приятелски огън“ е трогателна, брутална и обсебваща история... Акерман успява да изгради сложен сюжет за лоялност, отмъщение и братска любов.“

Халед Хюсейни

Баба праща поздрав и се извинява

Фредрик Бакман
Цена: 15 лева

Новият роман на шведския писател Фредрик Бакман, автора на - „Човек на име Уве“, е вече на български език от издателство „Сиела“. „Баба праща поздрав и се извинява“ е трогателна, сърдечна и много забавна история за една ексцентрична баба, която е най-добрият приятел на 7-годишната си внучка. Книгата е в духа на „Човек на име Уве“, обичана от хиляди читатели по света, бестселър номер едно в Швеция и публикувана на повече от 25 езика. □



Bouquet Nouveau

Est Arrivé!

2015



BOUQUET NOUVEAU МЛАДО ВИНО

произведено от българския сорт **Букет**, по технологията на **въглекисела мацерация**. Типично за тези вина е, че ферментацията се провежда на цяло грозде и започва в зърната на гроздето, в резултат на което виното е със силно изразен плодов характер, лек и елегантен вкус и е предназначено за консумация непосредствено след производството.

BOUQUET NOUVEAU – още един израз на усилията на екипа енолози на Винарска Изба Едоардо Миролио да предложи на своите клиенти богата гама от интересни продукти с неоспоримо качество.

ВИНАРСКА ИЗБА „ЕДОАРДО МИРОЛИО“
ЕООД Еленово, 8943 България.

EDOARDO MIROGLIO WINERY,
8943 Elenovo, Bulgaria.



**ORGANIC
WINE**

www.emiroglio-wine.com



РОМАНТИЧНОТО БЕЗВРЕМИЕ НА

140

ПЪТЕШЕСТВИЕ

ЧЕШКИ КРУМЛОВ

автор: Преслава Георгиева

ГРАДЧЕТО ПАЗИ
И ДО ДНЕС
АТМОСФЕРАТА НА
СРЕДНОВЕКОВНОТО
КУЛТУРНО
НАСЛЕДСТВО

З аобиколен от река Вълтава и разположен стъпаловидно на няколко живописни хълма, Чешки Крумлов предлага на своите гости една приказна разходка в миналото и архитектурна наслада, поднесена в разкошна комбинация от готически, ренесансов и бароков стил. По тесните калдъръмени улички са накацали многовековни, разноцветни, сгъсени една в друга градски къщи, сувенирни и занаятчийски магазинчета, китни хотелчета, панорамни тераси, уютни кафенета и ресторанти със собствена индивидуалност. Тесни пасажи с каменни стълби водят до разположените нагоре по хълмовете къщи и разкриват спиращи дъха гледки към реката, замъка и градчето. Известен със своята стара, историческа част, включваща 300 защитени средновековни сгради и втория по големина в страната (след двореца „Храдчани“ в Прага) замъчен комплекс, Чешки Крумлов има своето заслужено място в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО. Градът е разположен в района на Южна Бохемия в



ФОНТАНЪТ В
БАРОКОВАТА
ГРАДИНА НА
ЗАМЪКА



югозападната част на Чешката република и има около 14 000 жители.

История

Името на града идва от немския израз „krumme aue“, означаващ „извита ливада“ (вероятно заради причудливите извивки на р. Вълтава тук), което с времето преминава в „Крумлов“. През XV в. към името е добавено „Чешки“, за да го отличава от моравския град Моравски Крумлов.

Оригиналният готически замък, около който се изгражда град Чешки Крумлов, е основан през 1253 г. от членовете на фамилията Витковци (разклонение на могъщия род Витигонен) и известни още като „Господарите на Крумлов“. Когато последният наследник на Витигонен умира през 1302 г., замъкът бива наследен от техните роднини – фамилията Рожмберк, и остава тяхно владение до 1602 г. През трите века на тяхното управление градът се радва на най-големия си разцвет – динамично икономическо и културно развитие, бурно строителство и разрастване на търговията в региона.

В началото на XVII в. Рожмберк продават Чешки Крумлов на император Рудолф II и през следващите двайсет години градът е окупиран няколко пъти, докато през 1622 г. преминава в ръцете на семейство Егенберг. През 80-те години на XVII в., по време на управлението на Йохан Кристиан фон I Егенберг, градът се радва на нов период на просперитет.

През 1719 г. става резиденция на друга известна династия – Шварценбергите, чието управление, макар и не толкова успешно, колкото на предшествениците им, има своите исторически позитиви. Те извършват основна реконструкция на замъка, като правят значителни подобрения в интериора му, издържани в актуалния по онова време бароков стил



МУЗЕЙТ НА ИЗТЕЗАНИЯТА



БАРОКОВИЯТ ТЕАТЪР



ЦЪРКВАТА „СВ. ВИТ“

театри в Европа, той е съхранил не само оригиналните сграда, зала, оркестрина и сцена, но също и кулиси, сценична техника, либрета, костюми и много други. Понастоящем тук театрални постановки има само три пъти в годината, като само една от тях е отворена за широката публика.

Бароковата градина на замъка, разположена на четири нива, е с правоъгълна форма и с размери 750 м на 150 м. Сред живите лабиринти от зеленина и красиво оформените цветни градини ще видите и известния каскаден фонтан, украсен със скулптури на водни божества и каменни алегии на четирите сезона. В средата на парка се намира красивият, богато декориран летен дворец „Bellagio“ – най-старата лятна резиденция в Централна Европа, а точно срещу него - летният амфитеатър с въртяща се аудитория. Въпреки съществуващия дебат дали този модерен театър (построен в средата на миналия век) има място в дворецовите градини, той безспорно предлага едно особено емоционално преживяване на над 55 хиляди зрители, които го посещават между юни и септември всяка година. Въртящата се в двете посоки аудитория превръща цялото заобикалящо я парково пространство в сцена и позволява на зрителите да се потопят в неповторимата атмосфера, която създава комбинацията от театрално изкуство, безупречна природа и сцена без граници.

Църквата „Св. Вит“

Тази внушителна готическа църква е построена от семейство Рожмберк през XV век. Фасадата ѝ е изпъстрена с красиви ажурни и напречни сводове, наред с ефектни поддържащи каменни колони. Интериорът включва основен бароков олтар, малък бароков и голям неоготически орган, както и бароков параклис на свети Йоан Непомуцки.

Площад „Сворности“

Правоъгълният градски площад на Чешки



БАРОКОВАТА ГРАДИНА

и построяват тук барокова театрална сграда, маскарадната зала, конюшня и летен дворец.

В края на XVIII и началото на XIX век икономиката и изкуствата са в застой. В резултат на последвалите световни войни стагнацията в града се задълбочава, макар че той остава почти незасегнат от битки и разрушения. През 1989 г. е поставено началото на усилен и сериозна реставрация и реконструкция, възнаградени с вписването му в Списъка на световното наследство на ЮНЕСКО през 1992 г.

Забележителности

Замъкът и Крумловската крепост

Крумловската крепост е построена през втората половина на VIII в. от фамилията Витковци и е служила като тяхна резиденция и малко отбранително съоръжение. Днес от оригиналната крепост се е запазила единствено кръглата кула, която е била свързана с прилежащия ѝ замък чрез падащ мост и бива доизградена през ренесансовия период.

Замъчният комплекс, необичайно голям за град с размерите на Чешки Крумлов, се нарежда сред най-важните европейски забележителности и се радва на над 300 000 посетители по време на туристическия сезон (април - октомври). Внушителната аристократична резиденция, построена около пет вътрешни двора, включва 40 богато декорирани ренесансови и барокови сгради и дворци. В петия двор на замъка, до който се достига по триетажен сводест покривен мост, лежащ върху масивни каменни колони, се намира една от най-популярните исторически сгради тук, а именно - бароковият театър.

Бидейки един от най-добре запазените барокови



VICTORIA HOLIDAYS

ПЕТЗВЕЗДНА НОВА ГОДИНА С ВИКТОРИЯ ХОЛИДЕЙЗ



ХОТЕЛ "РОЯЛ КАСЪЛ"
К.К. ЕЛЕНИТЕ

Цени от
388.00 ЛВ.

- 3 НОЩУВКИ
- НОВОГОДИШНА ВЕЧЕРЯ

ХОТЕЛ "ПАМПОРОВО"
К.К. ПАМПОРОВО

Цени от
401.00 ЛВ.

- 3 НОЩУВКИ
- ЗАКУСКИ, ВЕЧЕРИ
- НОВОГОДИШНА ВЕЧЕРЯ



Адрес: Бул. Джеймс Баучер 100,
Хотел Маринела /до рецепция/

Моб.: +359 894 776 610
Моб.: +359 879 559 590

Тел: +359 2 962 55 98
www.victoriaholidays.eu

Крумлов е вероятно най-добрата начална точка за разходка из града. Сградите около него впечатляват с разноцветните си, идеално поддържани фасади и портали, скрити зад красиви аркади. Тук се намира ренесансовата сграда на Градския съвет, създадена през 1580 г. от обединението на две отделни постройки. Но най-артистичната атракция на площада е монументът в централната му част, включващ статуя на Дева Мария и осемте светци, патрони на града. Бароковият паметник, създаден между 1714 и 1716 г., е дело на пражкия скулптор Матей Вацлав Йецкел. Прилежащият към него фонтан е построен в средата на XIX в., за да замени разрушения му ренесансов предшественик, красил градския площад в миналото.

вещица и екзекуция с меч.

Регионален исторически музей

Историческият музей, разположен в непосредствена близост до площада, е дом на богата колекция от исторически артефакти, археологически находки, картини, скулптури и книги. Тук можете да видите картографска експозиция, проследяваща развитието на града от праисторическия период до края на XIX век.

Приказният музей (Музеят на марионетките)

В историческата сграда, помещавала някога църквата „Св. Йоц“, днес са изложени стари марионетки от колекцията на Националния куклен театър и ре-



ЧЕШКИ КРУМЛОВ

Музеи

С множеството си музеи и галерии, Чешки Крумлов е извоювал репутацията си на културен център и ежегодно бива домакин на стотици културни събития. Градчето предлага огромно разнообразие от музеи за всеки вкус и интереси.

Музей на изтезанията

В средновековните мазета на сградата на общината, разположена на централния площад в града, се намира наскоро създаденият „Музей на изтезанията“. В това напълно автентично пространство посетителите могат да се потопят в суровите времена на Средновековието, когато телесното наказание достига най-ужасяващите си форми и когато биват разработени най-жестоките методи и инструменти за мъчение. На площ от 400 кв.м са изложени над 100 средновековни съоръжения за изтезания, част от които представени чрез въсълни фигури. Тук можете да наблюдавате и два силно въздействащи аудио-визуални ефекта, демонстриращи изгаряне на

плики на кукли от фонда на бароковия театър в града, а арт магазинът към музея предлага широка гама от ръчно изработени кукли от съвременни чешки майстори. В Приказния музей целогодишно се провеждат редица събития за деца и възрастни.

Музеят на архитектурата и занаятите

Музеят на архитектурата и занаятите предлага интересен поглед върху развитието на архитектурата на града, чрез експозиция на реални артефакти от целия район.

Музеят на въсълните фигури

Реновираната ренесансова сграда на музея разполага с повече от 600 кв. м изложбена площ и фигури на известни личности от чешката и световната история. В луксозните зали посетителите могат да срещнат императорите Чарлз IV и Рудолф II, както и императрица Мария Тереза и да видят въсълни макети на ателиетата на алхимици и магьосници. В голямата зала са изложени фигурите на множество



NORVEGIA

VODKA

SPiRiT OF NORWAY



THE BEST OF SCANDINAVIAN

NORVEGIA



ЛЕТНИЯТ ДВОРЕЦ „BELLARIE“

ГРАДСКИЯТ ПЛОЩАД



исторически персони от близкото минало, сред които Пабло Пикасо, Салвадор Дали, Алберт Айнщайн, Вацлав Хавел, Антонин Дворжак, Тина Търнър и Майкъл Джексън.

Забавления

Освен богата история и забележителна архитектура, Чешки Крумлов предлага и много други начини за забавление и отмора. Туристическият сезон тук започва през май и осигурява на гостите на града разнообразие от музикални, арт и кинофестивали, театрални постановки, концерти и събития за деца през целия сезон.

Ако искате да се разходите из града, но не искате да правите изморителни преходи, можете да наемете сегуей заедно с гид. Ако сте любител на природата, можете да се разходите пеша или с велосипед из гората Бланском, разположена на юг от града, или на север в планината Шумава, обявена от ЮНЕСКО за биосферен резерват. Ако сте почитател на водните забавления, река Вълтава и живописните извивки, които прави около градчето, предлага интригуващи възможности за дневни и нощни разходки с лодка и рафтинг - причина много от мултинационалните компании, базирани в Прага, да организират своите тим билдинги именно тук.



МУЗЕЙТ НА ВОСЪЧНИТЕ ФИГУРИ

Други места, които няма да съжалявате, ако посетите, са: 400-годишната пивоварна „Егенберг“, аквариумът, мината за добив на графит, солната пещера и огледалният лабиринт, включващ повече огледала от всяка друга подобна атракция в Европа.

Заведения

Чешки Крумлов изобилства от ресторанти и кафенета, пръснати по брега на реката, по тесните калдъръмени улички и в повечето от хотелите. Където и да изберете да похапнете, няма да останете разочаровани, особено ако поръчате джолан, ребърца или мешана скара и ги консумирате в комбинация с чаша студена местна бира и в добра компания.

Ваканцията в Чешки Крумлов е като пътуване във времето и същевременно скок в абсолютното безвремие... Тук няма нищо, което да създава напрежение, но има всичко, което да ви кара да почувствате и преживеете това място с всичките си сетива.

Приказно красив и нереално спокоен, Чешки Крумлов неслучайно се счита за една от най-романтичните дестинации в Чехия. Така че не се колебайте, а поканете любим човек, наемете стая в малък уютен хотел, поръчайте чаша ароматен ментов чай на тераса с изглед към миналото и се потопете в прегръдката на това приказно място и неговото романтично безвремие. ▣

Protection

Protect your assets



www.huvepharma.com



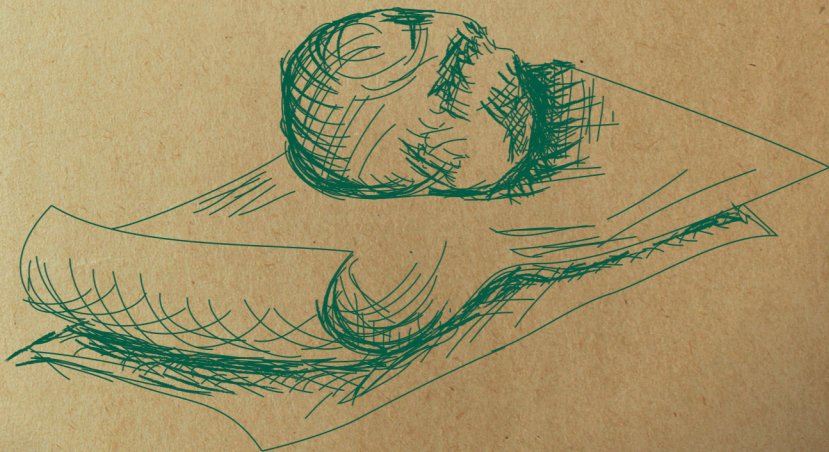
HUVEPHARMA EOOD • 3^a NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • BULGARIA • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM
HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • BELGIUM • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM

ФАКТУРИРАЙ МЪДРО

WWW.EFAKTURA.BG

02/ 92 15 115

ПРАТЕНА @faktura,
ХВЪРЛЕН КАМЪК



БОРИКА - БАНКСЕРВИЗ



BORICA - BANKSERVICE