

ИКОНОМИКА

брой 56

декември 2015 г. / цена 5 лв.



Мистър & Мисис ИКОНОМИКА

Петя Димитрова

2015

Никола Добрев



Ти Вогуш



Празничните смартфони те чакат в Мтел

от **1** лв.
с Мтел безкрай 30

Посочената цена в брой е валидна за определени модели устройства при сключване на нов 2-годишен абонамент за определен тарифен план от Мтел и след положителна оценка на кредитоспособността. Предложенията са валидни за периода 23.11-31.12.2015 г. или до изчерпване на количествата. За повече информация: *88, www.mtel.bg и магазините на Мтел, Хенги и Технополис.



Дори Дядо Коледа се нуждае от витамини

- Без консерванти
- Без изкуствени добавки
- + Само натурални съставки





- 08** ДА ПЕЧЕЛИШ ОТ ПАРИТЕ СИ
- 20** НАЙ-УСПЕШНИТЕ В БИЗНЕСА
- 36** ИВАЙЛО КАЛФИН: БЪЛГАРИЯ ИМА НУЖДА ОТ СВОЙ ПЛАН „ЮНКЕР“
- 40** МОЯТА 2015 ГОДИНА
- 44** Н.ПР. КСАВИЕ ЛАПЕР ДЪО КАБАН: РЕФОРМИТЕ ЩЕ ЗА ДЪРЖАТ МЛАДИТЕ ХОРА В БЪЛГАРИЯ
- 48** Н.ПР. Г-Н РАДЖЕШ КУМАР САЧДЕВА: БЪЛГАРИЯ СПЕЧЕЛИ ИНДИЙСКАТА ФИЛМОВА ИНДУСТРИЯ
- 62** КАК ТЕРОРЪТ МАЧКА ИКОНОМИКАТА
- 68** ДА ЗАДВИЖИМ КОЛЕЛОТО НА РАСТЕЖА
- 74** КЪДЕ РАСТАТ ТЕХНОЛОГИИТЕ
- 82** ФРАНЧАЙЗИНГ ИЛИ БИЗНЕС ПО РЕЦЕПТА
- 96** НЕЖНАТА СИЛА НА КОМУНИКАЦИИТЕ
- 112** АЛХИМИКЪТ НА ЩАСТЛИВИТЕ СЛУЖИТЕЛИ
- 116** ИНКУБАТОР ЗА ЧЕРЕН ЛЕБЕД
- 118** МРЕЖОВАТА НЕУТРАЛНОСТ ПОД ОБСАДА
- 122** СЛЕДВАЩАТА РЕВОЛЮЦИЯ СА... ТЕЛАТА НИ
- 124** МРЕЖАТА РОДИ НОВО ПОКОЛЕНИЕ ЗВЕЗДИ
- 130** ЕЛЕКТРОМОБИЛИТЕ - ЕФЕКТИВНО ЛИ Е БЪДЕЩЕТО ДНЕС
- 146** КОЛЕДНИТЕ ИЗКУШЕНИЯ НА ESTE
- 148** УИСКИ ЕМОЦИЯ В СОФИЯ
- 154** СЕВЕРНОТО СИЯНИЕ НА РЕЙКЯВИК





РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА МИРЧЕВА, главен редактор

НАГРАДИ И РАВНОСМЕТКА

Уважаеми читатели,
Декември е месецът на равносметките - краят, но и прегледът на новото начало. Сега оценяваме работата си за изминаващата година и правим стратегия за предстоящите предизвикателства. По традиция в края на ноември сп. „Икономика“ връчва наградите си „Мистър и Мисис Икономика“. Тази година за първи път организатор на събитието бе и най-голямата работодателска организация – Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ). 13 мениджъри и предприемачи получиха отличия за постиженията си през годината. Те споделиха своите формули за успех и визия за икономическо развитие на страната.

Специално интервю с вицепремиера Калфин сме посветили на социалната реформа. Двама посланици гостуват на списанието. Уроците на изтичащата 2015 г. споделят и още водещи мениджъри, специалисти в корпоративните комуникации, човешките ресурси, предприемачеството. Страниците ни разказват още много увлекателни и емблематични бизнес истории.

Приятно четене!

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11

Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699; e-mail: office@economic.bg

Издател „Медия Икономика България“; Изпълнителен директор: Боян **Томов**; Главен редактор: Невена **Мирчева**;

Счетоводство: София **Стрелкова**; Реклама и Маркетинг: Катерина **Илиева**, Калин **Константинов**
reklama@economicmagazine.bg

Редактор: Татяна **Явашева**; Автори: Александра **Сотирова**, Александър **Александров**, Божидара **Иванова**,

Бранислава **Бобанац**, Ивайла **Раденкова**, Илия **Лазаров**, Людмил **Захариев**, Наталия **Николаева**,

Преслава **Георгиева**, Дизайн: Антон **Ковачев**; Фото: Стоян **Йотов**; Фото корица: Александър **Нишков**

Печат: **Алианс принт**; Разпространение: „Медия Икономика България“

РЕСТОРАНТ „ЕСТЕ“ С НАГРАДА ЗА КАЧЕСТВО



Ресторант „Есте“ получи Златна звезда за качество от международната организация BID (Business Initiative Directions). Отличието бе връчено на специална церемония в Париж.

„Това ни дава още повече стимул

да работим качествено и с огромно желание за вас, нашите клиенти!“, споделиха от екипа.

Гурме ресторантът е изграден в барокова атмосфера в стил „Луи XIV“. Той разполага с голям салон и красива градина. За свои специални гости „Есте“ осигурява и ВИП маса.

В менюто си ресторантът залага на новаторския подход и смелите комбинации.

В същото време очертава като приоритет здравословния начин на приготвяне на храната. Винената листа предлага над 100 различни вида вино, подбрани от цял свят.



Отличиха най-добрите български фирми

Балкан“ АД, „Велдим-1“ ООД, „Доместина“ ООД и „Индустриални батерии“ ЕООД са най-добрите фирми на България през 2015 г. Това обявиха организаторите на конкурса „Най-добра българска фирма“ - Fibank (Първа инвестиционна банка).

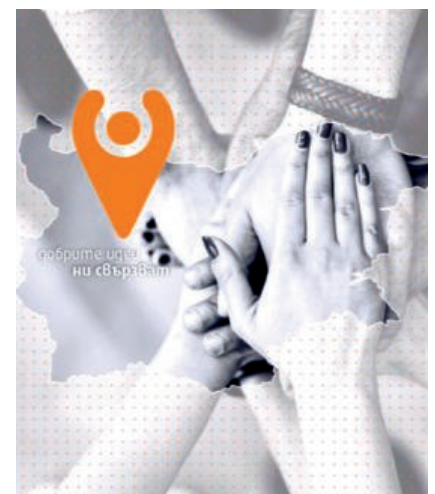
В категория „Средна и голяма фирма“ спечели производителят на метални изделия и тръбни и телени конструкции - „Балкан“ АД. В категорията „Микро и малка фирма“ като победител беше отличена „Велдим-1“ ООД с три направления дейности: системи за сигурност, електроинсталации и климатични системи. Онлайн порталът за наемане на домашни помощници „Доместина“ стана първи в категорията

„Стартиращ бизнес“. Посетителите на сайта www.naidobrafirma.bg определиха приза в категорията „Награда на публиката“, който тази година отиде при „Индустриални батерии“ ЕООД – производител и търговец на акумулаторни батерии от Търговище.

В новата категория „Проектно финансиране за бизнес таланти“ на първо място бе отличен Георги Халачев с проект за софтуерна система за управление на бизнес и жилищни имоти. Втори е Живко Стоянов с идея за производство на автомати за рециклиране на найлонови бутилки, а трети – Мария Подобедова, чиято бизнес идея е свързана с внос и търговия с ръчно рисувани по идея на клиента испански еспадрили.

Грантове до 5000 лв. за малки населени места


Нова възможност за финансиране на обществено значими проекти за развитие на регионите в България започва от днес. VIVACOM Регионален грант стартира за първа година и е насочен изцяло в подкрепа на малките населени места и общности. Фондът е на обща стойност 50 000 лева, като всеки проект кандидатства за финансиране до 5000 лева. Концепции ще се приемат до 20 декември 2015 г. През месец март 2016 г. ще бъдат обявени печелившите проекти. Повече информация за кандидатстване може да откриете на www.vivacomfund.bg.



ФАКТУРИРАЙ МЪДРО

WWW.EFAKTURA.BG

02/ 92 15 115

 fatura ПРАТИ,
ГОЛЯМ РАЗХОД
НЕ ПЛАЩАЙ



БОРИКА - БАНКСЕРВИЗ



BORICA - BANKSERVICE

ДА ПЕЧЕЛИШ ОТ ПАРИТЕ СИ

**ИНВЕСТИТОРИТЕ ЗАГУБИХА АПЕТИТ ЗА ДЪЛЪГ ПЕРИОД
ОТ ВРЕМЕ И ТОВА Е СПИРАЧКА ЗА РАСТЕЖА. ПАРИ
ИМА, НО ТЕ ДРЕМЯТ В БАНКИТЕ И ПРИ НЕЗНАЧИТЕЛНИТЕ
ЛИХВИ ПОЧТИ НЕ НОСЯТ ДОХОДНОСТ. ДАЛИ ПЪК
ТОВА НЕ Е ДОБРИЯТ МОМЕНТ ЗА ИНВЕСТИЦИИ?**



автор: Татяна Явашева

Ако искате вашите пари да ви правят богати, трябва да ги накарате да работят по най-оптималния начин. Но как? Всички, които разбират от инвестиции, предупреждават, че при инвестиране това, което носи спокойствие, рядко е печелившо. За да се реализират по-значителни печалби, трябва да се излезе от зоната на комфорт. Но от време на време пазарите правят нещо, което спира дъха, така че сигурни залози в света на инвестициите няма.

Известният американски финансов консултант Дейв Рамзи има философия, според която финансовото спокойствие не се състои в придобиването на неща. То е да се научим да живеем с по-малко, отколкото изкарваме, за да можем да даряваме пари и да имаме пари за инвестиране. Според него не може да спечелим, ако не направим това.

Умението да чакаш е ключов момент при всеки инвеститор, но обикновено опитът се явява най-добрият учител. Така например първите акции в живота си Уорън Бъфет купил на единайсетгодишна възраст. Купил три акции на петролната компания „Сити Сървисиз“ по 38 долара, които паднали до 27 долара. Той издържал и след възстановяването ги продал по 40 долара. Малко след това те скочили до 200 долара едната и той научил своя първи урок в инвестирането – търпение. Добрите неща се случват на този, който изчаква – ако, разбира се, е направил точния избор.

Затова и нобелистът за икономика Пол Самюелсън уверява, че инвестирането трябва да е по-скоро като наблюдение на боя, която изсъхва, или на трева, която расте. Ако искате тръпка, вземете малко пари и идете до Лас Вегас. Е, за някои инвестирането във високотехнологични компании носи почти същата тръпка.

За онези, които имат горчив опит с вложенията си, е добре да не забравят, че четирите най-опасни думи в инвестирането са: „Този път е различно.“

Казват, че инвестициите в знание се отплащат с най-високата лихва, че когато инвестирате в себе си, вашата кариера е двигателят на вашето богатство.

Робърт Кийосаки има своя гледна точка към парите и инвестициите: Въпросът не е колко пари правиш, а колко от тях запазваш, колко добре работят те за теб и за колко поколения ги задържаш.

От инвестиции може да се печели много, но и да се загуби всичко. За съвет потърсихме няколко опитни специалисти. Но предупреждаваме, че този материал не е препоръка за инвестиционно решение.



Цветослав Цачев:

Парите работят на динамичен и труден за прогнозиране пазар

Г-н Цачев, какво е необходимо да имат предвид индивидуалните и корпоративните инвеститори, които биха желали успешно да инвестират свой свободен финансов ресурс?

- Инвестиция не означава поредица от нерешими проблеми. Вярно е, че парите работят на много динамичен и дори на труден за прогнозиране пазар. По-високият риск носи и по-висок доход, но трябва да се има предвид по-дълъг период за инвестицията. Историята ни показва много моменти на паника и еуфория както на развитите пазари, така и на нашата „млада“ борса. Инвеститорът трябва да си поставя реалистични цели, да има реалистични очаквания за доходност и да е наясно какъв риск е готов да поеме. А самата първа стъпка е да се купят познати имена – водещи световни компании като Apple, стабилни индустрии като фармацевтията и силни марки на нашия пазар като „Спиди“.

- Какви „златни“ правила на инвеститора имате на базата на богатия си опит?

- Правилата не са трудни за използване и спазване. При рисковите инвестиции на първо място е необходимо да се балансира между страха от загуби и желанието да се постига по-висока печалба. Важно е да се знае, че на финансовите пазари има както ръстове, така и спадове. Така инвеститорът няма да се откаже при първия пазарен спад и да продава на най-ниските нива на цените. Затова когато инвеститорите решат да инвестират в акции например, трябва да изберат според целите, които си поставят, дали ще бъдат дългосрочни инвеститори, или ще са настроени спекулантно. Важно правило при инвестициите е да не се концентрира рискът в една позиция или финансов инструмент. Ако всички спестявания са инвестирани в една акция, рискът от провал е голям, дори и да няма сътресения на финансовите пазари. Затова при един инвестиционен портфейл трябва да има диверсификация – да се правят вложения в няколко компании, сектори или в няколко различни финансови инструмента. Когато инвеститорите нямат достатъчно знания и опит, най-добре е да потърсят съветите на специалисти, а не да се

вслушват в слухове или в непрофесионални мнения. Да се инвестира е процес на обучение и работа с много информация.

- В какво според вас си струва да се инвестира в този момент?

- В момента отдавам предимство на инвестициите в акции, включително и на българската борса. Причината е растежът на икономиките в Европа и стимулите на Европейската централна банка. Поевтиняването на еврото е силен двигател за растеж при европейските индустриални компании, както и при българските дружества, които имат пазар в ЕС. Плащането на редовен дивидент е не само възможност за допълнителна доходност, но и знак за стабилна компания. По отношение на секторите се открояват няколко интересни тенденции. Търсенето на потребителски стоки, особено в САЩ и Европа, е силно и ще продължи да бъде двигател на икономическия растеж. Така че инвестициите в акции на компании от сектора на потребителските стоки, или съответните борсово търгувани фондове, би трябвало да се представят добре през следващите години. В момента най-губещи са компаниите от добива на суровини, така че техните цени са на ниски нива и атрактивни за покупка. Те може да се добавят постепенно в инвестиционния портфейл в очакване на засилване на глобалния растеж през следващите няколко години. Банковите акции също са възможност за по-дългосрочна инвестиция, която разчита на реструктурирането и оздравяването на сектора. Разбира се, за да се изберат конкретните инвестиции, решението трябва да се базира на подробен анализ.

- Кои инвестиции имат кратък хоризонт на възвръщаемост и кои изискват по-голямо търпение от инвеститора?

- Хоризонтът на инвестицията е именно нейната цел. Ако искате да натрупвате доход върху спестяванията, който да може да покрие инфлацията и да увеличи сумата така, че да е по-голяма след много години, тогава е добре да инвестирате дългосрочно в по-рискови варианти. Например фондовите пазари средногодишно носят по 8-10%.

Цветослав Цачев

е главен инвестиционен консултант в ЕЛАНА Трейдинг с фокус върху икономически и финансови прогнози, инвестиционни консултации и обучение. В последните 10 години Цачев ръководеше аналитическия отдел на инвестиционния посредник.



Не е необходимо човек сам да следи инвестиция в рискови активи. Може да вложи пари във взаимни фондове, които са с балансиран или висок риск, и да получава пасивен доход. Има вариант също да довери спестяванията си на инвестиционен мениджър, който да му управлява портфейла. Не бива да говорим толкова за търпение, колкото за правилно определени очаквания и съобразени с тях инвестиции. Ако човек няма поносимост към поемане на риск, най-добре е да заложи на гарантираните вложения в банкови депозити и да не очаква по-висока доходност от 1.5% годишно. Като алтернатива има и ниско рискови взаимни фондове, които на този етап показват доходност от 2-3%. В ниско рисковия клас са също държавните облигации, където е възможна доходност сега в диапазон 2-5%. В рискови активи може да се инвестира и с по-краткосрочен хоризонт, на базата на определена стратегия. Например, ако се купят акции на петролна компания сега, докато са на ниски ценови нива заради евтината суровина, и съответно се разчита на покачването на цената на петрола, тогава това е инвестиция с хоризонт от поне три години. Възможно е да се разчита на покачване на цената на една акция заради позитивни корпоративни новини за нов продукт, и тогава хоризонтът да бъде дори за няколко месеца. Такава стратегия обаче се прави на базата на анализи и познаване на компаниите и сектора.

- На кои инвестиции категорично казвате „Не“?

- Първият такъв пример за мен е биткойн. От една страна, не е ясно дали няма да бъдат наложени много строги ограничения, които на практика да сложат край на този инструмент. А от друга, инвеститори-

те в биткойн разчитат само на това да има някой, който да ги купи на по-висока цена. Въобще не е ясно каква е стойността му. Именно такъв тип инвестиции трябва да се избягват, защото загубите при тях може да бъдат невъзвратими, а не временни като пазарните корекции.

- Кои инвестиции в момента са „черешката на тортата“ и кои са „гнилите ябълки“?

- Всяка инвестиция, която носи печалба за инвеститора, е добра. Инвестициите не трябва да се определят като добри или лоши в някакъв момент от времето. Просто трябва да се подбере подходящата за целта на инвеститора. За да получите доход от един актив след време, трябва да го купите на ниска цена. Така че може да се говори за това кои активи в момента са на ниски цени и евентуално биха донесли доход след време. През 2015 г. петролът и златото държат ниски нива, ето защо това е подходящ етап за инвестиране в инструменти, свързани с тях. Според мен акциите са инвестиции, които винаги са предпочитани. Защото компаниите създават стойност за акционерите си, инвестират в разрастване на дейността си и в подобряване на ефективността си.

- Кой според вас е най-разумният начин с минимум усилия и премерен риск да печелим от парите, които сме натрупали?

- Минималните усилия означават някой друг да върши тази работа. Най-добър вариант е спестяванията да бъдат управлявани от специалисти, но задължително според подходящия рисков профил на инвеститора. Това значи вложения във взаимни фондове или ползване на доверително управление. ■■■■■

ПРИ ЕДИН
ИНВЕСТИЦИОНЕН
ПОРТФЕЙЛ
ТРЕБВА ДА ИМА
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ
И ВЛОЖЕНИЯТА ДА
СА В РАЗЛИЧНИ
ФИНАНСОВИ
ИНСТРУМЕНТИ



Росен **Иванов**:

За предприемачите най-интересно е да заложат на работещ бизнес

Г-н Иванов, защо си струва да се инвестира в реален бизнес?

- По няколко причини. Първо, различните реални бизнеси дават възможност за по-добра възвръщаемост на вложението. Същевременно това осигурява диверсификация за инвестираните средства. Сред набора от финансови инструменти са фондовата борса, депозити, недвижими имоти. Може би те предлагат по-ниска възвръщаемост от реалния бизнес. А освен всичко това е и по-интересна инвестиция. Може да избереш бизнес, който ти харесва, екип, на който да се довериш, да инвестираш в успешна компания – тази възможност носи приятни емоции.

- Какъв е минималният праг за по-добра инвестиция, която може да се направи и чрез фонд като BlackPeak Capital?

- Фондовете са най-различни. Има такива, които инвестират в стартиращ бизнес. Има ангелски инвестиции, които може да вложат 10 хил. евро например в компания, която е в начален стадий. При нас минималната сума за частен коинвеститор е 500 хил. евро.

- Какви са гаранциите за коинвеститора?

- Няма гаранции, това е рискована инвестиция. Затова процесът по избор на предприятие е доста детайлен – гледа се компанията, индустрията, хората, прави се внимателен дъ дилиджънс, договорите се прецизират. Инвестицията в реален бизнес не е като да си купиш акции от борсата, които бързо може да продадеш. Тук се иска доста повече предварителна работа, а инвестицията е с хоризонт от 5 до 7 години и от нея не се излиза бързо.

- Тази инвестиция за какъв профил хора е подходяща?

- Ако погледнем профила на нашите коинвеститори, това са хора със собствен бизнес. Те са много успешни предприемачи и имат свободен ресурс, които може да инвестират. Наясно са с предизвикателства-



та и с възможностите и за тях такъв род инвестиция е интересна. Някои познават определени сектори, други държат на конкретна индустрия и са готови да инвестират в компании, които се представят добре.

- Към какви компании се насочвате, за да минимизирате риска от инвестицията?

- Най-важни са хората, които управля-

Росен Иванов е управляващ партньорите в BlackPeak Capital, коинвестиционен фонд за дялово и мецанин финансиране. Преди това той заема същата длъжност в Entrea Capital, а по-рано работи в McKinsey & Co. в Ню Джърси / Ню Йорк, където се фокусира върху компании за потребителски стоки, индустриални компании и частни дялови инвестиции. Работил е като инвестиционен сътрудник в ЕБВР в Лондон, където е отговарял за структурирането на дългови и дялови инвестиции в цяла Източна Европа.



ПРИЯТНИ
ЕМОЦИИ НОСИ
ВЪЗМОЖНОСТТА
ДА **ИЗБЕРЕШ**
УСПЕШНА
КОМПАНИЯ В
СЕКТОР, КОЙТО
ТИ ХАРЕСВА,
КАКТО И ЕКИП,
НА КОЙТО ДА СЕ
ДОВЕРИШ

ват даден бизнес. Те трябва да са доказани професионалисти, да имат достатъчно опит и да се ползват с добра репутация. Гледаме компанията от всеки аспект – продуктите, клиентите, устойчивостта на нейното развитие. Избираме добре развити малки и средни предприятия с оборот между 1 и 30 млн. евро. Не работим със стартапи, където рискът е много по-голям.

- Какви са вашите аргументи за инвестиция в работещ бизнес?

- Има компании, които дори в лоши времена се представят добре. Въпросът е да намериш точните фирми, в които да вложиш средства. Погледнато на макро-ниво, сега се забелязва подем в икономиката в Европа, в Америка и в България. Затова моментът за подобна инвестиция е правилен.



Д-р Петко Вълков е изпълнителен директор и главен портфолио мениджър на „Конкорд Асет Мениджмънт“ АД - дружество, което управлява девет взаимни фонда и предоставя услуги по доверително управление. Той има над десет години опит на капиталовите пазари, включително като финансов анализатор, брокер на ценни книжа и инвестиционен консултант. Доктор е по икономика и е преподавател в УНСС към катедра МИО и бизнес.

Д-р Петко Вълков: Не влагайте ВСИЧКО В ДЕПОЗИТИ

Г-н Вълков, в България в последно време се наблюдава слаба инвестиционната активност. Има ли начин тя да се стимулира?

- Държавата не бива да пречи, а да създава подходящи условия за инвестиции, подобрявайки бизнес климата в страната. Големият проблем е, че чуждестранните инвеститори вече ни избягват. Така България става все по-зависима от европейските фондове.

- В какво препоръчвате да се инвестира?

- На фондовата борса може да се търсят инвестиции в български експортно ориентирани компании, които имат сериозни приходи, не разчитат само на вътрешния пазар и на субсидиите като основен инструмент за развитие на своята дейност. Има такива компании. Инвестирането в тях е дългосрочна инвестиция, която след време ще се изплати.

- Това опира до доверие в БФБ и в българския бизнес...

- Така е, но има български компании, които спазват принципите на доброто корпоративно управление, те са с експортна насоченост, което показва, че се ползват с доверието на своите чуждестранни партньори. На тях може да се заложи.

- Какво да направят индивидуалните вложители, които нямат нужната компетентност, за да инвестират самостоятелно?

- Съветът ми е задължително да правят диверсификация на своите спестявания. Практиката показва, че 100% депозити не е правилното решение. Добре е да се търсят алтернативи – други класове активи, в това число недвижими имоти и финансови инструменти като акции. Инвестирането в акции изисква доста знания и време. Съветвам хората, които нямат опит, да се обърнат към финансови консултанти, които да им помогнат да изградят портфолио, съобразено с техния рисков профил.

- А корпоративните инвеститори в как-

во да насочат своя свободен финансов ресурс?

- Някои са направили свой инвестиционен план. Други имат стабилни финансови възможности, а не планират инвестиции. Те трябва да се замислят как свободният ресурс да носи допълнителна доходност. Моят съвет е да се обърнат към финансов консултант, за да им бъде съставено портфолио, което може да включва корпоративни облигации, ДЦК, акции.

- Как обаче да изберем надежден финансов консултант, защото рискът остава за инвеститора?

- Вече се появиха и чуждестранни консултанти. Изборът е голям. Зад всеки стои някаква история и тя заедно с опита е от значение при избора на специалист, на когото да се доверим.

- В какво инвестира „Конкорд Асет Мениджмънт“ АД?

- Управляваме девет взаимни фонда и по-рисковите ни инвестиции са в акции на компании, търгувани по цял свят, включително и в България.

- Лично вие в какво инвестирате?

- Над 50% от моите спестявания са в по-рискови инструменти, най-вече в акции на българския капиталов пазар и в чужбина. Другото е в недвижими имоти и депозити.

- Кой сега е подходящият тренд?

- Българският пазар изглежда интересен, европейският – също. В това число и Германия, където сътресения и скандали намаляха цените на някои акции и ги направиха интересни за инвестиране.

- Препоръчвате да търсим подценени активи, или да уловим тренд, който вече върви нагоре?

- Стратегиите за инвестиране са различни. Трендовете са до време. Не всеки умее да улови точния момент. Аз съм привърженик не толкова на хващането на тренда, колкото на търсенето на подценени активи.

- Рисково ли е сега да се инвестира в



суровини?

- Виждаме, че инвестициите в суровини през последните две-три години са губещи. Това донякъде е свързано с поскъпването на американския долар и стремежа на Федералния резерв да повиши лихвите, което тласка суровините към спад. Така евентуалното повишение на лихвите в САЩ в близките месеци може да окаже допълнителен негативен тласък върху тренда на суровините.

- Не беше далеч времето, когато имаше „треска за злато“. Някои уверяваха, че това е най-добрата инвестиция...

- Никога не съм вярвал в подобно нещо. Когато в края на 2008 г. започна кризата, като възможно решение за икономиките по света беше сочено повишаването на инфлацията, за да може чрез нея да се намали общото дългово бреме. Тогава златото изпъкна като основен инструмент за запазване на покупателна способност, който се представя положително в условията на инфлация и на инфлационни очаквания. Инфлацията не се появи, инфлационните очаквания изчезнаха и цената на златото се срути. В момента световните икономики са в стремеж да преодолеят дефлационните очаквания, а дефлацията е най-големият противник на златото. Когато съществуват дефлационни процеси, това може да е добър момент за вложения в злато като контрараща стратегия. Тези инвестиции носят известни рискове и в това се убедиха инвеститорите през последните 4-5 години.

- Какво е предимството да се инвестира във взаимни фондове?

- Вместо да се инвестира директно в акции на определени компании, което е трудоемко и ресурсоемко, може да се купят дялове във взаимен фонд, който инвестира в акции. Всички, които инвестират в България, са зависими от условията на българския капиталов пазар, а тези, които инвестират в чужбина – от чуждестранните пазари. При нас 60% от инвестициите са фокусирани в България, имаме също секторен и регионален фонд. Диверсификацията помага при лошо стечение на обстоятелствата загубите да са ограничени, но ако определен сектор се представи добре, тя пречи да се реализира доходността от точно този сектор. Същото е, когато определен регион се развива добре. Тогава пак няма да хванете максимума от положителното движение там.

- Колко ликвидни са вложенията във взаимен фонд?

- В трудните години от 2008 г. насам взаимните фондове у нас имат добра ликвидност.

- Към какви правила да се придържат инвеститорите?

- Основно правило е всеки да инвестира такава сума, че дори и при най-черния сценарий да може да си позволи загубата. Първо да се прави внимателен анализ на това в какво да се инвестира и кой да прави инвестицията. Не съветвам да се ползват заемни средства, за да се влагат във финансови инструменти. Това може да е печелившо в определени периоди, но може да е много опасно при неблагоприятно развитие.

**ЗЛАТОТО ОБИЧА
ИНФЛАЦИЯТА, А
ДЕФЛАЦИЯТА Е
НАЙ-ГОЛЕМИЯТ
МУ ПРОТИВНИК**



Георги Павлов работи в сферата на недвижимите имоти от 2006 г. като член на съвета на директорите и изпълнителен директор на AG Capital. От 2011 г. е изпълнителен директор и акционер на „АДРЕС недвижими имоти“. В своя дългогодишен опит е натрупал познания в различни сфери: недвижими имоти, промишленост, управленско консултиране, финансов анализ и планиране. Има магистърски степени по математика от СУ „Св. Климент Охридски“ и по бизнес администрация от City University of Seattle. Асоцииран член е на Chartered Management Institute, Великобритания, и има множество квалификации, сред които е и сертификат по международна финансова отчетност на ACCA.

Георги Павлов:

Внимание, внимание и пак внимание

Г-н Павлов, какъв е първият съвет, който ще дадете на всеки, който сега би желал да инвестира в недвижимост?

- Да премисли и проучи внимателно целия процес. Има смисъл от подобна инвестиция, когато тя е за продукт с високо качество. Покупката на какъв да е имот може да няма очакваната възвръщаемост. Изберете жилище, което да може да има широка приложимост, т.е. самите вие да сте готови да живеете в него и същевременно да носи добра доходност от наем. От съществено значение е и бъдещата перспектива на района, в който се намира този дом.

- Вече се убедихме, че не всяка инвестиция в недвижим имот носи доходност и печалби. Как един индивидуален или корпоративен инвеститор да вземе най-доброто решение в какво да инвестира?

- Всеки добър продукт с високо качество, в който се инвестира, носи по-добра доходност от недобрия. Недвижимите имоти

не правят изключение. Ако желаете инвестицията ви да има добра възвръщаемост, не правете компромис и не придобивайте посредствени продукти. Това решение винаги ще бъде добро и дългосрочно правилно.

- Какви ниши виждате на пазара?

- От всички сегменти на недвижимите имоти, жилищният се развива най-динамично в момента. Появяват се немалко нови проекти, както и купувачи за тях. Важно е обаче да има баланс на пазара, инвеститорите да реализират добри проекти, а не какви да е, а клиентите да получават това, което наистина очакват.

- Какво всъщност се търси и какви ще са изискванията за 5-10 години напред?

- По-интересно е какво се търси, а на практика липсва. Считам, че това са жилища с ефективно разпределение. Колкото повече инвеститорите обърнат внимание на този фактор и си представят себе си като обитатели на своя продукт, толкова по-доволни ще бъдат купувачите. Функцио-



нални имоти ще се търсят след 5, 10 и 50 години.

- Вашите ЗА и ПРОТИВ в дилемата дали да се предпочете готов продукт, или строителство „на зелено“?

- В тази дилема няма правилно и грешно, решението зависи от предпочитанията на купувача. Разбира се, покупката на зелено е по-евтина, а тази на готов обект – по-сигурна не просто от гледна точка на надеждността на инвеститора, но и с оглед на това, че готовият продукт може да не съвпадне с очакванията. Когато купуваме имот, просто трябва да проучим пазарните рискове, но и собствените си нагласи.

- Кои са основните правила за инвестиции в недвижими имоти, които опитът от последните години наложи?

- Правилата винаги са били идентични – внимание, внимание и пак внимание. През годините на криза пазарът „посочи“ именно това правило - изолира ненадеждните инвеститори и направи купувачите по-внимателни. Днес отново навлизаме в период на сериозна динамика и рисковете от идентичен сценарий растат. Затова е важно да се вгледаме в опита от миналото и да потърсим нови решения, да защитим участниците на пазара от излишни рискове и да предотвратим възможните финансови загуби.

ИНВЕСТИТОРИТЕ В
НЕДВИЖИМИ ИМОТИ ДА СИ
ПРЕДСТАВЯТ СЕБЕ СИ КАТО
ОБИТАТЕЛИ НА СВОЯ ПРОДУКТ



Ирена Петрова:

Иновациите ИМАТ КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО



Ирена Петрова консултира различни старти в разработване на бизнес модели, стратегическо планиране и финансиране с рисков капитал. Била е управител на Българска мрежа на бизнес ангелите. В последните няколко години стартира и подкрепя проекти, свързани с различни финансови модели за финансиране на бизнес и онлайн бизнес решения.

Ирена Петрова, какъв риск препоръчвате да се поема при инвестиране?

- Всеки има различно отношение към риска. Рискът се определя най-вече от наличната информация и боравенето с нея. Моята препоръка е хората, които обмислят инвестиция, да определят какви са границите на риск, които могат да поемат. Знае се, че високорисковите инвестиции може да донесат много по-голяма печалба на вложения капитал, но и много големи загуби в сравнение с нискорисковите, и тук съветът ми е все пак това да не е водещ фактор за вземане на инвестиционно решение.

- Има ли начин да се разпознае на кой стартиращ бизнес му предстои велико бъдеще?

- Категоричното предвиждане на велико бъдеще най-често би представлявало една голяма доза оптимизъм. Разбира се, има фактори, които биха повлияли положително или отрицателно на бъдещото развитие на една компания. Такива се явяват екипът на компания, идеята и нейното валидиране, осигуреното финансиране. И не на последно място - мащабът на действие, или скалируемост на бизнеса.

- Вашата рецепта как се става успешен бизнес ангел?

- Фокус върху сектор, който инвеститорът познава; опит с такъв тип инвестиции; съвместно инвестиране с други бизнес ангели или seed фондове; диверсификация на портфолиото; инвестиране в екипи, а не единствено в идеи.

- Какъв е вашият съвет по отношение на инвестициите в технологични компании у нас и по света?

- Голямото предизвикателство за всеки технологичен стартап и съответно за инвеститорите в него е изключително динамичната среда. Нови технологии се появяват ежедневно и конкуренцията е огромна. Ако трябва да дам конкретни съвети, те биха били:

✓ Уверете се, че разбирате този бизнес и имате достатъчно много информация за неговото състояние в момента и накъде ще върви в бъдеще.

✓ Често бумът в даден сектор създава усещането за леснота на влизане в пазара и леснота на самия бизнес, тъй като много хора са се захванали с него. Внимавайте с тази заблуда. Бумът на технологичните компании далеч не означава, че този бизнес е лесен и нискорисков.

✓ Иновативните бизнес модели имат силно конкурентно предимство. Обърнете сериозно внимание върху изграждането на вашия бизнес модел.

- Ако в момента разполагате със 100 хил. евро, в какво ще ги инвестирате, така че да гарантирате най-висока доходност?

- Проектите, свързани с биткойн и като цяло криптовалюти са много интересни за мен и виждам огромен потенциал. Той според мен се крие и в това, че като всеки нов модел, който вече е валидиран, но се нуждае от инфраструктура в най-общия смисъл, създава огромни възможности за нови бизнеси със сериозно конкурентно предимство. Дори само фактът, че едни от най-големите фондове за рисков капитал и някои от най-големите банки в света инвестират в различни биткойн продукти, говори за потенциал, който не бива да се пренебрегва. Други проекти, които подкрепям, са свързани с различни иновативни модели за финансиране на бизнес - кредитни, дялови, crowdfunding модели и т. н. Гарантирането на доходността обаче вече е въпрос не толкова в какво, а при какви условия, под каква форма и с каква времева стратегия се инвестира.

ЧЕСТО БУМЪТ В ДАДЕН СЕКТОР
СЪЗДАВА ЗАБЛУДАТА ЗА ЛЕСНОТА
НА САМИЯ БИЗНЕС И ЛЕСНОТА ПРИ
НАВЛИЗАНЕТО МУ НА ПАЗАРА

Проф. Божидар Димитров: Истинските колекционери не продават



Проф. Божидар Димитров е директор на Националния исторически музей от декември 1994 г. Завършил е история и археология в СУ „Св. Климент Охридски“. Специализирал е две години във Ватикана. През декември 1985 г. става старши научен сътрудник втора степен. През 2012 г. става редовен професор в УНИБИТ.

Проф. Димитров, защо си струва да се инвестира в колекции?

- Доходността на депозитите зависи от лихвения процент, а той в момента е твърде нисък. А стойността на инвестициите в културно-исторически ценности, разбира се, придобити по законен начин, за 10 години нараства 15 пъти. Толкова бързо растат цените.

- Ако някой има финансовата възможност да стане колекционер, какво е необходимо да знае?

- Първо, трябва да прочете внимателно Закона за културното наследство. Ако няма необходимата правна култура, да намери добър адвокат, който да го съветва. Пазарът е пълен с ментета и, за да не го излъжат, е нужно да ползва като консултант някой добър историк. Около 90% от бронзовата пластика, която в момента се предлага, е менте. Фалшификатите при монетите също достигат застрашителен брой. Предлагат се и фалшификати на картини, най-вече

на класици. Само визуален поглед не е достатъчен, за да ги различиш. Когато се купуват старинни предмети и изкуство, трябва да се правят и изследвания в лаборатория, само по този начин може да се установи дали наистина боята, платното, металът са стари. Сред добрите консултанти са проф. Иван Маразов, акад. Светлин Русев, проф. Веселина Инкова.

- Какво друго да имаме предвид, преди да се поддадем на колекционерската страст?

- Необходимо е да осигуриш подходящи условия за съхранение на колекциите. Трябва да се плаща за консервация и реставрация, защото когато се купуват, нещата обикновено не са в добро здраве. Нужна е климатизация на помещението. Това да си колекционер на ниво, не е никак евтина работа. Плаща се не само за предметите, които купуваш, а после има огромни последващи разходи.

- Какви са възможностите да печелиш от колекцията, без да я продаваш?

- Истинските колекционери не купуват, за да продават. Някои купуват, за да се наслаждават, други – за да задоволят егото си и да се фукат. Понякога – и двете, взети заедно. Но има и хора, които смятат, че имат по-големи възможности дори от националните музеи и се заемат да съберат богатство, което след време да им подарят. Тяхно верую е, че богатството на една държава се състои от сбора на държавното и частното. Понякога виждам великолепни находки, които музеят няма възможност да купи. И когато те отидат в ръцете на някой добър колекционер, съм спокоен, че те остават в България, тъй като нямат право да продават извън страната. Обикновено парите на тези хора идват от други дейности и част от спечеленото те влагат в колекции.

- Какво е за вас колекционерството?

- То е много хубаво нещо. Това са лични усилия на хора да опазят значителна част от българското културно-историческо наследство. Едно от изискванията е да има каталог на колекцията. Тогава тя е напълно достъпна за учени, които може да извличат историческа стойност от нея. Колекциите не се правят само за да ги гледат хората, а и за да се изучават. Така се ликвидират бели петна в историята.

- Кои колекционери са подарявали на НИМ?

- Най-много ни е подарявал Боян Радев. Паметниците, които сме получили от него, са на стойност около 3 млн. евро по изчисления на акад. Светлин Русев. Имаме доста експонати от Васил Божков. Интересни неща ни е подарил и строителният предприемач Добромир Петров. По западни каталози съм изчислил, че съдържанието на музея възлиза на над 8 млрд. евро. Лично аз обаче нямам право един античен пирон да притежавам.

- Върху какво препоръчвате колекционерът да се фокусира?

- Всеки да събира това, което му харесва. Един купува картини, друг – монети, трети – антични предмети... Съветът ми е да не се колекционират всякакви стари неща, а колекцията да се съсредоточи около определена тема. Може да се събира антична пластика от мрамор, бронз, злато. Някой може да се насочи към колекционерство на средновековно оръжие. Може да се направи нумизматична колекция – те не изискват много място, а същевременно са скъпи. Има редки монети, които струват над 500 хил. евро. Може да се събират кибрити, стари плакати, ретро автомобили. Има скъпи филателни колекции.

- А ако се търси възвръщаемост на вложението?

- Истинските колекционери не продават. Ако им попаднат две еднакви неща, може да разменят. Обикновено, ако наследниците им нямат интерес, продават всичко наведнъж. Най-тъжно е да видиш как колекция, събирана с години, се разпродава на парче. Свидетел съм на разпродажбата на голяма сбирка от около 400 старинни часовника. Практика е големи колекционери в последните години от живота си да подаряват колекциите си на национални музеи и после те носят тяхното име.

СТОЙНОСТТА НА
ИНВЕСТИЦИИТЕ
В КУЛТУРНО-
ИСТОРИЧЕСКИ
ЦЕННОСТИ,
ПРИДОБИТИ
ПО ЗАКОНЕН
НАЧИН, ЗА
10 ГОДИНИ
НАРАСТВА
15 ПЪТИ





НАЙ-УСПЕШНИТЕ В БИЗНЕСА

КРИБ И „ИКОНОМИКА“ ВРЪЧИХА
ПРЕСТИЖНИТЕ ОТЛИЧИЯ „МИСТЪР
И МИСИС ИКОНОМИКА“

„Радвам се, че най-голямата работодателска организация в България, която произвежда над 3/4 от БВП на страната, вече е жури и определя победителите в конкурса „Мистър и Мисис Икономика“. Трябва да има колкото се може повече номинации, така че да бъдат показани постиженията на повече фирми“, заяви председателят на КРИБ Кирил Домусчиев. Той обясни, че тази година номинациите са правени от УС на конфедерацията. В него влизат 27 души, които представляват различни браншове и индустрии. Това са хора с различни интереси, което гарантира безпристрастността на избора. „Нашите начинания имат и благотворителна цел. Пример за това е Академия „Икономика“, която беше промотирана на пролетния бал на КРИБ. Всички събрани средства от нашата организация ще бъдат инвестирани в качествен човешки капитал, който е бъдещето на българската индустрия. Първите стажанти от нея вече започват работа във фирми от нашата организация“, обяви председателят на КРИБ.

20

КОНКУРС



Всеки, който полага големи усилия в бизнеса и те дават осезаем резултат, се радва да получи заслужено отличие. Това показаха и тазгодишните награди „Мистър и Мисис Икономика“ 2015. За първа година Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ) е организатор на този престижен конкурс с над 20-годишна история, който има за цел да отличи български компании и личности със забележителен принос към икономиката на страната. По традиция победителите получават статуетката „Рибарят и златната рибка“ на скулптора Ставри Калинов, превърнала се в запазена марка на конкурса. Бляскавата церемония се състоя на 30 ноември в столичния хотел „Маринела“.

„Горд съм, че в началото на тази година започнахме работа с най-голямата работодателска организация в България. В сп. „Икономика“ сме изключително признателни, че имаме такъв сериозен партньор. Ето защо предоставихме ексклузивните права по организацията и провеждането на конкурса на КРИБ“, заяви изпълнителният директор на „Медия Икономика България“ Боян Томов.

„Списание „Икономика“ вече се чете от над 150 хил. души на български език и от повече от 400 хил. души на руски и английски. Няма по-голямо списание. Икономическият ни сайт esopotis.bg е един от най-посещаваните български сайтове с икономическа и международна насоченост“, уточни Боян Томов.



THESE VICTORS POP / IMPROVE THE SALE IN YOUR FAVORITE RESTAURANT OR PUB





Премиерът Бойко Борисов разговаря с домакиня на церемонията Кирил Домусчиев



Валентин Златев (вдясно) връчи приза в категория „Финанси и застраховане“ на представител на „Кюн Лизинг“



Пламен Бобоков, член на УС на КРИБ (вляво), връчва наградата Подкрепа за стартиращ бизнес на председателя на УС на ББР Ангел Геков

На върха

Председателят на Съвета на директорите на КЦМ 2000 АД доц. д-р инж. Никола Добрев стана носител на наградата „Мистър Икономика“ 2015. Петя Димитрова, председател на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на Пощенска банка АД, получи отличието „Мисис Икономика“ 2015. Двете големи награди връчиха миналогодишните носители на призовете Боряна Манолова, главен изпълнителен директор на „Сименс България“, и Иван Папазов, изпълнителен директор на „Винпром Пещера“. Участие в церемонията взеха министър-председателят Бойко Борисов и министърът на икономиката Божидар Лукарски. „С колективната отговорност да излъчите най-достойните ни помагате и на нас, когато ни каните да награждаваме“, заяви премиерът Борисов.

Победители

Награди получиха представители на бизнеса в още осем категории, като бяха дадени и три специални награди. В категория „Индустрия“ КРИБ отличи Светлин Стоянов, главен изпълнителен директор на МТГ-Делфин АД. Това е компания, която не се е възползвала от нито една държавна поръчка. Преди 25 години фирмата израства „за зелена поляна“ и днес е супермодерен завод, чиято продукция 99% е за износ. Призът бе връчен от министъра на финансите Владислав Горанов. За категория „Финанси и застраховане“ наградата отиде при Борислав Тодоров, управител на „Кюн Лизинг“ и „АкорТ“ ООД. Отличието връчи Валентин Златев, член на УС на КРИБ. В категория „Подкрепа на стартиращ бизнес“ бе отличен Ангел Геков, председател на УС и изпълнителен ди-



Боян Томов връчи специална награда на Зарина Генчева, изпълнителен директор на „Метрореклама“

ректор на Българска банка за развитие. Той бе награден от Пламен Бобоков, член на УС на КРИБ.

Българската мечта

Цветан Алексиев, изпълнителен директор на „Сирма груп холдинг“, грабна наградата в категория „ИКТ, аутсорсинг, бизнес услуги“. Тя бе връчена от Иван Вутов, зам.-председател на УС на КРИБ. „Ние сме най-яката компания в най-якия сектор. Предполагам, че наградата е заради първото голямо IPO от 8 години насам, което ние направихме на БФБ. Ще продължим да разнасяме по света славата на българските информационни технологии“, посочи Цветан Алексиев. Победител в категорията „Търговия и услуги“ е Димитър Димитров, изпълнителен директор на „Софарма Трейдинг“. Той бе награден от проф. д-н инж. Николай Вълканов, носител на наградата „Мистър Икономика“ за 2012 г. Наградата в категория „Земеделие и хранително-вкусова промишленост“ отиде при Георги Милев, собственик на „Елеа“ ЕООД. Връчи я министърът на земеделието и храните Десислава Танева. „Има американска мечта, но има и българска мечта. Преди 25 години не съм си и помислял, че може да получа награда в конкурса „Мистър Икономика“, но дълги години преследвах своята мечта и това е свързано с много постоянство“, сподели Георги Милев.

Компанията JobTiger бе отличена в категория „Най-добър старт в кариерата“. Наградата получи управителят Светлозар Петров, а призьт бе връчен от Огнян Донев, член на Консултативния съвет на КРИБ. „В JobTiger вярваме, че технологиите се купуват, парите се намират, най-важно е обаче кой



Министърът на земеделието Десислава Танева награди Георги Милев от „Елеа“



Наградата на Светлин Стоянов от МТГ „Делфин“ в категория „Индустрия“ връчи министърът на финансите Владислав Горанов (вдясно)





Петя Димитрова получи наградата си от министъра на икономиката Божидар Лукарски (вдясно) и „Мистър Икономика 2014“ Иван Палазов (вляво)



Изпълнителният директор на КРИБ Евгений Иванов даде две специални награди – за борба срещу сивата икономика на Артур Туремка (горе) и почетна златна значка на КРИБ на председателя на Камарата на строителите Светослав Глосов (долу)



работи“, подчерта Светлозар Петров. В категория „Логистика и транспорт“ бе отличен Христо Христов, създател и изпълнителен директор на „Дискордия“ АД. Той получи наградата от министъра на транспорта Ивайло Московски.

Специални отличия

Специалната награда „Партньор в бизнеса“ бе дадена на Зарина Генчева, изпълнителен директор на „Метрореклама“. Призът бе връчен от изпълнителния директор на „Медия Икономика България“ Боян Томов. Другата специална награда за цялостен принос в борбата срещу сивата икономика и усилията за създаване на безкасово общество получи Артур Туремка, генерален мениджър на „МастерКард“ за Балканите. С третата специална награда - почетен златен знак на КРИБ, бе отличен Светослав Глосов, председател на Камарата на строителите в България. Този знак се дава като



Огнян Донев, член на Консултативния съвет на КРИБ (вдясно), награди Светлозар Петров в категория „Старт в кариерата“



Проф. д-н Николай Вълканов (вдясно) награди Димитър Димитров в категория „Услуги и търговия“

израз на респект и уважение и той е за особени заслуги към българската индустрия и към КРИБ. Двамата победители бяха наградени от Евгений Иванов, изпълнителен директор на КРИБ.

Устойчивост

„Мистър Икономика“ инж. Никола Добрев, отбеляза, че девизът в тяхното предприятие е „Устойчивост в развитието“. Девизът на КРИБ пък е „Ние сме тук, за да останем“. Икономиката има нужда от развитие, но и от поощрения. „Ако сме открили дефекти в организацията на конкурса, следващата година ще ги отстраним и ще продължим да вървим нагоре“, каза изпълнителният директор на КРИБ Евгений Иванов. Той отбеляза, че сред номинираните са хора, всеки от които е малък локомотив в своя сектор и е било много трудно да се избере човекът, който да получи наградата. Ако искате да



Министър-председателят Борисов е „Мисис Икономика 2014“ Боряна Манолова връчиха наградата на Никола Добрев, Мистър Икономика 2015



Цветан Алексиев получи наградата си от Иван Вутов, зам.-председател на КРИБ



Министърът на транспорта Ивайло Московски даде приза в категория „Транспорт и логистика“ на Христо Христов от „Дискордиа“ (вляво)

сте следващият Мистър или Мисис Икономика, препоръката на Евгений Иванов е: „Трябва да си устойчив в бизнеса, да си дълго време на пазара и да се знае, че си тук, за да останеш. Наградата „Мистър и Мисис Икономика“ не е за хора, които са едnodневки.“

Настроението

За доброто настроение по време на церемонията на „Мистър и Мисис Икономика“ 2015 се грижиха Влади Ампов-Графа и Маги Алексиева-Мей. Гостите опитаха майсторски приготвените вина на винарска изба Four Friends, пиха уиски Chivas и утоляваха жаждата си с водите на „Нова трейд“. Кетърингът бе осигурен от ресторант „Есте“. По традиция водещи на церемонията бяха добре познатите лица от ефира на БНТ Радина Червенова и Спас Къосев. Националната телевизия бе медиен партньор и излъчи церемонията.



Водещи на церемонията по традиция бяха Радина Червенова и Спас Къосев, любимци от екрана на БНТ



Владимир Ампов-Графа и Маги Алексиева - Мей се грижиха за доброто настроение на гостите



Никола Добрев, „Мистър Икономика“ 2015:

Глобална компания се става, след като решиш проблем

КОНКУРС 26



Доц. д-р инж. Никола Добрев е председател на Съвета на директорите на КЦМ 2000 АД и на Надзорния съвет на КЦМ АД. Притежава дългогодишен опит в научноизследователската област на цветните метали, административното управление, управлението на производството и търговията с цветни метали. Има над 60 публикации по металургия на цветните метали, както и по управление на производството и фирмите. Член на Международната академия по екология в Санкт Петербург. Член на Комисията по информация, образование и имидж към Международната цинкова асоциация. Член на Световния консултативен съвет по оловото и цинка.

Г-н Добрев, какво е усещането да станеш „Мистър Икономика“?

- Усещането е приятно, но това е и време за равностетка дали си този, за когото те мислят. Наградата „Мистър Икономика“ е израз на признание за нашия екип. Имаме добре изградена концепция как да направим нашата фирма глобална. Ние успяваме и това се забелязва от обществото.

- Каква е вашата равностетка?

- Равностетката ми е, че трябва да спрем да оплакваме нашата държава. Тя е такава, каквато бизнесът я направи. Ние трябва да си изградим държавата, друг няма да го направи вместо нас. Европейските програми може само да ни помогнат. Като цяло личната ми равностетка е положителна.

- Как да накараме всеки един българин да се чувства част от изграждането на държавата?

- От 10 години имаме наш проект „Един от нас“, който осъществяваме с ПГ „Цар Иван Асен II“ в Асеновград. Създаваме мотивация на учениците да учат и да се развиват и така си осигуряваме кадри. Ако променим мисленето на младото поколение, че е по-добре тук да имат труден, но уважаващ себе си бизнес, ще променим и средата.

- Как се прави уважаващ себе си бизнес?

- В цял свят има честен бизнес, има и сив бизнес. Ако реално сведем сивия сектор до 10-15%, България вече ще се е стабилизирала. Сега „на сянка“ са към 30% и проблемът е много по-тежък. Ето защо трябва упорито да работим с хората, за да повярват в нашия бизнес и в онези, които го управляват. Искаме и ние да даваме нещо за тях и КЦМ 2000 има богата програма за социална отговорност. Някои казват, че това са пари, хвърлени на вятъра. Не е така, защото това има своята възвръщаемост, но се иска отдаденост. А ако бързаш да свиеш някоя лесна печалба, така държава не се развива. Вярвам, че рано или късно ще намерим пътя, макар че няма да е лесно.

- Имате ли виждане как сивата икономика да бъде надвита?

- Като ѝ се отрежат ръцете със законови мерки и прилагане на законите. Който ги нарушава - да си понася наказанието!

- Кое дава възможност част от икономиката да живее „на сянка“?

- Това, че може да се провреш покрай закона, който според шопите е „тесна врата у поле широко“. Сивата икономика трябва да се преследва със законови средства. Виждаме как някои трулат богатство, а после си живеят охолно в чужбина, вместо „на топло“. А някой бизнесмен от малко или средно предприятие толкова трудно получава разрешително от чиновниците, че направо да му се отче да прави бизнес.

- Как се прави глобален бизнес, споделете вашия опит...

- За да започнеш да работиш и да станеш глобална компания, трябва първо да имаш проблем. Ние имахме проблем със съществуването. През 90-те години около нас бяха „пожари“, искаха да ни затварят. Тогава потърсихме помощта на глобалния бизнес в нашата сфера и получихме много безкористни съвети. Ние не бяхме компания, която да застраши големите „акули“, но бяхме от семейството на производителите на цветни метали в глобален аспект. Нашата продукция се котираше на Лондонската метална борса и бяхме станали известни партньори. Ако нямаш проблем, който да решиш, глобален бизнес няма да направиш. Останеш ли на равнището на локалния пазар, може дълго да съществуващ, но ще си с регионално значение. Решихме нашия проблем със стремежа да имаме развитие с резултати за глобалната икономика. Но не постигнахме това за година-две. Вече 25 години са зад гърба ни. Първата нова регистрация на Лондонската борса направихме през 1990 г. Компанията стана частна през 2001 г.

- Кой беше най-тежкият период?

- Най-трудно беше при условията на държавна собственост. Когато станахме частна компания, това ни развърза ръцете да си правим сметката, без да чакаме някой друг да каже „Да“ или „Не“. Още като държавна фирма имахме комплексно разрешително номер едно по стандартите на Евросъюза, а тогава България дори не беше член на общността.

- Как отговаряте на високите международни стандарти?

- Работим и пак работим. Имаме хубав екип. Не съм си позволил да изтървем някой добър специалист. При нас няма текучество. Невинаги може да осигурим достатъчно работа, но за нас е важно те да са на разположе-

ние. Всичко става с хора.

- Но години наред въпросът за „хората, с които става всичко“, беше подценен...

- Подценен от бизнеса, от държавата и от политиките. Всички зарязаха хората.

- Евтини или скъпи са кадрите в България?

- В най-общ план те са евтини, защото са нископроизводителни. Често не се създава режим, при който да се използва максималният капацитет на хората. Организацията е такава, че средната натовареност на работниците и служителите е 30-40%. Но всичко зависи от това кой как управлява бизнеса си.

- Как да се реши въпросът с кадрите, тъй като компаниите в България все по-трудно намират подходящи хора за свободните позиции, които се отварят?

- Много просто - като започнем да плащаме образованието и хората идват при нас. Когато видяхме, че ще имаме трудности с намирането на оператори за новото поколение технологии, започнахме да готвим бъдещите специалисти още в училище. Вече десета година знаем колко млади хора ще дойдат при нас на работа. Няма кой да ти реши проблема, сам трябва да намериш решението.

- Защо именно добивната индустрия стана една от най-успешните в страната?

- Да, нашият отрасъл е в основата на всяка икономика. За съжаление икономиката у нас се развива неефективно и това, което ние правим, не намира приложение във веригата нататък, тъй като тя липсва. Изчезнаха много отрасли, които осигуряваха добавената стойност на суровините.

- Обречена ли е България да е суровинен придатък?

- Ако не направим стъпки за създаване на следващите брънки във веригата на добавената стойност, сами ще се обречем. Трябва да има достатъчно пазарни проекти, а не мотивирани от обществени поръчки,

- Какво ще кажете на всичко, които биха желали да са следващият „Мистър Икономика“?

- Да са упорити, да работят честно в бизнеса си и, рано или късно, ще стигнат до върха. ■

**БИЗНЕСЪТ
МОЖЕ ДА СЕ
СПРАВИ С
НЕДОСТИГА
НА КАДРИ -
ЗАПОЧНЕ ЛИ
ДА ПЛАЩА ЗА
ОБРАЗОВАНИЕ,
ХОРАТА ЩЕ
ИДВАТ ПРИ
НЕГО**

Петя Димитрова, „Мисис Икономика“ 2015: Иновациите са важни във всеки бизнес



Петя Димитрова е главен изпълнителен директор и председател на Управителния съвет на Пощенска банка. Тя е член и на Управителните съвети на Международния банков институт, Асоциацията на банките в България, Американската търговска камара в България и на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България. Член е на Настоятелството на Американския университет в България, както и на Индустриалния консултативен съвет по промишлеността на CITY College към университета в Шефилд, Великобритания. Член е на Форума на младите световни лидери към Световния икономически форум.

Госпожо Димитрова, колко тежи статуетката „Рибарят и златната рибка“?

- Тя тежи достатъчно, за да напомня, че човек винаги трябва да носи отговорност – независимо дали получава награди, дали менажира хора, дали управлява институции. Отговорността е нещо, което тежи. Но пък е хубаво, че след отличията за Пощенска банка в категорията „Най-добър старт в кариерата“ сега получаваме и голямата награда в конкурса „Мистър и Мисис Икономика“. Това е доказателство, че положените от нас усилия не са останали незабелязани и ние сме били полезни за нашите клиенти и партньори.

- Вие как поемете тези отговорности така, че именно вие да сте на сцената при връчването на най-голямата награда на КРИБ за 2015-а?

- Надявам се, че през всичките тези години съм го заслужила със своя труд и с всичко, което съм дала от себе си, за да може банковата институция да върви напред и нагоре, да може моите колеги от Пощенска банка да се чувстват уверени и подкрепени в своите идеи и в развитието си, а и акционерите да виждат добри резултати. Това всъщност за мен е най-голямата награда. Банковият бизнес е всекидневно предизвикателство и затова съм доволна от всичко, което успяхме да постигнем през годината. Запазихме лидерските си позиции във всички сегменти, в които оперираме. Успяхме да превърнем нашата институция в една от предпочитаните банки в страната, модернизирахме клоновата си мрежа, предложихме персонален подход към всеки клиент и създадохме модерни уеб базирани услуги. И тази година бяхме изключително активни в сферата на корпоративната социална отговорност и осъществихме редица социално значими проекти в областта на грижата за децата, образованието, опазването на околната среда, спорта и корпоративното дарителство.

- Миналата година беше инфарктна за банковия сектор заради случая с КТБ. Сега вече време ли е за награди за банковия сектор?

- Не бива да се прави връзка между двете. Фалити стават по цял свят и България не е изолиран случай. Но когато бизнесът расте и върви нагоре, той трябва да бъде поощрен и това трябва да се отбележи по някакъв начин. Тази и други награди целят точно това. Мениджърите трябва да бъдат оценявани за усилията, които полагат. Наградата означава, че някой е положил много труд. От началото на 2015 г. екипът ни получи общо 18 награди

от независими организации и престижни конкурси. Високо оценени бяха нашите усилия в обслужването на клиентите, иновативните продукти, търговското финансиране, дългогодишните ни инвестиции в устойчивото развитие, комуникационните ни кампании.

- Как в банковия сектор се печели доверието на клиентите?

- Това става с много работа и с предлагането на решения, близки до клиента. Ние се стремим не само да правим качествени продукти, а да даваме дългосрочни финансови решения. На всеки човек се налага да взема финансови решения през житейския му път и колкото банката е по-близо до него, толкова по-добре, защото той може да вземе най-правилното решение. Въпросът не е само да получиш един кредит или да оставиш някъде парите си на депозит, а е важно как управляваш своите финанси. Добрите отношения между банката и клиента допринасят за това. Така и двете страни могат да са печеливши.

- Новите технологии, мобилните комуникации и интернет създадоха много нови възможности. Как Пощенска банка отговаря на променящите се нужди на клиентите?

- Пощенска банка работи усилено в тази насока и дори получихме множество отличия, в това число и международни признания. Разработваме най-различни интернет базирани продукти. Още преди няколко години въведохме консултирането по скайп и бяхме сред първите банкови институции, които го направиха. Стремим се да разработваме иновации и така да сме най-близо до клиента, като същевременно предлагаме и най-добрите решения.

- Пазарът обаче е много динамичен. Как успявате винаги да следите пулса на промените?

- Даваме си сметка, че трябва непрекъснато да се променяме и да се адаптираме към желанията на нашите клиенти. За нас е важно те винаги да са удовлетворени от всяко свое финансово решение. Стремим се да сме близо до тях във всеки момент от живота им. Потребителите на банкови услуги променят навиците си, затова банките трябва буквално да правитират около избора им.

- Но банковият бизнес по принцип е консервативен...

- Консервативен, но и иновативен. Реалността ни налага да вървим в крак с пазара. Иновациите са важни във всеки бизнес, те са важни за обществото във века, в който живеем. Без тях просто не може. Полагаме много усилия, за да сме на ниво. Доскоро дори не сме си и помисляли, че ще може да банкираме през телефона. Това става реалност и Пощенска банка предлага много нововъведения в тази насока.

- Каква е вашата прогноза за технологичните промени, които предстоят във вашия сектор?

- Те са свързани с мобилното и интернет банкирането и консултациите, с банковия клон на бъдещето. Доскоро имаше продуктова ориентация, сега всички продукти и решения са базирани на това какъв е клиентът. Вече е решаващо да се направи правилен профил на клиента и да му се предложат пакет от услуги, които са му необходими. Бъдещето е в това решенията да се адаптират към конкретния потребител – и то не само в банкирането, но и в много други сектори.

- 2016-а ще е много важна с предстоящата оценка на активите на банките. Това ще предизвика ли стрес?

- Като голяма институция, част от международна банкова група, нашата банка вече премина успешно един стрес тест преди известно време и знаем, че това е свързано с много работа. Това е сериозно упражнение, което изисква добра организация и систематизирано управление на целия процес. Искане се огромно усилие стрес тестовете да се направят в 22 банки. Надявам се, че всичко това ще приключи позитивно.

- Какво ще кажете на всички, които си пожелават да са следващата „Мисис Икономика“?

- Пожелавам им да вярват в себе си, да не спират да мечтаят и да се развиват. Моята любима мисъл е, че шансът е на страната на подготвения ум. Пожелавам им да минат по този път, защото удовлетворението от постигнатото е огромно.

**В СТРЕМЕЖА
 КЪМ ВЪРХА
 НЕ СПИРАЙТЕ
 ДА МЕЧТАЕТЕ,
 ЗАЩОТО
 ШАНСЪТ Е НА
 СТРАНАТА НА
 ПОДГОТВЕНИЯ
 УМ**

Светлин Стоянов, главен изпълнителен директор на МТГ - „Делфин“ АД:

Едно работно място при нас създава нови пет

Тази престижна награда е за усилията, които полагаме да се развиваме непрекъснато. Започнахме от една гола поляна и в крайна сметка успяхме да създадем завод, който е водещ не само в Черно море, а и в Средиземно море.

През настоящата година продължихме нещо, което все по-рядко се случва в България - строяхме нови кораби. Пуснахме във вода два и предадохме също толкова на техните корабособственици.

Кадрите през последните 10 години са едно от най-големите предизвикателства за индустрията в България. Нужно е добро сътрудничество с висшите учебни заведения.

Държавата трябва да отделя подобаващо внимание на корабостроенето и кораборемонта. Те, освен че създават висока добавена стойност, осигуряват и много допълнителни работни места. Едно работно място в наш завод дава 5 работни места извън него.

Стремежът ни през 2016 г. е да продължим да се развиваме и да внедряваме нови продукти в производството, както и да го направим по-високотехнологично.

НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС
ИКОНОМИКА 2015 В
КАТЕГОРИЯ „ИНДУСТРИЯ“



Димитър Димитров, изпълнителен директор на „Софарма Трейдинг“:

Ще участваме сериозно в консолидацията на фармацевтичния пазар

Спечелената награда е голямо признание за мен. Човек е устроен така, че обича и се радва на признания, особено когато са от изключително уважавани хора и организации. Искам да отбележа, че тази награда е и за целия екип на „Софарма Трейдинг“ и идва в края на една изключително вълнуваща година, донесла ни удовлетворението да видим реализирани две наши професионални мечти. Първата е свързана с развитието на собствена концепция аптеки с марката SOpharmacy, която доближава българските пациенти до последните европейски и световни практики в обслужването на здравни потребности. През 2015 година осъществихме и друг проект, който бих изразил чрез една интересна сентенция, която прочетох скоро, а именно: „Всички живеем под едно и също небе. Разликата между нас е това, че разглеждаме различни хоризонти“. Аз силно вярвам в необходимостта и ползата от хоризонт, затова освен навлизане в ритейл сегмента в България, през 2015 година започнахме и регионална експанзия на сръбския пазар. Така, че бизнес планът ни за следващите 3 години е пълен, подготвени сме да отговорим на предизвикателствата на фармацевтичния пазар, които очакваме да бъдат свързани с консолидация, в която смятаме сериозно да участваме.

НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС
ИКОНОМИКА 2015 В
„ТЪРГОВИЯ И УСЛУГИ“

Цветан Алексиев, изпълнителен директор на „Сирма Груп Холдинг“:

В близките години ще излезем и на чужда борса

Тази награда е доказателство за оценените усилия на нашия екип във връзка с успешното IPO, което направихме, и което е първото голямо от осем години насам. Всички казват, че сме били „бялата лястовица“ на борсата. Надявам се след нас да дойдат още добри компании и това да раздвижи борсата и икономиката като цяло.

Все още продължаваме да търсим формулата на големия успех. Смятам, че една компания може да се нарече голяма и заслужава внимание, когато е интернационална и прави поне над 100 млн. приходи. Нашата цел е да постигнем това в сравнително кратък срок - до 2020 – 2021 г., когато вече ще бъдем достатъчно значими, за да мислим за някоя от световните борси.

За целта догодина ще работим много здраво, за да започнем да изпълняваме това, което сме обещали на инвеститорите ни, и което е записано в проспекта. Ще инвестираме в стратегическите си направления и ще изпълняваме проектите, които сме разписали.

„Сирма Груп“ е българска компания, която започна да се развива от тук, въпреки че първите ни проекти бяха на северноамериканския пазар. Именно затова решихме да направим IPO първо на българската борса, а не на някоя чуждестранна. Не трябва да подценяваме България. Обичаме държавата си и се опитваме да вдигнем репутацията ѝ пред света като място, където IT бизнесът е добре развит и силен сектор.

Очаквайте много добри резултати през следващата година и много интересни събития покрай „Сирма Груп“.



НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС ИКОНОМИКА 2015 В „ИКТ, АУТСОРСИНГ, БИЗНЕС УСЛУГИ“



Борислав Тодоров, управител на Кюн Лизинг България и Акорт ООД:

През 2016 г. лизингът ще подкрепи икономиката с поне 1 млрд. лева

За мен тази награда означава уважение, първо от тези, които са ме номинирали, и второ - от тези, които са ме избрали – колегите от бранша. Финансовият бранш е много силен икономически във всяка една държава, както и в България. Едно такова признание за мен е най-вече огромна чест и оценка на всички останали за усилията, които влагам през годините за развитието на този сектор, и по-специално на лизинга в България.

За момента секторът върви в правилната посока, смятам, че има още какво да навакса от годините на кризата. Но вече сме поставили основите на това да имаме възможност за нови бъдещи ръстове и очаквам през 2016 г. този сектор да продължи да подкрепя българската икономика с поне 1 млрд. – 1,5 млрд. лева годишно.

Перспективите на компанията са свързани с общата картина в лизинговата индустрия. Щом сме успели да поставим добра основа след кризата за едно бъдещето развитие, смятам, че и конкретно перспективите ни за бъдеща реализация определено са добри. По отношение качество на услугите, които предоставяме, и удовлетвореността на клиентите, има още много какво да се желае. Има огромна база за работа и за развитие, което от една страна ще ни направи по-големи професионалисти, а от друга - ще направи много по-доволни нашите клиенти. Всичко това ще ни даде възможност за много добър бъдещ растеж.

НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС ИКОНОМИКА 2015 ВЪВ „ФИНАНСИ И ЗАСТРАХОВАНЕ“

Христо Христов, създател и изпълнителен директор на „Дискордия“ АД:

Отбелязваме ръст от 35% и в приходите, и в заетостта

Този приз е знак за усилията и енергията, които влагаме аз и моите колеги. Стремим се да предоставяме услуги, които да отговарят на високите стандарти, ценени в Европа.

Гордея се изключително много, че транспортно-логистичният сектор постепенно намира място в обществото и, макар и плахо, е готов да излезе под прожекторите. Това е голям сектор от икономиката и той заслужава особено внимание. Благодаря също, че съм част от най-значимата работодателска организация в България – КРИБ, и че реализираме едно толкова значимо и положително събитие като „Мистър и Мисис Икономика“ по такъв респектиращ начин.

През изминалата година в „Дискордия“ отбелязахме значителен ръст - близо 35%. Освен като приходи към компанията, той се отнася и за заетите работни места. Отбелязваме и увеличение на пазарния ни дял в Европа.

Стремим се да намираме подходящи попълнения за нашия екип, макар това да не е много лесно. Търсим само качествени кандидати.

Занапред ще се стремим да продължим досегашния тренд на развитие. Успяхме да постигнем един иновативен, високоефективен модел на работа, който се оценява от лидерите в този бранш в Европа и света. Смятам, че пред нас има успешно бъдеще.

НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС ИКОНОМИКА 2015 В „ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА“



32

КОНКУРС



Георги Милев, собственик на „Елеа“ ЕООД:

Успешната бизнес формула е постоянство и надежда

Тази награда е връх на кариерата ми. Тръгнал съм от нула и за да ми се връчи това отличие, можете да си представите колко труд съм положил. Наградата е сбъдната мечта, не американската, а българската. Мечтите един ден се сбъдват, когато са истински и безкористни.

Успешната бизнес формула е постоянство и надежда.

Ще разширявам производството в най-различни сфери, там, където мога да предложа работа на младите хора, които не са избягали от България. За мен казват, че от сухо дърво калем правя.

Бизнесът е следствие на политиката, не може тя да върви в грешна посока и бизнесът да се развива. Той или се замразява и не прави нищо, или напуска държавата. Гръбнакът на една икономика са малките и средните фирми и усилията трябва да бъдат насочени натам.

НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС ИКОНОМИКА 2015 В ЗЕМЕДЕЛИЕ И ХРАНИТЕЛНО- ВКУСОВА ПРОМИШЛЕНОСТ

Светлозар Петров, създател и управител на JobTiger:

Помагаме на компаниите да намират най-добрите кадри

За мен винаги най-важна е била упоритата работа. Също така е необходимо бизнесът да се грижи за благосъстоянието на обществото. От тези два постулата се ръководя в дейността си. JobTiger инвестира много в развитието на бизнес средата като цяло. Не се насочваме единствено към неща, които ни носят пари, а се стремим и да помагаме на хората да живеят по-добре, да бъдат по-щастливи с работата си. Това в крайна сметка е нашата професия – да правим така, че всеки да се развива в кариерата си. Работим вече 15 години и със сигурност сме подали ръка на много хора.

Формулата за успешен бизнес съчетава много работа и желязна подготовка. Четох, че не съществува късмет, и съм напълно съгласен с тази мисъл. Има подготовка и улавяне на всеки шанс за развитие. Не оставяме нищо на случайността.

Екипът е най-важната съставка от моята формула за успех. Хората всъщност правят компанията. Те са направили JobTiger това, което е, те са успели да докажат, че могат и че нашата платформа е от полза за потребителите ни. Помагаме на клиентите си да намират най-добрите кадри. JobTiger е във вихъра на бизнеса, свързан с човешки ресурси. Искаме да продължаваме да правим това, в което сме най-добри - компанията работи както за себе си, така и за партньорите си. Смятаме да се развиваме все повече в това отношение.

Съветът ми към всички бъдещи предприемачи е кратък: Работете, работете и пак работете! Не се безпокойте, с работа успехът идва неизбежно!

НАГРАДА МИСТЪР И МИСИС
ИКОНОМИКА 2015 В
„СТАРТ В КАРИЕРАТА“



НАГРАДА МИСТЪР И
МИСИС ИКОНОМИКА
2015 В „ПОДКРЕПА ЗА
СТАРТИРАЩ БИЗНЕС“

Ангел Гечев, изпълнителен директор на Българска банка за развитие (ББР):

Ще предложим повече и по-добри финансови продукти за фирмите

Радвам се, че положените усилия и постигнатите резултати през последната година са оценени. Наградата показва, че вървим в правилна посока. ББР, Националният гаранционен фонд и Микрофинансиращата институция ДЖОБС изпълняват един от приоритетите си за подкрепа на стартиращи компании, проекти и дейности чрез разнообразни схеми и финансови инструменти, осъществявани самостоятелно и чрез сътрудничество с партниращите търговски банки.

Непосредствените задачи на банката са свързани с текущо обработваните проекти и с успешното осъществяване на възложения ни мандат по Националната програма за енергийна ефективност. В ход е подготовка по планираната Оценка на качеството на активите и предстоящите стрес-тестове.

Бизнесът се нуждае от подкрепа в много направления – от облекчаване на достъпа до финансиране на микропредприятията до осъществяване на мащабни инвестиционни проекти, в т.ч. и чрез Фонда за стратегически инвестиции (План „Юнкер“), което налага създаването на разнообразни и ефективни инструменти за осъществяването им. Компаниите от групата на ББР ще насочат усилията си именно в тази посока, като основен акцент ще се търси във възможностите на т.нар. индиректно кредитиране чрез финансови посредници, в схемите за споделяне на риска и синдикирано кредитиране.

Ще положим и необходимите усилия за разширяване и разнообразяване на източниците за финансиране на дейността, което ще позволи да предложим повече и по-добри продукти на бизнеса.



Зарина Генчева, изпълнителен директор на „Метрореклама“:

Ценим всеки свой успех заради извървения път до него

- Какво означава тази награда за вас?

- Признание, че нелекият и упорит труд на екипа на „Метрореклама“ през тези вече над 10 години в областта на външната реклама е забелязан и оценен по достойнство. Огромна чест в личен план е да бъда отличена и застана редом с най-изявените и успешни имена в българския бизнес. Но същевременно с това и огромна отговорност – да запазим доверието на своите клиенти и всички заедно да работим за развитието на бизнеса в България.

- Какви качества трябва да притежаваш?

- За да си успешен партньор на бизнеса, трябва във всеки един момент да усещаш неговия пулс и да бъдеш максимално подготвен, за да откликваш винаги креативно на неговите нужди. Отстояването на добро име, коректността, професионализма, а също и идеята за дългосрочно партниране, прави отношенията от подобен род не само продуктивни, но и устойчиви, което е важно за нас.

- Какви са най-значимите ви успехи през 2015 г.?

- Не разглеждаме успехите си независимо един от друг. Ценим всеки един свой успех, защото дълбоко оценяваме най-вече извървения път до него.

- Какви са тенденциите в рекламния бранш в последно време?

- По отношение на външната реклама, тенденцията е тя да увеличава дела си в медия плановите на клиентите и през 2016 г. Прогнозата се базира на данни, които получихме на последния конгрес на FEPE (The Federation European Publicite Exterieur) през юни 2015г. в Будапеща, чиито член сме. И не случайно, тъй като все повече в живота на хората се налага тенденцията да прекарват над 80% от ефективното си време извън дома си, което е гарант за нарастващия успех на външната реклама.

- Върху какво ще бъдат насочени най-вече усилията ви през 2016 г.?

- Да запазим доброто темпо на развитие на „Метрореклама“ и мотивираме все повече клиенти да реализират своя успех именно чрез нас!

СПЕЦИАЛНА НАГРАДА „ПАРТНЬОР В БИЗНЕСА“

Артур Туремка, генерален мениджър на „MasterCard“ за Балканите:

Ще предлагаме повече иновации

За мен наградата символизира нашия успех в борбата със сивата икономика.

Разбира се, най-лесното е да приемеш наградата, но всъщност усилията и хората зад нея са истинската награда. Екипът на MasterCard всеки ден работи срещу сивата икономика и се стреми да осигури на компанията публични и частни партньорства. Нашата роля е да разполагаме с експертизата, а не да убеждаваме отделните търговци да започнат да приемат електронни разплащания.

Когато става въпрос за внедряване на технологията за безконтактни плащания, размерът на пазара не е ключов елемент, а по-скоро начинът, по който той възприема иновациите и оценява иновативните решения. Когато става въпрос за България, популярността на MasterCard технологията за безконтактни плащания се увеличава непрекъснато.

Ще продължаваме да развиваме електронните разплащателни системи в България, като предоставяме повече иновации в разплащателните услуги, по-добри технологии и по-компетентни експерти. Това се прави с цел хората да обменят повече пари в електронни разплащания, защото това е по-евтиният и

По текста работиха
Татяна Явашева, Илия Лазаров,
Александра Сотирова, Ивайла
Раденкова, Наталия Николаева,
Димитър Лазаров, Марина
Красиминова и Велина Велинова

Фото Александър Нишков,
Стоян Йотов и КРИБ



Светослав Глосов, председател на Камарата на строителите в България:

Строителният бизнес разчита основно на европроекти

Получената награда е признание за моята работа като член на консултативния съвет на КРИБ и дългите години, в които съм работил там. За мен КРИБ е кауза и винаги сме се стремили да бъдем в полза на обществото, бизнеса и икономиката като цяло.

Изминалата година беше сравнително добра за строителния бранш. Изпълнихме редица проекти, почти изцяло по европейски програми. За съжаление, бизнесът все още не може да се съвземе напълно от кризата през 2008 - 2009 г. Все пак строителният сектор работи и съществува. Има леко раздвижване в сфери, които преди бяха стигнали почти до нулата. Да се надяваме, че това е един добър знак за продължаващо развитие.

Около 85% от строителните дейности продължават да бъдат следствие от обществени поръчки – държавни и общински, така че именно те са тези, които дърпат строителния бизнес. От тях 90% са по линия на европейски програми. За съжаление, частните инвестиции все още не могат да бъдат сериозен двигател на подема.

През следващата година се очаква да се запази същата тенденция. Бизнесът и държавата трябва да помислят, че 2020 г., когато ще изтече програмният период, не е далеч, и не се знае дали ще има следващ такъв. Т.е. не бива да разчитаме само на европейската солидарност, а нашата икономика трябва да работи така, че сама да финансира капиталовите си вложения. 2016 г. се очаква да бъде трудна в началото, докато стартират новите проекти.

СПЕЦИАЛНА НАГРАДА ПОЧЕТНА ЗЛАТНА ЗНАЧКА НА КРИБ

В разплащанията

по-сигурният начин да управляваш парите си. Също така, използвайки тази технология, ние намаляваме сивата икономика на страната. Решението на този проблем се крие в набор от политики и регулаторни мерки, които да помогнат на правителството на България да намали нивото на сивата икономика в страната.

Нашата формула на успеха се дължи на последователността и добрата ни работа.

СПЕЦИАЛНА НАГРАДА ЗА ЦЯЛОСТЕН ПРИНОС В БОРБАТА СРЕЩУ СИВАТА ИКОНОМИКА И УСИЛИЯТА ЗА СЪЗДАВАНЕ НА БЕЗКАСОВО ОБЩЕСТВО



ПОДКРЕПЯМ ИДЕЯТА
ВСЯКА ФИРМА ДА МОЖЕ
ДА ОПРЕДЕЛЯ РАБОТНИТЕ
ДНИ И ОТПУСКИТЕ

Ивайло Калфин:

БЪЛГАРИЯ ИМА НУЖДА ОТ СВОЙ ПЛАН „ЮНКЕР“

Автор Наталия Николаева

Г-н Калфин, как оценявате бюджет 2016? Как ще коментирате актуализацията за тази година?

- Актуализацията бих разделил на две части – едната част касае завършването на европейските програми и е абсолютно задължителна. Говорим за малко под 500 млн. лв. допълнително, за да може да се приключат програмите и да си вземем парите от ЕС, защото иначе ще излезе по-скъпо на бюджета. Това, което и самият аз трудно възприемам, е допълнителното увеличаване на бюджетите на различни ведомства. Трябва да се научим, че бюджетът е такъв, какъвто е и всяка една система трябва да се вмества в предварително заложеното. Актуализация имаше и в края на 2014 г., но тогава я отдавам на факта, че имаше три правителства. В нормална година обаче това не би трябвало да се случва.

Бюджетът за 2016 г. като макроикономическа рамка върви в добра посока, особено що се отнася до прогнозите за икономически растеж и ограничаването на дефицита до 2%. Има известни резерви, включително възможности за привличане на външни заеми, с по-висока сума. Това, което не виждам в него, е по-специално внимание към развитието на икономиката. То няма да е достатъчно убедително, ако го оставим да се развива от само себе си. Държавата трябва да въведе повече инструменти, нещо като български план „Юнкер“, и да ги мобилизира така, че да подпомогне

икономическото оживление. Бюджетът е разумен в макроикономически аспект, разходите се увеличават с 2 млрд. лв. Приоритетите от тези 2 млрд. лв. са социалната система и основно грижата за възрастните хора и за децата, общините, здравеопазването, сферата на сигурността.

- Достатъчно ли са заделените средства за социални политики?

- Искаше ми се да имахме повече средства, свързани с активните политики на пазара на труда и за нови социални политики, но това, което не идва от националния бюджет, го попълваме чрез европейските фондове. Вече стартира и фонд „Човешки ресурси“, който работи в областта на труда и социалната политика. Тази оперативна програма е лицензирана първо в България, първа започна да работи и до края на тази година ще си поиска обратно първа средствата от Европейската комисия. Така компенсираме амбициите си за по-значими социални промени с европейски средства.

МРЗ се повишава на 420 лв. от 1 януари. Според бизнеса увеличението ѝ не корелира с основни икономически показатели като производителност и инфлация. Каква трябва да е политиката на страната в това отношение?

По принцип заплатите за труд в България трябва да растат. Ако сравним какво произвежда един човек и това, което получава, със средноевропейските нива, ще видим, че има възможности за

· ДОХОДИТЕ ТРЯБВА ДА
· РАСТАТ, СЪЧЕТАНО
· С ПО-ВИСОКА
· ПРОИЗВОДИТЕЛНОСТ,
· КАЗВА
· ВИЦЕПРЕМИЕРЪТ
· И МИНИСТЪР НА
· СОЦИАЛНАТА
· ПОЛИТИКА

ЩОМ ИМА ИКОНОМИКА, ЩЕ ИМА И ПЕНСИОННА СИСТЕМА

увеличаване на доходите. Не мисля, че поддържането на ниски доходи от труд е конкурентно предимство за бизнеса. Освен това то не създава привлекателна среда за хората, особено за младите, които са извън пазара на труда. Изключително важно е доходите в България да растат, като това трябва да е съчетано с подпомагане на фирмите да инвестират в енергийна ефективност и по-висока производителност. Натискът обаче не трябва да е през доходите, защото трябва да си даваме сметка за социалните последици от това.

- Как дуалното образование ще повлияе на пазара на труда?

- Веднага след като започне да работи, всички ще се убедим, че има добър ефект. В момента образователната система бълва млади хора с диплома за средно образование. От там единственият шанс да продължиш е да отидеш в университет. 80% от завършилите поемат по този път. Младият човек излиза с университетска диплома, но без стаж, и затова му е много трудно да намери работа. Дуалната система ще дава възможност младежите да натрупат опит, още докато са между 16 и 18 години. В последните две години в училище са намалени часовете за общо образование и за сметка на това им се дава работа в предприятия. Така младият човек има доход, има занаят и на 18 години излиза със завършено средно образование, майсторско свидетелство за компетентност в дадена област и опит, с който оттам нататък може да срещне много отворени врати. Страните, които традиционно прилагат дуалната система - Германия, Австрия и Швейцария, имат най-ниската младежка безработица в Европа. Ако погледнете и професиите, които се търсят в момента, те са точно за професионалисти, а не за висшисти или общи работници. Такива хора няма, а на пазара се търсят.

- Одобрявате ли предложението за увеличаване на платения годишен отпуск на 25 дни?

- Привлекателно е, но не мисля, че е добра идея, без да се погледнат цялостно условията на труд. Нужда от по-голям отпуск има там, където има голямо натоварване и висока интензивност на труда. Тук е и в интерес на работодателя да остави повече време на служителите да си починат, а не да трупат отпуски и след това компенсация за тях. Но въпросът опира до вида труд, който се полага. За този, който не е особено интензивен, 20 работни дни платен отпуск, към който има и доста други добавки, означава, че ще се

почива месеци и повече в годината, което не е малко. Подкрепям идеята всяка фирма да може да определя работните дни, стига да има някакъв минимум.

- Как да подобрим финансовата грамотност на българите и МТСП може ли да се ангажира с такава инициатива?

- Работихме много по тази тема, когато правихме реформата в пенсионната система. Цялата осигурителна система на практика е една спестовна книжка – всеки заделя нещо в нея и след това получава съответните компенсации. Вече има възможност за повече избор, така че всеки да знае как се управляват парите му. Знанията по елементарни финансови операции, как работят финансовите пазари и откъде идват парите за пенсии, за безработица, са важни за всеки човек. Не трябва да си мислим, че има една зла държава, която събира парите на хората, и после не иска да им ги върне. До голяма степен човек получава това, за което се осигурява.

- Коя страна може да ни бъде пример за пенсионна система?

- Няма най-добра пенсионна система, защото тя до голяма степен зависи от националните особености. В България има тристълбов модел, който включва солидарен стълб и капиталови сметки в частни фондове, които са задължителни и доброволни. Тази система съществува в 12 източноевропейски страни. Тя беше предложена и наложена от Световната банка по едно и също време. Междувременно във всички страни има някакви корекции. България до голяма степен запазва архитектурата на тези три стълба. С правото на избор между солидарната система и капиталовата сметка се надявам частните фондове да бъдат много по-активни и те да съдействат за финансовата грамотност и да обясняват на хората защо има смисъл да спестяват при тях.

- Смятате ли, че трябва да насърчим инициативата към спестяване в частните пенсионни фондове?

- Не, не смятам. Задължителната вноска в частните пенсионни фондове, която остана в България, е 5%. Тя е най-високата сред страните в Централна и Източна Европа. Някои премахнаха задължителния елемент, а други го намалиха доста под 5%. Солидарната система е по-тромава, там с днешната си вноска плащаш пенсията на родителите си и чакаш един ден някой друг да плаща твоята пенсия и затова много хора проявяват недоверие. Факт е обаче, че пенсионната система е обвързана с икономиката. Щом има икономика, ще има и пенсионна система.

Предимство на капиталовите сметки е, че можеш да следиш средствата, които са натрупани по тях, но има и доста рискове. Единият е свързан с рязко влошаване на икономи-



ческите условия – фалити, хиперинфлация и т.н., а другият е, че там трудно може да се иска актуализация на пенсиите. При тях получаваш това, което си събрал. Солидарната система търси начини, макар и малки, да актуализира всяка година доходите. Според мен системата, както е уредена у нас като комбинация от двете, е най-добра.

- Кои са правилните мерки за борба срещу сивата икономика?

- Държавата трябва да насочи усилията си, за да противодейства на сивата икономика, тъй като тя не е добра за никого от обществото. Като примерна мярка мога да посоча еднокдневните договори в селското стопанство, които въведохме на 20 юли т.г. Тогава вече бяха приключили работите по редица селскостопански култури и от тази дата до края на сезона има 80 000 сключени такива договора, основно за обирание на грозде, малини и др. Ние не си представяме, че те са се самообирали преди това. Просто преди са били в икономиката на черно, ние ги вадим на светло, хората са осигурени и всичко това е в интерес на работодатели, работещи и държава.

ИВАЙЛО КАЛФИН е заместник министър-председател по демографската и социалната политика и министър на труда и социалната политика. Роден е на 30 май 1964 г. в София.

Магистър е по международни икономически отношения от Университета за национално и световно стопанство. Притежава магистърска степен по международно банкиране (International Banking) от университета в Лофбъро (Loughborough University), Великобритания. Професионалната му подготовка включва редица специализации в Белгия, Република Корея, Великобритания, САЩ и др.

Избран е четири пъти за народен представител - в 37-ото, 38-ото, 40-ото и 43-ото Народно събрание. Между 2002 и 2005 г. е секретар по икономическите въпроси на президента на Република България Георги Първанов.

В периода 2005-2009 г. е заместник министър-председател и министър на външните работи на Република България. Бил е член на Европейския парламент от групата на Прогресивния алианс на социалистите и демократите (2009-2014), както и лидер на българската делегация на социалистите в Европейския парламент.



МОЯТА 2015 година

БИЗНЕС ЛИДЕРИ СПОДЕЛЯТ ПОСТИЖЕНИЯТА И ПЛАНОВЕТЕ СИ

Няма прегради пред смелите намерения на компаниите, които имат ясни цели за развитие, за навлизане в нови ниши и за експанзия на нови пазари. Начело на такъв бизнес стоят лидери, които винаги виждат хоризонт. За тях растежът на бизнеса е МИСИЯ ВЪЗМОЖНА. Тяхната формула е ДЕЙСТВИЕ, а не „изчакване“. Те обичат иновациите и технологичното обновление. Вървят напред с добре премерена стъпка. ■■■



Пламен Цеков, изпълнителен директор на ScaleFocus:

Получихме признание от IBM на световно ниво

Имахме изключително динамична година в компанията – преместихме софийската организация в нов офис, открихме представителство в Германия, разширихме клиентската си база на повече от 100 клиенти в 15 държави по света и увеличихме броя на служителите си от 150 в началото на 2015-а до над 250. За ScaleFocus най-яркото събитие за годината е номинацията и връчването на наградата IBM Business Partner of the Year – досега в България не е имало компания, която да е получила това признание от IBM на световно ниво. Видяхме как упоритостта и отдадеността в инвестиции в специфични технологии и услуги, които предоставяме, се оценяват от най-големите играчи в ИТ бизнеса.

Получихме отличие за най-динамично развиваща се компания в региона, но амбициите ни за растеж не стигат до тук – планът ни за развитие в следващите няколко години е много предизвикателен. Също така признанието за нас не е самоцел – по-важно е растежът да е постигнат по най-правилния начин. Следвайки стремежа към съвършенство и другите корпоративни ценности, ще продължим нашата експанзия в цяла Европа, Северна Амери-

ка и Азия, ще увеличаваме и поддържаме отлични бизнес отношения с все повече клиенти от цял свят.

Започнахме процес на разрастване и откриване на нови офиси. В най-скоро време ще открием офис в Северна Америка. След това сме насочили погледа си на изток от Европа. Не изключваме и възможността паралелно с вече ясните планове за експанзия да увеличим и развойните си центрове на територията на България и съседните страни.

Аутсорсингът е най-успешно развиващият се сектор в България. Затова нека се борим заедно с държавните институции да направим България по-привлекателно място за живеене и да спрем изтичането на българския талант в чужбина. Даже обратното - да привличаме качествени чуждестранни служители чрез така наречената „синя карта“, които да се влеят в българската икономика. Нека и чужденците работят за нас, не само ние за тях. Страната ни ще затвърждава позицията си и ще бъде атрактивна за много чуждестранни инвеститори, особено след като през октомври 2015 г. България беше отличена с приза за Outsourcing Destination of the Year на European Outsourcing Awards.

МОДЕРНИЗИРАХМЕ
МОДЕЛА СИ НА
ОБСЛУЖВАНЕ.
ОТЧЕТОХМЕ РЪСТ
В ТЪРСЕНЕТО НА
БИЗНЕС КРЕДИТИ

Клиентите спечелиха от намаляващите лихви по кредитите

През 2015 г. се случиха важни неща, особено за Райфайзенбанк в България – тази година заедно с клиенти, партньори и служители отбелязваме 20 години от старта на операциите ни в страната. Преди 20 години започнахме бизнеса си изцяло на зелено, обслужвайки предимно корпоративни клиенти и мултинационални компании. За този период чрез органичен растеж се превърнахме в една от водещите универсални банки в България и смятаме да следваме тази успешна стратегия и в дългосрочна перспектива - да бъдем сред лидерите на пазара.

В началото на тази година се преместихме и в нова централа, в което намирам символика. Това е символ на намерението ни да продължаваме да бъдем модерна, иновативна, прозрачна и отворена банка с дългосрочна амбиция да се развиваме тук.

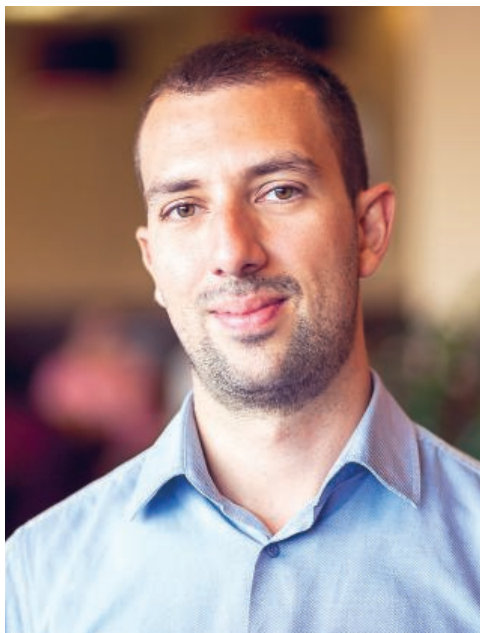
2015-а бе важна за банковия сек-

тор. След турбулентната 2014-а през тази година голяма част от доверието в пазара се възстанови, но предстои и нещо изключително важно – планираните за 2016 г. прегледи на качеството на активите на българските банки. Уверен съм, че новото ръководство на БНБ, избрано през тази година, ще проведе задълбочени и прозрачни тестове, за да може клиентите да са сигурни, че случаят с КТБ няма да се повтори. Райфайзенбанк вече премина такъв тест през миналата година като дъщерно дружество на системно важна европейска банка, който потвърди, че портфейлът ни е консервативен и с добро качество.

2015 година бе и година на намаляващи лихви, от което спечелиха най-много клиентите - лихвите по кредитите достигнаха исторически ниски нива, а конкуренцията между банките даде възможност на клиентите да бъдат предлагани все по-изгодни и разнообразни продукти и услуги.



ПРЕМЕСТИХМЕ СЕ И В НОВА ЦЕНТРАЛА, КОЕТО Е СИМВОЛ НА НАМЕРЕНИЕТО НИ ДА ПРОДЪЛЖАВАМЕ ДА СМЕ ИНОВАТИВНА БАНКА С ДЪЛГОСРОЧНА ПЕРСПЕКТИВА



Атанас Райков, генерален мениджър на Viber за Централна и Източна Европа:

Viber избира София за регионален офис

Viber продължава да бъде движеща сила в подобряване на комуникацията между хората. Вече Viber има 664 милиона уникални потребители в 193 държави по света. Това доказва, че Viber е водеща услуга за изпращане на безплатни текстови съобщения, забавни стикери, снимки, видеа и дудъли, както и за споделяне на местоположението, осъществяване на безплатни разговори с HD качество.

През август 2015 г. Viber откри

офис за Централна и Източна Европа, базиран в София. ЦИЕ се нарежда в топ три на регионите в света поради изключителния ръст на бизнес на компанията и голяма потребителска база от 27 млн. ползватели. Първоначалният фокус на офиса е насочен към водещите пазари в региона - България, Гърция, Сърбия, Хърватска и Унгария. В тези страни вече са налице редица успешни партньорства с водещи телекоми, медийни групи, спортни организации, държавни институции, известни личности и брандове за създаване на локални спонсорирани стикер пакети, публични чатове и Viber промоции. През 2016-а тази част от бизнес партньорствата на Viber очаква своето бурно развитие.

ИЗГРАЖДАМЕ УСПЕШНИ ПАРТНЬОРСТВА С ВОДЕЩИ ТЕЛЕКОМИ, МЕДИЙНИ ГРУПИ, ДЪРЖАВНИ ИНСТИТУЦИИ, ИЗВЕСТНИ ЛИЧНОСТИ И БРАНДОВЕ

Стайн-Ерик Велан, главен изпълнителен директор на „Теленор България“:

Въведохме нови стандарти в обслужването

Измина една година, откакто представихме марката „Теленор“ в България. Тогава, когато съобщихме на всички, че компанията вече ще се казва „Теленор“, на повечето хора в страната този бранд не говореше нищо. Днес той е познат на всички.

Тогава обещахме две неща: че сме дошли в България за дълго и че ще превърнем „Теленор“ в любимия оператор на българите. Това са две много смели обещания, но 160-те години история на „Теленор груп“ доказват, че ние никога не обещаваме нищо, което не можем да направим.

През 2015 г. завършихме обновлението на мрежата на компанията. Благодарение на усилията на 1000 души от 12 различни нацио-

налности, за 18 месеца ние изградихме най-модерната високотехнологична мобилна мрежа в България, готова да предложи 4G услуги. Това е технологичната основа, на която ще продължим да работим за своя успех.

Почти 4 милиона клиенти разчитат на „Теленор“ за всекидневните си комуникации. Именно заради тях въведохме нови за България стандарти в обслужването на клиенти и в създаването на търговски предложения, а те ни възнаградиха с доверието си. Благодарим на всеки един от тях.

„Теленор България“ е все още в началото на едно дълго и, дълбоко вярвам в това, много успешно пътешествие. Всеки е добре дошъл да се присъедини към нас. ■■■■■



ИЗГРАДИХМЕ
НАЙ-МОДЕРНАТА
ВИСОКОТЕХНОЛОГИЧНА
МОБИЛНА МРЕЖА В
БЪЛГАРИЯ, ГОТОВА ДА
ПРЕДЛОЖИ 4G УСЛУГИ

Бизнес кредити

ОТРЕЖИ ЛИХВАТА ПО ОВЪРДРАФТА

НОВО! Колкото повече банкираш, толкова по-малко лихва плащаш.*

Сега без такса за кандидатстване и 1/2 такса за отпускане.**

Кандидатствай онлайн на www.postbank.bg или в най-удобния за теб клон на Пощенска банка

*Повече информация за условията на продукта на www.postbank.bg или в най-близкия клон на Пощенска банка. **Промоционалните такси важат до 31.01.2016 г.

 **Postbank**
Решения за твоето утре

Ксавие Лапер дьо Кабан е роден на 29 декември 1963 г. Завършил е Института по политически науки и работи в Министерство на външните работи на Франция от 1989 г. насам. Владее английски, български, португалски и немски език. Посланик е на Република Франция в България от две години.



Фото Стоян Йотов

автор: Илия Лазаров

Ваше Превъзходителство, как оценявате икономическите отношения между България и Франция през последните години?

- Намирам ги едновременно за отлични, но и за недостатъчни. Франция се нарежда на осмо място сред търговските партньори на България. За 10 години обменът между двете страни нарасна с 67% и през 2014 г. достигна размер от 1,7 млрд. евро. През последните десет години френският износ към България нарасна с 44%. Българският износ към Франция, от своя страна, бележи успех в сектори като текстилната промишленост и производството на облекла, както и в електромеханичното и електронното оборудване.

Обемът на френските преки чуждестранни инвестиции надхвърля милиард евро, което нарежда страната на десето място сред чуждестранните инвеститори в България, след Германия и Австрия, но преди САЩ. Тези инвестиции се изразяват на практика в присъствието на стотина филиала в България осигуряващи близо 11 000 работни места. Сред най-видимите инвеститори са Société Générale, BNP Paribas, Décathlon, Mr. Bricolage, Groupama, Pierre Fabre, L'Occitane, Ubisoft, Schneider Electric, Saint-Gobain.

Н.Пр. **Ксавие** Ланер гьо Кабан:

РЕФОРМИТЕ ЩЕ ЗАДЪРЖАТ МЛАДИТЕ ХОРА В БЪЛГАРИЯ

ПРОДЪЛЖАВАЩАТА ЕМИГРАЦИЯ НА НАЙ-КВАЛИФИЦИРАНАТА РАБОТНА РЪКА Е СПИРАЧКА ЗА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ИНВЕСТИЦИИ И ЗА РАЗВИТИЕТО НА СТРАНАТА

- Кои области на икономическите отношения между двете държави биха могли да станат по-интензивни?

- Лансирането на оперативни програми, финансирани от европейските фондове, за периода 2014-2020 г. би трябвало да ни позволи да засилим допълнително икономическите отношения между нашите две страни. Франция например притежава доказан опит в железопътния сектор, но също така и в множество други сектори като електропроизводството (ядрена енергетика, възобновяеми енергийни източници, енергийна ефективност), електропроводите, летищната инфраструктура, градския транспорт, управлението на водите др.

Нашите предприятия са готови за партньорства с български фирми, които имат това желание, за да участват заедно в планираните от правителството проекти и по този начин да отговорят на обществените поръчки, но също така и да обменим нашите познания и опит, за да могат нашите отношения да се впишат в един дългосрочен времеви диапазон.

- Как гледа френският бизнес на икономическия и инвестиционния климат в България?

- През последните години България се наложи като нов актьор с тежест в региона. С БВП, възлизащ на близо 40

млрд. евро и население от 7,2 млн. души, страната предлага несъмнено редица преимущества: благоприятно данъчно облагане, умерена цена на производство, квалифицирана работна ръка на привлекателна цена. Страната вече е член на Европейския съюз, което позволява да се намалят и дори напълно да се отстранят множество пречки пред свободното движение на стоки. Уникалното ѝ географско местоположение, в сърцето на пътищата, свързващи Изтока със Запада, в близост до турския пазар (74 млн. души население), в сърцето на международни транспортни, железопътни и газови коридори, е силно ценено от френските предприятия. Към това се прибавя и стабилната политико-икономическа среда, която фаворизира доверието на инвеститорите. Хармонизирането на законодателството с европейското улеснява упражняването на икономическа дейност на българска територия. Но привлекателността на страната за чуждестранните инвеститори зависи също така от ефективното прилагане на реформи, които засягат защитата на инвестициите, борбата с корупцията, осигуряването на независима от всякакъв натиск и ефективна съдебна система, както и свободен и равнопоставен достъп до обществените поръчки. Това са условия, необходими също така, за да спре младият български елит да вижда своето бъдеще извън страната. Защото продължаващата емиграция на най-квалифицираната работна

ПРЕЗ МАРТ 2016 Г. ЩЕ БЪДЕ ЛАНСИРАН НАЦИОНАЛНИЯТ КОНКУРС „ЕКООБЩИНА“

ръка рискува да бъде спирачка не само за чуждестранните инвестиции, но също така и за развитието, необходимо на страната, за да достигне средното европейско ниво.

- Кои сектори на българската икономика са най-интересни за френските инвеститори?

- Френското присъствие е в унисон със структурата на българската икономика. На първо място, секторът на услугите генерира 55% от оборота на френските предприятия в България. Той покрива серия от дейности, в това число банкирането и застраховането (пример са Société Générale и BNP Paribas, които са сред основните банки в България, респективно сред търговските и инвестиционните банки), комуналните услуги (Veolia осигурява водоснабдяването, канализацията и пречистването на отпадъчните води на територията на Столична община и част от топлоснабдяването на Варна), търговията на дребно (например Décathlon има шест обекта в България) и хотелиерството (групата Accor откри в София един Novotel и в момента финализира проект за Ibis в центъра на града). Не трябва да забравяме, разбира се, и транспорта, внос-износа, разработването на софтуер.

На второ място с 34% от оборота се нареждат големите френски индустриални инвеститори като Schneider Electric, Saint-Gobain, Montupet, Serta и Air liquide, който разполага с три завода за производство на газ. Имаме важно присъствие и в селскостопанския сектор (11% от оборота), като тук са представени десетина френски предприятия. Групата Soufflet например експлоатира две предприятия за производство на малц и планира изграждането на ново.

И накрая, групата Total, която присъства от доста години на българския пазар за масла за автомобили и индустрията, придоби през 2012 г. заедно със своите партньори OMV и Repsol разрешително за търсене и проучване на нефт и природен газ в Черно море.

- Кои български продукти имат най-добри възможности за реализация на френския пазар?

- Според данни на френската митническа служба, български продукти, които се продават най-добре на френския пазар, са дрехите (според официалните митнически данни от 2014 г. те съставляват 19% от българските стоки, изнесени за Франция), електроразпределителни и контролни апарати (10% от общата продажба на български стоки във Франция), гъши дроб, зърнени продукти (6%), електрическо и електронно оборудване за автомобили (5%). През 2014 г. износет на български стоки във Франция достигна до рекордните 971 млн. евро.

И някои конкретни и точни примери, от най-простите до най-комплексните. България изнася успешно във Франция вина, гъши дроб, маркови облекла (Lise Charmel, Texar и

др.), алуминиеви отливки, лагери, електрически прекъсвачи и програмируеми контролери, хладилници, акумулатори, телекомуникационни антени, оборудване за автомобили. Това многообразие отразява богатството на българската експертиза.

Да не забравяме и обслужващите дейности, които се изнасят във Франция чрез отличното ниво на подготовка на български кадри и техници. Такъв е примерът, да речем, на специализираните в аутсорсинг на бизнес процеси предприятия или в информационните технологии (сред които е френската група ATOS).

- Какви нови бизнес проекти предстоят между България и Франция?

- В идващите месеци и години очаквам нещата най-много да се раздвижат в областта на устойчивото развитие. Нови международни норми, нови политики, нови опасения на гражданите и консуматорите са на път да се появят. Всички те са и в центъра на 21-ата конференция на страните от Рамковата конвенция на Обединените нации по изменение на климата или съкратено COP21, която се откри в Париж на 30 ноември. Предприятията много бързо ще разберат, ако не са го направили все още, че всичко това представлява едно ново поле на действие, на което те имат интерес да присъстват, без да губят време. Френските предприятия, които присъстват тук (EDF, Veolia, Schneider Electric, Saint-Gobain и др.), могат да предложат на България нови решения за развитието на един устойчив град.

Посолството на Франция в България си поставя за цел да повиши чувствителността и осъзнатостта на българската общественост и да изгради мостове между експерти, предприемачи, преговарящи, общественици и широката публика. От доста месеци вече Френският институт е домакин на серия от събития, посветени на ограничаването на глобалното затопляне, които събират признати български и френски експерти. Така например на 12 ноември се проведе кръглата маса „Иновациите като решение за климатичните промени – сфера на сътрудничество за публичните и частните субекти“. На 23 ноември организирахме конференция-дебат на тема „Какво е бъдещето на земеделските райони пред лицето на климатичните промени? Зелен туризъм, устойчиво селско стопанство, къси вериги за доставка“. И накрая - през март 2016 г. ще бъде лансиран националният конкурс „Екообщина“, благодарение на сътрудничеството между посолството и българските министерства на околната среда и водите и на регионалното развитие и благоустройството. Множество предприятия, сред които Renault Nissan България, Schneider, Veolia, вече се съгласиха да бъдат патрон на различните категории от конкурса – обществен транспорт, електрическа мобилност, мястото на колхозите и пешеходците в града.

Освен това, в рамките на разрешителното за търсене и проучване на нефт и природен газ, което споменах вече, Total предвижда да започне сондиране в Черно море още от следващата година. То ще се провежда в дълбоките води на Черно море (между 100 и 2000 метра), в блока „Хан Аспарух“. Тези сондажи представляват една надежда за намаляване на енергийната зависимост на България, която днес страда от това, че има само един доставчик на нефт („Лукойл“) и на газ („Газпром“).

Б.р. - интервюто е направено преди атенатите в Париж от 13 ноември 2015 г.



**ОБЕМЪТ НА ФРЕНСКИТЕ ИНВЕСТИЦИИ НАДХВЪРЛЯ
МИЛИАРД ЕВРО, КОЕТО НАРЕЖДА СТРАНАТА
НА ДЕСЕТО МЯСТО СРЕД ЧУЖДЕСТРАННИТЕ
ИНВЕСТИТОРИ В БЪЛГАРИЯ**

Н.Пр. г-н Рагжеш **Кумар** Сачдева:

БЪЛГАРИЯ СПЕЧЕЛИ ИНДИЙСКАТА ФИЛМОВА ИНДУСТРИЯ



Ваше Превъзходителство, в каква посока се развиват икономическите отношения между България и Индия през последните години?

- Индия и България имат дългогодишни приятелски и топли взаимоотношения. През последните 60 г. са подписани много търговски споразумения за поощряване на търговията и инвестиционното сътрудничество. Важни търговски споразумения, подписани между двете държави, са за избягване на двойното данъчно облагане; за подкрепа и закрила на инвестициите и споразумение за икономическо сътрудничество. Множество съвместни работни групи са създадени в различни сектори на взаимен интерес. Тези групи се срещат на редовни интервали, за да проучват новите възможности за двустранно икономическо сътрудничество.

Индо-българската съвместна комисия за икономическо, научно и техническо сътрудничество е основният механизъм за обзор на състоянието и за посочване на начини за разширяване и задълбочаване на двустранните икономически взаимоотношения. Подпомагащите търговията организации от двете държави играят важна роля в откриването на бизнес възможности и стимулирането на бизнеса да търси търговски и инвестиционни проекти от взаимен интерес.

Редовен обмен на бизнес посещения има и от двете държави. Щастлив съм да отбележа, че през последните 6 месеца се организираха два бизнес форума в София. Роудшоу „Произвеждайте в Индия“ бе организирано през март 2015 г. заедно с Българската търговско-промишлена палата, за да извести българската бизнес общност за новите инициативи на индийското правителство с премиера Нарендра Моди за превръщането на Индия в глобален производствен център. Предоставена беше информация за промените в правилата и регулациите с цел да бъде постигната „лекота при реализирането на бизнес с Индия“. Двустранен форум се организира тази година през юни от Съвета на търговските палати на ЕС и Българската агенция за насърчаване на малките и средните предприятия, която постави основа за разбиране на инициативите на правителствата в двете държави за стимулиране на търговията и инвестициите и за обсъждане на възможностите за участие на индийски компании в бизнес проекти в България. Щастливи сме, че и двата форума събраха голяма аудитория и бяха широко отразени в местните медии. Според нас секторите, които биха могли да бъдат от общ интерес за бизнеса на двете държави, са преработване на храни, текстил, кожена индустрия, фармацевтика, наука и технология, малки и средни предприятия, енергетика и в частност нови и обновяеми

енергийни източници, инженерни стоки, туризъм, селско стопанство и информационни технологии.

- Какъв е обемът на двустранната търговия?

- Обемът на двустранната търговия е скромна и същото се отнася и за инвестиционните проекти. Някои индийски инвестиции се реализираха в България от Намдахари Сийдс ЕООД (селско стопанство), Елдер Биомеда (фармация), Сине Гранд (развлечение). Важни български инвестиционни проекти в Индия са реализирани от Екстрийм Броудбанд (телекомуникации), Хювефарма (ветеринарна медицина), Прайм Стар Петролеум и Инфраструктура (опаковане на течен битум).

Вярваме, че съществува огромен потенциал за развитие на търговските и инвестиционните връзки между двете държави. Като се има предвид желанието на двете държави да разширяват и задълбочават двустранното икономическо сътрудничество, е необходимо да се насочат усилия за създаване на информираност за бизнес възможностите и поощряване на визитите на бизнес делегациите за срещи бизнес-бизнес. За постигането на тази цел, щастлив съм да съобща за създаването на Индо-българската търговска палата с участието на 13 изявени фирми от секторите на фармация, опаковане на течен битум, ИТ, правни услуги и др.

- Как оценявате икономическия и инвестиционния климат в България? Кои са пречките и кои са предимствата за индийски компании да инвестират в България?

- България предоставя множество предимства, за да изпъкне като атрактивна бизнес дестинация за индийските компании. Важни предимства са стратегическото географско положение, членството в ЕС, ниските данъци, умерените възнаграждения, квалифициран персонал и сравнително добра инфраструктура. По време на моя престой в България научих за редица инициативи и стимули на правителството да направят държавата благоприятна за бизнеса. Според мен липсата на информираност сред индийския бизнес за възможностите, налични в България, е основната причина за ограниченото бизнес присъствие. Липсата на директна връзка по въздух и море е друго препятствие пред напредъка на двустранното икономическо сътрудничество. Вярвам, че организация за улеснено пътуване с проучвателна цел на бизнес представителите, както и за управление на техните инвестиционни проекти, би било допълнителен стимул.

- Какви конкретни инвестиционни проекти планират

• СТРАНАТА МОЖЕ ДА СЕ ВЪЗПОЛЗВА ОТ
• ТОВА ПРЕДИМСТВО СЪС СТРАТЕГИЯ ЗА
• ПРИВЛИЧАНЕ НА ТУРИСТИ И ИНВЕСТИЦИИ

индийски компании в България?

- Вече споменах за някои успешни инвестиционни проекти на индийски фирми в България. Възможните сектори, които биха могли да заинтересуват индийски фирми за инвестиции, са селско стопанство, преработка на храни, информационни технологии и аутсорсинг на бизнес процеси, фармация, производство, хотелиерство, уелнес и др. В тези сектори България има технологичен ноу-хау, както и квалифициран персонал. През годините индийските компании са предприели множество инвестиционни проекти в цяла Европа за глобалния пазар. Необходими са усилия за привличането на индийски компании, като се открият преимуществата за инвестиране в България в сравнение с другите държави в региона. Струва си да се каже, че индийските компании търсят инвестиционни възможности по целия свят за задоволяване на търсенията на индийския пазар, както и за пазарите навън. В този контекст се очаква индийските компании да бъдат отворени към всички възможности, било то джойнт венчър, технологичен трансфер, директни инвестиции, придобивания и др. Сигурен съм, че има светло бъдеще за индо-българското сътрудничество.

- Как да се увеличат взаимните инвестиции?

- Окуражаващо е да споделя, че списъкът с инвестиционни проекти се очаква да се увеличи. От една страна, за някои съществуващи инвестиционни проекти се търсят възможности за развитие, а от друга - много нови проекти, които са на различни етапи на обсъждане, вероятно ще потръгнат в бъдеще. Наскоро бяха подписани споразумения за технологичен трансфер между компании от двете държави в областта на информационните технологии, апаратура за анализ на мляко и др.

Позволявам си да включа в списъка на успешните инвестиционни проекти новата тенденция на индийската филмова индустрия, избрала България като предпочитана дестинация за заснемане на филми. Това е пример, където преимуществата на България като добра локация, технически квалифициран персонал, умерени цени и наличие на технически съоръжения и филмови студиа са добре оповестени и са убедили индийската филмова индустрия в своята търговска жизнеспособност. Вярвам, че популяризирането на България, предизвикано от последните новини за индийски филми, заснемани в страната, би било изгодно за разрастване на двустранното икономическо сътрудничество. Като последствие от производството на филми, България може да обмисли предприемането на промоционална



фото: Стоян ЙОТОВ

стратегия за привличането на индийски туристи, както и да създаде информираност за бизнес възможностите в България.

- В кои области виждате възможности за български инвестиции в Индия?

- Индия се явява една от най-атраktivните дестинации не само за инвестиции, но и за правене на бизнес през последните години. Тя се е превърнала в една от най-бързо развиващите се големи икономики в света с добри изгледи за устойчиво нарастващи темпове в следващите години. Някои от причините, които правят Индия атраktivна дестинация, са многочислена и бързо нарастваща средна класа; огромно и нарастващо вътрешно потребление; постоянно еволюиращи политики, благоприятни за инвестициите; ниска стойност на производството, поради евтиното заплащане за труд; наличие на квалифициран персонал; богатство на природни ресурси; акцент на правителството върху подобрието на инфраструктурата; местоположение на Индия, близо до пазарите на Югоизточна Азия, Средния изток и Европа.



Чрез инициативите в рамките на „Произвеждайте в Индия“ бизнесът по света проучва инвестиционните възможности, за да се възползва от бързо растящата икономика. Искам да окуража българския бизнес да фокусира вниманието си върху Индия и да обмисли предприемането на бизнес визити с цел проучване и откриване на проекти/ сектори, интересни за тях. Отправяйки покана към българския бизнес да инвестира в Индия, вярвам, че секторите, където може да има интерес, са информационните технологии и аутсорсинг на бизнес процеси, производство на лекарства, на военна продукция, индустриален инженеринг, преработка на храни, възобновяема енергия, електромашини и оборудване. В тези сектори и двете държави се допълват, като едната може да извлече полза от другата по отношение на инвестиции, технология или обмяна на добри производствени практики.

- Текстилната индустрия е една от най-развитите в Индия. Мислите ли, че има възможности за сътрудничество в тази област между двете страни и какви са те?

- Индийската текстилна индустрия е крупна и представлява важен сектор за индийския износ и в генерирането на работни места. Като се вземат предвид умерените заплати, ниските данъци и ниските режимни разноски, предлагани в България, тя би могла да се позиционира като производствен център за Европа. Възможните сектори за сътрудничество между двете държави са внос на текстил и аксесоари от Индия за производството на облекло в България; шевни машини за платове, дрехи и др. България, със своето стратегическо положение и финансови преимущества, има потенциал да привлече инвестиции и практики за производство на облекло от Индия за сформирането на джойнт венчър за износ към Европа.

**ИНДИЙСКАТА
ТЕКСТИЛНА
ИНДУСТРИЯ
МОЖЕ ДА СЕ
ПОЗИЦИОНИРА В
БЪЛГАРИЯ КАТО
ПРОИЗВОДСТВЕН
ЦЕНТЪР ЗА
ЕВРОПА**

СОФИЯ ХРИСТОВА:

СВЪРШЕНА РАБОТА

Е САМО ДОБРЕ СВЪРШЕНАТА РАБОТА

ЛИДЕРИТЕ 52



НИТО ЗА МИГ НЕ ЗАБРАВЯМ, ЧЕ НИЕ УПРАВЛЯВАМЕ НЕ ПРОСТО ФИНАНСОВИ АКТИВИ, А БЪДЕЩИТЕ ПЕНСИИ НА МИЛИОН ХОРА

Фото Стоян Йотов

автор: Татяна Явашева

ИЗКУСТВОТО НА ЛИДЕРСТВОТО Е... изкуството на работата в екип. Изграждането и мотивирането на един екип, формирането на общите цели, комуникирането им с хората и личният пример, за да ти повярват и заедно да стигнете до успеха. За мен това са основните принципи на успешния лидер.

- УПРАВЛЕНИЕТО НА ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНО ДРУЖЕСТВО... наред с всички особености, характерни за управлението на една компания, е и много голяма социална отговорност. Нито за миг не забравям, че ние управляваме не просто финансови активи, а бъдещите пенсии на милион хора.

- МОЯТА МИСИЯ В БИЗНЕСА Е... успешна пенсионна реформа. И понеже това може да прозвучи като клише, ще поясня. Началото на моята кариера в пенсионното осигуряване преди 21 години съвпадна със старта на допълнителното пенсионно осигуряване и реформирането на българския пенсионен модел. Създадохме тристълбов пенсионен модел в България и най-важното е, че българите започнаха да разбират, че сами трябва да се погрижат за своите доходи след пенсиониране. Освен пенсията от НОИ, която всички знаем, че осигурява минимален стандарт на живот, всеки би могъл да планира спестяване за допълнителна втора пенсия, ползвайки данъчно облекчение за това, и така да си гарантира по-добър живот в бъдеще.

София Христова е изпълнителен директор на пенсионноосигурително дружество „Алианц България“ и изпълнителен вицепрезидент „Продажби“ на „Алианц България Холдинг“. През 90-те години, когато секторът тепърва прохода в страната, тя е един от пионерите, които полагат основите му. Завършила е финанси и кредит в УНСС, след което специализира управление на пенсионни фондове и попечителски банки в САЩ, както и корпоративно управление в US-AID. През 1994 г. се присъединява към новосъздадения Доброволен пенсионен фонд „България“. От 1997 г. е изпълнителен директор и председател на УС на ПОД „Алианц България“, а през 2013 г. става и изпълнителен вицепрезидент на холдинга.

- УСПЕХЪТ Е СЛЕДСТВИЕ ОТ... ясни цели, убеденост в това, което вършиш, екип от съмишленици и упорита работа. Пътят към успеха е дълъг и покрит с неравности.

- УДОВЛЕТВОРЕНИЕ В РАБОТАТА МИ НОСИ... щастие в очите на клиентите. Позитивната обратна връзка от две много важни групи хора – нашите клиенти и екипа, с който работя.

- ДОБРОВОЛНОТО ПЕНСИОННО ОСИГУРЯВАНЕ Е... 50% от решението на проблема с ниските доходи на пенсионерите. Каквито и реформи да се правят в задължителното осигуряване, демографската картина у нас е толкова лоша, че нямаме никакъв шанс да получаваме нормални по размер пенсии от НОИ. Единственото спасение от бедността в третата възраст е всеки да поеме част от инициативата и отговорността за своите пенсионни доходи, като започне да спестява възможно най-рано.

- ТУРБУЛЕНЦИТЕ В ПЕНСИОННАТА РЕФОРМА... са резултат от действията на хора, които мислят краткосрочно в рамките на няколко фискални години или в най-добрия случай на един-два мандата. Абсурдно е финансов министър да е основният идеолог и двигател на реформа в пенсионното осигуряване. Неговите цели и хоризонт нямат нищо общо с целите и хоризонта, които трябва да имаме, когато реформиране пенсионния модел.

- „ТРЕТАТА ВЪЗРАСТ“ Е ВРЕМЕ... когато човек трябва да се посвети преди всичко на себе си и на близките си хора. Необходимите предпоставки за това са време, здраве и спокойствие. За съжаление, за преобладаващата част от хората в България, третата възраст преминава в борба за оцеляване, било като работят, за да допълнят недостатъчните си доходи, или като се лишават от жизненоважни неща и се чудят дали да си купят лекарства или храна. При-

теснителното за мен е, че тази ситуация продължава вече толкова дълго, че започва да се възприема от хората като нормална. Спомнете ли си протестите на пенсионерите с тенджерите от 90-те години? Да сте чували скоро за нещо подобно, а стандартът на живот на тези хора не се е подобрил особено... Изглежда, че това създава своеобразен комфорт на политиците и те не се чувстват притиснати да правят реформи и да работят за промяна на статуквото.

- АКО ЗАВИСИ ОТ МЕН, БИХ ПРОМЕНИЛА... това, че младите хора напускат България. Давам си сметка, че този процес е свързан с коренна промяна на икономическите условия, качеството на живот и т. н. Но знам, че това е и най-сигурният начин една нация да загуби своята идентичност.

- ХОРАТА НЕДООЦЕНЯВАТ... своята роля и своите възможности за промяна на обществото към по-добро. Имам предвид във всяко едно отношение – от мръсните градинки и площадки пред блоковете, които често обсъждаме и порицаваме, но в повечето случаи не правим нищо, за да ги променим, до това, че ругаем или цъкаме с език пред телевизорите, но половината от нас дори не отиват да гласуват.

- БЪЛГАРИЯ ЩЕ СЕ ОТТЛАСНЕ ОТ ДЪНОТО НА БЕДНОСТТА... когато преобладаващата част от българите станат отговорни към себе си и към обществото. В противен случай ще продължим да се въртим в омагьосания кръг на мизерията. Ако се върна на темата за пенсиите, не може цял живот да работиш, избягвайки по всякакъв начин плащането на данъци и осигуровки и след това да псуваш държавата, че са ти отпуснали 160 лева пенсия. В никакъв случай не считам, че само хората са виновни за тази ситуация, защото политиците и управляващите трябва да създадат предпоставки и условия, за да може тя да се промени. Какъв например може да е стимулт за осигуряване в здравната каса, когато, от една страна, постоянно виждаме колко много се



ФИРМЕН ПРОФИЛ

Пенсионноосигурително дружество „Алианц България“ е създадено 1994 г. През 1998 г. Allianz SE придоби контролния пакет акции на „България Холдинг“ АД и компанията се преименува в „Алианц България Холдинг“. Основните акционери в ПОД „Алианц България“ са „Алианц България Холдинг“ АД (65,4%) и НЕК ЕАД (34%). Дружеството управлява четири пенсионни фонда: два доброволни - ДПФ „Алианц България“ и ДПФ ПС „Алианц България“, и два задължителни - универсален (ЗУПФ „Алианц България“) и професионален (ЗППФ „Алианц България“). По данни на Комисията за финансов надзор към 30 септември 2015 г. ПОД „Алианц България“ управлява 23% от активите на всички пенсионни фондове в България, в това число 45% от активите на всички доброволни пенсионни фондове. Към тази дата активите на пенсионните фондове, управлявани от ПОД „Алианц България“, са 2,04 млрд. лв., а осигурените в тези фондове са 985 138 души.

злоупотребява с парите за здраве, а от друга, дори и да плащаме, не получаваме адекватна услуга.

- СЛУЧКАТА, КОЯТО МИ ДАДЕ УВЕРЕНОСТ В ДОБРОТО... за щастие не е една. Убедих се колко много може да направим, когато сме обединени около една кауза. След призив за помощ за лечение на малко дете, болно от рядък вид рак, за един ден бяха събрани необходимите средства за едногодишно лечение в чужбина. Най-важното е, че хората се самоорганизираха и успяха. Изпълни ме с удовлетворение фактът, че моите колеги спонтанно решиха, че и ние също трябва да помогнем. Тези неща ми дават увереност, че ще успеем да се справим с трудностите на днешния ден.

- НАЙ-ВАЖНИТЕ ЦЕЛИ ПРЕД МЕН СА... да имаме стабилна и финансово устойчива пенсионна система. Ще бъде напълно удовлетворена, когато видя добре облечени български пенсионери, доволни от живота, пътуват и се наслаждават на заслужената си почивка. Решаването на тези въпроси зависи от всички нас, от нашата отговорност за бъдещето на младите хора в България.

- НАЙ-ДОБРАТА ИНВЕСТИЦИЯ Е ТАЗИ... която съответства на целите, които имаш, и идеята ѝ води до по-добро, независимо дали е материална или морална. Човек трябва да си дава сметка за рисковете, които би могло да има, и дали може да ги понесе. Най-добрата инвестиция е тази, която постига целите и човек е щастлив от крайния резултат.

- СЪВЕТЪТ МИ КЪМ ОНЕЗИ, КОИТО СЕГА ТРЪГВАТ „КЪМ ВЪРХА“, Е... да не объркват приоритета на истински важните неща. Достигането на определени позиции и финансови резултати не може сами по себе си да бъдат цел. Много по-важна е стойността, ползата и, ако щете, смисълът на това, което правиш.

- ИСКАМ ДА ИМАМ ПОВЕЧЕ ВРЕМЕ ЗА... себе си и за най-близките си хора. И тъй като вече не съм далеч от третата възраст, от години планирам и се подготвям за този период от живота и се надявам в крайна сметка да получа това време.

- МОЯТА ЛЮБИМА МАКСИМА Е... че свършена работа е само добре свършената работа. Няма такова нещо като свърших една работа, ама некачествено.

- ПРЕПОРЪЧВАМ... да бъдем отговорни към себе си и към обществото. Да живеем така, че утре децата ни да са горди, че живеят в България.

СЪВЕТЪТ МИ КЪМ ОНЕЗИ, КОИТО СЕГА ТРЪГВАТ „КЪМ ВЪРХА“, Е ДА НЕ ОБЪРКВАТ ПРИОРИТЕТА НА ИСТИНСКИ ВАЖНИТЕ НЕЩА



КМЕТА.^{bg}

ВЕСТНИКЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ



БЕЗПЛАТНИЯТ ВЕСТНИК НА БЪЛГАРИЯ
www.kmeta.bg



БУКСУВАЩИЯТ СУПЕР МАРИО

автор: Людмил Захариев

Не е лесно да си управител на централна банка. Особено на европейската. Ако не вярвате, попитайте Марио Драги. Тъкмо сега 68-годишният италианец преполови 8-годишния си мандат и на фона на дългови и политически кризи на Стария континент равносметката за дейността му досега не е в негова подкрепа.

Кой е
„Супер Марио“

Възпитаник на йезуитско училище в Рим,

впоследствие високопоставен служител на Goldman Sachs и спасител на имиджа на италианската банкова система – такъв е образът на Драги, когато през 2011 година застана начело на Европейската централна банка (ЕЦБ). През 10-те години като управител на Държавния трезор преди това той променя из основи вътрешните структури и изготвя една от най-мощните приватизационни програми в Европа, донесла приходи в размер на 10 млрд. евро. Играе важна роля в кандидатурата на Италия да влезе с първата вълна държави в еврозоната, помага в изготвянето на Маастрихтския договор,

В СРЕДАТА НА МАНДАТА СИ УПРАВИТЕЛЯТ НА ЕЦБ Е НЕДАЛЕЧ ОТ НАЧАЛОТО - НЕ Е ИЗПЪЛНИЛ ОСНОВНАТА СИ ЦЕЛ ЗА ИНФЛАЦИЯТА И СЕ БОРИ ЗА ЗАПАЗВАНЕТО НА ЕВРОЗОНАТА ОСНОВНО С ПЕЧАТАНЕ НА ПАРИ

положил основите за единната валута. Свърхнаточният му график и трескавата му дейност в този десетгодишен период му спечелват в италианските медии прозвището „Супер Марио“.

Едно от най-големите признания за Драги е, че успя да възстанови доверието в италианската централна банка, чийто имидж пострада от скандал с предишния ѝ управител Антонио Фацио.

Качествата му обаче не се изчерпват дотук. Италианецът успява да създаде добри взаимоотношения с целия политически спектър в Италия, стоейки встрани от обществената сцена в Рим и въздържайки се да изразява лични политически амбиции. Успява да застане на мястото на Жан-Клод Трише в ЕЦБ в края на мандата му.

Какво се случи за 4 години

Днес Марио Драги е в средата на мандата си, но все още е далеч от целта си. Президентът на ЕЦБ прекара първите четири години от осемгодишния си мандат в битка за запазването на еврозоната и побеждаването на противниците на количествените улеснения (QE). През втората половина на мандата си ще опита да постигне ценова стабилност и инфлация от 2%.

Иронично е, че точно Драги се опитва да предотврати дефлацията, която е факт най-вече заради рязкото поевтиняване на енергийните ресурси през последната година. Най-голямата тревога, особено в Германия, бе, че с поставянето на италианец като шеф на ЕЦБ ще доведе до рязко повишение на цените. Инфлацията през последните 4 години от мандата на Драги е средно 1,2%, въпреки печатането на планини от пари. За сравнение, преди това Жан-Клод Трише успя да достигне общо средно ниво от 2,1% по време на своя мандат. Първият президент на ЕЦБ - Вилем Фредерик Дуйзенберг, пък записа точно 2% средна инфлация за периода, през който бе начело на банката.

Заслугите и провалите

Равносметката от създаването на ЕЦБ досега е, че първият председател Вилем Фредерик (Вим) Дуйзенберг, наричан още „бащата на еврото“, изигра решаващата роля в създаването на Европейския валутен съюз, в създаването на монетарните институции, във въвеждането на еврото в обращение и гарантирането на доверието в единната валута. Неговият наследник Жан-Клод Трише стана емблематичен със своята



строга дисциплина и силното си възпротивяване на всяко неизпълнение на задълженията по дълга от страна на Гърция, въпреки че в края на мандата му се стига до консенсус за 50% „подстрижка“. Италианецът също определено може да се изкуши да обере някои позитиви - укрепването на основите на валутния блок и задържането на Гърция в елитния клуб.

Значим факт е и, че Драги встъпи в длъжност едва няколко часа, след като Гърция призова за референдум за бъдещето на еврото в страната в края на 2011 година в контекста на изтичането на капитали. Действието на Драги промениха решително хода на кризата на държавния дълг към по-добро.

Италианецът се оказа майстор на добрите сигнали

към финансовите пазари, когато доходността на облигациите заплашаваше да разруши еврозоната. Неговият залог през юли 2012 г. да направи „каквото е необходимо“, за да запази единната валута, вероятно ще влезе в учебниците като „трите най-успешни думи в историята на централното банкиране“, смята самият директор на Международния валутен фонд Кристин Лагард.

Спечелването на подкрепата на германския канцлер Ангела Меркел за политиката на защита на еврото и стабилизиране на икономиката не успя обаче да предпази Драги от скептицизъм и враждебност към неговите действия в най-голямата и най-гъсто населена икономика на региона. Според много от вътрешнодържавните съюзници на Меркел обаче Драги и работата му трябва да се поставят под въпрос не само заради меката парична политика и наводняването на пазарите, но и заради многото покупки на облигации.

Освен това Драги не може да се похвали с постигането на целта от 2% ниво на инфлацията на фона забавянето на растежа на световната икономика и спада в цените на суровините, които още повече заплашват реномето му в това отношение в сравнение с неговите предшественици. И няма как да бъде иначе – основната цел на ЕЦБ е инфлацията, а тя не е постигната почти в нито един момент от мандата на Драги.

В своя подкрепа италианецът твърди, че заслугата за активната роля на ЕЦБ в последните 4 години се корени в неизпълнението на задълженията на страните членки. Затова и призовава правителствата да извършат нужните структурни реформи. Драги смята, че досегашните 4 години начело на ЕЦБ са били „съдбовни и белязани от дълбоки промени в структурата на паричната политика.“ Той също така смята ситуацията в еврозоната през този период за „извънредна“. Основната загриженост на Драги досега е била да защити 19-членния блок от стагнация, падащи цени и намаляващ потенциал за растеж като в Япония.

„Хеликоптерните пари“ и рискове пред ЕЦБ

„Парите са добър слуга, но лош стопанин“, казва английският философ от XVI век Френсис Бейкън. Думите му винаги са били актуални и лесно могат да бъдат приложени към настоящата ситуация с ЕЦБ. Въпреки дълговите и политически кризи Централната банка на Стария континент, а и финансовите пазари в цяла Европа, са в опиянение от лесните „хеликоптерни“ пари - пълното отрицание на паричния консер-



ватизъм, който правителствата на някои страни се опитват да наложат.

И въпреки че Драги обещава още от същото, и то още през декември, ясно се вижда, че това не работи. Допълнителен ресурс за банките не може да окаже особен ефект върху търсенето на кредити. В допълнение, ако с основен лихвен процент от 0,05% ЕЦБ не може да стимулира кредитирането, предоставянето на допълнителна ликвидност едва ли ще помогне. Другият проблем е, че колкото и пари да печата ЕЦБ, това няма да реши нито един от структурните проблеми на валутния съюз.

Формулата, към която ЕЦБ залита, е проста: спускат се пари, надуват се цените на активите, а после всички се радват на покачващи се борсови индекси, купувайки време за политиците да проведат структурни реформи – т.е. да признаят пред избирателите си, че европейската „социална пазарна икономика“ е изправена пред фалит, ако не бъдат предприети радикални мерки за възвръщане на фискалната стабилност.

Но въпреки рекордно ниските лихвени проценти, дългосрочните заеми от банки и количествените улеснения в размер на 1,1 трилиона евро, Драги не успя да вдигне инфлацията до целта от 2%. Сега, изправен пред крехко възстановяване, риск от по-слаба световна търговия и рязък спад в цените на енергийните ресурси, той се е запътил към още един рунд на смекчаване на паричната политика през декември.

Риск и за следващите години остава Гърция. След най-голямото реструктуриране на дълга в историята през 2012 г., страната почувства кратко облекчение, а след това и трети пакет от спасителен заем през август и трайно бъдеще в паричния съюз. И все пак кризата би могла да се възпламени отново заради кратките срокове за съкращаване на разходите, резките промени при пенсионното осигуряване и данъчните ставки и преговорите за сключване на дългосрочна стратегия за управление на дълга.

24-каратов подарък

Стойността му остава
Вечна



Колекционна серия
„Треска за злато“
злато проба 999.9/1000



Златно ключе
„Година на Змията“
злато проба 999.9/1000



Златно ключе „Година на Дракона“
злато проба 999.9/1000

 **Fibank**
Моята банка

www.fibank.bg ☎ ***bank (*2265)**

Представените, както и други златни и сребърни продукти, можете да закупите онлайн на адрес:
<https://my.fibank.bg/GoldShop> или във всеки клон на Fibank.

БЪЛГАРИЯ ДА НЕ ВЛИЗА В ЕВРОЗОНАТА, ЩЕ БЪДЕ КАТАСТРОФА

автор: Бранислава **Бобанац**, Кипър



България да влезе в еврозоната? Стойте настрана, не ви трябва! Ще имате проблеми. Това може да стане катастрофа!“ Рязко и почти скачайки от бюрото си реагира на въпроса ми за бъдещото въвеждане в България на еврото проф. Андреас Теофанус - един от водещите икономисти, изследователи и анализатори в Кипър. 55-годишният професор по политическа икономия, гост-лектор в редица американски и английски университети, е съосновател и президент на Центъра по европейски и международни въпроси в Университета на Никозия - известен академичен „мозъчен тръст“ на острова. „Предупреждението“ му се базира на „личния“ опит на островната държава, една от най-малките страни членки на ЕС, платила своята цена в общите европейски проблеми.

Тройката си отива,
кризата остава

С учения, известен в родината си и като силен критик на политиката на „тройката“ международни кредитори (Европейската комисия, Европейската централна банка и Международния валутен фонд) разговаряме в края на третата и последна година за нейния меморандум в Кипър. Той изтича в края на март 2016 г.

„В края на март Кипър ще излезе от меморандума, но не и от кризата. Много е хубаво да се каже: свърши програмата на Тройката, свърши и кризата. Но кризата не е приключила“, твърди известният кипърски учен.

Спасителната програма, която Кипър започна да изпълнява през март 2013 г. със споразумението с Тройката, не решава икономическите проблеми на страната, а ги влошава според равнотежната на проф. Теофанус. „Аз не одобрявам Тройката и политиката на правителството. Пакетът, който ни бе наложен, не ни даде шанс да поправим допуснатите грешки в банковия сектор и икономиката“.

В същото време правителството с оптимизъм отчита, че в края на „мандата“ на Тройката икономиката на Кипър спря да потъва, стабилизира се и дори започна леко да се възстановява. Досегашните темпове на развитие на икономиката подкрепят очакванията, че 2015-а ще завърши с ръст от 1.5%. Той ще нараства постепенно и ще стигне 2.2% през 2018 г., сочи тригодишната прогноза на правителството на Кипър. Това все пак е положителен резултат от спасителната програма, как ще го коментира, питам проф. Теофанус. Той обаче остава по-скептичен в оценките си. „Реалността е, че икономиката се стабилизира, но на неприемливо ниско ниво, на дъното. Има лек ръст, но той идва от много ниска изходна база. При такива показатели не виждам място за голям триумф“. По една точка професорът е съгласен и с правителството, и с Тройката – че основното предизвикателство пред страната, нерешеният проблем № 1, остават необслужваните банкови заеми. В момента лошите кредити съставляват почти половината от кредитния портфейл на банките на острова и новото законодателство за тях е постоянен препъникамък в отношенията между правителството и Тройката, както и поле за битка в парламента. „Твърде големият им обем може да предизвика нов срив на

**НЕОБХОДИМА Е
НОВА ЕВРОПЕЙСКА
ФИЛОСОФИЯ
ЗА СПРАВЯНЕ С
ИКОНОМИЧЕСКИТЕ
КРИЗИ, ТВЪРДИ
ПРОФ. АНДРЕАС
ТЕОФАНУС,
ПРЕЗИДЕНТ НА
ЦЕНТЪРА ПО
ЕВРОПЕЙСКИ И
МЕЖДУНАРОДНИ
ВЪПРОСИ В
УНИВЕРСИТЕТА НА
НИКОЗИЯ**



икономиката, което, надявам се, да не стане. Затова решаването на проблема с необслужваните кредити е най-важната реформа, която стои пред Кипър сега“, убеден е проф. Теофанус.

Кипър да излезе временно от еврозоната и да върне националната си валута, кипърския паунд (лира), бе позицията, на която президентът на Центъра по европейски и международни въпроси в Университета на Никозия бе силен поддръжник в най-горещите първи месеци на кризата и на Тройката през 2013 г. Напомням му този вариант с въпроса как го оценява сега, в края на 2015-а, още повече след опасенията само отпреди месеци, че разтърсената Гърция може да предприеме такъв ход. „В началото на кризата в Кипър аз застъпвах тази позиция, защото смятах, че ще бъде много по-добра стъпка от това, което последва. И още вярвам, че бихме били по-добре, ако се бяхме върнали към националната ни валута. Това е от съществено значение за движението към фискална рационализация и нови двигатели на растежа“.

Еврозоната: накъде?

Сегашната политика в рамките на еврозоната и философията на меморандума с Тройката правят

много трудно излизането на Кипър от кризата, смята проф. Теофанус. Според него високите оценки, които Еврогрупата в момента дава на Кипър за успешното изпълнение на възстановителната програма, завоалират истинските резултати. „Няма европейска страна в криза, в която Тройката да е постигнала успех. Тя направи истинска каша в цяла Европа и сега ѝ трябва да посочи „добрия пример“, „историята на успеха“, и това е Кипър. При тази висока безработица в Европа, в Гърция, в Кипър, при толкова много млади хора без перспектива - за какъв успех можем да говорим?“, недоумява проф. Теофанус.

Болезненият опит на Кипър да се справи с кризата е още един сигнал, че трябва да се промени философията на еврозоната, е позицията, която проф. Андреас Теофанус застъпва като европейски учен. „Проблемът на еврозоната е във всичко, свързано с нея – в общата валута, в икономиката ѝ. Самата ѝ архитектура предопределя стагнация, а не растеж. Кипър загуби много приходи, след като станахме неин член. За да се справи ефективно с дълговата криза, за ЕС е много важно да преразгледа цялостния си подход към ситуацията в европейския Юг. Ако еврозоната не се реформира, тя ще върви от криза в криза. И други страни могат да последват Испания, Португалия, Гърция и Кипър“.

КАК ТЕРОРЪТ МАЧКА ИКОНОМИКАТА



автор: Бисер Манолов

В контекста на последните събития въпросът как влияят терористичните атаки върху световното стопанство звучи повече от резонно. Ще попитате защо? Защото терористичните атаки нанасят както преки, така и непреки щети, като ефектът от вторите засяга, без преувеличение, всеки един. Но да се върнем към въпроса, с който започнах. Разбира се, че механичният отговор е - негативно, но в исторически план нещата изглеждат твърде различно. В анализ на МВФ от 2005 г., озаглавен „Влиянието на тероризма върху финансовите пазари“, се проследяват директните и индиректните ефекти на терористичните атаки. Непосредствено в засегнатата икономика има рязко покачване на застрахователните премии, увеличаване на разходите за охрана, спад на цените на недвижими имоти, спад на доверието на потребителите. В доклад на Организацията за икономическо сътрудничество и развитието оценката на директния ефект след терористичните атаки в Ню Йорк на 11 септември 2001 г. възлиза на 27.2 млрд. долара. Според New York Times обаче цената, включително директни и индиректни разходи, се равнява на близо 3.3 трилиона долара, в това число щети на стойност 55 млрд. долара от разрушени сгради, щети върху икономиката на стойност 123 млрд. долара, увеличение на разходи за охрана до 589 млрд. долара, финансиране на военни мисии, включително в Ирак и Афганистан, в размер на 1,649 млрд. долара. Да не забравяме, че след 11 септември 2001 г. разходите за охрана по летищата се увеличиха десетократно.

Коренно различно обаче стоят нещата на финансовите пазари. Фондовата борса в Ню Йорк бе затворена за четири дни непосредствено след атаките на 11 септември. След отварянето ѝ индексът Dow Jones Industrial понижи стойността си със 7.1%, или с 617 точки. В края на 2001 г. обаче и двата основни американски индекса приключиха на положителна територия. Идентично движение наблюдавахме и след терористичната атака в Мадрид на 11 март 2004 г. Фондовият индекс IBEX 35 се понижи с почти 8%, но в края на годината завърши с ръст от близо 10%. По време на терористичната атака в Лондон на 7 юли 2005 г. фондовият пазар отчете спад от 4%, но в края на годината се повиши с близо 7.4%. Ужасяващата терористична атака в Индия на 26 ноември 2008 г., която засегна и самата фондова борса в Мумбай, доведе до спад от близо 3%. В края на годината индексът на фондовата борса в Мумбай приключи с покачване от близо 11%. След трагедията в Париж на 13 ноември (петък) тази година обаче станахме свидетели на покачване от близо 2% още в понеделника при отваряне на фондовите пазари в Европа.

Няма спор за значителния негативен ефект на терористичните атаки върху реалната икономика. Какво се случи след 13 ноември? Париж е може би най-активната туристическа дестинация в света. Според оценка на експерти, непосредствено след атаката са били отказани туристически резервации в цяла Европа за близо 2 млрд. долара. Акциите на известния френски хотел Accor паднаха с почти



5%, акциите на Air France се понижиха с близо 6%, Group Eurotunnel S.A. заличиха 3% от стойността си. Според анализатори през 2013 г. Франция е реализирала приходи от туризъм в размер на 57 млрд. долара. Дали тези приходи ще бъдат само мираж в близките години, предстои да видим.

Разбира се, че терористичните атаки могат да повлияят в различна посока дадена икономика. Абсолютно винаги засегнатата държава увеличава държавните разходи за отбрана и сигурност. В този ред на мисли е интересно да се проследи какви са разходите в този сектор на някои държави. Едноличен лидер в абсолютен размер, разбира се, са САЩ с разходи за 2013 г. от 640 млрд. долара. Китай изразходва близо 189 млрд. долара на годишна база за сигурност и отбрана. Около тази сума се движат и европейските военни разходи, от които са изключени тези на Швейцария, Турция, Великобритания, Германия и Русия. Азия като цяло, без Китай и Япония, изразходва около 146 млрд. долара на годишна база. Разходите за отбрана, като процент от брутния продукт, изглеждат по следния начин: САЩ – 3.8%, Саудитска Арабия – 9.3%, Израел – 5.6%, Русия – 4.1%,



Оман – 11.3%.

САЩ, Китай, Русия, Великобритания и Япония са държавите, които имат най-големите военни разходи спрямо БВП. Като абсолютен пик на военните разходи се счита 2010 г. Размерът на глобалните военни разходи се покачи от 3% през 2009 г. на 5.7% през 2010 г. спрямо глобалния брутен продукт. В периода 2010-2014 г. се забелязва темп на намаляване на военните разходи спрямо глобалния брутен продукт, но това по-скоро е резултат от влошената икономическа ситуация. Не може да има абсолютно никакво съмнение, че след събитията в Париж абсолютно всички правителства ще увеличат разходите си за отбрана и сигурност.

Според стандартите на НАТО държавите членки трябва да достигнат разходи за отбрана и сигурност, равняващи се на 2% от БВП, последното се отнася и за България. Това изискване ще преформатира държавните бюджети, както и бюджета на Европейския съюз.

Няма спор, че до този момент терористите постигнаха целта си. Станахме свидетели на война от коренно различен тип, или по-точно е да се каже на война от „затворен тип“. Увеличените

военни разходи до голяма степен се обезсмислят, тъй като терористичните атаки са винаги „в гръб“. Парадоксалното е, че дузина терористи могат да предизвикат много по-силен разрушителен ефект за дадена държава отколкото най-мощната армия. Както вече казах, битката не е нито по суша, нито във въздуха или водата, а „в гръб“.

България е изправена пред тежка дилема. Със сигурност армията ни е изключително слабо финансирана не само на база заложените натовски стандарти. Това не е добра новина за финансовия министър, но ако в рамките на следващите години ситуацията не се промени, съм убеден, че държавата ни ще бъде „суспандирана“.

Тероризмът настъпи мощно. Европейските държави са съвършено неподготвени за новата реалност. Опасявам се, че мобилизацията на ресурси е изключително закъсняла. Безспорно, най-полезни от гледна точка на анти-терористичните мерки могат да бъдат израелските специалисти. Да, демократичните свободи ще бъдат ограничени, но това е част от новата реалност и за голямо съжаление трябва да свикваме с това. Така си го направихме с negliжирането на този „бич на XXI век“.

ДУЗИНА
ТЕРОРИСТИ МОГАТ
ДА ПРЕДИЗВИКАТ
МНОГО ПО-СИЛЕН
РАЗРУШИТЕЛЕН
ЕФЕКТ ЗА ДАДЕНА
ДЪРЖАВА,
ОТКОЛКОТО
НАЙ-МОЩНАТА
АРМИЯ

СЪТРЕСЕНИЕ В DEUTSCHE BANK

ФИНАНСИ 64

ЛОШТОТО Й СЪСТОЯНИЕ ОЛИЦЕТВОРЯВА ЗАТРУДНЕНИЯТА НА
ЕВРОПЕЙСКИТЕ ИНВЕСТИЦИОННИ БАНКИ ЗАРАДИ ПО-СТРОГИТЕ
РЕГУЛАЦИИ И СИЛНАТА АМЕРИКАНСКА КОНКУРЕНЦИЯ

автор: Людмил Захариев

Най-големите европейски инвестиционни банки имат проблем. Повече от седем години след началото на финансовата криза посредниците за търговия с ценни книжа в Европа все още реорганизират бизнеса си, за да се справят с по-стриктните регулации и глоби за подвеждане на клиенти и манипулиране на пазарите.

Най-удачният пример за това е германската Deutsche Bank, която обяви рекордна загуба за третото тримесечие на 2015 г. Тя е в размер на 6 млрд. евро, като от нея над 1,2 млрд. евро са съдебни такси. Приходите за периода юли-септември пък падат със 7% в сравнение със същия период на м.г., достигайки 7,3 млрд. евро.

От ръководството на Deutsche Bank веднага обявиха резултатите като „крайно разочароващи“, а след това и стартираха нов мащабен план за реорганизация на трюмавата финансова институция. Проблемите на Deutsche Bank са от голям мащаб, тъй като активите ѝ са 2,16 трлн. евро, което е около 80% от размера на германската икономика. Банката е и втора по раздадени кредити и трета най-слабо капитализирана сред 10-те най-големи европейски банки. Но и е нагледен пример за ефектите на по-строгата регулация в банковия сектор.

Ново реструктуриране

Най-голямата германска банка започва мащабно реструктуриране в опит да подобри възвръщаемостта на капитала. Първата стъпка от него ще бъде освобождаването на 26 000 души. 9000 от тях ще бъдат съкратени на нетна база, а останалото намаление на работната сила ще дойде от продажбата на активи. Съизпълнителният директор Джон Крайн пък обяви, че тази и следващата година няма да се раздава дивидент на акционерите, а изплащането им ще се възобнови през фискалната 2017 г. Това е първото спиране на изплащане на дивиденди в следвоенния период на Германия.

Според обявените планове банката ще реструктурира и четирите си бизнес подразделения, с което цели да опрости структурата си и да улесни работата с регулаторите. Deutsche Bank също така премахва част от управленските структури и рационализира представителството на главните звена в управителния съвет. Инвестиционното звено ще бъде разделено на две части. Едното ще се занимава с търговията на световните пазари, а другото ще се фокусира върху посредничество при корпоративни сделки, емитиране на ценни книжа и други финансови услуги. Бизнесът с управление на активи също ще бъде реформиран, като се разделят индивидуалните от бизнес клиентите. Освен това, банката ще прекрати дейността си в десет държави - Аржентина, Чили, Мексико, Уругвай, Перу, Дания, Финландия, Норвегия, Малта и Нова Зе-

ландия. Очаква се мерките да спестят разходи за приблизително 3,8 млрд. евро, като част от Стратегия 2020.

Опит за възстановяване на реномето

Сега Deutsche Bank трябва да разсее съмненията на инвеститорите около перспективите за растеж на фона на по-високите капиталови изисквания и конкуренцията от американски съперници. От началото на август акциите на Deutsche Bank са загубили около 30% от стойността си и са близо до най-ниските си нива от началото на 2009 г.

Крайн ще има нелеката задача да изправи отново на крака бизнеса и да възстанови реномето на Deutsche Bank. А с оглед на множеството проблеми от последните месеци като разкриване на манипулациите на Libor, обвиненията за пране на пари на руски клиенти, отправени от европейски и американски регулатори, грешките на германската банка може би ще се окажат трудни за компенсирани.

Ефектът от по-строгата регулация

Сред основните причини за голямата загуба са и по-строгите капиталови изисквания, които удрят банката, тъй като са намалили стойността ѝ, а в същото време тя заделя средства за правни разходи.

Вече стана ясно, че банките в Европейския съюз могат да получат повече време, за да приложат новите регулаторни изисквания за финансовите пазари, тъй като вероятно няма достатъчно време фирмите да приложат правилата, предвидени в новата директива за пазарите на финансови инструменти (MiFID II).

Това обаче е факт и за други финансови институции. Петте най-големи американски инвестиционни банки отчетат общ спад на приходите от търговия от 8,3% до 16,9 млрд. долара през третото тримесечие спрямо същия период на миналата година заради по-строгите регулации и последствията от тях, сочат данни на Bloomberg.

Европейските инвестиционни банки са изправени пред още по-трудни времена. Акционерите ще трябва да се научат да бъдат търпеливи по отношение на възвръщаемостта на инвестициите си. Но и повечето регулации и по-високи стандарти за капиталова адекватност забавят сектора. Последствието е липса на интерес към инвестиционно банкиране и експертиза, особено в Европа. И макар това, от една страна, създава отворено пространство за голям конкурент на американските гиганти, нито един европейски регулатор не би искал да поеме „твърде голяма за фалит“ финансова институция под своя юрисдикция.

Петър Илиев:

ИМЕТО НА ПРОФЕСИОНАЛИСТА Е КАТО БРАНД

автор: Яна Колева

Ролята на финансов директор е АКТИВНА. Той трябва да съчетава в едно добрия финансист и опитния мениджър и да е неизменна част от двигателя на компанията. Често обаче търсенето на финансов директор съвпада с позицията на главен счетоводител, което е относително пасивна роля. В българския бизнес масово няма ясно структуриране и определяне на нуждите, както е на Запад. За съжаление в много случаи на топ мениджърския екип у нас не се гледа като на активното колело, което движи бизнеса, а точно тази роля не бива да се подценява. Имам опит като изпълнителен директор и ще споделя, че през 2010 г. във фирма „Билиана трико“ АД се наложи да направим реструктуриране, за да променим тренда и финансовия резултат. Постигнахме целта благодарение на усилията на целия мениджърски екип. После намерихме чуждестранен инвеститор и тя успешно беше продадена.

Финансовият мениджър е солидарен с всичко, което се случва в компанията, и с всички решения, които се вземат. Ако си

истински мениджър и си част от един екип, няма нещо, което да не зависи от тебе. Не може да се дистанцираш от никое решение. Ако в компания с авторитарен стил на управление финансовият директор е с вързани ръце, той ще си намери друга работа, където ще се чувства на място и ще носи добавена стойност. Ако не е добър мениджър и не е сигурен в себе си, ще продължи да търпи и ще остане в същата фирма.

Доброто управление на всяка компания из-

исква силен екип. Това е клише, но е факт. Мениджмънтът може да наложи добри практики и успешна политика. Това става с много труд и добра организация, но не гарантира на компанията, че тя ще се развива бързо и ще е печеливша. Развитието на всеки бизнес се нуждае от иновация, а тя може да бъде приложена и в най-консервативния бизнес. Иновацията е онава ново и полезно, което предлагаш на клиента, преди някой друг да го е направил. Клиентът има нужда от това и е готов да ти плати повече. Така например фабриката в Петрич „Билиана трико“ започна да предлага непромокаеми вълнени пуловери за голф играчите във Великобритания и това рязко качи нейните продажби. В здравеопазването също може да предложиш на клиента повече от другите. Нашата иновация е, че въведохме предлагане на стандартни медицински услуги извън обичайното работно време. Оказа се, че потребителят е готов да плати за това, щом му се пести времето.

Правилното управление на финансовите потоци означава не просто да ограничиш изходящите парични потоци. По-важно е парите да отиват в проекти, от които бизнесът дългосрочно ще печели. Но за целта финансовият мениджър трябва да умее да разпознава успешните проекти и да насочва натам повече средства за сметка на направления, които няма да носят добавена стойност за компанията. Рязането на разходи не е висша форма на финансов мениджмънт.

Специфика на финансовия мениджмънт в здравеопазването е, че той е като във всеки друг бизнес. Здравеопазването е бизнес като бизнес и това не бива да е мръсна дума. Частната инициатива може да инвестира в нови технологии, да контролира изпълнението и да се стреми по-бързо да се възползва от тези новости, които да носят и по-бърза възвръщаемост. Същевременно от подобреното качество на ус-

ФИНАНСОВИЯТ МЕНИДЖЪР
ТРЕБВА ДА УМЕЕ ДА
РАЗПОЗНАВА УСПЕШНИТЕ
ПРОЕКТИ И ДА НАСОЧВА
НАТАМ ПОВЕЧЕ СРЕДСТВА



лугите печелят и пациентите.

Не разбирам нищо от манипулиране на данните. В целия си професионален път съм се опитвал да развивам бизнеса по естествен начин, а не чрез манипулацията на цифрите на хартия. Не искам и да зная как това става. Моята задача не е да влизам в подобни схеми.

Правилото, което като финансист спазвам, е свързано с клиента. Той е номер едно, тъй като съществуваме благодарение на него. Който не спазва това правило, рано или късно излиза от бизнеса.

Добрият финансов директор се познава по името, което си е създал. То

е същото като с всеки един продукт или услуга – минава време, името ти се налага, хората започват да говорят за теб позитивно или негативно. Името на професионалиста се утвърждава също като репутацията на всяка търговска марка. Пазарът на качествени специалисти е подобен на пазара на продукти и услуги.

Резултатите са плод на целия екип, те не се правят само от финансовия директор. В света на финансите попаднах, защото ме биваше в математиката. Изкарах високи резултати на изпита в УНСС и балът ми стигна за специалността „Финанси“. По-късно се оказа, че съдбата си знае работата. Ако си правилният човек, попаднал в правилния момент на правилното място, то нещата се получават по най-добрия начин. ■■■■■

• Петър Илиев е финансов директор и член на съвета на директорите на МБАЛ „Доверие“ - дъщерно дружество на „Доверие обединен холдинг“, специализирано в миниинвазивна и роботизирана хирургия. От седем години работи за този холдинг - започва като финансов анализатор и стига до висши ръководни позиции. Основната му функция от края на 2010 г. е реструктуриране на дъщерни компании на холдинга. Завършил е „Финанси“ в УНСС, като студентския си стаж кара в „Ейч Ви Би банк Биохим“ през 2003 г. След него получава предложение да работи за проекта по реструктуриране на банката, ръководен от австрийски екип. Сменя няколко работодатели в България и САЩ, но винаги гравитира в сферата на финансите.

КАТО ФИНАНСИСТ
СЕ ПРИДЪРЖАМ
КЪМ ПРАВИЛОТО,
ЧЕ КЛИЕНТЪТ Е
НОМЕР ЕДНО.
КОЙТО НЕ ВЯРВА В
ТОВА, РАНО ИЛИ
КЪСНО ИЗЛИЗА ОТ
БИЗНЕСА

ДА ЗАДВИЖИМ КОЛЕЛОТО НА РАСТЕЖА

КРИЗАТА ЗАСЕГНА И ПРЕДЛАГАНЕТО НА МАГИЧЕСКИ
РЕЦЕПТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ИКОНОМИКАТА



автор: Тони Григорова

Вече години наред се въртим в омагьосания кръг на икономиката, която сякаш си е захапала опашката. Диагнозата – силна зависимост от еврофондовете, от външните инвестиции, външните пазари и експорта. Икономиката ни остава малка и заради малкия вътрешен пазар и свитото потребление, което до голяма степен се дължи на ниските доходи. Не само заради това, разбира се. Конкуренетоспособността ни там, където я има, продължава да се крепи на по-ниските разходи за труд.

Липсата на доверие рефлектира върху инвестициите и върху цялата бизнес среда. Говоренето за реиндустриализация от предишното правителство си остана само говоре-

не. Сега в международен план напрежението се засилва и това неминуемо ще дава отражение и върху икономическите отношения.

Преди години имаше изобилие от „магически“ рецепти за икономически растеж. Сега кризата обхвана дори и предлагането на подобни препоръки. Може би летаргията на икономиката е времето, което ѝ е нужно, за да се подготви за следващ скок? Или...

Има ли начин да накараме икономиката по-трескаво да заработи, възможно ли е да стимулираме потреблението и инвестиционната активност – на този въпрос мнение дават трима специалисти, които следят процесите.



Любомир Дацов,
член на Фискалния съвет:

Бизнесът се развива, когато има предпоставки

Никой не е измислил нещо по-добро от това как да направиш английска ливада: поливаш, косиш, поливаш, косиш и така 300 години. Хората имат нужда от сигурност и предвидимост, от устойчивост и създаване на предпоставки за развитие на бизнеса.

В държави, в които икономиката има дълбочина, т. е. и икономиката, и хората имат резерви, нормално е нивото на депозитите да е над 100% от БВП. Нивото на корпоративните депозити е в рамките на малко над 60%. България обаче е с „плитка“ икономика, без резерви и без силен капацитет. Натрупаните спестявания в банките са по-скоро от липсата на доверие.

Не смятам, че трябва да се приложи извънредна политика, която да стимулира потреблението или растежа на икономиката. Когато хората получават повече, те имат по-друго отношение към парите. Ако има къде да инвестират, те не са пасивни и търсят по-висока доходност и ефективност за парите си. Управленската култура на богатите и на бедните е много различна. Хората с повече пари, ако видят възможност, първи инвестират. Те са в основата на онова, което създава икономика и напредък. Докато останалите хора, ако имат увереността за бъдещето си, започват да потребяват повече. Има ли несигурност в системата, започват да спестяват. Независимо дали си голям или малък инвеститор, дали си спестител, най-важно е да имаш дългосрочен хоризонт. В момента банките извършват подготовка за стрес тестовете в началото на 2016 г. и това се отразява на поведението на банките, на тяхната предпазливост и на реструктурирането на активите.

Няколко правителства работиха, за да се постигне растежът преди кризата от 2008 г. Днес икономическо оживление не може да се получи, като разчитаме само на еврофондовете. По онова време данъците се намаляваха, сега растат и има ясен тренд на увеличаване на данъчната тежест под една или друга форма. Стремехът беше да се даде повече свобода на бизнеса и на предприемаческия дух. Инвестициите в България вече няколко години стоят на едно ниво и то е около 2% от БВП.

Иска ли правителството икономиката да бере по-добри плодове, то трябва да започне да прави нещо още сега – например структурни реформи, за да се усети ефект в края на мандата му. Сега обаче се предприемат мерки, които създават нови прегради пред бизнеса. Мерки като данък „вредни храни“ няма да доведат до нищо добро. Това няма да накара хората да се хранят по-здравословно, тъй като те консумират определени некачествени храни, просто защото нямат избор. Започнатата пенсионна реформа не може да продължава по този начин, тъй като не гарантира никаква сигурност за в бъдеще. Направената трансформация запълва сегашните бюджетни дупки, но тя създава бъдещи дисбаланси. Подобни мерки не водят до по-висок икономически растеж и по-висока заетост. Получава се стъпка напред, стъпка назад. Има и позитивни симптоми. Ако икономиката заработи, то и доходите ще нараснат. Така и потреблението ще се повиши. Мерките трябва да водят до по-висока заетост и нови работни места, към устойчивост и рентабилност на икономиката. Няма държава, която да е просперирала от механично покачване на доходите, тъй като това води до по-голяма инфлация.

ВСЯКА
УСПЕШНА
ИКОНОМИКА
Е КАТО
АНГЛИЙСКА
ЛИВАДА:
ПОЛИВАШ,
КОСИШ И ТАКА
300 ГОДИНИ



Евгений **Кънев**, управляващ партньор в инвестиционна консултантска компания „Маконис“:

Реформи, реформи и пак реформи

Комплекс от мерки би помогнал икономиката да се стабилизира. Те основно трябва да са свързани с подобряване на бизнес средата. Липсва ли доверие обаче, се влиза в обратна спирала - инвестиционните потоци намаляват, защото рискът се увеличава, инвестициите не носят добра възвръщаемост, а това се отразява и върху липсата на инвестиционни намерения. Същевременно, когато има страх за бъдещето, хората предпочитат да спестяват, а не да харчат. В такава ситуация трудно се влияе на потреблението, макар някои неправилно да смятат, че ако доходите се повишат, това ще се отрази на потреблението.

Ето защо във фокуса на вниманието трябва да са реформите в публичната сфера, откъдето идва тази несигурност. Номер едно е съдебната система, номер две е сектор „Сигурност“, номер три е администрацията. В дългосрочен план много важни са здравеопазването и образованието, които имат отношение към възпроизвеждането на човешкия капитал в страната и влияят пряко на икономическия растеж.

Формулата е „Реформи, реформи и пак реформи“. Макар че сред политиците няма разбиране и съответно не може да се образува реформаторско мнозинство в парламента, което да задвижи промените. Обществото като цяло също не е реформаторски настроено. То реагира единствено когато пряко бъдат ударени доходите на определени слоеве, както стана сега с МВР. Големият проблем е, че никой не иска да види по-далеч от прекия си интерес. Случаят с КТБ също е показателен – хората някак безучастно гледаха как бяха откраднати над 4 млрд. лв. Има и неразбиране, че каквито хора избираме в управлението, по такъв начин живеем.

Чуждестранните инвеститори заобикалят България заради липсата на доверие. Влияние оказва тежката международна ситуация с кризи в Украйна, с бежанския поток, който тежко се отразява на нашите партньори в Европа, като се прибави и гръцката криза – Гърция е петият най-голям партньор на България. Необмислените решения на управляващите дълбоко тревожат всеки инвеститор. Политическата класа и съдебната система са най-големият риск, и това влияе изключително силно върху решението дали да се инвестира в България.

Румъния ни изпревари. Виждаме колко последователни реформи бяха направени в тяхната съдебна система. Моника Маковей даде яснота как става: „Изчистете съдебната система и тя ще изчисти всичко останало“. Това дава отражение и на бизнес средата. От 2005 г. насам румънците правят само реформи, а ние тогава ги спряхме и минахме към имитация на реформи. Другият проблем на нашата политическа класа е липсата на желание за позитивни промени. А дори и да има, не се постига единно мнение какво да се прави – не се прилагат добри практики, не се канят външни консултанти, които да предават опит. През 2002 г. от МВФ започнаха да ни учат на програмно бюджетиране, но после всички го зарязаха и сега то почти не се използва. Самата политическа система е такава, че допуска абсолютното невежество да управлява държавата. То разтваря крилето на личното облагодетелстване и движението на паричните потоци се определя в зависимост от това кой има интерес. Има супер непрозрачност при управлението на публичните финанси. Стратегически важните решения за развитието на държавата не се обмислят добре. Всичко това създава несигурност и увеличава риска за инвестиции в страната.

ЛИПСАТА НА
ДОВЕРИЕ КАРА
ЧУЖДЕСТРАННИТЕ
ИНВЕСТИТОРИ
ДА ЗАОБИКАЛЯТ
БЪЛГАРИЯ

четете списание
Икономика на
руски и английски
език

Read Economy Magazine in English

Читайте Журнал Экономика на русском языке

www.economymagazine.bg





Николай **Ненков**,
вицепрезидент на КНСБ:

В момента няма полезен ход

За 2016 г. се очаква лек ръст на БВП, но това не е кой знае колко радостно, тъй като в региона България е с най-нисък БВП. Румъния постига 3,9% ръст на БВП, а ние планиваме 2,1%. Населението се страхува да харчи много и избира принципа „Бели пари за черни дни“, но повечето от влоговете са с размер до 1000 лв. При високите лихви хората предпочитаха да спестяват. Сега лихвите са ниски, но в момента няма къде рационално да се инвестира. В тази ситуация бизнесът се люшка – дали да спестява при тези ниски лихви, или да инвестира в несигурна среда.

За да се върне апетитът към инвестиции, трябва климатът в Европа да се нормализира и да се получи стабилност в европейските икономики, едва тогава ще възстановим по-високите нива на износа. За съжаление на този етап сме зависими от европейските фондове, тъй като бюджетът не може да осигури необходимите средства. В момента дългове се взимат, за да се покриват стари дългове, а не за инвестиции и растеж. Искаме ли силна икономика, трябва да се инвестира в нея и да се дава държавна подкрепа за това. Но като цяло нашата икономика е зависима от растежа на другите икономики. Трябва да мислим и в параметрите на променящата се международна среда. Ако Африка и Ближкия изток продължават да се местят към Европа, ще имаме още по-сериозни предизвикателства. Бежанската вълна е с непредвидими последици върху цяла Европа. Тя не е ударила силно България,

но виждаме какво се случва на европейска територия.

Рецепти за постигане на растеж има много, но нищо не дава светкавичен резултат. Мерките за повишаване събираемостта на данъците също нямат незабавен ефект. Вземат се и мерки бизнесът да излезе на светло, но пак сме една от страните с най-висок дял на сивата икономика в Европа.

Излизаме от кризата, но с много бавни темпове. В момента има много фактори, които са срещу производството. Износът спада, вътрешното потребление е свито. Преките чуждестранни инвестиции от години са ниски и не се повишават осезаемо. В следващите 2-3 години едва ли ще има промяна в това отношение. Като кандидат-майстор на спорта по шахмат ще кажа, че икономиката е в ситуация цугцванг – няма полезен ход.

ЗА ДА
СЕ ВЪРНЕ
АПЕТИТЪТ КЪМ
ИНВЕСТИЦИИ,
ТРЯБВА
КЛИМАТЪТ В
ЕВРОПА ДА СЕ
НОРМАЛИЗИРА



ufi
Approved
Event

Винарлия

Международна изложба
за лозарство и винарство

24–28.02.2016



заедно с АГРА



Международен панаир Пловдив



HLBK

КЪДЕ РАСТАТ ТЕХНОЛОГИИТЕ



ФОНДОВЕТЕ ЗА СТАРТИРАЩ БИЗНЕС ДОКАЗАХА, ЧЕ ЗНАЯТ КАК ДА СЪЗДАВАТ УСПЕШНИ ПРЕДПРИЕМАЧИ

България върви в правилната посока на технологичното лидерство в региона. Тук има талант, ноу-хау, изгражда се предприемаческа екосистема, има и възможности за намиране на финансиране, макар фондовете за стартиращ бизнес Eleven и LAUNCHHub да поизчерпаха ре-

сурса от 21 млн. евро, с който разполагаха. Набраната инерция трябва да се запази, още повече, че в съседните страни скоро ще се появят подобни фондове и средата ще стане по-конкурентна. Да отгледаш успешен предприемач не е лесно, в Start It Smart добре знаят това. Постигнатото трябва само да се надгражда. ■

Тодор Брешков:

Вече вярвам, че сме предприемчива нация



Тодор Брешков е управляващ партньор и съосновател на фонда за сийд инвестиции LAUNCHub. От 2012 г. насам той работи активно със стартапите от портфолиото от процеса на селекция до придобиването на дял и последващо консултиране и развитие на отделните бизнеси. Участва и в последващото привличане на инвеститори за компаниите и подготовката им за реализиране на следващ рунд на финансиране.

Какъв, по ваша преценка, е ефектът от дейността на LAUNCHub до момента?

- LAUNCHub е създаден през 2012 г., като до момента е договорил инвестиции за приблизително 7,5 млн. евро, разпределени в 57 различни компании, повече от една трета от тези проекти се развиват успешно и успяват да привлекат последващи големи външни инвестиции (над 11 млн. евро). Исканието ни се да вярваме, че нашата дейност е допринесла за развитието на предприемаческата екосистема в България и региона и е мотивирала много хора да опитат да реализират идеите си.

- Кои са най-успешните стартиращи компании, получили подкрепата на LAUNCHub? Кой е измерителят за техния потенциал?

- В тази категория влизат компании като Flirps - мобилно приложение, превръщащо телефона в дистанционно управление за умните телевизори, или платформата за онлайн програма и покупка на билети - Cinexio. Голям интерес от страна на инвеститорите привлече и проектът „Уча.се“, който представя лесен и занимателен начин за усвояване на учебния материал от учениците. Мога да спемена още Coherent Labs, BGMenu, Transmetrics, Domestina, Loanbase и много други. Критериите за успех са различни: при някои това са приходите от продажби, при други - колко ползватели имат, при трети - какво допълнително финансиране са успели да привлекат. Това зависи от стратегията, бизнес модела и пазара, на който работят. За нас като фонд единственият измерител е, когато продаваме дяловете си в компаниите, дали сме успели да спечелим пари за нашите инвеститори.

- Парите, които фондът трябваше да ин-

вестира, са пред изчерпване. Какво натък предстои?

- LAUNCHub е в процес на набиране на капитал за нов фонд, който се очаква да започне инвестициите си догодина, което ще ни позволи да продължим работата си и през следващите години. Имаме амбицията за напред да подкрепяме вече финансираните от нас успешни компании. Ще се опитаме да осигурим възможност за достъп до по-големи инвестиции на проекти. Във фокуса ще са информационните технологии и силните екипи.

- С какво работата в LAUNCHub ви промени?

- Работата в LAUNCHub ме научи, че човек постоянно трябва да учи нови неща, да приема различията с отворени очи и да не се страхува от промяната, а да вижда в нея възможности за развитие.

- В какво са най-големите успехи на LAUNCHub?

- В изграждането на пълноценен и мотивиран екип от разностранни и разноцветни хора. В работата с някои от най-интересните проекти в нашия регион и помощта, която сме им предоставили. В усилието да се създаде екосистема в България, която да е жизнена и стимулираща активните хора да експериментират.

- Кое надмина вашите първоначални очаквания?

- Огромното количество хора, които са готови да поемат големи рискове и да вложат много усилия и време в преследване на идеите и мечтите си. Аз вече вярвам, че ние сме предприемчива нация, която има нужда от правилната среда и само от нас зависи дали ще успеем да я изградим.

LAUNCHUB Е В ПРОЦЕС НА НАБИРАНЕ НА КАПИТАЛ ЗА НОВ ФОНД, КОЙТО СЕ ОЧАКВА ДА ЗАПОЧНЕ ИНВЕСТИЦИИТЕ СИ ДОГОДИНА



Дилян Димитров:

Eleven е в Топ 5 на най-активните акселератори в Европа

Дилян Димитров е един от основателите на фонда за рисков капитал Eleven. Той има над десет години опит в сферата на финансите и дяловите инвестиции. Бил е вицепрезидент на Bedminster Capital Management, фонд с 320 млн. долара, инвестиращ в частни компании в региона на Централна и Източна Европа и е участвал във всички етапи на сделки по придобивания в секторите на здравеопазване, финансови услуги и медии. Името на фонда Eleven е измислено именно от него.

Какво постигна Eleven до момента?

- За малко повече от три години разгледахме над 3 хил. инвестиционни проекта, проведехме 10 процеса за избор на екипи, интервюирахме лично над 800 компании, от които 250 стигнаха до финала, инвестирахме в 112 проекта. Общата сума на инвестициите ни е 12 млн. евро и вече ресурсът е изцяло инвестиран. За това време Eleven влезе в Топ 5 на най-активните акселератори в Европа, а София се нареди на трето място по инвестирани проекти в ранна фаза.

- Кои са най-успешните стартиращи компании, получили подкрепата на фонда?

- В портфейла са над 110 компании, като над 75% от тях са все още активни. Затова е много трудно да се отсеят най-успешните компании. Някои от тях вече са печеливши, с приходи от десетки хиляди евро месечно. Други успяват да привлекат инвестиции в размер на над 1 млн. евро за допълнително развитие.

- Какъв е приносът на Eleven за създаването на предприемаческа стартър екосистема в България?

- За последните три години стартър общността в София се разви динамично и вече е една от най-силните в Централна и Източна Европа. Това стана възможно, защото всички участници в тази среда – организаторите на събития, споделените работни пространства, инкубаторите и акселераторите работеха заедно. Успяхме да популяризираме в целия регион идеята да стартираш технологичен бизнес от България, привлякохме таланти и почти половината от екипите са от чужбина.

- Стана ли България по-разпознаваема

на картата за стартиращия технологичен бизнес?

- България се превърна във водеща дестинация в Централна и Източна Европа за технологично предприемачество, но целият регион все още няма ясна и силна разпознаваемост за играчите в технологичния сектор в Западна Европа и САЩ. Необходими са целенасочени усилия да се привлече вниманието на тези среди, за да сме атрактивни за силни инвеститори и още повече талант да дойде тук.

- Какво предстои за управляващия екип на Eleven?

- Задачата ни е не само да запазим инерцията, но и да ускорим процесите. София трябва да става все по-привлекателно място за технологични проекти. В момента набираме допълнителен ресурс, за да инвестираме в обещаващите компании в сегашния ни портфейл и в нови технологични проекти в ранна фаза. По-зрелите компании имат нужда от разрастване, същевременно не бива да се допуска вакуум в най-ранния етап. Ще е чудесно да видим повече инкубационни програми и програми за обучение преди фазата на акселерация.

- Като фонд мениджър кое ви носи най-голямо удовлетворение?

- Преди Eleven се занимавах с инвестиции в развити компании, където инвестирахме между 10 и 40 млн. евро в 1-2 проекта годишно. Фокусът ни беше в компаниите, които не се справяха толкова добре. Съответно разрешавахме проблеми. Сега инвестираме малки суми в много компании, помагаме на най-добрите да стават още по-добри. Удовлетворението да създаваш стойност и да виждаш положителните резултати от твоята работа е невероятно.

**СОФИЯ ТРЯБВА
ДА СТАВА
ВСЕ ПО-
ПРИВЛЕКАТЕЛНО
МЯСТО ЗА
ТЕХНОЛОГИЧНИ
ПРОЕКТИ И ЗА
ИНВЕСТИТОРИ ОТ
ЦЯЛ СВЯТ**



bulgarian petroleum company

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



CHEMICAL INDUSTRY

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



bulgarian gas company

LPG trade

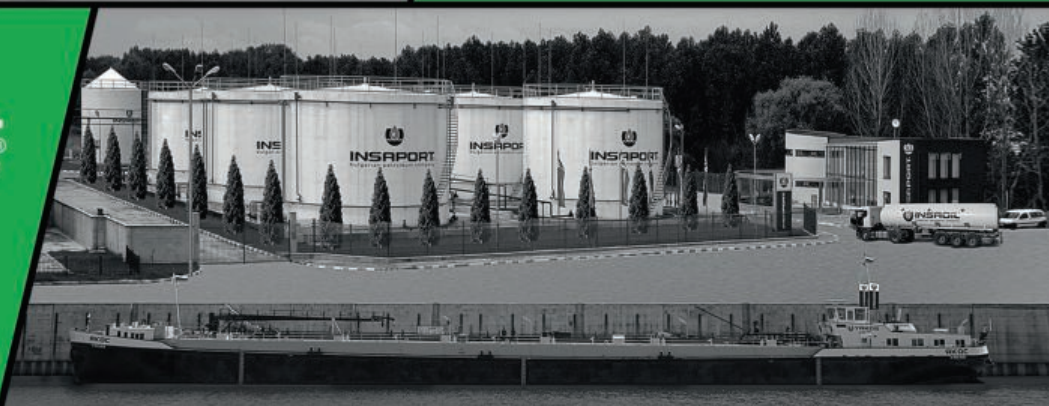
Teodorin Angelov – manager:
+359 888/304 830, angelov@insa.bg
Ivan Kiolov - commercial representative:
+359 888/223 640, kyolov@insa.bg



bulgarian petroleum company

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



Никола Янев:

Нашата сила е в стартирането на бизнес

Никола Янев е президент на предприемаческата организация Start It Smart. Основател е на онлайн списанието Entrepreneur.bg и организатор на нетуъркинг събитията Silicon Drinkabout Sofia. Вярва в доброто, хуманността и своите цели. След първия семестър напуска университета и в момента учи по своя собствена учебна програма.

В България вече има предприемаческа екосистема. Каква е ролята на Start It Smart за това?

- Start It Smart е основана през 2009 г., когато липсата на развита общност, предприемаческо знание и вдъхновение за стартиране на иновативен бизнес води до създаването на организацията. И днес, 6 години по-късно, нашата сила е в тези три неща – да вдъхновяваме бъдещите предприемачи да реализират идеите си, да им предоставяме необходимите знания и да ги потопим в неповторима среда от иновативни и различни хора със сходно мислене, с които да се подкрепят взаимно.

- Преакселераторът на Start It Smart се оказва жизнена инициатива, която вече е във вихъра на своя четвърти сезон. Какво дава тя на участниците?

- Преакселераторската ни програма е от проектите, с които се гордеем най-много. Това е интензивна 10-седмична програма, предоставяща всички необходими знания, умения и ресурси, чрез които стартъп компаниите се подготвят за следващата стъпка – влизане в акселератор, намиране на инвеститор или директно излизане на пазара. Предоставяме над 40 обучения и уъркшопи, споделено работно място за стартиращите екипи и менторска мрежа от над 60 успели предприемачи и професионалисти.

Тъй като във фаза „идея“ на един иновативен бизнес трудно може да се оценят всички фактори за успех на стартъпа, нашите два главни критерия са: 1. Екипът – доколко е мотивиран, опитен, стикован и способен да реализира бизнеса; 2. Самата бизнес идея, иновацията зад нея и пазар-

ният потенциал, който има.

- Кои са някои от най-успешните стартъпи, отгледани в преакселератора?

- Имайки предвид, че стартъпите ни се развиват буквално от начално ниво на идея, за момента сме доста доволни с представянето на компаниите, които излизат от програмата ни. Има и компании, които не продължават, разпадат се или просто разбират, че сега не е правилният момент за тях. Сред екипите, минали през преакселератора, може да открием: Dextrophobia Rooms, Tickey, Mishmash IO, Wifi.bg, Eventyard, MaistorPlus, The Videonauts.

- Какво е нужно, за да може стартиращият бизнес по-бързо да порасне?

- Силата на Start It Smart е по-скоро в стартирането, отколкото в разрастването на бизнеси. Растежът е доста комплексен процес и трябва да са налице поне три неща: 1. Смелост от страна на основателите на компанията; 2. Пазар за техния продукт; 3. Капитал.

- Каква в успеха е ролята на провала?

- Смятам, че ключова. Независимо от мащаба на провала, извлечените поуки и уроци ще се оказат решаващи за следващите стъпки. В Start It Smart | Pre-Accelerator залагаме доста на „провала“ при работата си с компаниите, като постоянно ги насърчаваме да действат и да видят какво ще излезе от дадена ситуация. Ако успеят – чудесно, ако се провалят – пак чудесно, защото следващия път ще са по-добри. Ричард Брансън обобщава най-добре ролята на провала: „Не се научаваме да ходим, следвайки правила, научаваме се, опитвайки и падайки на земята.“

ВДЪХНОВЯВАМЕ
БЪДЕЩИТЕ
ПРЕДПРИЕМАЧИ
ДА РЕАЛИЗИРАТ
ИДЕИТЕ СИ



**NAVIGATION
MARITIME
BULGARE**

www.navbul.com

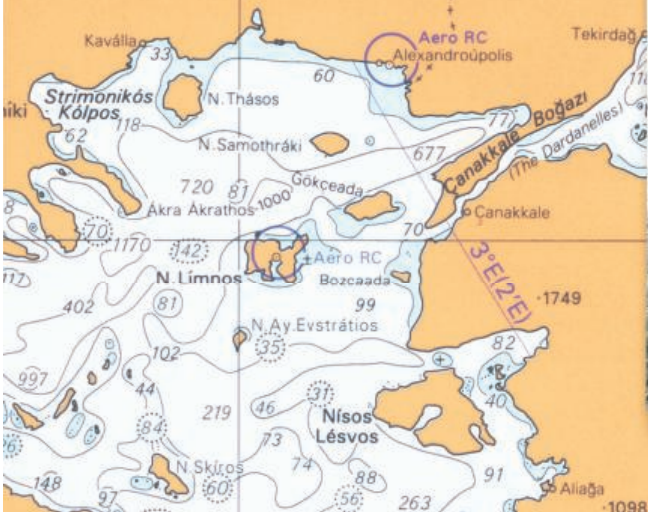
КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ



**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

**B Ū L G A R I Y A
B U L G A R I A**

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**



ФОНДАЦИЯ „КАУЗИ“ НАСЪРЧАВА МЛАДИ БИЗНЕС ТАЛАНТИ

автор: Ивайла Раденкова

За пета поредна година в София се проведе „Младежка предприемаческа борса“. Целта на събитието е да насърчи и подпомогне младите надежди в бизнеса. С помощта на Фондация „Каузи“ младите могат да представят социалните си и бизнес проекти пред потенциални инвеститори, банки и организации. Според Николай Георгиев – изпълнителен директор на „Каузи“, фондацията работи „на терен“ – в училището, в университета, в квартала. Организацията развива своите програми за мотивация, обучения и консултации на начинаещи предприемачи и МСП за изграждане на предприемачески качества и активно участие в процесите на пазарната икономика. По време на младежката предприемаческа борса фондацията представи резултати от анализ на бизнес средата в три региона на страната - Югозападен (Дупница, Благоевград и Кюстендил), Хасково и Русе, финансиран от Програма за подкрепа на НПО по Финансовия механизъм на ЕИП 2009-2014.





В проекта взеха участие хора на възраст между 18 и 35 години. Тази година участниците със собствени идеи са 13 от общо 6 града в България. Те защитиха своите бизнес и социални идеи пред startup фондовете Eleven, Промяната, Ринкър център, The Venture и кредитори в лицето на Unicredit Булбанк и ОГФ, както и представители на националните и европейските финансиращи програми. 86% от инвеститорите намериха своята следваща инвестиция на събитието и голяма част от стартъпите бяха поканени на втора среща с тях.

Сред идеите на младите предприемачи има проекти за детски арт център за деца с увреден слух, плувна академия, художествено ателие, както и образователен център за подготовка на специалисти за кандидатстване и изпит при European Personnel Selection Office (EPSO).



Идеята на Кирил Цветков за център за EPSO - образователни програми включва уроци, езикови курсове, тренинги и учебни визити. EPSO е агенция за подбор на персонала на Европейския съюз. Има няколко изпита, които трябва да бъдат преминати, преди човек да влезе в списъка с граждани, които могат да се кандидатират за високи и по-добре платени постове. Ако идеята намери финансиране, ще е първият подобен образователен център в България.

Фото Стоян Йотов

Николай Георгиев, изпълнителен директор на Фондация „Каузи“:

Предприемачеството е състояние на ума, а не основаване на фирма

- Г-н Георгиев, как помагате на младите хора с бизнес идеи?

- Ние работим с младежите в две основни направления – кариерно ориентиране/развитие и предприемачество. Във фондацията работят експерти по социална интеграция, човешки ресурси, бизнес и социално управление, финанси, връзки с обществеността. Почти всеки млад човек има собствен профил, който описва талантите, интересите и идеите му.



- Какво представляват безплатните обучения по бизнес планиране?

- Всяка година провеждаме пълен цикъл на подготовка – срещаме се с младежи, за да ги опознаем и мотивираме интереса им към предприемачеството. Следват няколко специализирани обучения, най-дълги са консултациите за разработване на стартъпите – между два и четири месеца. Участието на младежите в Младежката предприемаческа борса е крайъгълен камък за тяхната мотивация и отдаденост на идеята. Защото когато се убедим, че реален инвеститор се интересува от теб, започваш да вярваш много повече в себе си.

- Какво е нужно да се предприеме, за да се редуцира високият процент младежка безработица у нас?

- Така нареченото поколение Y поставя свободата като своя основна ценност. Според американско проучване, повече от 90% от младежите, родени след 1990 година приемат, че предприемачеството е състояние на ума, а не основаване на фирма. Тяхната психология е различна. Затова ние се концентрираме върху всеки отделен човек, без калъп и „масово производство“. Допълваме образователната система, като чертаем индивидуалното бъдеще на всеки желаещ. От младия човек се очаква единствено да бъде автентичен (не да позира или да се преструва) и да иска да направи нещо полезно със себе си.

ТАЗИ УНИВЕРСАЛНА СИСТЕМА
ЗА ДИСТРИБУЦИЯ НА СТОКИ
И УСЛУГИ НАМИРА ДОБРО
РАЗВИТИЕ ПО СВЕТА И У НАС

ФРАНЧАЙЗИНГ

ИЛИ БИЗНЕС ПО РЕЦЕПТА



**АКО ТЪРСИТЕ ПЕЧЕЛИВША
КОНЦЕПЦИЯ**, ЗА ДА СТАРТИРАТЕ
НОВ ЗА ВАС БИЗНЕС, ИЛИ СЕ
СТРЕМИТЕ КЪМ ЕКСПАНЗИЯ НА
ВАШАТА ДЕЙНОСТ НА ВЪТРЕШНИЯ
И НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР,
ФРАНЧАЙЗИНГЪТ Е ПОДХОДЯЩА
ВЪЗМОЖНОСТ.

НЕГОВАТА РОДИНА Е САЩ И
СЛЕД КАТО СЕ ДОКАЗВА КАТО
УНИВЕРСАЛНА СИСТЕМА ЗА
ДИСТРИБУЦИЯ НА СТОКИ И
УСЛУГИ, ТОЙ **ИМА УСПЕШЕН
ТРИУМФ ПО ЦЯЛ СВЯТ.**





автор: Яна Колева

Франчайзингът намери подходяща почва в България. Просто защото системата има предимства. Един предприемач може да изгради и да управлява сравнително малко на брой обекти във верига. Критичният брой е 8-10 обекта, тъй като тогава тяхното управление става изключително трудно. Появяват се редица трудности, които пречат на бързия растеж. Пред франчайзинга тези препятствия не стоят. Инвестицията се прави от различни хора и те носят отговорност за управлението на своя обект, а същевременно контролът е при франчайзодателя. Освен че франчайзингът дава възможности за експанзия, той позволява бизнесът по-правилно да се структурира.

Да хванеш влака в движение

В България франчайзингът има плавен растеж без стресения. В момента все още не е достигнал средните нива на потенциала си, тъй като частната инициатива се развива свободно едва от 25 години. „Ако някой предприемач има между два и десет успешни обекта, сега е времето да разработи франчайз, защото само след пет години, ако иска бизнесът му да расте, ще се наложи самият той да си купи франчайз. Факт е, че франчайз веригите изместват индивидуалните играчи от пазара. Освен всичко най-добрият учител за всеки начинаещ предприемач е да купи развита франчайз система. При старта на бизнеса той получава много практически знания и бързо усъвършенства нужните умения, за да влезе в крак с темпото на франчайз веригата“, уверява Светослав Билярски, основател и управител на консултантската компания Franchising.bg. Купувайки си франчайз, предприемачът стига там, докъдето се е развил франчайзодателят. Неговият опит е изкристализирал в работеща франчайз система и така всеки, който се включи във веригата, може да ползва успешната формула за развитие и да се предпази от грешките, които преди това са правени.

Изберете българско ноу-хау

Франчайзът е най-добрият начин за развитие на даден

бизнес зад граница. Българският пазар е малък и франчайзингът е привлекателна възможност за растеж в чужбина. Отговорът защо да си купят точно български франчайз, е свързан със специфичен продукт, който не е наличен на местния пазар, той опира до ценови и маркетингови политики, но в крайна сметка франчайз се купува заради успешен бизнес модел, обяснява Светослав Билярски.

Предлага се цялостен пакет и причината да бъде предпочетена българска франчайз система не е една-единствена. Най-добрият начин за инвазия в чужбина е чрез пилотен проект в съответната страна. Той може да се направи както от франчайзодателя, така и от франчайзополучателя. Всеки предприемач, който има интерес да стане част от веригата, може да отиде и да види как този обект функционира, какъв е потокът на клиентите. Всеки бизнес има нужда от адаптация към местния пазар, тъй като предпочитанията на хората са различни, а има и разлики в трудовото законодателство, в данъчните системи и т. н., а рискът в крайна сметка се носи от франчайзополучателя.

Големите възможности

Мастърфранчайзингът дава правото на един предприемач в дадена страна да действа като франчайзодател. Той се занимава с регионалното развитие на бизнеса, а договорите се сключват между франчайзополучателя и централата, а този девелопър е само посредник. И в това отношение имаме успешен пример. Иван Тодоров държи правата на Subway за България и Румъния. Искате ли да станете част от тази верига, той е човекът, който може да ви вкара „в играта“.

Когато даден бизнес стъпва за пръв път на дадена територия, има възможност да се направи джойнтвенчър за определен период и на базата на този пилотен проект да се установят таксите и процедурите. Има и много варианти за излизане в чужбина. Най-важното е формулата да се окаже добре работеща. Именно във франчайзинга „Уолтопия“ видя възможност чрез развитие по формулата за adventure

ФРАНЧАЙЗ

развитието в България

СИЛНИ СТРАНИ

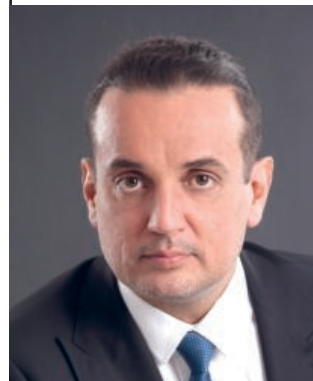
- + Франчайзингът вече е познат в България, има добре работещи франчайз вериги. Има ноу-хау за целия процес, има и познание как един франчайз да се адаптира към наш и към чужд пазар
- + Налице е нереализиран потенциал за развитие на франчайзинга
- + Има редица сектори у нас, в които все още няма франчайзи - например за оптики, за детски градини и старчески домове. Има и градове, в които франчайз веригите все още не са се установили
- + Може да започнете бизнес от нулата и бързо да сте в „играта“
- + Външните пазари са отворени и за български франчайзи

СЛАБИ СТРАНИ

- Българските франчайзодатели не са много строги с франчайзополучателите и влизат в положение, ако закъсняват с плащането. Така франчайзополучателите свикват, че правилата може да се нарушават
- Масово франчайзодателите нямат франчайз мениджър
- Повечето предприемачи не ръководят франчайз бизнеса си като отделен бизнес. Бизнесът със сандвичи е едно, а съвсем друго е как тези сандвичи се правят

Светослав БИЛЯРСКИ

председател на Българската франчайз асоциация



Ако някой предприемач има между два и десет успешни обекта, сега е времето да разработи франчайз

entertainment (приключенията като забавление) да разшири своето проникване и влияние на големи пазари.

Който търси, намира

Много са каналите, по които да се привличат потенциални франчайзополучатели. Само една такава възможност са изложението за франчайзинг. В България каналите, по които може да стигнете до най-подходящия за вас франчайз, също работят. И затова, който търси франчайз, намира.

В началото на 2013 г. се създава Асоциацията на франчайзите в България (АФБ) и Светослав Билярски е избран за неин председател. Засега в нея членуват 10 франчайзодатели, като има потенциал броят им силно да нарасне. Subway, Fornetti, Мания, Happy Bar&Grill, RE/MAX, Форос, Адрес, ERA, KimdyRoo и Internetreklama.bg са оценили колко важно е да са заедно на пазара. Това са все компании, които имат история, успешна практика и са с по няколко обекта.

При кандидатстване за членство те представят референции от свои франчайзополучатели, че наистина се случва това, което им е обещано при сключването на договора. Целта на организацията е да популяризира франчайзинга като най-ниско рисков модел за правене на бизнес, който все повече се налага в света. На Запад, ако работиш под франчайз и си член на франчайз асоциация, може да получиш кредит при по-добри условия. АФБ си поставя за цел и за българските банки това да стане фактор при отпускане на кредит.

Първо в София, после и в цялата страна

Още преди девет години Светослав Билярски създава Franchising.bg и оттогава той и неговата компания стават все по-активни на тема франчайзинг. По негови наблюдения в последните години расте броят на българските компании, които искат да развият свой франчайз.

Доскоро това е ставало само в София, а вече и в много други градове на страната. Разбира се, интересът във Варна, Бургас и Пловдив е най-силен. Секторът на храненето е много подходящ и там активността е най-висока. Има много вериги за хранене във всичките му форми – ресторанти, пицарии, сладкарници, кафенета, хлебарници, обекти, в които се продават сандвичи или различни тестени продукти, Затова се говори, че франчайзите са за хранене и за всичко останало. У нас има немалко франчайзи в сферата на недвижимите имоти, сред тях са RE/MAX, Форос, Адрес, ERA.

Проникване имат най-различни наши и чужди франчайзи. „Анималия“ е семейна варненска фирма, разработила франчайз за търговия с храни и аксесоари за домашни любимци. Refan има свой франчайз за продажба на козметичните си продукти. „Зелен Био“ е най-голямата франчайз верига за биомагазини в страната. С франчайза на Internetreklama.bg може да станете консултант по онлайн маркетинг. Компанията за борба с вредителите „Инсекта България“ изгражда национална мрежа чрез франчайз партньори в цялата страна. Автошкола „Петър Йовчев и синове“ предлага формула за професионално обучение и автомобилни курсове.

Програмата за франчайз на „Арлет“ е в областта на фризьорството. „Еконт Експрес“ е лицензиран пощенски оператор, който също предлага франчайз. „Метро“ направи около 1500 обекта в страната, обединени като франчайз верига „Моят магазин“. „Майстори Месари“, „Лактима“, „Унипек“ са производители, които предлагат франчайз, свързан с храните. За производителите франчайзингът е отлична възможност да изградят дистрибуционен канал за своите стоки. Разработването на франчайз помага бизнесът да се структурира още по-добре, за да може по-лесно да се мултиплицира.

Франчайзингът е най-близо до вечния двигател. Той привлича много нова сила към енергията на основния „мотор“. Този, който има работещата идея, и онзи, който се заеме да я прилага, са свързани и успехът на единия влияе на резултатите на другия.

Ружа Караатанасова:

Ще имаме бърз растеж на големи пазари

ДАВАМЕ ПРАКТИЧЕСКИ ИЗПИТАНО ЗНАНИЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА СПОРТНО-РАЗВЛЕКАТЕЛНИ ЦЕНТРОВЕ

Нашата концепция „Фънтопия“ е свързана със здравословния начин на игра на децата. На пазара за забавления такава среда липсва. Видяхме ниша в това, разработихме „Фънтопия“ и решихме, че франчайзингът ще е най-бързият начин за растеж. Вече имаме локации в Канада, САЩ, Малайзия, Израел, България и сме пред подписване на договор в Австралия. Бизнесът ще е по цял свят. Идеята е да стъпим на различни пазари, където има търсене. А търсенето е голямо, тъй като нашата концепция е свързана с потребностите на много деца.

Създадохме компанията Adventure Facility Concepts & Management, част от групата на „Уолтопия“, която отговаря за развитието на спортно-развлекателните ни центрове. Франчайз системата „Фънтопия“ е насочена към предприемачи или фирми, които са готови да инвестират в изграждането на приключенски развлекателни центрове за деца.

Знае се, че родителите не жалят разходи за своите деца, а франчайз концепцията ни „Фънтопия“ е насочена към точно тази аудитория. Ако франчайзополучателят няма опит в тази сфера, това за него ще е нов бизнес. А дори да има, ако избере собствен старт, пътят, докато стигне до нивото, на което сме ние, ще е бавен и осеян с проби и грешки. Нашият франчайз му дава готово ноу-хау как най-ефективно да ръководи този специфичен бизнес, а същевременно има икономия от мащаба, тъй като ползва разработена маркетинг стратегия, базирана на доказано добри практики. Помагаме на всеки, който избира да работи по нашата концепция, да направи най-подходящия интериор, даваме му цялостни указания как да стартира дейността. Има пакети за обучението на мениджърите и на персонала,

както и специализиран софтуер. Затова дори и развити бизнеси избират да купят франчайз, за да не се налага непрестанно да откриват топлината вода. Те получават изпробвана система.

Първият наш център „Фънтопия“ е в България, следващия направихме в Канада. Канадският опит помогна за откриване на 2 локации в САЩ. Знанието, което даваме, е практически изпитано и е съобразено с особеностите в навиците, културата и законодателството в съответната страна. Освен това всеки потенциален франчайзополучател може на място да отиде и да види как работи нашият център за приключения.

Имаме силна ангажираност към всеки франчайзополучател и сме до него във всяка важна стъпка. Когато обектът заработи, правим редовни проверки дали стандартите се спазват. Българският пазар е ограничен и на този етап не е наша цел. Стремим се към държави, в които има голям потенциал за развитие за този бизнес. Един център „Фънтопия“ би бил ефективен при 100 хил. души население. Имаме разработена стратегия за предстоящите години, тя включва дори състезания за децата от цял свят, които посещават центрове за приключения от нашата верига.

Разработването на франчайз не е леко занимание. Изисква се посветеност, добра първоначална концепция, а в зависимост от пазара и концепциите придобиват свои особености. Едно е да се разработва франчайз за България, друго е да се мисли в световен мащаб. Намирането на франчайзополучатели зависи от самата концепция, от размера на инвестицията и сферата на дейност.



Ружа Караатанасова е управител на „Фънтопия франчайзинг“ и управляващ съдружник в „Адвенчър факсилити“, дъщерно дружество на „Уолтопия“

Приключенски център „Фънтопия“



ПОТРЕБИТЕЛСКИ КРЕДИТ



**Райфайзен
БАНК**

Твоята лична банка

Лихвата пада

**след третата вноска,
при превеждане на
заплата в банката**



Офертата е валидна за искания за кредит с размер от 10 000 лева до 40 000 лева и срок на изплащане 7 години, подадени от 10.11.2015 г. до 29.02.2016 г., включително. Искането подлежи на обработка, съгласно политиката на Райфайзенбанк за кредитиране на физически лица. С пълните условия можете да се запознаете на:

1721 Mtel и Telenor ■ 0700 10 000 Vivacom ■ www.rbb.bg

Мариана Тиен:

北京 • 2011年
Beijing • 22-23

НА КИТАЙСКИЯ МЕГАПАЗАР УСПЯВАТ САМО НАЙ-ДОБРИТЕ



АКО ЦЯЛА БЪЛГАРИЯ СЕ ВПРЕГНЕ ДА ПРОИЗВЕЖДА, ТЯ НЕ Е В СЪСТОЯНИЕ ДА ЗАДОВОЛИ НУЖДИТЕ ДОРИ САМО НА ПЕКИН

автор: Татяна Явашева

За да имате присъствие на китайския пазар, трябва силна реклама. България се представя като туристическа дестинация, по техните тв канали може да се видят реклами за български череши, кисело мляко и вино. Наши продукти пробиват благодарение на европроекти, които дават възможност за промоция в трети страни. Това разказва Мариана Тиен, която става наш гид за възможните ниши на българо-китайското сътрудничество. Тя е доктор по китайска история в Института за историческо изследвания при БАН. Неин съпруг е доц. Тиен Дзиендзюн, бивш директор на Института „Конфуций“ в София. Той отлично владее български и е преподавател в Пекиния университет за чужди езици.

Търси се екопродукция

Може да се изненадате, но хит на китайския пазар е българското кисело мляко „Момчиловци“. То се произвежда с наша закваска по родопска технология от китайската компания Bright Dairy и за миналата година оборотът ѝ от този продукт е над 75 млн. евро. „Ако искате да усетите бавния живот на дълголетниците, идете в Момчиловци“ - гласи послание на масираната рекламна кампания, която наред с продукта представя и България. Това мляко е най-скъпото, но

вече е много търсено, макар в Китай да липсваше традиция за подобна консумация. Тази мода навлезе първо сред младите хора, после пряното и киселото мляко влезе в менюто и на възрастните. С помощта на китайците родопското село започна да организира през септември фестивал на киселото мляко. В Ханджоу работи и българската фирма „Лактина“ ООД, която продава закваска и заедно с китайски партньори произвежда кисело мляко под друга марка, разказва Мариана Тиен. В Шанхай, Нинбо и Ханджоу има български павилиони, които предлагат наша продукция, в това число минерална вода, сокове, мед, детски храни и други хранителни продукти, а също етерични масла и козметика. Българските павилиони имат важна роля, каквато има и рекламата. Българските продукти с розово масло са търсени, разпространението им става най-вече чрез електронна търговия. Нашите селскостопански стоки се приемат добре заради отличните им вкусови качества. Сирене и кашкавал, месо и месни произведения все още не се продават, тъй като не са подписани споразуменията за санитарните изисквания.

Опаковката продава

Повечето наши производители на вино гледат към китайския пазар и търсят контакти, за да продават. В Хонконг,



Макао и Шанхай има изложения на винопроизводителите. Пробив направи „Катаржина Естейт“, със свои продукти компанията спечели и много златни медали. „Беса Валеј“ има успех с бутилките с лика и подписа на президента Петър Стоянов. Мариана Тиен казва, че китайците нямат традиции в пиенето на вино, но се увличат от западната култура и така виното започва да има по-голямо проникване. В Китай много се държи на опаковката, тъй като тя е символ на престиж. Подкрепа в намирането на пазар би трябвало да се дава от създадения през юни в София Център за сътрудничество „16+1“. Той е към Министерството на земеделието и храните и неговата цел е да насърчава сътрудничеството в областта на селското стопанство между Китай и страните от Централна и Източна Европа.

Ниши има

Минералната вода е неразорана територия. България е богата на минерални води и бихме могли да изнасяме големи количества. В Китай се предпочита висококачествена продукция и българското производство има шанс, тъй като то е с имидж на екопродукция. Хората са склонни да опитат различни стоки и хареса ли им, започват редовно да купуват. Китай е мегапазар и целият български народ да се впрегне да произвежда, няма да успее да задоволи потребностите дори само на Пекин, посочва Мариана Тиен. България е без конкуренция в киселото мляко и розовите продукти, Франция обаче държи първенството при виното, уверява тя.

Държавните посещения отварят широко вратите за бизнес споразумения, тъй като обикновено са съпътствани от бизнес форуми. Китайските делови среди имат респект от високото държавно ниво и за тях то е синоним на доверие. Иначе много по-трудно се навлиза на пазара, ако не се ползва такъв ка-

Силата на китайската kanka

- ✓ Китайците са много любезни. Те казват „Да“, а това всъщност може да е категорично „Не“.
- ✓ За Китай са характерни непрестанните реформи. В момента в страната текат промени в образованието и те не са само на хартия, а се провеждат съвместно на всички нива. Там учените и преподавателите са на много висока почит.
- ✓ Китайците съумяват много селективно да подберат най-доброто от различни модели по света, за да създадат свой. Използват кадрите с чужди езици, които детайлно проучват опита на държавите във всяка област и подбират онова, което в Китай би сработило.
- ✓ При подготовката на документи за китайски партньори трябва да се ползват преводачи, които отлично владеят езика и познават китайския протокол. Не бива да се разчита на тяхното снизхождение.

нал за първоначално проникване. Walltopia например по време на посещението на президента Росен Плевнелиев договори поръчки за над 50 млн. евро.

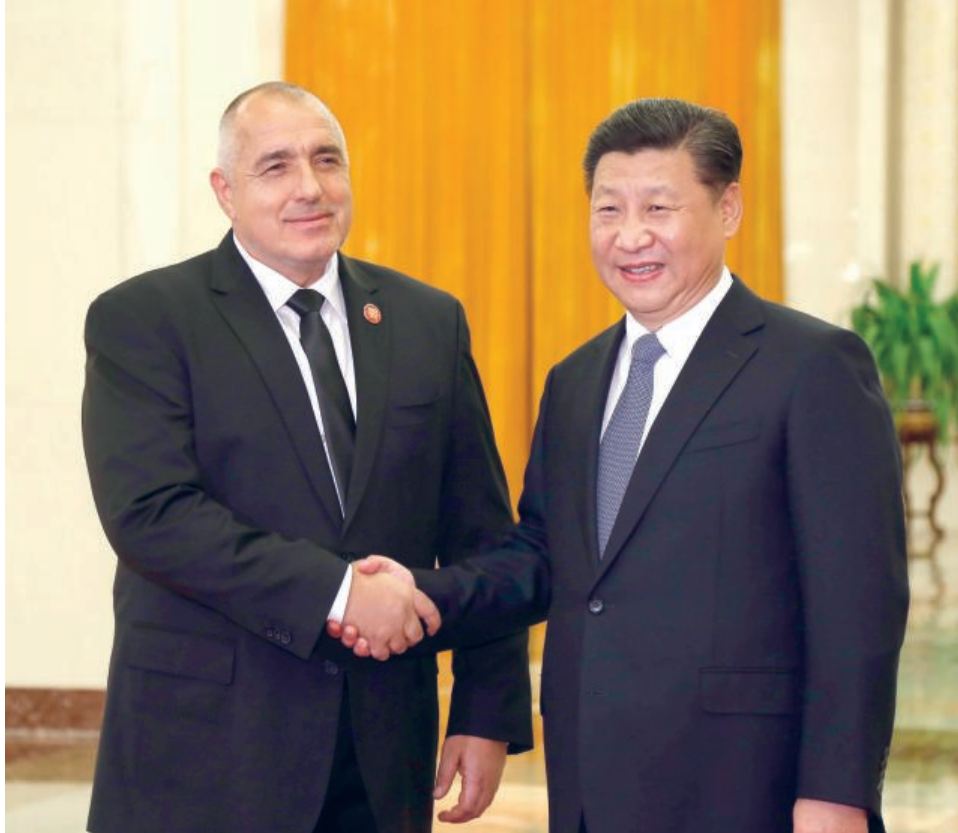
Градове побратими

Побратимяването на градове според наблюденията на Мариана Тиен създава добра основа за контакти на всяко ниво, дори в областта на образованието и библиотечното дело. Много големи и малки български градове са намерили свой партньор в Китай. Пловдив е побратимен с Шънджън, който е най-бързоразвиващият се в света. Еврокитайската зона за икономическо развитие превръща Пловдив във врата към Европа. Там е направена и голяма борса за зеленчуци, които са за износ в Китай. София обаче не е побратимена с Пекин и в момента пристигащите големи китайски делегации още от летището тръгват за Пловдив. Културата е най-добрият бизнес посланик в Китай, но в България все още не се осъзнава, че когато хората са имали досег с представители на изкуството и културата на дадена страна, те са и по отворени към нейните продукти. Пловдив например по умел начин представя не само възможностите за бизнес, но и своята култура, история и традиции и се превръща във визитна картичка на България, твърди Мариана Тиен.

Партньорството не върви гладко

Производството на автомобили Great Wall в модерния завод на „Литекс Моторс“ край Ловеч продължава успешно да се развива. Още през 2010 г. китайската фирма China Luoyang Float Glass Group щеше да започне строителство на завод за стъкло в Разград, където това производство има традиции, но това така и не стана. Край Ихтиман китайци инвестираха в соларен парк. В Добрич започва изграждането на модерен българо-китайски завод за концентриран фураж. Във Видинско китайски предприемачи опитаха да развият земеделие, но побързаха да се оттеглят. Китайски предприемачи твърдят, че процедурите за установяване на бизнес в България са тромави. Като голяма слабост се отчита и липсата на достъп до обществените поръчки.

В сравнение с други страни от Европа, България не може да се възползва от възможностите, които сътрудничеството с Китай би могло да даде. Български политици посещаваха на най-високо ниво Китай, отиваха с цел привличане на инвестиции, но те не започват да ваят след никое посещение.



В края на ноември премиерът Бойко Борисов участва в четвъртата среща на високо равнище в Китай на лидерите на страните от Източна Европа и Китай във формата "16 плюс 1". Той проведе и лична среща с президента Си Дзинпин. Очакванията са след това посещение двустранното сътрудничество и инвестициите да се засилят.

Китай обмисля 6000-километрова високоскоростна жп линия, която да съживи Пътя на коприната и да свърже китайския Синдзян-уйгурски автономен регион с Киргизстан, Таджикистан, Узбекистан, Туркменистан, Иран, Турция и да стигне до Испания. Предвиждаше се да мине през България, а сега железницата ще ни заобиколи. От април 2012 г. действаше кредитната линия от 10 млрд. долара за страните от Централна и Източна Европа, но България не се възползва. Не можахме да привлечем китайски инвеститори за наши големи инфраструктурни проекти, макар те да проявяваха интерес към участие в АЕЦ „Белене“, тунела под Шипка, автомагистрала „Черно море“. Сега много се говори за туристически пакети за китайски туристи. Важно е да се знае, че те не са като европейците и не обичат да се пекат на плажа, нито да се къпят в морето. Наблягат на историческия и на културния туризъм. СПА хотелите и казината също ги привличат.

Преговорите са трудни

За представителите на бизнеса, които планират посещение в Китай, е важно да знаят, че трябва да се направи много добра предварителна подготовка, за да не последват големи разочарования, че не са намерили канали за реализация на своите стоки. Няма ли добра подготовка, те попадат в джунглата на необятния пазар, на който действат други правила. Китайците много държат на проучвателния период. Те вече са се опарили от опитите си за стъпване на нови пазари, в това число и в България, и внимават преди да направят първата крачка. Освен това преговорите с тях са трудни. Условие е добре да се познават законите и китайците да видят взаимния интерес, предупреждава Мариана Тиен. Китайци учат и работят по цял свят, натрупват опит и се завръщат в родината си. България ще има икономически успех, когато и българите започнат да се връщат в България.

НОВИТЕ АМБИЦИИ НА ХЮВЕФАРМА В ТУРЦИЯ



През март Хювефарма обяви окончателното придобиване на Animal Nutrition Center (ANC), турски производител на ветеринарни медикаменти и фуражни добавки, който през изминалото десетилетие бе ексклузивен дистрибутор на продуктите на Хювефарма за Турция.

При официалното съобщение на новината генералният мениджър на ANC д-р Исмаил Оздемир представи възможностите на Хювефарма в областта на ветеринарната медицина като катализатор за ускорен растеж в бъдещата дейност на неговата компания. Същевременно г-н Кирил Домусчиев, президент на Хювефарма, наблегна на важността от присъединяването на ANC към семейството на Хювефарма и отдадеността на двете фирми към обслужването на турския пазар, който е с един от най-бързо развиващите се селскостопански сектори в региона и е главен доставчик на животински протеин, млечни и рибни продукти.



Д-р Ален **КАНОРА**

Глобален маркетинг директор и директор Международни продажби на Афилиатите Хювефарма

„Хювефарма постави началото с изграждането на мрежа за директни продажби и маркетинг в ключови пазари с птицевъдство. Днес Хювефарма е представена на пазарите в САЩ, Бразилия, Китай, Индия, Русия, Тайван, Тайланд, както и на своя - в ЕС. Последвалата инвестиция в значим пазар като Турция бе логичната стъпка за Хювефарма“, отбеляза д-р Канора.

Според д-р Канора, интегрирането на ANC е бил бърз и ефективен процес главно поради изградените вече солидни търговски отношения между ANC и Хювефарма, датиращи от 2005 г. „В очакване на разрастването на турския селскостопански пазар, това придобиване дава възможност на ANC да се развива по-динамично, да се разгръща и следва по-ефективно нуждите на своя вътрешен пазар.

Освен с бързо развиващия се селскостопански пазар на Турция, Хювефарма е ангажирана и с обслужването на глобалния ветеринарен пазар, който бележи значителен ръст през последното десетилетие – средно около 22%. Този растеж, заедно с богатото настоящо портфолио, нови разработки и пълни мощности на Хювефарма, са предпоставка за заздравяването на позициите на ANC през предстоящите години“, добави още той.



Д-р Исмаил **ОЗДЕМИР**

Генерален мениджър ANC

Ръководен от д-р Оздемир, ANC поддържа 60 постоянни служители и се състои от четири основни подразделения: Авицентър, който се занимава с продукти свързани с птицевъдство, и обслужва съответните клиенти в Турция; Румицентър - бизнесът занимаващ се с преживни животни; Аквацентър, обслужващ турската рибна индустрия – въпреки че е малко подразделение понастоящем, Аквацентър има голям потенциал за растеж в близкото бъдеще; и не на последно място - Клифтлигим Агротърговски център, името на централизираните агро магазини, които предлагат оборудване, фуражни добавки, хигиенни и обслужващи продукти за фермерите отглеждащи преживни животни за турския пазар.

ANC разполага също и със смесителна фабрика, която предлага на клиентите си специално съобразени за всеки от тях смеси и концентрации от фуражни добавки, измежду които и ензимни фуражни смеси.

Днес Хювефарма и ANC се развиват въз основа на своите нови синергии и вървят заедно към нови бизнес възможности.

Борислав Боянов:

ЕФЕКТИВНОТО ПРАВОРАЗДАВАНЕ Е НЕДЕЛИМО ОТ ДОБРАТА БИЗНЕС СРЕДА

ИМА ИЗВЕСТНО НАРАСТВАНЕ НА ИНТЕРЕСА КЪМ
БЪЛГАРИЯ И УВЕЛИЧАВАНЕ НА ПРИДОБИВАНИЯТА,
ВКЛЮЧИТЕЛНО И ОТ МЕСТНИ КОМПАНИИ

92

КАНТОРА

Адвокат Борислав Боянов е управляващ партньор в Адвокатско дружество „Боянов и Ко“. Завършил е Юридическия факултет на СУ „Св. Климент Охридски“ и Академията за американско и международно право в Далас, САЩ. Член е на Софийската адвокатска колегия и на Международната асоциация на адвокатите. Председател на Фондацията за правно развитие, на Балканския правен форум, учредител и съпредседател на Югоизточноевропейската правна група. Президент на Индийско-българската бизнес камара. Почетен консул на Република Малта.

автор: Тони Григорова

Адвокат Боянов, адвокатско дружество „Боянов и Ко“ е вече на 25 години. Кой са най-големите ви постижения през този четвърт век?
- Най-ценното е, че успяхме да изградим екип от специалисти на международно ниво, с отлични личностни и професионални качества, който има един ценностен компас и морал. Отношението към клиентите и към обществото, качеството на услугите, знанията и опитът ни са базата, на която повече от две десетилетия специализираните агенции и издания неизменно ни сочат като пазарен лидер и доведоха до признания като „Най-добра адвокатска фирма в Източна Европа и на Балканиите“ (The Lawyer). В последните години сме оценявани и като регионален играч.

- Какъв екип сформирахте и каква трябва да е добрата адвокатска кантора днес?

- Хората са най-важният ни актив. Всички са внимателно подбрани и това, с което не правим компромис, е моралът. Екипът ни е съчетание на млади, професионално амбициозни хора и на такива, които са известни като отлични юристи с много опит. Всички работим заедно като голям оркестър и всеки в кантората има своето важно място. Качеството в работата, приносът и отговорността за общия резултат е на всяко ниво. Индивидуалното его се подчинява на общия интерес, този на клиента, както и закона.



- Как глобализацията се отразява на вашия бизнес и пред какви предизвикателства ви изправя тя?

- Исторически се случи, че от самото начало работим за международни и големи чуждестранни клиенти и с адвокатски кантори от цял свят. Колегите ежедневно решават казуси, които са с международен елемент, и това е предизвикателство да се учим непрекъснато на право, икономика, култура и много други неща. Преди 13 години основахме и Югоизточноевропейска правна група (SEE Legal), която е интегрирана организация, без аналог в региона. В групата членуват десет водещи адвокатски кантори и чрез тях тя предоставя услуги в 12-те държави на Югоизточна Европа. Поддържахме интензивни ежедневни контакти с цял свят и това обогатява знанията и опита ни, служи ни за ориентир за развитие и усъвършенстване.

- Има много адвокати и адвокатски кантори. Как клиентът, който се нуждае от правно обслужване, да направи своя най-добър избор?

- Като предварително реши какво точно търси, в зависимост от целите и възможностите си. Разбира се, можем да започнем градацията от добро качество на добра цена и да вървим нагоре. Основното е да се намери кантората, която познава бизнеса на клиента, има съответни знания и опит, знае как да комуникира с него и най-важното – поставя клиента преди всичко.

- Кои дела и сделки по сливания и придобивания донесоха най-добра репутация на „Боянов и Ко“?

- Истината е, че в една или друга роля сме участвали

и участваме в повечето значими сделки в страната през последния четвърт век – повечето банкови придобивания (сега например приключваме придобиването на „Алфа банк“ от „Юробанк България“), индустриални предприятия (през април тази година приключихме придобиване за „Мохоук Инк.“, която е най-голямата компания в САЩ за подови настилки, а сделката е водеща за тази година в България), също медии и технологични компании. Значителна част от сделките са били най-големите или най-сложните трансакции от правна и бизнес гледна точка, някои от тях са били признати за такива поради правната си сложност и от „Ройтерс“. Помня сложна трестранна сделка по придобиване на голям оператор, където трите страни се съгласиха прозрачно да съветваме всяка от тях и ние го направихме успешно с три екипа и при спазване на всички професионални и етични правила. Скоро приключихме работата по „Баумакс“, където имаше 17 страни по сделката, а при разделянето на „Монделийз“ участваме в глобална сделка на стойност 7 млрд. долара. Радостно е, че в последните няколко години виждаме млади, иновативни и много успешни български компании, които вече правят глобален бизнес и се обръщат към нас за съдействие.

- Кои са някои от най-сложните казуси, на които е трябвало да намерите решение в защита интересите на ваш клиент?

- Те също не са един и два. Особено в началото, а и днес има редица случаи, при които нещо се прави за първи път в България – първите лизинги на самолети, смесени предприятия, приватизация, фондове и т. н..

Защитаваха сме инвеститори срещу незаконни и несправедливи атаки, срещу криминални посегателства. Преди повече от 15 години имахме случай, в който бранихме неголям инвеститор в рамките на две и половина години, като водихме около 31 дела в цялата страна и накрая победихме. Случаят бе разискван на ниво президенти на България, Израел и САЩ. След това имахме случаи, в които казусите бяха разглеждани от Европейската комисия, премиери и правителства на Германия, Холандия и Канада.

- Как върви процесът на сливания и придобивания в България и кое го движи в момента?

- Спадът на чуждестранните инвестиции през последните години и оттеглянето на редица чужди компании не е приятно. Независимо от цифрите обаче, виждаме известно нарастване на интереса към България и увеличаване на придобиванията, включително и от местни компании. Причините са комплексни – глобални, регионални и национални, политически, икономически, те опират и до стабилността и бизнес климата у нас. Оставаме оптимисти.

- Как изглежда българската икономика днес през призмата на делата, които водите? Свършили ли кризата или тя е в нова фаза?

- Напомняте ми за балканския виц, че не знам за коя криза ме питате, тъй като в региона винаги сме в криза. Ако прибавим и традиционното ни черногледство, става направо тягостно. В икономиката и в средата има проблеми от разнообразен характер. Но икономическите показатели в последните години, особено в сравнение със съседните държави, би трябвало да ни вдъхват кураж. Нивото на растеж, на експорт, на усвояване на европейски фондове, класацията на България като водеща световна дестинация по информационни технологии и аутсорсинг дават основания за оптимизъм. Очевидно е, че има развитие. Едновременно с това на хората и на инвеститорите оправдано им трябва повече уважение към върховенството на закона и възможности за пазарно развитие.

- Съдебната ни система е подложена на много критики. Кои промени са най-належащи в името на по-добрата бизнес среда?

- Връзката между работата на съдебната система и бизнес средата е пряка и много важна. Недостатъците в правораздаването създават проблеми за обикновените хора, за местните и чуждите инвеститори. Едновременно с това обобщаващи изводи и квалификации за цялата система и всички работещи в нея са неточни и несправедливи. С проблемите сме наясно отдавна. Образованието, промяната на съзнанието към нетърпимост на зависимостите и корупцията и институционалните механизми за тяхното елиминиране, бързото развитие на гражданското общество са силни естествени лекарства включително и за правораздаването. Всяка стъпка, която води до професионализъм, независимост, прозрачност и върховенство на закона, следва да се приветства и подкрепя. Колкото е по-голяма, толкова повече печелим всички. Ефективното, нескъпо и справедливо правораздаване е неделимо от добрата среда за живот и правене на бизнес.



КОГАТО ИЗБИРАТЕ
КАНТОРА, ТЯ ТРЯБВА ДА
ПОЗНАВА БИЗНЕСА, В
КОЙТО РАБОТИТЕ, ДА
ИМА ЗНАНИЯ И ОПИТ
И НАЙ-ВАЖНОТО - ДА
ПОСТАВЯ КЛИЕНТА
ПРЕДИ ВСИЧКО

ПОЛЗИТЕ ОТ МАШИННОТО ГЛАСУВАНЕ



фото Стоян Йотов

Елеонора Вълва е ръководител отдел „Проекти“ в „Сиела Норма“ АД, която организира машинното гласуване на местните избори.

Г - жо Вълва, как беше реализиран проектът за машинно гласуване с реално отчитане на вота на Местни избори 2015?

- След решение на ЦИК беше предвидено реално машинно гласуване да се проведе в 50 секции на територията на София. „Сиела Норма“ АД организира и проведе машинното гласуване съвместно със своите партньори Смартматик Интернешънъл Холдинг, водеща в света организация, която се занимава с изборни решения. Ние осигурихме за местните избори машините за гласуване заедно със съпътстващ софтуер към тях, паравани и кутии за разписките. Извършихме и всички необходими дейности, в т.ч. логистика, транспортиране, инсталиране, деинсталиране, тестване, техническа поддръжка и оказване на техническа помощ и съдействие, обучения на ЦИК, ОИК и СИК, обобщаване на резултатите и др. Осигурихме 24-часова техническа поддръжка на място, както и помощен център.

- С какви специфични моменти се сблъскасте в процеса на изпълнение?

- Ние за трети път осигуряваме машинното гласуване и познаваме процеса добре. Това, което ни липсваше, а мисля и на гражданите, беше липсата на публичност и гласност на процеса. Нямахме информационна кампания, която да запознае гражданите с възможността да гласуват машинно, как-

ПРЕЗ ОКТОМВРИ 2015 Г. „СИЕЛА НОРМА“ АД ОРГАНИЗИРА ПЪРВОТО АВТОМАТИЗИРАНО ГЛАСУВАНЕ В БЪЛГАРИЯ С РЕАЛНО ОТЧИТАНЕ НА ВОТА

то и информация относно процеса на машинното гласуване.

- Какви са технологиите и машините, използвани в изпълнението на проекта?

- На местните избори беше използвана система за гласуване на базата на електронната машина за гласуване SAES-3377 на Смартматик Интернешънъл Холдинг. Машините се отличават с наличие на простота при работа – много са удобни, лесни за ползване от потребителите. Системата използва тъчскрийн за визуализация, има вграден принтер, има вградена система за аудиогласуване – за гласоподаватели с нарушено зрение.

- Какви са резултатите и ползите от машинното гласуване и какви са научените уроци при първите избори с машинно гласуване с отчитане на реален вот?

- Ако трябва да изброим накратко резултатите и ползите, бихме посочили тези:

✓ Нямахме гласоподаватели, оплакали се от някаква сложност или неяснота при работа с машините за гласуване.

✓ Нямахме нито един технически проблем, възникнал при работа с машините.

✓ Нямахме невалидни бюлетини, на фона на 400 000 невалидни при хартиеното гласуване.

✓ Протоколите с резултатите от машинното гласуване бяха готови в момента на приключване на изборите.

Интересно е и още едно сравнение, свързано с преференциалното гласуване. При машинния вот феноменът 15/15 също е невъзможен. На бюлетините за гласуване не се публикуват имената на преференциите. Но при машинното гласуване, след като гласоподавателят избере преференция, на екран се появява името на избрания кандидат, който избор следва да се потвърди. На разпечатаната разписка също фигурира избраната преференция. Т.е. избирателите много по-ясно се ориентират, а и виждат резултата от техния избор.

- Кога ще бъде въведено машинно гласуване в цялата страна и кога евентуално ще се въведе интернет гласуването?

- За изборите през 2016 г. в Изборния кодекс е записано да бъде проведено още едно машинно гласуване с реално броене на гласовете в до 500 секции. За всички следващи избори би трябвало да се въведе машинното гласуване в цялата страна.



НЕЖНАТА СИЛА НА КОМУНИКАЦИИТЕ

КАТО PR ПРОФЕСИОНАЛИСТИ ЖЕНИТЕ СА
КОРПОРАТИВНИ ДИПЛОМАТИ, АРХИТЕКТИ НА
СЪВРЕМЕННИЯ РАЗГОВОР И РАЗКАЗВАЧИ НА
ИСТОРИИ, КОИТО СЛЕДЯТ ПУЛСА НА ПАЗАРА

автор: Яна Колева

Корпоративните комуникации са неразделна част от всеки бизнес. Динамиката на промените навсякъде и във всичко силно засяга и тази дейност. Промените в комуникацията стават не заради PR професионалистите и желанието им компаниите, за които работят, да са по-интересни за публиката, а въпреки тях. Интернет и технологиите, които непрекъснато създават нови канали за комуникация, усложниха тяхната работа. Сега изненади дебат отвсякъде. Клиентите стават все по-капризни и изискват все по-високо качество на продуктите и услугите, държат и на по-доброто общуване с бизнеса, който им ги предоставя. Нарастващият брой блогове, сайтове и форуми им дава нови възможности за връзка с клиентите и потребителите, но същевременно това утежнява тяхната работа.

Все повече PR специалистите си дават сметка, че в своята работа трябва да са на гребена на информационните технологии. Бурята от идеи, мнения и коментари в интернет променя коренно начина на правене на PR. Ако доскоро мениджърите по корпоративни комуникации търсеха как да контролират посланието, днес вече се налага да намират варианти, чрез които да въвличат потребители в правенето на самото послание. Ето защо те се превръщат в архитекти на съвременния разговор. Не са ли активни и иновативни в комуникацията с клиента, когато той очаква това, клиентът

може просто да смени компанията.

Освен всички други нови роли, които реалностите им налагат, PR професионалистите трябва да са и корпоративни дипломати. Те са хората, които свързват, убеждават и помагат на компаниите да постигат добри резултати с отговорност и грижа към потребителя и клиента, към околната среда и цялото общество.

Често корпоративната комуникация е поверена на жени. Дами имат грижа за имиджа на компаниите в добри времена, но и в лоши моменти. Връзките с обществеността разчитат повече на креативност при реализацията, на иновативност и гъвкавост, за да постигат публичност с по-малко средства. Инвестира време, енергия, знания и постоянство в изграждането на позитивни и устойчиви отношения с медии, с институции, с потребители, с всички възможни заинтересовани страни.

Поканихме няколко дами, които управляват корпоративните комуникации, маркетинг и реклама, от първо лице да разкажат за професията, която остава в сянка, но резултатите ѝ са видими. Те организират публични корпоративни събития и различни прояви, но самите те, макар да имат чар, обикновено не са под светлините на прожекторите. Те обаче са в нашия обектив.

Силвия Костова:

Стремим се клиентите ни да живеят с нашия бранд



Силвия Костова е началник управление „Корпоративни комуникации и маркетинг“ в Пощенска банка. Тя има над 15-годишен опит в областта на корпоративните комуникации, маркетинга и медиите. Повече от 10 години заема мениджърски позиции в една от водещите комуникационни агенции у нас. Била е директор „Корпоративни комуникации“ в един от най-големите холдинги на пазара, където е отговаряла за комуникационната политика на водещи български компании в сферата на бързооборотните стоки. Работила е още като Press Officer в администрацията на президента и журналист в печатни и електронни медии. Има магистърска степен по журналистика и масови комуникации, и прави докторантура по публични комуникации и информационни науки в СУ „Св.Климент Охридски“.

Професионалните предизвикателства в корпоративните комуникации днес са преди всичко свързани с нарастващите критерии за това кое в нашата работа е ефективно и успешно. В условията на все още възстановяващ се (недостатъчно растящ и силно конкурентен) пазар корпоративният ПР трябва да бъде все повече стратегически ориентиран и ефективен. Именно това е и най-важната задача към нас като комуникатори. Стремим се клиентите ни не само да са доволни от качеството на обслужването и предложените иновативни продукти, но и да усещат, или направо, бих казала, да живеят с бранда, разбирайки визията и ценностите на компанията ни.

Трябва да бъдем креативни и да прилагаме нестандартни подходи за спечелване на доверие, да развиваме собствените си корпоративни медии, чрез които да говорим открито с потребителите. Постоянното развитие на онлайн средата и социалните медии изискват от нас ежедневна промяна и адаптация – необходимо е изключително високо ниво на организация на комуникациите. Успехът в корпоративния ПР изисква повече от всякога да сме бързи, ефективни и убедителни. Паралелно с това да отделяме все повече внимание на вътрешните комуникации, на разработването на

наши вътрешни медии, с които да ангажираме и мотивираме служителите си.

Предизвикателство е и правилното интегриране на социални теми в корпоративните комуникации на компаниите и взаимоотношенията с обществеността. Компаниите все повече се конкурират на ниво корпоративен имидж и се стремят да интегрират значими социални инициативи, свързани с дългосрочни каузи. Пример за това от нашата практика е дългосрочният проект на Пощенска банка и УНИЦЕФ, целящ изграждането на центрове за майчино и детско здраве в цялата страна, който е един от най-награждаваните КСО проекти на бизнес организация.

Банковият бизнес днес е един от най-интересните и всеки ПР и маркетинг екип цели да направи продуктите на своята банка неотменна част от живота на потребителите си. А те продължават да търсят едновременно най-добрата оферта, съпроводена с гъвкави решения, удобство, сигурност и подкрепа от стабилен финансов партньор, какъвто Пощенска банка винаги е била. Само през последната година и половина получихме 10 награди за кампаниите ни за корпоративни комуникации и маркетинг, което е още едно доказателство, че сме успели да се отличим на пазара, работейки с грижа за обществото и клиентите ни.

ПЕЧЕЛИМ
ДОВЕРИЕ,
КАТО
ГОВОРИМ
ОТКРИТО С
ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Илияна Захариева:

Комуникациите се учат цял живот



Илияна Захариева е директор „Корпоративни комуникации“ в Мтел. Тя отговаря за всички комуникационни дейности на компанията, насочени към обществото и служителите. Дирекция „Корпоративни комуникации“ обединява управлението на традиционни и дигитални медии, организацията на спонсорства и събития, програмите за корпоративна социална отговорност и вътрешните комуникации на Мтел. Има над 15 години опит в сферата на корпоративните комуникации, връзките с обществеността, маркетинга и рекламата. Присъединява се към екипа на Мтел от Пощенска банка, където е ръководила корпоративните комуникации на компанията в последните шест години. Отговаряла е за рекламата и връзките с обществеността последователно за Хеброс банк, HVB Bank Biochim и Уникредит Булбанк. Работата си в областта на корпоративните комуникации започва в KPMG през 1999 година. Тя има диплома от Chartered Institute of Marketing, London, London School of Public Relations, както и магистърска степен от Факултета за нови и класически филологии и Факултета по славянски филологии на СУ „Св. Климент Охридски“.

Избрах тази професия, защото беше близко до журналистиката, но с предизвикателството за нещо ново и все още неустановено в българска среда. Когато започнах да работя корпоративен ПР, професията „проходеше“ и това предизвика интереса и любопитството ми. Бях в голяма международна компания и постепенно поех маркетинговите комуникации. Хареса ми да бъда журналистът в компанията – този, който събира информация от подходящите хора, придава ѝ правилната форма и я разпространява към различните публики. С времето натрупах не само практически опит, но продължих да се обучавам с допълнителни квалификации в областта на ПР и маркетинг.

Да поддържаш корпоративната комуникация на голяма компания е отговорно, сериозно, често стресиращо занимание. От друга страна, ефектът на стреса зависи от това как го възприемаме. Според Кели Макгонигъл, здравен психолог и автор на „Как да направим стреса наш приятел“, стресът ни вреди само ако вярваме, че това е така. Преподавателката от Станфорд разглежда стреса като позитивно явление и показва нови механизми за неговото овладяване чрез търсене на социален контакт и подкрепа. Възприемам стреса на моята работа като зареждащ и водещ до нови социални контакти.

Масовата представа, че ПР-ите само ходят по коктейли и събития, не отговаря на истината. Нашата работа е свързана с много седене пред компютъра и писане на...всякакви неща. Формите са различни и се променят – само помислете за социалните медии, но в крайна сметка става въпрос за разказване на истории, които да завладеят читателите и да ги карат да променят своите нагласи към компанията, продукта, услугата, събитието и т.н. Дигиталните медии са просто ново средство за комуникация, но за да я има – трябва да добре подготвени хора, които да създадат и разкажат съответната история.

Моята работа изисква отдаденост и непрестанно любопитство към света. Качах за „измислянето“ на истории – това предполага четене и следене на различни източници, създаване на връзки между понякога несвързани неща, съглобяване на информации от различни автори, говорене и срещи с всякакви хора, усет за пулса на обществото – от какво се вълнуват и интересуват публиките. ПР-ът трябва да е отворен човек, без предразсъдъци и страх от авторитети и статукво, защото както при журналистите, това пречи на работата. Добрият език и обща култура, афинитетът към писане, комуникативността, точността, прецизността, бързата реакция – всичко това са качества, които смятам за задължителни за професията.

Това, което е невидимо, е многото „черна“ работа, която остава скрита за публиките. Това важи и за други професии. Подготовката на едно двучасово събитие може да отнеме половин година и повече. Зад финалното съобщение към служители или прессъобщение често се крият дни работа: координация на различни звена, уточняване на фактология, множество редакții, коментари и одобрения. Всичко това остава невидимо, но пък крайният продукт от нашата работа е винаги много видим.

Най-тежките моменти за корпоративния ПР са кризите, защото се работи в извънредни условия, когато всички са напрегнати, а резултатите не са ясни. В Мтел имаме постоянно миникризи, тъй като работим за над 4 млн. крайни клиенти. Но когато говоря за най-тежките моменти, виждам наистина големи кризи, които изискват координация на много хора, незабавна реакция и поемане на рискове. В такива ситуации опитът е изключително важен, той помага много повече от теоретичната подготовка по кризисни комуникации. Знаеш не само как да постъпиш по най-правилния начин, но и как да запазиш хладнокръвие, което е част от успеха в подобна ситуация.

Срещам неразбиране от хора, които не разбират какво работя. За мое щастие това са все по-малко хора в корпоративните среди, а промяната на масовите заблуди по отношение на моята работа ще отнеме очевидно още доста време и усилия на гилдията като цяло.

Голямо удовлетворение ми носи успешният финал на всеки един проект. Зарежда ме невероятното разнообразие на моята професия. Ежедневно работя с много хора, по различни проекти и идеи, свързани с творчество, но и точност и прецизност към детайла. Като мениджър управлявам хора и процеси и отговарям за резултатите. Защото нашата работа трябва да има смисъл и измерими резултати. Добре е да се знае, че комуникациите се учат цял живот.

Добре е да се знае, че комуникациите се учат цял живот.

Мануела Тотева:

Ние сме балансьорите между корпоративния и обществения интерес



Фото Иван Лулчев

Работи в сферата на комуникациите през последните 14 години за организации като Българската търговско-промишлена палата, МЕТРО Кеш енд Кери, Пощенска банка, както и като консултант в агенции за компании от различни сектори. От 2010 г. е ръководител „Комуникации“ в Аурбис България, където отговаря за комуникацията със служителите, корпоративната социална отговорност и цялостния образ на компанията навън. Образованието си по „Връзки с обществеността“ получава във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет и Chartered Institute of Public Relations - Лондон. Специализира финанси в Международния банков институт - София и индустриален мениджмънт в ХТМУ. Член на УС и председател на Българско дружество за връзки с обществеността за 2017 г., член на Европейската асоциация на комуникационните директори (EACD). Омъжена, с едно дете.

В ОСНОВАТА
НА МОЯТА
РАБОТА Е ДА
УПРАВЛЯВАМ
ПРОЦЕСИТЕ
ТАКА, ЧЕ ДА
СРЕЩАМ
РАЗБИРАНЕ У
ВСИЧКИ

Избрах тази професия, защото ме провокира с липсата на рутина и наличието на непрестанна динамика във всеки един момент. Дава ми възможност ежедневно да уча и да общувам с хора, което ме развива като професионалист и личност.

Да поддържаш корпоративната комуникация на голяма компания е голяма отговорност най-вече към репутацията на въпросната компания, както и към екипа, с който работиш, а той обикновено е многочислен.

Моята работа изисква отдаденост, страст, гъвкавост, концентрация, мултифункционалност, етика. Иска се умение да пишеш грамотно и със стил - нещо, което за съжаление се

среща все по-рядко.

Това, което е невидимо в моята работа, са трудът, времето и усилията, които стоят зад всяка една кампания, събитие или прессъобщение. Често се пренебрегва и negliжира аналитичният подход в нашата професия, способността за усвояване на голям обем информация и взаимовръзки, която да бъде „преведена“ на обществеността със съответното послание и правилния канал за достигане. Ние сме балансърите между корпоративния и обществен интерес в най-позитивния смисъл.

Най-тежките моменти за корпоративния PR са ситуацията на комуникационна криза. Но ги възприемам не толкова като „тежест“, а по-скоро като предизвикателство, надграждащо опита. Трудност е да се сблъскаш с неетично поведение на колеги или медии, както и цялостното

ниво на грамотност и информираност. Вярвам в професионалното образование и младото поколение.

В основата на моята работа е да управлявам процесите така, че да срещам разбиране у всички и да умея да убеждавам различни целеви публики, дори и у дома.

Голямо удовлетворение ми носи усещането за баланс между личен живот и работа, когато е успешно постигнат.

Добре е да се знае, че в тази професия не съществуват етикети, както доста често се приписват. Това е сериозен бизнес, който се развива все повече, има стратегическа роля в управлението на компаниите и чието значение нараства все повече с развитието на дигиталните комуникации.



Румяна Парушева:

ЧУВСТВАМ СЕ КАТО НА СКОРОСТНО ВЛАКЧЕ В ЛУНАПАРК

Румяна Парушева отговаря за корпоративните комуникации на Siemens България. Тя има над 15 години опит в сферата на медиите и връзките с обществеността.

Румяна е завършила Факултета по журналистика и масови комуникации към СУ „Свети Климент Охридски“. Има магистърска степен по специалността „Медии и межкултурни комуникации“ от Европейския университет „Виадрина“, Германия. Владее английски, немски и руски език.

Избрах тази професия, защото е вдъхновяваща, предизвикваща, удовлетворяваща, понякога доста изнервяща, но винаги вълнуваща.

Да поддържаш корпоративната комуникация на голяма компания е като да се возиш на скоростно влакче в лунапарк. Безспорно е вълнуващо, но човек винаги трябва да е подготвен за внезапни обрати.

Моята работа изисква абсолютна отдаденост. В тази професия не е възможно да си вършиш добре задълженията, ако разсъждаваш като чиновник, чиито служебни ангажменти приключват в 17 ч. с края на работния ден. Винаги има нещо за доорганизиране, доуточняване или просто за бърза проверка дали всичко е наред.

Това, което е невидимо в моята работа, са екипните усилия, които стоят зад всеки успешен проект. За щастие в Siemens България имам възможност да работя с истински професионалисти, които се стремят да осигурят добавена стойност във всяка една задача.

Най-тежките моменти за корпоративния

PR са резултат от подценяването на интелекта и чувствителността на ключовите аудитории. Хората разбират кога някой се отнася пренебрежително или с неуважение към техни легитимни проблеми или опасения и негативната реакция не закъснява.

Срещам разбиране от ръководството на Siemens България, че връзките с обществеността не са просто декоративната черешка на тортата за една компания. Те са крайъгълен камък, който до голяма степен стои в основата на бизнес успеха.

Голямо удовлетворение ми носи, когато успея да впрегна корпоративната машина за някоя добра кауза. Siemens България от години подкрепя множество институции и инициативи, свързани с най-уязвимите обществени групи. И когато видиш на практика резултатите от тази помощ, усещането е невероятно.

Добре е да се знае, че връзките с обществеността са занаят, който човек не може да си позволи да усвоява на принципа проба-грешка. Защото грешките, дори и най-малките, може да струват много скъпо.

ВРЪЗКИТЕ С
ОБЩЕСТВЕН-
НОСТТА СА
ЗАНАЯТ, КОЙТО
НЕ БИВА ДА
СЕ УСВОЯВА
НА ПРИНЦИПА
„ПРОБА-
ГРЕШКА“

ЗАРЕДИ ПРАЗНИЦИТЕ С ТОПЛИНА!



БЕЗПЛАТНО ГОРИВО ЗА 50 лв., 100 лв., 500 лв.

НАГРАДИ ЗА ОБЩО 100 000 лв.

**ВСЯКА СЕДМИЦА -
ТОМБОЛА НА КАРТИ ЗА ГОРИВО!**

Направи покупка на стойност 50 лева,
изпрати SMS с уникалния код от касовата бележка
на кратък номер 17150 или го регистрирай на www.lukoil.bg.
Запази касовата бележка и участвай в празничните томболи.

Цената на един SMS към номер 17150
е 0,30 лв. с ДДС за абонати на Mtel и VIVACOM
и 0,29 лв. с ДДС за абонати на Telenor.



Камелия Величкова:

Нужна ни е общителност, бърза реакция и доза смирение



Камелия Величкова е директор „Комуникации“ на Банка ДСК. Тя е доктор на философските науки, магистър по международни икономически отношения, по културология и по арабистика. Специализирала е в университета в Тюбинген, Германия. Има над 15 години опит в маркетинговите и корпоративни комуникации на банкови институции. Натрупала е опит в управление на марката, ребрандиране, управление на репутацията, кризисни комуникации, повишаване на клиентската удовлетвореност.

Избрах тази професия, защото до голяма степен бе игра на случайността, но вярвам, че тази професия ми се е случила с цялата си многофасетъчност и интердисциплинарност, за да използвам пълната гама от придобити познания и умения – за стратегиите за поддържането на марката и репутацията на компанията, за която работя, за начините на създаване на променящите се комуникационни канали и за предизвикателствата на медийния пейзаж. Вълнуващо е вслушването и опознаването на различните публики, с които общува една компания, универсализирането на посланията и същевременно адаптирането им за всяка една целева група.

Да поддържаш корпоративната комуникация на голяма компания е:

- ✓ стратегическа, мениджърска и консултантивна функция
- ✓ ежедневно управление на комуникационния процес, насочен в две основни посоки – вътрешна и външна
- ✓ умение да генерираш текстове в широк контекст
- ✓ оптимизиране на представянето на организацията, на нейния публичен образ и позициониране в съзнанието на различните целеви групи
- ✓ опит за борба с ентропията със средствата на анализа, интуицията, правилата, процедурите и личните взаимоотношения - голямата компания е дишащ организъм,

състоящ се от много по-малки структури, и действието им в синхрон е изпитание.

Моята работа изисква общителност, интелигентност, бърза реакция, хладнокръвие и доза смирение. Нужен е холистичен поглед, любопитство към света и отворени сетива, а също комбинативност, за да обединиш разбягващи се интереси и мотивации. Трябва да имаш сензори за отражението на социалните промени върху компанията, а също да умееш да разказваш интересни и позитивни истории. Да имаш повече чувствителност, повече етичност и да си с високи морални стандарти.

Това, което е невидимо в моята работа, е изтощителният обмен на енергии в комуникацията; вниманието към семиотичните аспекти на всяко изказване и на предполагаемите начини на неговото възприемане; трудното управление на очакванията и на word of mouth (англ. - от уста на уста).

Най-тежките моменти за корпоративния ПР са да следваш и поддържаш ежедневно максимата „One company - one message“ (англ. - Една компания – едно съобщение). Да прибягваш до кризисна комуникация.

Добре е да се знае, че професията на ПР специалиста в повечето случаи е лишена от блясък и умението е да „блестиш“ с отразена светлина.

ГОЛЯМАТА
КОМПАНИЯ
Е ДИШАЩ
ОРГАНИЗЪМ,
СЪСТОЯЩ СЕ ОТ
МНОГО МАЛКИ
СТРУКТУРИ И
ДЕЙСТВИЕТО ИМ
В СИНХРОН Е
ИЗПИТАНИЕ



Надя Стоянова:

Обичам да подреждам пъзела с много неизвестни

Надя Стоянова е директор „Маркетинг и връзки с обществеността“ в ЗАД „Армеец“. Тя е PR експерт с над 8-годишен опит в областта на корпоративните комуникации, организирането и реализацията на събития, разнообразни кампании и разработване на проекти в областта на корпоративната социална отговорност. Завършила „Връзки с обществеността“, в Югозападния университет Неофит Рилски, специализира международни комуникации в ADSAT International Ltd., Лондон. Придобива опит в медийните отношения в Радио „Благовград“, където работи като репортер, водещ и автор на материали.

Избрах тази професия, защото... По-скоро професията избра мен, тъй като когато кандидатствах в университета, тази специалност не беше популярна. В нито един миг не съм съжалявала за този избор. Харесвам ми „подреждането на пъзела“ – в началото се изправяме пред един казус с много неизвестни и „може би“. От уменията, знанията и усилията на PR експерта зависи кога, как и какви средства да подбере, на кои хора да разчита, как правилно да комуникира действията си. Всичко това на пръв поглед е неясно и объркано, но когато работата е свършена добре, пъзелът се подрежда.

Да поддържаш корпоративната комуникация на голяма компания е сериозно предизвикателство, отговорност и източник на нови и нови знания. Предизвикателствата възникват не само поради спецификата на дейността на компанията, но и от обема, териториалния обхват и брой служители, брой конкуренти. Отговорността се усеща най-силно в моментите, когато предлагам нови идеи, тогава се поглеждам в огледалото и си казвам – „Внимавай, работиш с труда и репутацията на много хора...“.

Моята работа изисква себеподдаване, присъствие и участие във всеки един момент на 100%. А също така и много разностранни интереси и знания, с които да може да се откликне на предизвикателствата на различните ситуации, в които попадаме.

Много неща са невидими в моята работа, защото тя е зад кадър. Ако излезе на

преден план, тогава работата не е свършена добре, видим трябва да е само резултатът от тази работа. В личен план – не се виждат безсънните часове, в които четем интензивно, за да сме в крак с новостите и с непозната тематика.

За мен най-трудни, а дори повратни, са моментите, когато трябва да защитавам кауза, в която лично не вярвам. За щастие до момента не съм имала много такива ситуации.

Най-хубавото е, че срещам все повече разбиране и все по-малко неразбиране. Впечатлявам се, когато намеря разбиране на неочаквано за мен място. Може би неразбиране се среща все още у хората, които имат по-ниско ниво на знания и специализация. Такива хора ме връщат в началото на века, когато се налагаше да обясняваме, че работим за благо на клиента, а не против интересите му, че понякога нашата работа не може да се обясни с елементарната логика.

Голямо удовлетворение ми носи, когато чрез комуникация направя така, че идея, проект или инициатива, да бъдат приети от хората като лична кауза. Моментът, в който виждам да се предават ентузиазмът и удовлетворението, това е моят възшебен миг.

Добре е да се знае, че за да поддържа нивото си, един професионален PR трябва много да се интересува, да се образова непрекъснато и да се стреми да бъде в крак с новите технологии.

МОЯТ ВЪЛШЕБЕН
МИГ Е, КОГАТО
ВИЖДАМ
ЕНТУЗИАЗМА
У ХОРАТА,
КОИТО КАТО
СВОЯ ЛИЧНА
КАУЗА ПРИЕМАТ
НЯКОЯ НАША
ИНИЦИАТИВА



Мария Дойчинова: С професията имам брак по любов

Мария Дойчинова е директор „ПР и комуникации“ на ЧЕЗ България. Отговаря за разработването и изпълнението на комуникационни стратегии на компанията и за връзките с медиите. До 2010 г. е била директор „Комуникации“ в „Софийска вода“. Завършила е арабистика в СУ „Св. Климент Охридски“. Член е на International Public Relations Association и на Европейската асоциация на директорите по комуникация.

С професията ПР се избрахме взаимно, някак си постепенно и неусетно. Като че с всяка професионална стъпка съм вървяла точно натам – към корпоративния ПР. Това се казва брак по любов и като във всеки брак има и трудни моменти, но и голямо удовлетворение и радост. И така вече години наред.

Имах щастието и предизвикателството да работя за големи международни компании с традиции в корпоративните комуникации. При това става дума за ютилити компании във времето, когато никой в България не би свързал ПР-а с ВиК-то. Или с енергото. Звучи почти неприлично, въпреки че точно ютилити компаниите, които са естествени монополи на пазара, трябва да полагат особени усилия в комуникацията си с обществото, клиентите, институциите, медиите. Сложен е балансът между вътрешните и външните публики в мултикултурна вътрешна среда и популизъм и политизиране на едни най-обикновени ежедневни услуги за населението и бизнеса отвън.

Винаги съм вярвала, че ефективната комуникация, особено когато става дума за ютилити компания, чиито услуги съпътстват живота на повече от една трета от българските граждани, се гради на доверие, а то, от своя страна, се постига с диалог и прозрачност.

Особено удовлетворение ми носи работата по проектите на корпоративната социална отговорност, доброволчеството и образованието. В това отношение съм имала късмета да работя в компании, за които инвестициите в обществото и служителите са вплетени в корпоративните им ценности.

За тези, които не са вътре в професията, нашата работа изглежда лека, без нужда от особени усилия. Когато беше на пет, синът ми описа това, с което се занимавам, по следния начин: „Мама говори по телефона, гледа телевизия и чете вестници.“ Истината е, че колкото по-лесно и приятно изглежда едно нещо, толкова повече труд е положен преди това. Ние сякаш нямаме право на грешки, защото резултатите от нашия труд обикновено са видими и то в реално време. През годините в професионален аспект минахме през не една и две кризи, някои от които разтърсиха цялото общество. И оцеляхме, станахме по-силни, благодарение на професионализма си, отговорността, която поехме като екип, и честната и откритата комуникация. Това считам за огромен успех в моята кариера.

Успехите ни в областта на кризисния ПР бяха оценени от ПР общността в България и Европа. Въпреки това пожелавам на колегите си ПР експерти никога да не им се налага да печелят награди за кризисни комуникации.

КОГАТО БЕШЕ НА ПЕТ, СИНЪТ МИ ОПИСА МОЯТА РАБОТА ТАКА: „МАМА ГОВОРИ ПО ТЕЛЕФОНА, ГЛЕДА ТЕЛЕВИЗИЯ И ЧЕТЕ ВЕСТНИЦИ“

*Изпратете старата година
и посрещнете новата 2016
с атрактивните оферти на Хотел Маринела*

*Единична/Двойна стандартна стая 45 евро на вечер
Единична/Двойна луксозна стая 55 евро на вечер*

В празничния ни Новогодишен пакет се включва:

- Стандартна или луксозна стая*
- Специално зареждане в стаята при пристигане*
- Апетитна закуска*
- При възможност - ранно настаняване след 11ч*
- Късно напускане на хотела : 15ч*

*За Вашето настроение в различните зали на хотела
ще се погрижат Ънсурт, Дончо и Алекс Раева, Дичо
and The Gang, Михаела Филева, Andrew и Sprite, Vesi
Porova, Dj Cass.*

*Повече информация за програмата ще намерите на
www.flyevents.bg*

Тел: +359 2 969 2233
reservations@hotel-marinela.com
www.hotel-marinela.com



Hotel Marinela

SOFIA



Илона Станева:

За да бъдеш разбран, трябва да говориш

Илона Станева е директор „Маркетинг и реклама“ във Fibank (Първа инвестиционна банка). Завършила е маркетинг, реклама и бизнес администрация в УНСС, специализирала интегрирани маркетинг комуникации в университета „Делауеър“. Била е директор „Търговска дирекция“ в БНТ. Голяма част от опита си в маркетинга е натрупала в FMCG сектора, като маркетинг мениджър в „Белма България“ АД. Преди това в ролята си на маркетинг мениджър е управлявала маркетинговите и PR комуникации на „Хепи“ АД, „Капитан Кук“ и „SASA“. Член е на Българската асоциация по маркетинг. Зад гърба си има няколко награди на БАМ, награда от конкурса „Бранд мениджър на годината“, ФАРА, СПХ в категория „Иновации“, Superbrands.

Избрах тази професия, защото обогатява ежедневно - тя ми позволява да комуникарам с клиента, с бизнеса, с арт средите, с широк кръг от хора. Държа на активността, а излизането на рекламната комуникация от нишата на пасивността доведе до диалог, в който се раждат „истинските“ продукти и услуги.

Навлизането на социалните мрежи като активен канал за реклама и диалог бавно разми границите „реклама“, то стана поетапно, възползвайки се от въздействието на продуктовото позициониране, събитийния мениджмънт, та чак до канала „една жена каза“. Всъщност за да бъде една рекламнo-комуникационна кампания успешна, а посланието - правилно възприето, аз лично разчитам много на интегрирания комуникационен подход, за който помага и съвместната работа с екипа на дирекция „Корпоративни комуникации“.

Моята работа изисква отдаденост към всичко - мисия, визия, ценности, ка-

уза.

Това, което е невидимо в моята работа, са безконечните телефонни разговори ... с всички и за всичко. Всъщност всичко е видимо, защото само с прозрачни идеи, съзнание и комуникационни похвати можеш да създадеш успешен проект.

Най-тежките моменти – за тях ще говоря от „камбанарията на маркетинголога“, са началото и краят на една кампания. Защото всяко начало е трудно, а краят носи носталгия - просто не искаш приказката да свършва.

За да бъдеш разбран, трябва да говориш. Засега ни разбират и ние разбираме, като за това разчитам на ПР-ите, които ни проправят пътека в комуникацията.

Голямо удовлетворение ми носи обратната връзка, дори и негативната, защото създава предпоставка за диалог.

Добре е да се знае, че детайлите са важни.

**НАЙ-ТРУДНИ СА
НАЧАЛОТО И
КРАЯТ НА ЕДНА
КАМПАНИЯ,
КОГАТО ПРОСТО
НЕ ТИ СЕ ИСКА
ПРИКАЗКАТА ДА
СВЪРШИ**

СДЕЛКИТЕ С НИВИ - НАЙ-ЧЕСТО ЗАРАДИ СПЕШНИ НУЖДИ ЗА ЛЕЧЕНИЕ И ПОКУПКА НА ДРУГ ИМОТ, ОТЧИТАТ ОТ КОМПАНИЯТА ЗА КУПУВАНЕ И НАЕМАНЕ НА НИВИ „АГРИОН“

ПАЗАРЪТ НА ЗЕМЕДЕЛСКА ЗЕМЯ ПРИТИСНАТ ОТ РАЗПОКЪСАНОСТ И СЕМЕЙНИ ВОЙНИ

Земеделските земи в България са приблизително 58 млн. дка, разпределени в над 9 млн. имота на над 2 милиона собственици. Това означава среден размер на имотите от 5,5 дка. А как изглежда средностатистическият собственик на тази земя? Огромната част от земята е притежание на най-възрастните поколения – 72% от собствениците, които живеят в София например, са над 50-годишна възраст, сочи проучване, проведено по поръчка на компанията за купуване и наемане на земеделска земя „Агрион“. Средната притежавана площ е 20 дка, като само 5% от собствениците имат над 51 дка. Друга особеност на пазара е, че голяма част от собствениците живеят на над 100 км разстояние от своите ниви, което допълнително ги затруднява при вземането на решение какво да правят с тях. Нещо повече – по-малко от половината от тях имат земя, която е окрупнена. По-често тя е частично (29%) или напълно раздробена на малки части (27%). Изследвания, проведени в Австрия и Германия сочат, че за да е оптимално ползването на един земеделски имот, той трябва да е между 40 и 50 декара.

Според „Агрион“ най-често хората нямат желание да се занимават активно със земеделската си земя заради ниската ѝ доходност, трудностите при управлението ѝ, както и отдалечеността. Данните на компанията показват, че в София, например, почти всички четвърти собственик на ниви попада в т.нар. „бели петна“ – т.е. не знае как се управлява земята му, оставил я е да пустее, а ако е отдадена под наем няма договор за нея, а най-много – устна договорка.

Алтернатива на банковия кредит

Най-сериозната причина за продажба на земя е за покриване на разходи по лечение при по-възрастните поколения или при спешна нужда от пари за заминаване в чужбина – за по-младите собственици, сочат още наблюденията на компанията. Оказва се, че хората продават земята си и за плащане на стари дългове, при спорове с роднини и при липса



на желание за активното ѝ управление. Продажбата е адекватна алтернатива и на банковия кредит, особено когато става дума за набавянето на средства в кратки срокове, смятат експертите. Парите от продажбата обикновено се инвестират в стартирането на малък бизнес или за осигуряване на оборотни средства за вече стартирал. Най-често сделките са за парцели от по 10 дка. „Клиентите често идват със запитвания за по-малки имоти, интересуват се какви документи да подготвят, как се определят цените и дали могат да продадат земята си, макар тя да е в отдалечени краища на страната. Нашата работа е да им предложим най-ефективния вариант за техния имот, така че лесно и бързо да спечелят от нивите си дори и от разстояние“, споделиха от компанията. „Ключът към по-активното развитие на пазара на поземлени активи се държи от много на брой собственици с хиляди малки парцели. Тази раздробеност оскъпява процеса на ефективно земеделие и никой в крайна сметка не печели – нито бизнесът, нито собствениците.“, обобщават от „Агрион“.

Геновева **Бакърджиева**:

УПРАВЛЕНИЕТО НА ХОРА Е КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА ВСЕКИ БИЗНЕС

HR КОНСУЛТ 108



Геновева Бакърджиева е изпълнителен директор на Българската асоциация за управление на хора от 2008 г. насам. Завършила е "Организация на производството и управление на промишлеността" в УНСС. Има магистърска степен по бизнес администрация със специализация по управление на човешките ресурси от Heriot-Watt University в Единбург, Великобритания. Работила е в "Нестле България", била е управител на българския клон на гръцката млекопреработвателна фирма Mevgal, след което става изпълнителен директор на Националния млечен борд.

ЧЕСТО ОСНОВНИТЕ ПРОБЛЕМИ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ **СА ВСЛЕДСТВИЕ НА ЛОШИЯ МЕНИДЖМЪНТ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ**

Хората в компанията са нашият най-голям капитал. Компетентност, ангажираност и креативност са характерни черти на нашите служители. Тези качества са ключът към сърцата на нашите клиенти. "Има компании, които не просто твърдят това, а са убедени, че успехът на всяко тяхно бизнес начинание зависи от ангажираността на всеки един служител. Но има и такива, които не си дават сметка, че „кадрите решават всичко“..."

Всяка компания има своя корпоративна култура и във всяка управлението на човешките ресурси има различна тежест и статут. Когато липсват стандартизирани и унифицирани условия за една професия, е нормално тя да не се възприема еднозначно. В този случай съществуват редица неясноти както за това какво точно съдържа тя като микс от дейности и отговорности, така и за механизмите и средствата за оценка на ефективността от тази функция.

В България картината, свързана с HR управлението, е сложна и неясна, макар да се очаква тя да е с добре структуриран и предвидим модел, какъвто се наблюдава във водещите западни компании. Управлението на човешките ресурси е „територия“, която не е добре позната и на нея действат все още неясни правила. HR мениджъри има в мултинационалните компании и в по-големите български фирми. Напоследък се забелязва промяна сред малкия и средния бизнес като все повече фирми търсят консултации и



съвети, свързани с управлението на човешките ресурси. Време е бизнес лидерите и мениджърите на всяко ниво да осъзнаят, че управлението на хората е изключително важно, че то е ключов фактор за целите им бизнес. Това важи за всякакви по размер и мащаб фирми, независимо от коя индустрия са.

Най-често от средите на малкия и средния бизнес уверяват, че те не могат да си позволят да наемат човек, който да се занимава само с човешките ресурси. Това не е и необходимо. Важно е да има осъзнатост на най-високото ниво в компанията, че трябва да се намира начин за професионално осъществяване на HR функциите. А това може да става и чрез външен консултант, аутсорсване, цялостно или частично делегиране на функцията към друг служител на компанията, който да бъде правилно подбран, обучаван и развиван. Собственикът или управителят е добре сам да следи изпълнението, а също така

ДА СЕ ИНФОРМИРА ЗА ДОБРИ ПРАКТИКИ

и да съдейства за въвеждане на успешен HR опит,

съобразен с мащабите и нуждите на компанията. Управлението на човешки ресурси отдавна не се свежда до функцията „Труд и работна заплата“. Важно е да се осъзнае значимостта на всеки етап на привличане, наемане, задържане, развитие и освобождаване на служителите. Всеки ръководител трябва да овладее трите нива на управление: на отделния работник или служител, на екипа, на цялата организация. Ръководството на компанията трябва да умее да оценява работата на своите служители и екипи. Добре е човекът на върха на пирамидата в компанията да помисли върху собствения си управленски стил – дали е авторитарен, или основан на делегиране. И като проява на висш пилотаж в управлението на бизнеса, да започне да работи за собственото си усъвършенстване като лидер.

Когато бизнесът расте, и най-добрият предприемач не може да се справи сам с всичко. Често основните проблеми идват точно от работниците и служителите – техният брой може да нараства твърде бързо, при подбора да не попадате на правилните хора, да страдате от недостиг на специалисти, добри професионалисти да напускат или да създават свой бизнес... Звучи ви познато, нали? За-



това потърсете специалистите, които да ви помогнат да решите проблемите с човешките ресурси.

ОЩЕ НЯКОЛКО СЪВЕТА КЪМ СОБСТВЕНИЦИТЕ И УПРАВИТЕЛИТЕ НА ФИРМИ:

✓ Не забравяйте, че всеки мениджър в компанията, независимо дали е във финансовата, търговската или в друга сфера, управлява хора. Той отговаря за екип, елемент от общата организационна структура на фирмата. От вас зависи тези ръководители да управляват ефективно своите подчинени. Погрижете се те да получат необходимите познания в тази сфера. Следете и оценявайте тяхната работа и от тази гледна точка.

✓ Не изолирайте HR мениджъра си, нито абдикирайте от собствените си ангажименти към вашите служители и екипи. Дори и най-добрият HR мениджър без подкрепата и разбирането на висшия мениджмънт няма да успее да въведе нови политики и да реализира ключови стратегии. HR мениджърът е най-важен при всяка значима промяна, която искате да осъществите в компанията си, но той може да я реализира само с вашето съдействие и увличащ личен пример.

✓ Заедно с HR мениджъра или с консултанта си създайте най-благоприятната среда

за работа на вашите служители. Бъдете няколко стъпки напред и не забравяйте, че приемствеността в една компания е от изключително значение за нейното гладко функциониране.

✓ Следете информацията за пазара на труда и по основните показатели търсете сравнение с фирми от вашия сектор или населено място. Търсете актуалните проучвания за нивата на заплатите. Дръжте винаги под око университетите и поддържайте топла връзка с тях. Поддържайте база данни от стажанти и млади хора, потенциални ваши служители. Намерете своя доверен източник на информация за най-новите тенденции в мениджмънта на хора. Помислете за ментор или коуч, посещавайте конференции и други събития, свързани с управлението на човешките ресурси. В рамките на вашите браншови организации поставете на фокус въпросите за управлението на служителите си. Споделяйте своите успешни проекти. Не премълчавайте грешките, така може да предпазите някой друг да ги повтори.

Би било добре да се осъзнае, че управлението на човешките ресурси е широкообхватна и сложна дейност. Не е необходимо да сте психолог или да имате специален HR сертификат, но самооценката на собствените знания в тази сфера и тяхното надграждане ще е от полза. Ефективното управление на човешките ресурси е решаващо за всеки бизнес и инвестициите в това безспорно си заслужават.

ABRITES ИСТОРИЯ ЗА 10-ГОДИШНИЯ ПЪТ НА УСПЕХА

„Абритес“ ООД е българска компания, създадена през 2005 г. От 10 години дружеството разработва диагностично оборудване за МПС-та. Всяка година компанията получава награди на международни изложения и форуми, а продуктите с марка ABRITES са еталон за креативност, нововъведения и качество и налагат нови стандарти в развитието на автомобилната диагностика. Към момента ABRITES разполага със стабилна дистрибуторска мрежа в над 40 държави на всички континенти. През м. декември 2014 г. дружеството открива нов клон в Париж, Франция.



Елина Друмева, управител на „Абритес“ ООД

Г-жо Друмева, с какво се отличава „ABRITES“?

- Компанията, която създадохме, е различна, семейна, наша. В основата на ABRITES лежат партньорството и взаимното доверие в колектива. Изключително лоялни сме във взаимоотношенията с партньорите си. Наш основен принцип е да защитаваме интересите на клиентите си, така че да се чувстват удовлетворени, че работят с нас.

- Как бихте описали пътя, който компанията е изминала за тези 10 години?

- Пътят ни не беше лек. Не съжалявам за трудните моменти. Гледам на тях като на предизвикателство, предложено ни от живота, за да станем по-борбени, решителни и предвидливи.

- Кои бяха най-големите предизвикателства, с които се сблъскахте?

- Всяко едно начало е трудно, така беше и при нас. Едно от най-големите ни предизвикателства беше да осигурим добри специалисти, да ги превърнем в екип и да спечелим доверието на този екип. След това трябваше да спечелим доверието на клиентите си и да се утвърдим на пазара. Отварянето на офиса в Париж и двете производства също бяха голямо предизвикателство.

- Кое най-много допринесе за успеха на „ABRITES“?

- Успехът на ABRITES се дължи най-вече на хората, които работят в компанията. С гордост

мога да заявя, че в ABRITES работят едни от най-добрите софтуерни и хардуерни специалисти. Водени от убеждението, че най-добрата инвестиция е в човешкия ресурс, ние подкрепяме и насърчаваме екипа си към непрекъснато повишаване на квалификацията.

- Представяли ли сте си някога подобно развитие за компанията?

- Пътят на развитието ни е бил плануван. Днес, 10 години след създаването на ABRITES, мога да заявя, че успяхме, защото имахме цел, имахме мечти, знаехме какво искаме и неотлъчно следвахме начертания път.

- Кои са следващите стъпки в близкото бъдеще на компанията?

- През последните години се развиваме в сферата на контрол върху наземния транспорт. Изградихме идеологии за дистанционна (интернет) диагностика и интегрирахме тези идеологии в устройства, предназначени за вграждане в превозните средства. Предстои ни да изградим партньорска мрежа за дистрибутиране и сервиз на тези системи.

- Къде виждате ABRITES след 10 години?

- Очаквам да бъдем все така упорити, изпълнени с мечти и успешни. Пожелавам си да продължаваме да вървим пред конкурентите си, да превземаме нови пазари. Надявам се след 10 години да бъдем още по-квалифицирани и да успеем да предложим още по-добри услуги на нашите клиенти. Пътят е начертан – просто трябва да го извървим.



АЛХИМИКЪТ НА ЩАСТЛИВИТЕ СЛУЖИТЕЛИ

автор: Ана Недкова

Пари „под масата“, авторитарно отношение, неспазване на трудовото законодателство – едва ли има българин, който да не може да разкаже за подобни преживявания с един или друг от работодателите си. Добрата новина е, че постепенно и у нас – не само заради европейските регулации – термини като организационна култура и ценности и развитие на човешките ресурси все повече престават да са добре звучащи чуждици и се превръщат във важна част от българския бизнес. Зад това обаче не стоят само алтруистични мотиви. Има само един тип хора, които могат да доставят първокачествен продукт – щастливите служители, убеден е Ласло Бок, вицепрезидент „Човешки операции“ на Google.

Бок е най-награждаваният специалист по човешки ресурси в света. Перфектно постижение за момче с унгарски корени, избягало заедно с родителите си от режима на Николае Чаушеску. Признанието, с което той самият най-много се гордее обаче, е, че компанията му е била избрана над 100 пъти за най-добър работодател, и при това – в държави на различни континенти, с различни културни особености и начини на живот. И наистина: служителите на известната търсачка и съпътстващите я проекти живеят и работят в уникална и единствена по рода си среда. Когато очакваш екипи от



**БЕГЛЕЦ ОТ РЕЖИМА НА ЧАУШЕСКУ, ДНЕС
ВИЦЕПРЕЗИДЕНТЪТ „ЧОВЕШКИ ОПЕРАЦИИ“
В GOOGLE ЛАСЛО БОК, Е ИЗВЕСТЕН КАТО
НАЙ-ДОБРИЯ HR СПЕЦИАЛИСТ НА СВЕТА**





Google знае как да насърчава креативността на служителите си



софтуерни инженери, разработчици и маркетингози да създават революционни, единствени по рода си продукти, работата ти неусетно се превръща в много повече от това да отчетеш кой излиза в отпуска или на кого ще му е полезен курс по чужд език. И Ласло успява именно във висшия пилотаж: да създаде атмосфера, където хората не се тревожат за (почти) нищо и да насърчава креативността им по най-добрия възможен начин. Освен на високите си възнаграждения, хората там се радват на фантастични офиси, които напомнят повече на увеселителен парк, отколкото на работно пространство.

За хората в офисите има **щедро осигурени напитки**

храни и плодове, както и помещения, където да си вземат душ, а при нужда – да повикат и масажист.

Логиката зад това? Ако служителите се чувстват като у дома си в офиса, не биха се притеснявали от работа до късно или от извънредни часове труд, които някои от по-належащите проекти изискват, обяснява Бок. От това обаче не бива да се заключава, че компанията е от тези, където се толерират дългите часове работа зад бюро или извънредния труд. Напротив – освен полагаемия годишен отпуск, служителите имат и право да излизат в „творчески отпуска“, по време на които да пътуват, да се отдават на благотворителност или хоби за няколко месеца, като през това време компанията щедро продължава да изплаща заплатите им. От мениджмънта на компанията са убедени, че служителите им стават креативни и дават най-доброто от себе си, ако периодично се измъкват от рутината на ежедневието, на задачите у дома и в офиса. Същата политика се спазва и по отношение на обученията и развитието на човешките ресурси. Всяка година компанията



заделя сериозни средства за специализирани курсове и усъвършенстване на хората си. Те обаче далеч не касаят само специфичните за дадена професионална област умения. Ако служителът Х смята, че курс по японски език, по шотландски танци или сладкарство ще го направи по-доволен и по-щастлив, тогава шансът да го получи е доста голям.

Това, с което Google се отличава от повечето си конкуренти обаче, е и „добавената стойност“ за семействата на своите колеги. Така например всеки служител, който е станал майка или баща, има право на от 9 до 18 седмици специален отпуск, по време на който да свиква с новите си отговорности. За всяко „Google бебе“ компанията отпуска и допълнителни пари – за да може семейството да посрещне и разходите, които обичайно съпътстват появата на малкия човек. Ако пък някой от работещите във фирмата почине, независимо при какви обстоятелства, в следващите десет години семейството продължава да получава половината от заплатата му, като за всяко дете компанията добавя по 1000 долара.

Придобивките за служителите в Google наистина са фантастични, но няма как да са единственото нещо, което създава уникалната атмосфера там, категоричен е Бок. И наистина: в Европа недостигът на софтуерни специалисти се изчислява на 45 000 души. В САЩ броят е поне двоен. В напрегнатата конкуренция на пазара на труда, IT фирмите не пестят нито средства, нито усилия, за да задържат и привлекат най-големите таланти. Такова е положението дори в малка България. „Като дете, израснало през 90-те, знам какво е да „няма“. Затова бях шокиран, като разбрах, че редица от по-младите ми колеги дори не знаят кога вземат заплатата. При тях липсва мисълта „нямам пари“ или „заплатата свършва“, признава мениджър в тукашното подразделение на голяма американска компания.

Имено затова не парите или екстрите, закупвани с тях, могат да са в основата на която и да е фирмена култура, смята главният специалист по човешките ресурси на Google. „Първият принцип винаги е бил прозрачността“, категоричен е Бок. Като навсякъде, и при тях има йерархичност, както и цялата „гама“ служители – от стажанти до изпълнителни директори. Разликата обаче е, че решенията не се вземат „на тъмно“ от няколко души в махагонов кабинет. В централата на компанията в Силициевата долина всеки петък основателите на Google – легендите Лари Пейдж и Сергей Брин, се срещат със служителите, пият бира и отговарят на всякакви въпроси. Откритостта се насърчава по всеки друг възможен начин: чрез споделяне на проблеми и идеи по няколко вътрешни канала.

В началото на всяка година се провежда и мащабно изследване - т.нар. Googlegeist

в рамките на който служителите дават обратна връзка за всички процеси и аспекти на труда си. След това по проблемите, посочени от най-много хора, се назначават групи от доброволци, които да се заемат с решаването им.

„Казвали са ми неведнъж: да, но вие сте с големи печалби и можете да си позволите да правите всички тези неща. Ние, по-малките компании, едва събираме пари за заплати“, обяснява Ласло. Той обаче е категоричен в едно: това, от което се състои културата на Google, далеч не са парите. „Лично аз вярвам, че търсят смисъл в работата си. Хората искат да знаят какво се случва около тях. Мисия. Прозрачност. Възможност за споделяне. Тези три компонента създават неповторимия ни цикъл от привличане, ангажиране на таланти и иновация“, убеден е най-награждаваният специалист по човешки ресурси на света.

МЕТАЛУРГИЧНАТА ИНДУСТРИЯ ОТБЕЛЯВА ТРАДИЦИОННИЯ СИ ПРАЗНИК



НА СИМВОЛИЧНА
ЦЕРЕМОНИЯ БЕ ДАДЕН
СТАРТ НА НОВАТА
ИНВЕСТИЦИОННА
ПРОГРАМА НА
АУРУБИС БЪЛГАРИЯ
„СПЕКТЪР 2018“

Йоханес Беренс, председателя на Управителния съвет на Българската стопанска камара Сашо Дончев, ръководството на БАМИ, в лицето на председателя Антон Петров, както и членовете на БАМИ заедно с домакините Томас Бюнгер, член на Изпълнителния съвет на Аурубис Груп, и Тим Курт, изпълнителен директор на Аурубис България.

Аурубис България бе домакин на националното честване на Деня на металурга – 5 ноември, организирано съвместно от компанията и Българската асоциация на металургичната индустрия (БАМИ). Повече от 50 години металургичната общност отбелязва на този ден успехите на българските металурзи, отдава заслужена почит и уважение към техния достоен и отговорен труд.

Над 200 представители на металургичната общност, централната и местната власт, неправителствения сектор и представители на медиите се събраха, за да отбележат професионалния празник. Честването на Деня на металурга датира от 1963 г., когато 5 ноември е обявен за професионален празник на българските металурзи. Събитието бе уважено от заместник-министъра на енергетиката Жечо Станков, съветника по икономическите въпроси на посланика на Германия

на Аурубис България.

Като част от програмата на събитието бе отчетено успешното изпълнение на проекта „Аурубис България 2014“, който стартира през 2011 г. Представена бе и новата инвестиционна програма на компанията за следващия четиригодишен период, която е на стойност 180 млн. евро. Аурубис България се нарежда сред най-големите инвеститори в страната с над 500 млн. евро, инвестирани само за последните години.

След официалната част за всички гости бе организирана обиколка в Металургично производство, след което присъстваха на символична церемония по засаждане на дърво. С това се даде старт на новата инвестиционна програма на „Аурубис България „Спектър 2018“.

Профил на АУРУБИС БЪЛГАРИЯ

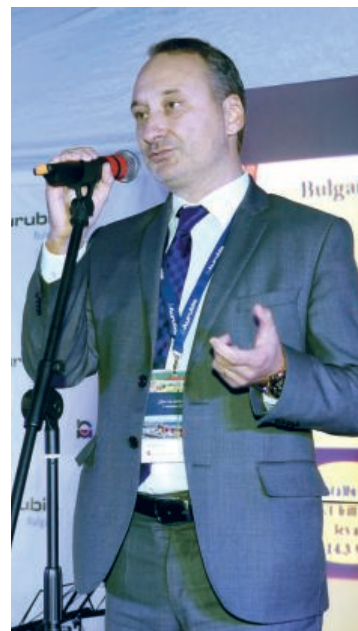
Медодобивният завод е построен през 1958 г. в региона на Средногорието. Състои се от четири основни производствени единици: металургично производство, рафинерия за катодна мед, производство сярна киселина и обогатителна фабрика. През април 2009 г. официално е прието новото име на компанията – Аурубис, след като година по-рано групата Кумерио е придобита от Норддойче Афинери (NA) след одобрението на Европейската комисия в началото на годината.

Днес в нея са ангажирани над 830 служители. През 2014 г. производството възлиза на 350 000 тона анодна мед, 233 000 тона катодна мед и 1 200 000 тона сярна киселина. Компанията реализира 8% от износа на страната за различни пазари, сред които Турция, Белгия, Китай, Сингапур, а вносът се осъществява предимно от Китай, Балканите, Близкия изток.

Към настоящия момент е най-големият ползвател на българските пристанищни и железопътни превози с над 2 млн. карго превози годишно.

За последните 10 години за модернизирани на производството в компанията и опазване на околната среда са инвестирани над 500 млн. евро, за което са връчени редица отличия, сред които „Инвеститор в опазване на околната среда“ (2014 г., Българската агенция за инвестиции).

Като част от партньорска програма за развитие на региона, компанията ежегодно осъществява дарения за общините Пирдоп и Златица на стойност 600 000 лв. за проекти в сферата на образованието, спорта, културата, развитие на млади таланти, хора в неравностойно положение, здравеопазване.



Антон Петров

Деян Витанов е израснал в Бургас. Завършил е Природо-математическата гимназия в морския град, като имал силен интерес към компютрите. После следвал три години в Германия, където се запознал с **Петър Добрев**, който по онова време учи компютърни науки. През 2007 г. Деян се премества в Калифорния, за да получи магистърска степен по бизнес администрация в Станфордския университет. Избира това място, за да е в Силициевата долина, където е Меката на стартиращия технологичен бизнес. С Петър правят сайта CPP-Home, който бързо пораста и те го продават. После основават стартъпа Philanthropedia, за чието развитие успяват да наберат капитал и две години по-късно продават и него. Около година Деян и Петър подпомагат купувача в развитието на бизнеса. После двамата напускат, пробват няколко други идеи и през 2012 г. се насочват към създаването на Chobolabs, компанията за хардкор игри на мобилни устройства. Chobo на корейски означава новак, начинаещ, а lab е съкратеният вариант на лаборатория. Компанията има офис в Силициевата долина и в България. Инженерният екип е изцяло базиран в София.



С

ИНКУБАТОР ЗА ЧЕРЕН ЛЕБЕД

автор: Татяна Явашева

ОСНОВАТЕЛИТЕ
НА CHOBOLABS
ДЕЯН ВИТАНОВ
И ПЕТЪР ДОБРЕВ
ОПИТВАТ ДА
ПОСТАВЯТ
НАЧАЛОТО
НА НОВА ЕРА
В ГЕЙМИНГ
ИНДУСТРИЯТА

Какво ще направите, ако 9,5 от десет експерти в гейм индустрията са на мнение, че не е възможно да се създаде хардкор игра за мобилни устройства? Ще се откажете от подобна идея? Деян Витанов и Петър Добрев виждат своя голям шанс в онези 5%, които не отхвърлят тази възможност.

Предстои да разберем дали една българска компания ще успее да се превърне в истински „черен лебед“ или в „юникорн“, както наричат компаниите с пазарна оценка за над един милиард долара. Сега създателите на Chobolabs Деян Витанов и Петър Добрев трескаво сноват между София и Силициевата долина с цел да създадат перфектната мултиплеър игра за смартфон. Създават

визията за един
ИЗЦЯЛО НОВ ПРОДУКТ

и търсят правилните хора, с които да осъществят този замисъл.

Започват със собствени средства, по-

сле набират 1,3 млн. долара, които в първия стадий от развитието на компанията служат, за да проверят дали изобщо е възможно да направят състезателна игра, която в реално време да работи на мобилни устройства. Големият проблем е, че се работи на тъчскрийн и се манипулира само с пръсти, а геймърите са предубедени, че това може да стане, без да страда бързината. „Трудно ще е да приемат тази новост, но това е и най-голямата възможност пред Chobolabs“, обяснява Деян Витанов.

До момента всички подобни опити на други предприемачи са се проваляли и на мобилни устройства все още не се играят състезателни игри. Въпросът е дали Chobolabs ще съумее да направи това, което другите не са успели. Пазарът на игри е труден, но в момента няма нито една причина Chobolabs да смятат, че са си поставили непостижима цел. Няма вариант играта, която разработват, да се играе на РС. Убедени са, че бъдещето на игрите е в мобилните устройства и за тях няма стъпка



Деян Витанов (вдясно) и Петър Добрев са убедени, че бъдещето на игрите е в мобилните устройства

назад.

В тази „игра“ няма План Б

Според разбиранията на Деян Витанов имаш резервен вариант, ще прибегнеш до него, тъй като той е в пъти по-лесен за осъществяване. Само План А има потенциала да създаде бизнес за милиарди долари, а резервният вариант ще доведе компанията до резултат, при който тя е една от многото на пазара: „Не сме се хванали на това хоро, за да си играем на предприемачи, а смисълът е да направим нещо, което ще промени света“.

Няма съмнение, че който успее да създаде следващата генерация игри ще има компания „черен лебед“, която ще създаде бизнес за милиарди. Има предположения, че се задава времето на виртуалната реалност, но според Деян липсват индикации, че в следващите 2-3 години ще се случи нещо в тази посока, което да преобърне технологиите. Ето защо Chobolabs вярват, че те са на ход.

СЪВЕТИ

- ✓ Качеството на предприемачите, тяхната амбиция и постоянство са ключови за напредъка на всяка компания. Късметът играе роля, но той е функция главно на това, че човек е упорит и не се отказва.
- ✓ За технологичните предприемачи няма универсални формули, а трябва да се пробва, за да се види в конкретния случай какво работи.
- ✓ Проблемът на предсказанията е, че често те са погрешни. Стартъпите непрекъснато правят прогнози и се молят да са верни. Много от тях не успяват просто защото са базирали работата си на невярно предсказание.
- ✓ Успява само онзи, който умее да се състезава.
- ✓ Хубаво е, че в България има надпревара за кадри, което показва, че системата на пазарната икономика работи. Това състезание ще се печели от онези, които имат конкурентни предимства. И вместо да се питаме как да задържим кадрите тук, е по-добре да си отговорим как тук да привлечем най-добрите таланти. Трябва да има целенасочена стратегия за маркетингане на държавата.



МРЕЖОВАТА НЕУТРАЛНОСТ ПОД ОБСАДА

автор: Александър Александров

В света на онлайн технологиите има един човек, който стига да беше поискал, можеше днес да е по-богат от Бил Гейтс, Марк Зукърбърг и основателите на Google Лари Пейдж и Сергей Брин, взети заедно. Това е физикът и компютърен специалист Сър Тим Бърнърс-Лий, известен преди всичко като създател на уеб протокола www (world wide web), който е в основата на съвременните онлайн комуникации, повечето онлайн бизнес модели, дигитални медии и уеб присъствието на милиони компании, организации и блогъри по света. Лий създава www през 1989 г., докато работи в Европейската организация за ядрени изследвания CERN, която включва най-голямата интернет мрежа на Стария континент по онова време.

Ако той беше пожелал, би могъл още тогава да патентова своето откритие, което най-вероятно щеше да го направи най-богатия човек на света, печелейки днес лицензни отчисления от всеки уеб базиран проект на планетата. Вместо това Лий днес има състояние от около 50 млн. щ. долара, което се дължи главно на преподавателска дейност (той е професор в Масачузетския технологичен институт). За смет-

ка на това обаче, той

**СЪЗДАВА ОСНОВИТЕ НА
една отворена мрежа**

в която всеки може да създава, публикува и достъпва всевъзможно съдържание, без да е зависим от организации, национални граници, телекомуникационни мрежи, типове браузъри и устройства. Ключово място в тази концепция заема принципът за мрежовата неутралност, който предвижда, че интернет доставчиците и телеком операторите са длъжни да предоставят равен достъп до всички уебсайтове и интернет ресурси, без да приоритизират някои от тях, да ограничават или да намаляват скоростта за достъп до други. Разбира се, достъпът до различни сайтове с незаконно съдържание – например такива с детска порнография, реч на омразата или подтикващи към насилие – може и трябва да бъде спиран след решение на оторизираните органи. Всички останали ресурси обаче се предполага, че трябва да са достъпни свободно в мрежата на всеки телеком, без приоритизиране на скоростта.

ГЛАСУВАНЕТО НА НОВАТА ЕВРОПЕЙСКА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА РЕГУЛАЦИЯ ЗАСТРАШАВА ЕДИН ОТ ОСНОВОПОЛАГАЩИТЕ ПРИНЦИПИ НА ИНТЕРНЕТ



Това правило е фундаментално, защото именно то ни гарантира, че когато използваме интернет, можем да отворим всеки уебсайт, който желаем. Противното би означавало да получаваме от нашия доставчик не достъп до мрежата, а до определена комбинация от ресурси, които той е преценил, с различни скорости, според това, какъв е интересът му. Вместо да разполагаме с достъп до целия свят, хипотетично бихме имали достъп до

„орязана“ версия на света

Именно принципът на мрежовата неутралност беше застрашен на 27 октомври, когато Европейският парламент гласува новата регулаторна рамка в телекомуникационния сектор. С нея се допуска възможност телекомите да таксуват някои компании за по-бърз достъп до сайтовете им, макар и в много ограничени случаи. И макар че европейските политики побързаха да обявят, че с новата регулация се гарантира равнопоставеният достъп на европейските граждани до всички онлайн ресурси, всъщност внимателният прочит на детайлите показва, че за т.нар. „специализирани услуги“ ще бъде допуснато различно третиране от операторите. Такива могат да бъдат видеоконференциите, IP телевизията, телемедицината и др.

Срещу решението вече се обявиха редица уважавани учени, компютърни специалисти, компании и самият Тим Бърнърс-Лий, според които създаването на възможност опередени компании да заплащат за преференциално третиране от страна на операторите ще унищожи свободната и отворена природа на мрежата. Според ръководената от Лий уеб фондация, гласуването дори ще попречи на Европа да бъде „лидер в дигиталната икономика“ и ще „застраши иновациите и свободното слово“ на Стария континент.

В последния момент беше внесено предложение от европейски депутати, подкрепено от академичната общност и технологични компании, с което трябваше мрежовата неутралност да бъде гарантирана в новата регулация. То обаче беше отхвърлено. Очаква се новите правила да влязат в сила през април 2016 година.

Кой има интерес?

Безспорно обществото няма интерес от нарушаване на принципа на мрежова неутралност във време, когато свободният интернет достъп е станал неизменна част от живота на повечето хора. Онлайн компаниите също нямат интерес, защото евентуално отпадане на този принцип би могло да ги постави в ситуация да плащат значителни суми на телекомите в бъдеще. За запазване на мрежовата неутралност през последните години се обявиха почти всички онлайн гиганти, включително Google, Microsoft, Facebook, Yahoo!, Amazon и др. Фактът, че те са американски вероятно е и сред причините в САЩ националният регулатор да вземе в началото на 2015 г. решение за защита на основополагащия принцип.

В Европа обаче този тип компании не са толкова влиятелни. За сметка на това тук са някои от най-големите телеком оператори в света, включително немската група Deutsche Telekom, испанската Telefonika, френската France Telecom, британската Vodafone, италианската Telecom Italia и др. Те отдавна гледат на онлайн услугите като на конкурент, който използва тяхната инфраструктура, за да прибира „лъвския пай“ от печалбите в сектора. Затова и през последните няколко години търсят начини да се домогнат до част от приходите на онлайн корпорациите, а възможността да таксуват определени уебкомпании за преференциален достъп е един от потенциалните инструменти за това.

Броени дни след гласуването на новата регулация от Европарламента, Deutsche Telekom обяви, че може да предложи на технологичните стартъпи различни цени за преференциален достъп до техните услуги. С което частично се оправдават и страховете на противниците на регулацията. И макар че подобно приоритизиране на някои услуги би било много малка промяна, която в близко бъдеще едва ли ще се усети от мнозина, според някои анализатори „кутията на Пандора“ е отворена и първото отстъпване от правилата за мрежова неутралност ще доведе след себе си и други. Освен че може да промени цялата ни представа за интернет, това може да доведе и до разделянето на глобалната мрежа на региони като САЩ, в които неутралността е запазена, но подслушването и преследването на авторско правните нарушения са много по-силно застъпени, Европа, в която е обратното, Русия, където се спират опозиционни сайтове и се приоритизират местните услуги, Китай, в който цари повсеместно следене и други региони със свои собствени особености в достъпа до интернет.

ВИРУС = МНОГО ПОВЕЧЕ ОТ ЗАГУБА НА ПАРИ



Около 25 долара на час. Горедолу толкова струва „наемането“ на една бот мрежа с 1000 компютъра за 1 час. За какво може да бъде използвана една такава „армия“? Например, за сриването на сайтовете на редица държавни институции като Централната изборителна комисия, МВР, ДАНС и КЕВР – което стана модерно напоследък. Този тип сриване си има и име – това е т.нар. DDoS атака (или атака за отказване на услуга) и не е нещо невиждано по света. По данни на Verisign само за третото тримесечие на 2015 г. този тип атаки са се увеличили с 53% като брой (общо осъществени атаки) и с 27% като обем (количество генериран трафик).

Каква е същността на атаката? „Ако резервите един хотел напълно, след което никой от резервиралите гости не се яви, а впоследствие дойдат на място други хора, които искат да отседнат в същия хотел, реално вие няма да можете да ги обслужите. Това е и същността на DDoS атаките – реално при тях не се нарушава инфраструктурата на хотела или целостта на стаите му, а се създава фалшиво запълване на капацитета му с фалшиви резервации, което не позволява на истинските такива да се възползват от иначе свободните стаи“, коментира Спас Иванов, търговски директор на CENTIO Professional IT Security. Компанията е технологичен партньор и официален представител на редица решения за защита на информационната сигурност – ESET (антивирусни решения), Cyberoam (мрежова сигурност), StorageCraft

(решения за бекъп и възстановяване) и DESlock+ (решения за криптиране на информацията).

Така например при блокирането на сайта на ЦИК по време на местните избори в България преди около месец са регистрирани общо около 2 млрд. влизания, които буквално са сринали сървъра и той не е можел да обработи всички заявки. А това далеч не е сред най-мощните подобни атаки в света – според експертите от Cloudflare сред лидерите по обем данни са атаки с капацитет от около 500 гигабита в секунда.

Добрата новина е, че информацията на сървъра е останала непокътната – DDoS не е метод, чиято цел (поне не из основи) е кражбата на лични данни, а спирането на достъпа до определена услуга. Лошата новина е, че тази услуга може да спре и нечия бизнес услуга – или на практика да възпрепятства нормалната работа на служителите на всяка една организация – частна или държавна. Пример: в началото на ноември на моменти беше трудно достъпен сайтът на НАП – което затрудни не един и два счетоводителя в ежедневната им работа.

Съвсем не безопасни

Това е само един от аспектите на DDoS атаките – защото в ерата на електронните комуникация и търговия те могат да

ИНФОРМАЦИОННАТА СИГУРНОСТ НА ВСЯКА ОРГАНИЗАЦИЯ СЕ ПРЕВРЪЩА В ОСНОВЕН ПРИОРИТЕТ, И С ПРАВО



медийни компании (26%) и финансови компании (15%).

Далеч не ЕДИНСТВЕНИТЕ

DDoS атаките далеч не са единствените, на които един бизнес може да стане в момента. Според проучването The Global State of Information Security® Survey 2016 на PwC около 80% от бизнесите в Европа са ставали жертва на някакъв вид атака срещу информационната им сигурност през последната година. Зараза с вирус, спам атака, кражба на данни за потребители, или още по-страшно – криптирането на информацията на бизнеса от зловреден код и искането на откуп за нея, може да стане причина не просто за загубени спомени или лични моменти. Дори и в България има примери за загубени европроекти на стойност милиони

левовете заради момент невнимание на потребител, който се заразява с придобилите напоследък популярност вируси от фамилията ransomware. Ако за първи път чувате този термин – това са вируси, които криптират файловете на заразения компютър и искат откуп за възстановяването им във вид, позволяващ работата с тях. Проблемът е, че дори и да бъдат платени исканите средства, гаранцията за декриптирането им няма.

Повече ОТ ЗАЩИТА

бъ- дат средство за сри- ване – или буквално спиране, на един бизнес. Представете си, например, че управлявате електронен магазин. Срещу 25 долара на час всеки може да поръча 1000 компютъра да се опитват непрекъснато да изпращат фалшиви заявки към онлайн магазина ви и да го блокират – но не от поръчки. Сега си представете, че това се случи в предстоящия коледен сезон – когато принципно оборотите са най-високи. Една такава атака може да доведе лесно бизнеса ви до:

Финансови загуби. Или в най-добрия случай – пропуснати ползи от нереализирани продажби заради невъзможност на сървъра да отсее истинските заявки на реални потребители от генерираните автоматично фалшиви такива от ботове. Загуба на клиенти. Каквото и да продавате, колкото и ценно и красиво да е то, търпението на потребителите ви рано или късно ще се изчерпа и те ще потърсят алтернатива.

Загуба на репутация. Клиентите обичат услугите, които ползват, да са налични непрекъснато. Липсата на услуга за дълъг период от време може да срина репутацията ви в очите на съществуващите ви клиенти и да ги накара да се замислят дали да използват отново услугите ви.

А ако си мислите, че точно вашата организация е имунизирана от подобни атаки, то по-вероятно е да грешите. Защото данните на Verisign показват, че едва 13% от DDoS атаките на глобално ниво са насочени срещу държавни организации – най-често жертва на подобни зловредни действия са компании, предлагащи IT услуги (29%), следвани от

„Степента на навлизането на технологиите в ежедневието ни живот и бизнеса изисква да отделяме много повече внимание на защитата на информацията, която съхраняваме в тези устройства. Информация, която касае нас самите, близките ни и клиентите ни. Затова просто решение за антивирусна защита вече не е достатъчно за гарантирането на информационната сигурност на една организация,“ разказва Спас Иванов. „Добре известен факт е, че 100% сигурна защита няма – но колкото повече предпазни мерки се вземат, толкова по-малък е риска от фатални последици. Например, дори и вирус от семейството ransomware да успее да пробие защитата на една организация, то наличието на решение за бекъп и възстановяване като StorageCraft позволява възстановяването на отделен файл или дори и мейл или цяла операционна система дори и на различен от оригиналния хардуер за минути,“ казва Иванов.

Физическата сигурност на данните също не е никак маловажна. Кражбата на смартфон или преносима USB флаш памет може да превърне информацията в тях в зложник на киберпрестъпници – или конкуренти. В този случай криптирането идва като помощник на бизнеса – но криптирането като търсен ефект, когато е извършено от решение като DESlock+, което позволява да съхранявате и пренасяте сигурно данни, които не могат да бъдат използвани от никой, освен от тези, които трябва. Не позволявайте защитата на информацията ви да бъде слабо звено, защото веднъж загубено – доверието във вас, служителите и бизнеса ви се възвръща много трудно.

Научете повече за решенията на CENTIO Professional IT Security на centio.bg

СЛЕДВАЩАТА РЕВОЛЮЦИЯ СА... ТЕЛАТА НИ

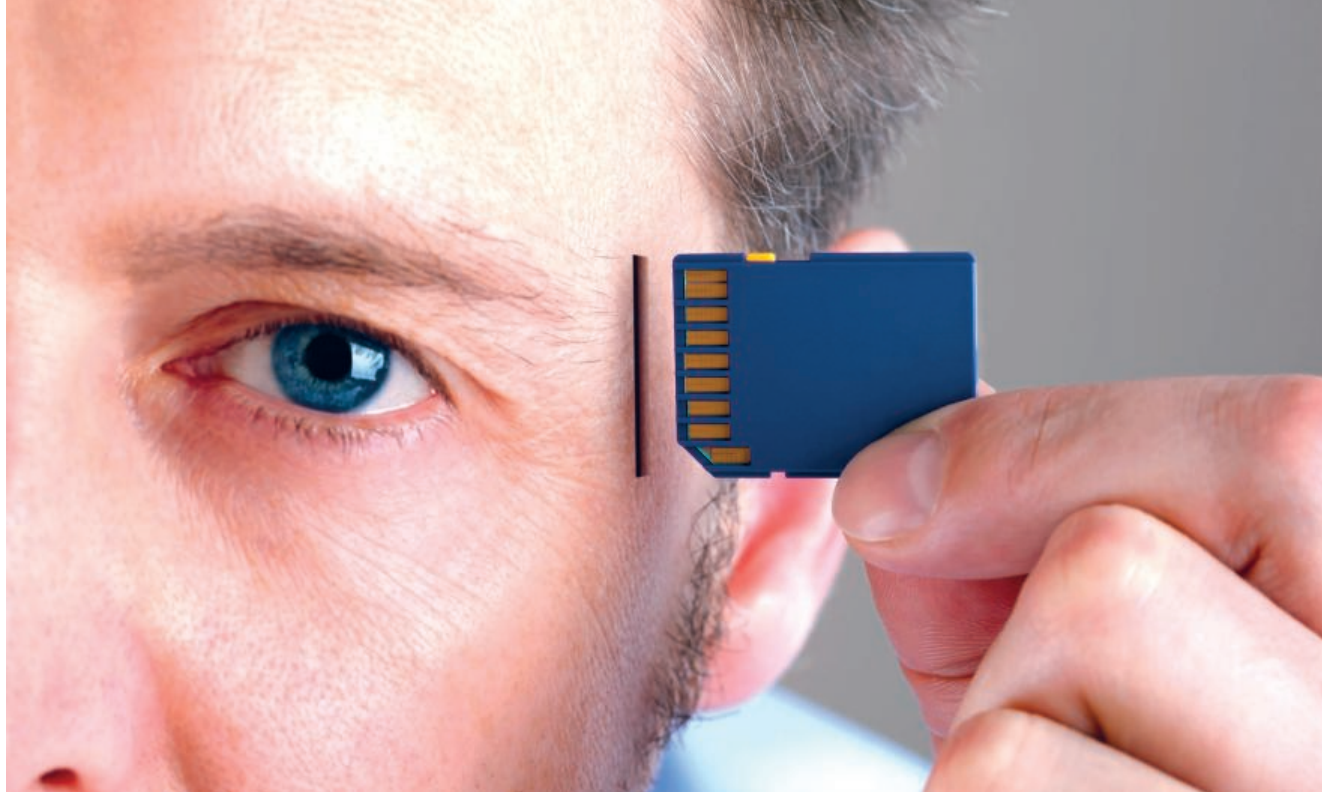
автор: Александър Александров

В недалечно бъдеще всички ние ще можем да добавяме външна памет към нашия мозък, ще придобиваме нови умения за секунди, ще използваме екзоскелети, за да вършим тежка физическа работа или да се придвижваме, без да се уморяваме, а към телата ни ще са интегрирани множество роботизирани елементи. Или поне такива са очакванията на някои учени и визионери, работещи в областта на биониката и интегрирането на медицината с дигиталния свят. Днес информационните технологии навлизат във все повече аспекти от живота ни и постепенно превземат търговията, разплащанията, управлението на бизнеса, образованието, развлеченията, а очакванията са през следващите години те да направят същото и с автомобилния транспорт, управлението на нашите домове, земеделието и още много обществени сфери. Затова не е учудващо, че според мнозина именно човешкото тяло ще бъде следващата територия на дигитализация.

Как ще стане това? Няколко са посоките, в които човешките тела ще бъдат променени през следващите няколко десетилетия, а биониката и мозъчните импланти са може би най-значимите сред тях.

Бионика

През последните години сме свидетели на истинска революция в протезирането – област, в която работят както водещи университети от целия свят и изследователското звено на Пентагона DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency), така и редица стартиращи фирми. Преди около месец 28-годишен пациент получи изкуствена ръка, позволяваща му не само да движи прецизно своите нови „пръсти“, а и да „чувства“ допир и други физически усещания с нея. Това е възможно благодарение на иновативна технология, свързваща новата ръка направо с мозъка на пациента. Проектът е на DARPA и има за цел да позволи на хора с липсващи или парализирани крайници да могат отново да ги използват пълноценно. Изследователската агенция на Пентагона, известна главно със създаването на глобалната мрежа Интернет, както и на много от американските военни роботи и летящи дрони, днес инвестира значителни средства в биониката – науката за свързването на човешкото тяло с интелигентни изкуствени крайници. Повечето нови протези в тази област позволяват на пациенти



да ги движат свободно чрез изпращане на мозъчни импулси до нервните им окончания, но прототипът, представен от DARPA, използва изцяло нов подход, комуникирайки направо с мозъка.

Външна памет КЪМ МОЗЪКА

Ако и вие, гледайки „Матрицата“, сте завидяли на героя на Киану Рийвс, който научава кунгфу за броени секунти, трябва да знаете, че вече се разработва технология, която може би ще ни позволява да научаваме моментално нови неща. Или засега поне помага на опитни пльхове да правят това. Става въпрос за специален чип, разработен от екип учени от Университета на Южна Калифорния, който, имплантиран в мозъка на пльхове, може да увеличава тяхната памет, добавяйки нови знания. А по-любопитното е, че наученото от опитните пльхове може да си остава записано на чипа, без да има досег с техния мозък. „Включете бутона и пльховете вече си спомнят. Изключете го и те забравят. Експериментите на екипа ни могат да доведат до създаването на устройства, които да помогнат на хора, болни от алцхаймер, инсулт и други заболявания на мозъка“, посочва д-р. Теодор Бергер, ръководител на проекта. Технология с подобно значение обаче може далеч да надхвърли медицинските приложения и за добро или за лошо да промени начина, по който учим или използваме различни умения. В по-далечно бъдеще тя би могла например да позволи на частни компании да предоставят специфични способности под наем, при което потребителят да си плаща за тях само докато реално му трябва.

Всъщност имплантирането на чипове далеч не е новост и днес повече от 400 000 души по света имат дигитални устройства

в своите глави, поставени там, за да лекуват различни болести. Повечето от тези устройства са свързани с определен нерв, но все повече хора имат чипове, директно комуникиращи с мозъка им. Понякога това се прави, за да се лекува паркинсон, друг път – за да се възстанови мускулният контрол при парализирани хора.

Свързване на мозъци в информационна мрежа

Откакто са проведени първите експерименти с пльхове през 1993 г., технологията за свързването на чип с мозъка на гризачите, а впоследствие и на човек, се е развила много. Днес обаче учените отиват много по-далеч. За първи път преди две години изследователски екип от университета Дюк успя да свържат чиповете в мозъците на два пльха, позволявайки на животните да изпращат директно помежду си виртуални съобщения. Днес учените вече могат да създават подобна мрежа между четири гризача, а според тях тази нова комуникационна концепция „мозък – мозък“ в бъдеще ще може да се приложи и при хората.

А ако това стане, едва ли някой би могъл да прогнозира какви ще са ефектите върху обществото ни. „Свързаните“ в мрежа пльхове например са успели много по-добре да решават заедно определени задачи, което показва, че подобен подход би могъл да промени представите ни за работа в екип и колективното справяне със сложни проблеми. Или пък да се използва за манипулация, контрол на масите и други негативни приложения. Вероятно подобно на много други нови технологии, тази също ще се окаже жертва на незрялата човешка природа, показвайки, че динамичният ни научен напредък е изпреварил осезаемо развитието ни в морално – етично отношение.

ДОБАВЯНЕ НА ДОПЪЛНИТЕЛНА ПАМЕТ КЪМ ЧОВЕШКИЯ МОЗЪК, СВЪРЗВАНЕ НА МОЗЪЦИ НА ПЛЬХОВЕ В ИНФОРМАЦИОННА МРЕЖА И ПРОТЕЗИ, КОИТО МОГАТ ПЪЛНОЦЕННО ДА ЗАМЕНЯТ ЧОВЕШКИТЕ КРАЙНИЦИ - ТОВА СА САМО ЧАСТ ОТ ОТКРИТИЯТА, КОИТО ОБЕЩАВАТ ДА ПРОМЕНЯТ ИЗЦЯЛО ПРЕДСТАВАТА НИ ЗА ЧОВЕШКОТО ТЯЛО

Феликс Кийлберг
е най-добре
печелещата
звезда на YouTube



МРЕЖАТА РОДИ **НОВО** ПОКОЛЕНИЕ ЗВЕЗДИ

автор: Александър Александров

Знаете ли кой е Феликс Кийлберг? А може би го познавате с неговия онлайн прякор PewDieDie? Ако все пак не сте го чували, не се притеснявайте – не сте единствените. Кийлберг не е известна личност, която можете да видите на телевизионния екран. Въпреки това само през отминалата година шведският младеж е спечелил 12 млн. щ. долара от своя YouTube канал, в който регулярно пуска клипчета с коментари, докато играе различни видеоигри. А е само на 25 години. Приходите му са от реклама на продукти, които той представя в рамките на видеосъдържанието си, а рекламодателите му плащат, защото неговият YouTube канал се следи от милиони фенове.

Кийлберг заема и първото място в създадена-

та неотдавна класация на сп. Forbes за най-добре печелещите звезди в YouTube. Списъкът включва общо 10 звезди със свои онлайн видеоканали, най-малкият от които е привлякъл приходи от 2.5 млн. щ. долара през последната година. На второ място след шведския влогър (от видео блогър) се нареждат калифорнийските младежи Йън Хекокс и Антъни Падила, които наричат с общото наименование Smosh и развиват общо пет комедийни YouTube канала. През отминалата година тази дейност им е донесла общо 8.5 млн. щ. долара. Челната тройка се допълва от братята Бени и Рафи Файн, чиято серия React videos, включваща заснемането на други хора, гледащи забавни клипове, набира все по-голяма популярност. Техните приходи за миналата година се равняват на тези на Smosh. Списъкът включва още цигуларка,

коментатори на последните новини от телевизията, учителка по козметика и облекло, както и готвачка, водеща собствено кулинарно предаване в YouTube. Класацията на YouTube милионерите е показателна за една нова тенденция, която през последните години

преобразява с ПЪЛНА СИЛА

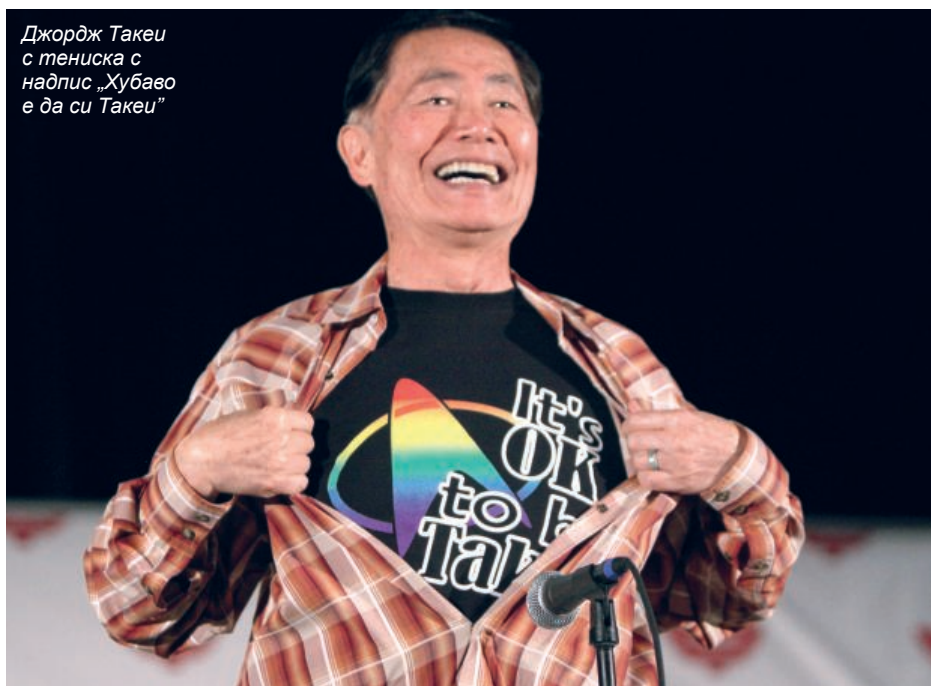
поп културата ни. Световно неизвестни хора успяват да натрупат огромна популярност (и богатство), без да са играли в нито един филм или да са се появявали по телевизията, а единствено благодарение на възможностите на социалните мрежи и способността им да изградят собствени онлайн общности. Някои от тях с неуспешна кариера в шоубизнеса зад себе си, други – натрупали популярност съвсем случайно – всички те успяват да станат любимци на голям брой хора в мрежата със собствения си стил, чувство за хумор или оригинално излъчване. YouTube не е единствената платформа, превърнала се в инкубатор на такива онлайн звезди. Twitter, Facebook, Instagram и други социални мрежи също имат своите знаменитости и общности, изградени около тях. Един такъв пример е триото Шей Лий, Лана и Мадисън – три млади комедиантки, наричащи себе си SketchShe. През последните месеци те успяха да привлекат 1 300 000 фенове на своята Facebook страница, в която публикуват предимно изпълнени от тях скетчове на различни музикални парчета.

Не на всички нови онлайн звезди им липсва артистичен бекграунд. Бившият американски актьор от японски произход Джордж Такеи например е сред най-добре ориентиращите се в новата реалност на шоубизнеса. Познат на мнозина от ролята си на Хикаро Сулу от Стар Трек, актьорът днес е истинска Facebook знаменитост с над 9 100 000 последователи в социалната мрежа. Според мнозина той е и христоматиеен пример за това, как се става онлайн звезда.

Комбинирайки забавни снимки и постинги със сериозни каузи и коментари, Такеи успява да държи активни своите фенове, печелейки хиляди „лайкове“ (харесвания) и също толкова споделяния на почти всеки свой постинг. Често той публикува информация в защита на гей общностите (самият той е гей) и това също играе роля за нарастващата му популярност.

Повечето колеги на Джордж Такеи обаче не могат да се похвалят с неговата популярност в новите медийни канали. Световна знаменитост като Леонардо ди Каприо например е едва на двадесето място сред най-популярните личности в YouTube в класацията на Variety, направена сред американските тийнейджъри. Челната тройка в нея се заема от вече споменатите Smosh, The Fine Bros. и PewDieDie, а най-добре представилите се традиционни знаменитости Пол Уокър, Дженифър Лоурънс и Кейти Пери заемат съответно шесто, седмо и девето място. Вин Дизел е едва тринадесети, а Джони Деп – непосредствено след него.

Изводите са очевидни – новите интернет платформи за онлайн видео хостинг и социални мрежи променят шоубизнеса по същия начин, по който Uber прави това с таксиметровите услуги, а AirBNB – с хотелиерския бизнес. Нови играчи и нови звезди е имало винаги, откакто съществуват телевизията и киното. Това, което наистина се променя обаче, е лесният достъп до славата (и парите, идващи с нея) на всеки креативен обикновен човек, който реши да опита късмета си. Ако десетилетия наред, за да пробиеш в киното или в телевизионните предавания е трябвало с дни да чакаш пред офиса на някоя продуцентска компания или да носиш кафета в апаратната на някоя телевизия, то днес всичко, което ти трябва, е лаптоп с камера, упоритост и креативни идеи, а останалото ще го свършат онлайн платформи като YouTube и Facebook. За шоу индустрията това на практика означава по-малко възможности за контрол на процесите, но за по-предприемчивите млади артисти често означава по-бърза писта към известността.



Джордж Такеи с тениска с надпис „Хубаво е да си Такеи“

YOUTUBE, FACEBOOK И INSTAGRAM СЪЗДАДОХА НОВ ТИП ЗНАМЕНОСТИ, КОИТО НЯМА ДА ОТКРИЕТЕ НА ТЕЛЕВИЗИОННИЯ ЕКРАН ИЛИ В КИНОПРОДУКЦИИТЕ, НО ИМАТ МИЛИОНИ ПОСЛЕДОВАТЕЛИ И ПЕЧЕЛЯТ НЕ ПО-МАЛКО ОТ ТРАДИЦИОННИТЕ ВОДЕЩИ И АРТИСТИ



НАСТОЛНИТЕ ИГРИ ГЕЙМИНГ МАНИЯ ИЛИ БИЗНЕС ЗА МИЛИОНИ

автор: Александър Александров

Как се правят милиони от котенца, взривове и лазерни лъчи? Ако този въпрос ви се струва налудничав, едва ли сте единствените. Той обаче има своя съвсем резонен отговор. Запознайте се с „Exploding Kittens“ - една доста провокативна и спорна игра с карти, на които са изобразени малки котета, изпадащи във взривоопасни ситуации. По-любопитното е, че неотдавна тя събра 8.8 млн. щ. долара в сайта за споделено финансиране (crowdfunding) Kickstarter, с което се нареди на трето място сред проектите, привлекли най-големи суми в този портал за всички времена. За незапознатите – Kickstarter и други подобни уебсайтове позволяват на стотици или хиляди хора да финансират с малки суми предпочитан от тях социален или предприемачески проект, при което той може

да събере хиляди и в някои случаи – дори милиони долара, обезпечавайки своята реализация.

Конкретно екипът на „Exploding Kittens“ си беше поставил финансова цел от едва 10 000 щ. долара в началото на своята 30-дневна кампания, но тази цел е постигната още през първия ден, след което привличането на средства продължава с пълна сила. В крайна сметка общо 219 382 дарители са осигурили впечатляващата за игра с карти сума от 8.8 млн. щ. долара, която е сравнима примерно с проекта за нова производствена мощност в едно средно голямо предприятие. Единствените кампании, набрали повече средства в историята на Kickstarter, са тези за охладителя за напитки Coolest и популярния „умен“ часовник Pebble, които са успе-

ВСЕ ПОВЕЧЕ НЕЗАВИСИМИ СТУДИЯ НАБИРАТ СТОТИЦИ ХИЛЯДИ ДОЛАРИ ФИНАНСИРАНЕ В ИНТЕРНЕТ ЗА СВОИ НАСТОЛНИ ЗАГЛАВИЯ И ВЕЧЕ ДОРИ ГИГАНТИТЕ В РАЗРАБОТКАТА НА ВИДЕОИГРИ ПОГЛЕЖДАТ КЪМ НОВИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЕН СЕГМЕНТ



ли да привлекат съответно 13.3 млн. щ. д. и 10.3 млн. щ. долара. По брой на дарители обаче „Exploding Kittens“ заема първото място, подобрявайки предишния рекорд от 105 857 дарители за проекта Reading Rainbow, насочен към обучение на деца. Новата игра с карти е създадена от бившия шеф на подразделението Xbox на Microsoft – Елън Лий, съвместно с основателите на сайта за онлайн комикси The Oatmeal Шейн Смол и Матю Инман. Това до известна степен им дава предимството на вече създадената общност от фенове около портала, както и мениджърските умения на Лий. Това обаче далеч не са всички фактори, повлияли на успеха на играта в Kickstarter. На практика „Exploding Kittens“ е само

най-видимият пример за една тенденция

която завладява света на развлеченията през последните години – възходът на настолните игри. Понятие, което обединява разнообразни игри с карти, с миниатюрни фигурки, зарчета или други методи. Този тип забавления, разбира се, далеч не е нов и има богата история в лицето на шахмата, таблата, различните игри с карти, а в по-нови времена – и популярното заглавие „Монополи“. Новост обаче са начинът, по който той се развива през последните няколко години, скоростта, с която възникват нови гейм проекти, тяхното преплитане с поп културата и бързото им превръщане във франчайзи. Тенденция, която принуди дори ня-



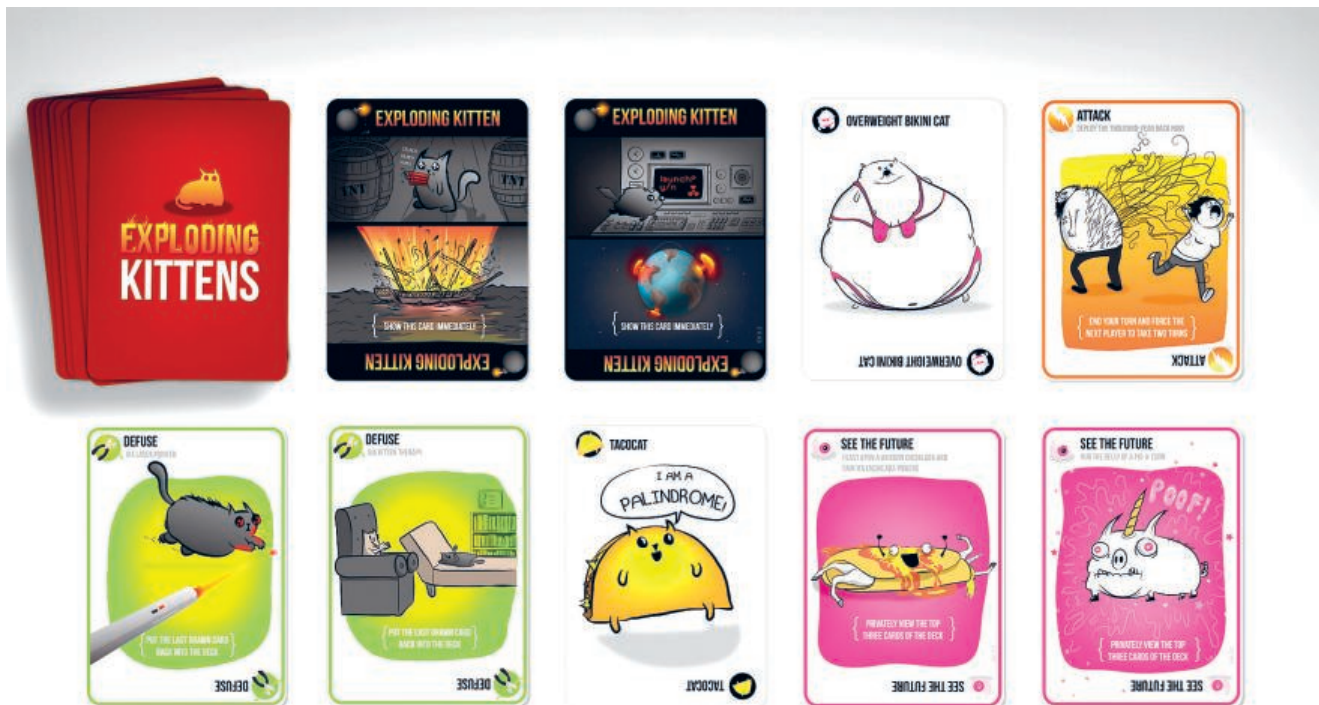
Играта „Dropfleet Commander“ развива оригинален нов сюжет в сферата на изследването на Космоса

кои от най-големите студия за разработка на видеоигри да се обърнат към този сегмент, пускайки на пазара собствени заглавия.

Достатъчно е да направим една кратка обиколка из кампаниите в Kickstarter, за да си дадем сметка, че много голям процент от успешните сред тях са именно за настолни игри. При това – някои от тях привличат осезаемо повече средства от обявената цел на кампанията. Проектът „DCC RPG 4th Printing“ на студиото Goodman Games например е целял набирането на 15 000 щ. д., но в края на кампанията достига многократно по-голямата сума от 140 000 щ. долара. Фентъзи играта „Draconis Invasion: The Dark Fantasy Deck-Building Game“ пък е събрала 35 000 щ. д., при търсени 7000 щ. д. и кампанията все още е в ход. Друг проект – „Arcadia Quest: Inferno“ на фирма CoolMiniOrNot, от своя страна има привлечени 544 000 щ. долара, при целева сума от 100 000 щ. долара. Играта „Dropfleet Commander“ от своя страна е набрала 364 000 паунда при търсени 40 000 паунда, развивайки оригинален нов сюжет в сферата на изследването на Космоса. Космически битки, дракони и магии, японски аниме сюжети или ниндзи – жанрът на настолните игри вече експлоатира всички

ИЗВЕСТНИ СЮЖЕТИ от поп културата

Не липсва дори проект, посветен на религиозния мотив за четирите конника на Апокалипсиса, който също вече е



Exploding Kittens набра над 8 млн. долара финансиране

удвоил целевата сума от 12 000 щ. долара.

Сайтовете за споделено финансиране са страхотна среда за този развлекателен жанр, тъй като позволяват на наистина малки фирми или независими екипи да стартират нов проект и да обезпечат бизнеса си със значителни средства. Броят на успешните проекти за настолни игри в Kickstarter е толкова голям, че се създава илюзията, че всеки може да измисли интересна игра с карти или пластмасови фигурки, която да му гарантира няколкостотин хиляди долара. Това, разбира се, не е така и всъщност във всеки от добрите примери е вложена много креативност и усилия. Все пак повечето проекти, които са привлекли финансиране, имат и някои сходни черти, които биха могли да дадат отговор на въпроса:

Каква е рецептата за успех в този бранш?

Обикновено те се открояват с добре развит сюжет и лесни за научаване правила на игра. Голямо внимание е отделено и на хумора. Проектите, които се финансират през crowdfunding сайтове, залагат и на много добър арт, който често отива далеч отвъд самите изображения на картите или фигурките и включва също запомняща се музика и видео трейлър. Това се налага, тъй като кампаниите в сайтове като Kickstarter или Indiegogo обикновено са за финансиране на продукти, които все още не съществуват и създаването на възможно най-доброто първо впечатление е от голямо значение. Повечето игри, които стават популярни, са насочени или към определена младежки субкултура, или са подходящи за игра от цялото семейство.

Интересът на гейм индустрията към бързо развиващия се сектор на настолните забавления също нараства. Големите

разработчици на видеоигри обикновено пускат на пазара многомилionни проекти като космическата стратегия StarCraft, екшъна Call Of Duty или състезателния симулатор GTA. Въпреки че печалбите от тези проекти отдавна надминават тези от големите филмови продукции, гейм разработчиците имат един страх – че ще пропуснат някоя важна нова тенденция, която през следващите години може да ги остави „извън играта“.

Това е причината, поради която многомиллиардни компании като Electronic Arts и Activision Blizzard напоследък инвестират активно в разработката на мобилни игри или такива за Facebook. И именно по същата причина те вече влагат средства в създаването на настолни игри. Първите такива примери бяха по сюжети от популярни компютърни заглавия като Doom или StarCraft. Все повече разработчици на видеоигри обаче пускат и пълноценни нови настолни заглавия, а хитът сред тях безспорно е картовата игра Hearthstone на Blizzard, която вече печели не по-малко почитатели от популярните компютърни заглавия на компанията. Показателно в това отношение е, че наградният фонд на турнири по Hearthstone вече достига десетки хиляди долара, а в общността се оформят и професионални отбори по тази игра, както и първите звезди сред състезателите. В началото на декември в Националния изложбен център в Бирмингам например ще се проведе международен турнир с награден фонд от 30 000 щ. долара, за който се очаква да дойдат в Англия играчи от различни точки на света.

Постепенното превръщане на настолните игри в пълноценни състезания показва, че дори новото за мнозина понятие „електронни спортове“ скоро може да се окаже остаряло и представата ни за това, какво е спорт, ще се променя все по-динамично под влияние на поп културата. А добрите стари настолни игри, които съществуват от хилядолетия, много скоро могат да се окажат многомилionen развлекателен бизнес.

КУПЕТЕ „ИКОНОМИКА“ ОНЛАЙН

Списанието вече се продава през
мобилния павилион Budka



Списание „Икономика“ вече се продава и онлайн. Актуалният брой може да бъде купен от мобилното приложение Budka и всеки може да го прочете през своя смартфон, таблет или компютър. Цената на списанието е по-ниска от коричната - 4,50 лева.

Сътрудничеството ни с нашите партньори от Тераком/Allterco ще позволи на много наши читатели от чужбина достъп до актуалния брой.

Всеки потребител със смартфон първо трябва да свали мобилната платформа Budka, която се разпространява в Google Play Store като апликация за Android устройства. Свляването е безплатно. Мобилен павилион Budka представлява приложение, в което потребителите могат да намерят всички български списания на едно място - с опции за абонамент и единична покупка.

Очакваме скоро списание „Икономика“ да може да се разпространява и за потребители с iOS, както и през платформи на мобилни оператори в страната.



ЕЛЕКТРОМОБИЛИТЕ ЕФЕКТИВНО ЛИ Е БЪДЕЩЕТО ДНЕС



Nissan e-NV200



Ford Focus



автор: Иля Селиктар,
агенция „Автопрес 2001“

Ч е бъдещето е на електромобилите вече са съгласни всички. Главните проблеми, които възпрепятстват широкото им разпространение обаче, са ограниченият пробег с едно зареждане, липсата на широка инфраструктура за зареждане, дългото време за презареждане и високата им цена. В по-умните държави се предлагат стимули за купувачите на подобни мепесета – държавна парична субсидия, безплатно паркиране в централните зони на градовете, право на движение по булентата.

Бърз поглед към пазара сочи, че на практика предлаганите модели в Европа са осем - BMW i3, Ford Focus Electric, Kia Soul Electric, Nissan Leaf, Nissan e-NV 200, Renault Zoe, Volkswagen e-Up! и Volkswagen e-Golf. Два от тези модели могат да се закупят и у нас – Renault Zoe и KIA Soul.

Колеги от испанския сайт Coches.net са направили тестдрайв – каране по маршрут при еднакви за всичките електромобили условия, включващ различни отсечки от магистралата до града. На градската част са понаблегли повечко, защото тя е най-широко разпространената за този тип превозни средства. По този начин те реално са влезли в кожата на някой собственик, изминаващ ежедневно 60-ина километра, от които 30 градско с включени климатик, радио и в нормален режим на работа, плюс още известно мотаене за откриване на зарядна станция, където да се презареди за около 2 часа.

След това е последвал втори етап от 150 км, преодолян от всички и завършил на писта, където е карано до напълно изчерпване на заряда в батериите и спиране на машините.

Ето и резултатите на испанците:

BMW i3	160 км
Volkswagen e-Up !	160 км
Ford Focus	162 км
Nissan e-NV200	167 км
Volkswagen e-Golf	190 км
Nissan Leaf	199 км
Kia Soul	200 км
Renault Zoe	210 км



BMW i3

Тестът показва и още нещо – коя кола как предупреждава за отстатъка на енергия. При Kia Soul започва да се сигнализира, когато капацитетът на батериите пада до 35% и продължава да сигнализира – първо при 30%, след това на всеки 2% до 20%, а по-нататък на всеки 1%. Електрониката предлага възможност за отвеждане до най-близкото място за зареждане и информира дали може да се стигне до него. Когато батериите ще паднат под 5% заряд, спира показването на капацитета и се появява една малка костенурка в кръг, която образно казва всичко.

При автомобилите на Nissan се появява предупреждение, когато остава ток за 15 км и след това на всеки 2 минути. Когато остават само 5 км, се появява костенурката и превозното средство не превишава скорост от 35 километра в час. Моделите на Volkswagen действат по подобен начин - предупреждават първо на 30 км и предлагат опция да ви отведат до най-близкото място за зареждане, след това на 15, на 10 и на 5 км.

При Zoe предупреждението възниква, когато остават само 15 км и осветлението на арматурното табло се променя в оранжев цвят. При 8 км става червено, а при 5 се появява костенурката и се ограничава потенциалът на двигателя. И BMW i3 има подобен протокол – предупреждава, когато остават 20 км, на 10 екранът става оранжев, на 5 стрелката Power слиза надолу, а мощността спада драстично.

Ford Focus обявява, че батерията е празна, когато остават 15 км и продължава с това съобщение до края. След достигане на индикатора до нулата, може да се минат още 4-5 километра допълнително, без да се намалява мощността, но автомобилът след това изведнъж спира.

ИМАМЕ И БГ ПИОНЕР ЕЛТАКСИТО НА YELLOW TAXI ТРЪГНА ОФИЦИАЛНО



KIA Soul EV

Няколко месеца тестове бяха нужни на Yellow Taxi да изпробват KIA Soul EV за редовно такси в София, след което стана ясно, че има бизнес смисъл и отскоро електрическото такси е вече официално част от автопарка на компанията и всеки клиент може да си го поръчва или случайно да го хване.

Ползването на електрическо такси, освен удобно за клиентите, е полезно и за развитието на столицата. „Изследванията показват, че движението с електромобил е с деветдесет и седем процента по-чисто от нормалните автомобили. Едно електрическо такси произвежда нулеви CO₂ емисии. Така можем да дишаме много по-добре. Този факт е особено важен за големите градове като София, в които смогът от въглеродороди и азотни окиси в съчетание обилно замърсяват въздуха. Мечтая си един ден по улиците да виждаме само такива таксита и децата ни да дишат по-чист въздух“ - сподели Калин Кокошаров, изпълнителен директор на Yellow Taxi. - „Освен това всички собственици на електрически превозни средства са добре дошли да заредят безплатно своите електромобили в нашия офис на ул. „Н. Габровски №1“ - допълва Кокошаров.



NORVEGIA

VODKA

SPiRIT OF NORWAY



THE BEST OF SCANDINAVIAN

NORVEGIA

КАКВО ПРЕДЛАГА ПАЗАРЪТ У НАС?



У нас в момента могат да се закупят два електромобила – Renault Zoe и KIA Soul.

Френската машина Renault Zoe има две нива на оборудване – Life и Zen, като цените са 57 990 и 59 990 лв. с ДДС. Автомобилът има всичко, което предлага един съвременен модел – ABS, AFU електронна система за подпомагане при екстремно спиране, ESP, ASR, система за потегляне на наклон, пълен комплект предпазни въздушни възглавници, автоматично активиране на стоп-светлините при внезапно спиране или удар, дневни LED светлини, закрепване на детска седалка ISOFIX, автоматичен климатик, елрегулируеми отопляеми огледала, R-link аудио-навигационна система с вграден 7-инчов сензорен дисплей с карта на България, блутут, радио MP3, USB&AUX с управление от волана, круиз контрол, безключов достъп, кабел за зареждане 16A



за свързване с wall-box или със зарядна станция тип Mode3. Джантите са стоманени, 15 цола, налице е ремонтен комплект за спукана гума.

При корейската машина KIA Soul предложението засега е само за оперативен лизинг - 711,32 евро на месец при следните условия: месечната вноска е калкулирана за период от 48 месеца и общ пробег от 80 000 км, плаща се такса за надвишаващ допълнителен пробег на километър от 0.07 евро. Месечната вноска включва: регистрация; данък МПС; годишен технически преглед; гражданска отговорност; застраховка на местата в автомобила и пълно автокаска. Прави се и гаранционен депозит в размер на 3 месечни вноски с ДДС и еднократна административна такса в размер на 150,00 евро без ДДС. Цените са само в евро и без ДДС.

МАЛКА СПРАВКА ЗА МОЩНОСТТА, МАКСИМАЛНАТА СКОРОСТ, ТЕГЛОТО И ЦЕНАТА В ИСПАНИЯ НА ИЗПИТАНИТЕ АВТОМОБИЛИ

Осемте превозни средства са:

BMW i3 - 170 к.с., 150 км/ч, 1270 кг, 29.000 €, Ford Focus Electric - 145 к.с., 137 км/ч, 1700 kg, 33.490 €, Kia Soul Electric - 111 к.с., 145 км/ч, 1565 кг, 23.306 €, Nissan Leaf - 110 к.с., 144 км/ч, 1587 кг, 29.600 €, Nissan e-NV 200 - 110 к.с., 120 км/ч, 1641 kg, 30.688 €, Renault Zoe - 88 к.с. 135 км/ч, 1543 кг, 16.550 €, Volkswagen e-Up! - 82 к.с. 130 км/ч, 1214 kg, 20.390 € и Volkswagen e-Golf - 116 к.с., 140 км/ч, 1585 кг, 29.000 €.

В цената на автомобилите не е включена държавната помощ Plan Movele. Тази програма за настоящата година е с размер от 7 милиона евро и фактически осигурява помощ от 5500 евро за кола, изминаваща повече от 90 км на електрически режим. Максималната цена на модела, който ползва държавната помощ, обаче не може да надхвърля 40 000 евро, а средствата не могат да бъдат съвместими с други програми за държавно стимулиране.

Финансова подкрепа се дава както при придобиването, така и при операции по финансиране чрез финансов лизинг или отдаване под наем на лизинг (оперативен лизинг) на нови електрически превозни средства с първа регистрация в Испания, чиято задвижваща енергия е получена при изцяло или частично зареждане на батериите им от електрическата мрежа.





B&F

Bridal Fashion

BRIDAL FASHION

официален представител за България на:
PRONOVIAS, ENZOANI, BADGLEY&MISCHKA, SHERRI HILL, ROCCO BAROCCO

www.bridalfashion.bg

София, бул. "Черни връх" 100, Paradise center, етаж 3



ЗАРЕЖДАМЕ КОЛИТЕ С ГОРИВО, А ВОДАЧИТЕ - С НАСТРОЕНИЕ

: „ЛУКОЙЛ
 : БЪЛГАРИЯ“ С
 : ИЗЦЯЛО НОВА
 : КОНЦЕПЦИЯ В
 : ОБСЛУЖВАНЕТО
 : НА КЛИЕНТИ И
 : С АТРАКТИВНИ
 : ПРАЗНИЧНИ
 : ПРОМОЦИИ

Увлечени в динамиката на ежедневието и пътувайки все повече, все по-често имаме нужда от презареждане. Колите ни с гориво, а ние – с енергия и приятна емоция. Подобна възможност ни предоставя новата концепция за обслужване на клиенти на „Лукойл България“. Освен качествени горива, компанията предлага високо ниво на обслужване, възможност за отпих в бензиностанциите си и атрактивни промоционални игри с празнично настроение. Преди броени дни веригата „Лукойл“ стартира своята коледно-новогодишна игра под надслов „Зареди праз-

ниците с топлина!“, която ще продължи до края на януари. Тя е с общ награден фонд от 100 000 лева във вид на карти за гориво, които ще се разиграват всеки понеделник чрез томбола в продължение на десет седмици.

„Идеята ни е да променим представата за нашия бизнес. „Лукойл“ не е само нефтена компания. Освен качествените горива, предлагаме на клиентите ни хубаво италианско кафе, топла и вкусна храна и високо ниво на обслужване, за да си тръгват от нас заредени не само с гориво, но и с добро настроение“, обяснява

Дмитрий Флоринский, директор Продажи на дребно в „Лукойл България“.

Тази есен веригата представи на Автосалон София 2015 новата си концепция и съвместната си инициатива с вносителя и дистрибутор на италианското кафе Baristo – „Енко Вендинг“.

Партньорството между двете компании датира от повече от 10 години и е особено интензивно през последните 2. На всяка бензиностанция „Лукойл“ Baristo инсталира професионална барова кафе-машина от най-висок клас и води специално обучение по приготвяне на кафе-напитки, за да могат клиентите да получат едно незабравимо кафе-изживяване.

„Залагаме на високи стандарти на обслужване. Baristo провежда своето обучение за приготвяне на качествено и ароматно кафе, а „Лукойл България“ обучава в перфектно обслужване“, посочва Флоринский.

„Лукойл“ се стреми да осигури едно по-пълно обслужване на клиента не само от гледна точка на горивата, но и от тази на услугите, едно цялостно посрещане. Тя разработва нов дизайн на бензиностанциите си, подобрява тяхната инфраструктура и въвежда все повече удобства. Сред тях са по-големите площи за паркиране, специално обособените зони за отдих с повече комфорт и за възрастните, и за по-малките, както и санитарните помещения, в които е отделено особено внимание за хората със специални нужди и майките с деца. Новият дизайн е вече реализиран на 24 обекта „Лукойл“, разположени на основните български автомагистрала, а през 2016 г. ще се разшири на още 20 обекта. Във всички бензиностанции на компанията у нас се оформят зони за отдих.

Компанията упражнява стриктен контрол върху качеството на услугата чрез практиката „таен клиент“, която гарантира стандарта на обслужване.



Залагаме на високи стандарти на обслужване, казва Дмитрий Флоринский



Александър Флореа

LUKOIL LUBRICANTS - Мустангът на пазара на моторни масла

Lukoil Lubricants е базирана в Румъния, има и още две фабрики във Финландия и Австрия. С новия си продукт Lukoil Genesis компанията определено набира сила и се нарежда след най-големите на пазара.

Това е моторно масло от последно поколение с изключително високи характеристики. Предлага се в две разновидности – 5W-30 и 5W-40 и отговаря на най-високите екологични изисквания. Двете масла са синтетични и са пригодени за целогодишна употреба. Подходящи са за бензинови и дизелови двигатели, както и такива с газова уредба. Съответстват и на по-мощни двигатели, снабдени с турбокомпресори, включително такива от последно поколение. Притежават редица специфики, които ги превръщат в един наистина висококачествен продукт. Именно затова са одобрени от някои от най-големите автопроизводители.

Lukoil Lubricants е в топ 10 на производителите на моторни масла в света, в бъдеще планира да влезе в топ 5. Продуктите ѝ се предлагат на пазара във всички балкански държави, а вече пробиват и в западно-европейските – Германия, Австрия, Италия и др. „С продуктите Lukoil Genesis планираме да изпреварим основните ни конкуренти и да увеличим с поне 5% пазарния ни дял“, казва Александър Флореа, мениджър по износа на Lukoil Lubricants.

България е сред топ пазарите на компанията. Пазарният ѝ дял у нас е 11%, а с новите продукти ще бъде конкурентоспособна и в нов, по-висок сегмент от пазара.



Билял Арпаджъ:

УВЕЛИЧАВАМЕ ПОЛЕТИТЕ СОФИЯ- ИСТАНБУЛ

автор: Ивайла Раденкова

Г-н Арпаджъ, какви са бизнес плановете на Turkish Airlines България за следващата година?

- От 1984 г. насам изпълняваме полети между Истанбул и София, а от 2014 г. – между Истанбул и Варна. Осъществяваме по два полета дневно между Истанбул и София и един полет дневно между Истанбул и Варна.

Планираме от 28 декември 2015 г. да добавим още 4 нови полета до София, с което техният брой ще нарасне до 18 полета седмично. Освен това и през летния сезон на 2016 година планираме полетите ни до Варна да бъдат 11, както беше и през 2015 г. По този начин целим да предложим възможност за по-удобни връзки на нашите пътници и за по-комфортно пътуване.

- Какви са бъдещите инвестиционни планове и проекти на компанията в глобален мащаб?

- Като въздухоплавателна компания, която към настоящия момент осъществява полети до най-голям брой държави в световен мащаб, Турските авиолинии, със своя нарастващ въздушен флот и с местоположението си в Истанбул, който се явява център на световния въздушен трафик, е една уникална локация, която благодарение на своето богато културно наследство има за цел да покаже едно ново измерение на опита в областта на въздушния транспорт.

Мотото на нашата марка е „Widen Your World“ (Разширете своя свят), разработваме нови приложения, които да предоставят на нашите гости приятни изненади на всеки

един етап от пътуването, които при срещата със световните новости и различия на първо място трябва да се почувстват специални и ценени.

- Кои дестинации са най-популярни сред българските клиенти?

- С увеличаването на броя на нашите полети от София, с широката ни мрежа, състояща се от 280 дестинации до 111 държави, с предлаганите от нас привлекателни връзки за прехвърляне на полета, с подходящите цени и качеството на нашето обслужване, в последните 5 години сме били удостоявани с награда за най-добра самолетна компания в Европа. Въпреки факта, че предпочитанията на българските ни пътници носят много специфичен характер, мога да кажа, че имаме увеличаване броя на пътуванията, които извършваме на 5-те континента.


- Успешна ли беше 2015 г. за Turkish Airlines?

- Компанията ни е постигнала увеличение на капацитета си с 12.6 % през деветмесечния период на 2015 година в сравнение със същия период от предходната година, осъществени са 341 хил. полета, при които са превозени 46,5 млн. пътници. Въпреки конкуренцията на световния пазар в сектора, политическата и икономическа нестабилност в съседните региони, колебанията на валутните курсове, които директно засягат сектора, продължават успешно да показват добри резултати. Между България и Турция съществуват традиционни добросъседски отношения, от които понастоящем естествена част и основен тежен двигател е въздушният транспорт между двете държави. ■

Билял Арпаджъ е изпълнителен директор на Turkish Airlines от септември 2015 г. Завършил е Машинно инженерство в Koz University, Истанбул и магистратура по бизнес администрация в Bahcesehir University, Истанбул. Работил е като продуктов мениджър в Datagate, вече над 5 години работи за Turkish Airlines.



Europe's
Best Airline

A STAR ALLIANCE MEMBER 

FOR THE **5TH YEAR** IN A ROW,
WE ARE CHOSEN
THE BEST AIRLINE IN EUROPE
BY SKYTRAX



TURKISHAIRLINES.COM

Voted Europe's Best Airline at the 2015 Skytrax Passengers Choice Awards

WIDEN YOUR
W O R L D

TURKISH
AIRLINES 



НКЖИ ВЛАГА НАД 10 МИЛИОНА ЛЕВА. В МОДЕРНИЗАЦИЯ НА ТЯГОВИ ПОДСТАНЦИИ



ИНЖ. СТОЯН СТОЯНОВ, ДИРЕКТОР НА
ПОДЕЛЕНИЕ „ЕЛЕКТРОРАЗПРЕДЕЛЕНИЕ“



Инж. Стоянов, месеците октомври и ноември са време на подготовка за предстоящата зима. Какви дейности извърши поделение „Електро-разпределение“ за посрещане на зимните месеци?

- Планирането на дейностите по подготовка на съоръженията на поделение „Електро-разпределение“ бе въз основа на извършвания анализ на причините за повреди по съоръженията на подсистема „Енергия“, калкулиращи най-голяма вероятност за времезакъснение на влакове.

Вследствие на направените анализи се констатира, че основните повреди са причинени от паднали дървета и клони върху контактната мрежа; скъсани порцеланови изолатора; скъсани носещи въжета; остарели, морално и физически амортизирани релсови самоходни специализирани машини.

През настоящата година са подменени 1263 порцеланови изолатори с полимерни; сменено е 27 574 м носещо въже в проблемни жп участъци; подменен е 15 536 м контактен проводник и периодично се почистват храсти и дървета.

В периода 01 октомври - 30 ноември 2015 г. се извърши „сезонно обслужване“ на всички релсови самоходни специализирани машини. Разпоредено е да се включат и останат под напрежение трансформаторите, които захранват отоплителите на стрелките в гарите, където има монтирани такива.

- Какво можем да кажем за състоянието на контактната мрежа на компанията и намаляват ли аварията по жп мрежата, свързани с нейни повреди?

- Бих искал първо да подчертая, че контактната мрежа е едно от най-важните съоръжения от железопътната инфраструктура, която е свързана с влаковото движение. За тази година сме заложили около 2 млн. лева за подобрения по контактната мрежа. От 2007 г. създадохме една точна статистика и си поставихме цели, които при изпълнението им да доведат до намаляване закъсненията на влаковете, причинени от проблеми в контактната мрежа. Въз основа на тази статистика се изгражда инвестиционната програма на поделението и след нейното изпълнение всяка година броят на повредите и на закъсненията на влаковете намалява.

В нашата инвестиционна програма за намаляване на аварията по контактната мрежа през 2015 г. се извършва подмяна на контактен проводник: в гара Зверино – 4 коловоз; междугара

Зверино – Мездра юг (път 1), Долно Камарци – Мирково, Кракра – Батановци, Дамяница – Генерал Тодоров, Стралджа – Зимница, Стралджа – Церковски и Плевен – Пордим.

С изключение на междугарията Стралджа – Церковски, към момента подмяната на контактния проводник в посочените участъци е завършила. Можем да обобщим, че са подменени близо е 13 600 м контактен проводник, на стойност около 1 005 000 лева.

Друг проблем, който имаме, е свързан с физическото и моралното остаряване на носещите въжета на контактния проводник. В тази връзка планираме да усилим инвестициите за тяхната подмяна, която да се изпълнява от тази година, като е предвидена смяната на близо 35 км такива елементи. Вложените инвестиции възлизат на около 900 000 лева.

Към момента е приключила подмяната на носещо въже в гара Бов, гара Елисейна, междугарията Кунино – Червен бряг, Владая – Драгичево и Янтра – Горна Оряховица.

В момента се подменя носещо въже в междугарията Курило – Реброво (път 2), Руска бяла – Враца (път 2), Тулово – Дъбово (път 1), Тулово – Дъбово (път 2) и Бяла – Полски Тръмбеш. Изпълнени са над 75% от предвидените дейности по подмяна на контактен проводник и носещо въже, като до края на годината ще бъдат изпълнени и останалите.

- На какъв етап е рехабилитацията на тяговите подстанции, които също са важни енергийни съоръжения?

- Подстанциите се модернизират в две насоки. Едната е по проектите по ОП „Транспорт 2007-2013“. Другата е със средства от капиталовия трансфер, ще направим модернизация на три тягови подстанции - в Мездра, Бов и Завет. За ремонта им са предвидени около 10 млн. лева.

Предвидили сме модернизацията, рехабилитацията и изграждането на система за телеуправление и сигнализация SCADA на тягови подстанции Мездра и Завет да приключи до края на тази година. Сроктът за завършване на тягова подстанция Бов е предвиден за следващата година.

След осъвременяването им в станциите ще бъде интегрирана системата SCADA. Това ще ни даде по-добър оперативен контрол и управление на енергомрежата, както и ще се осигури по-качествено електроснабдяване.

ВИНО F2F В ЗИМНИТЕ НОЩИ

Верата на дигиталните комуникации все по-често забравяме за приятните разговори, които можем да водим лице в лице с хората около нас. Поводите може да са много – бизнес среща, приятелска сбирка, романтична вечеря. Виното, което може да подсили тези моменти и да накара сетивата ни да ликуват, обаче е само едно – F2F.

Виненият бранд F2F означава именно комуникация - Face-to-Face, или „лице в лице“, среща с привкус на откровеност и искреност. Това е най-ефективната комуникация между хората, каквото е скритото послание на това изискано вино, което можем да открием само в ресторантите. Във винените листи на изтънчените и приятни кътчета за похвалване то е представено в три варианта – две червени и едно бяло.

F2F Dornfelder е вино от немски сорт грозде, уникален за българския пазар, което го прави и тоталния ни фаворит! Това е винената илюстрация на онзи интересен събеседник, с който разговорът е винаги вълнуващ. Виното грабва още от пръв поглед с наситен, плътен, рубинен цвят с тъмно, виолетови оттенъци. В носа се усещат сочни плодове. Тялото е загладено, с кадифена мекота, за да разкрие суперконцентриран, комплексен вкус, със сладки танини. F2F Dornfelder 2013 е мощно вино с потенциал, отлежало 14 месеца в дъб и 9 месеца в бутилка преди лансиране на пазара. А финалът му е дълъг и впечатляващ, за да остави чувство на удовлетвореност от срещата и след това.

Купажът F2F съчетава Cabernet Sauvignon, Syrah и Regent (Каберне Совиньон, Сира и Регент) от 2013 г. в съотношение 71%/19%/10%. Този бленд се ражда след 14 месеца отлежаване в нови френски дъбови бъчви като и трите сорта са винифицирани и отлежават поотделно. Да останеш face-to-face с това вино е като да се срещнеш със стар приятел, с когото комуникацията е елегантна, балансирана, намерила равновесната точка между сладко и пиперливо. Виното има жив, плътен цвят, но едновременно фин нос, който напомня мока, черни плодове, листа от тютюн и тъмен шоколад. Сладките танини оставят усещане за послевкус с пикантен финал.

Бялото F2F Barrel Fermented Chardonnay 2013 е онзи изне-



надващ нов събеседник, с който комуникацията върви леко и естествено, дори и да не се познавате. То е отлежало 4 месеца върху фините утайки в нови френски дъбови бъчви. Може би си тръгнал с предразсъдъци към новия човек, както и към бялото вино, но то ще изненадва с фокусиран нос с нюанси на зряла кайсия, суха смокиня, ванилия и меки нотки на мед. Гъвкавото тяло е съчетано с много приятна киселинност и богат вкус.

Серията F2F е създадена именно за хората, които държат на личната комуникация, на разговорите на четири очи и паметните и вълнуващи мигове, които всяка среща може да ни донесе. Опитай го и ти!

**БРАНДЪТ ПРЕВЪПЛЪЩАВА НАСЛАДАТА
ОТ КОМУНИКАЦИЯТА ЛИЦЕ В ЛИЦЕ**

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

Апартхотел Лъки Банско е ГОТОВ ЗА ЗИМАТА

ИЗИСКАН ИТАЛИАНСКИ РЕСТОРАНТ „ЛЕОНАРДО“, ПАКЕТИ С ОТСТЪПКИ, ЗАКУПУВАНЕ НА СКИ КАРТИ НА РЕЦЕПЦИЯ И НЕВЕРОЯТНО ОБСЛУЖВАНЕ ЩЕ НАПРАВЯТ ПОЧИВКАТА ВИ НЕЗАБРАВИМА

Банско е уникална зимна дестинация. Отлично оборудваният ски център, изграден с най-съвременни технологии, перфектните условия за професионален и любителски спорт, с богато разнообразие от добре поддържани и безопасени писти, правят курорта предпочитано място за зимна почивка.

А Апартхотел Лъки Банско е мястото, където ще намерите комфорт и грижи, които ще превърнат ваканцията Ви в щастливо и незабравимо преживяване.

През зима 2015/16 хотелът ще предложи елегантен лукс и последни технологични решения за новите си Президентски апартаменти. Комбинацията от естествен термобор с цвят на отлежало уиски, антиалергични мокети, копринени тапети, термошори, камина с покритие от гранит, фино постелъчно бельо и изискана маркова козметика ще дадат невероятно усещане за комфорт и удовлетвореност.

Невероятна е възможността да се наслаждаваш на белите писти на Банско с подсигурен редовен трансфер на всеки 15 минути и съботно-неделни трансфери директно до пистите, както и да имаш

на разположение безплатен ски гардероб с подгреватели за ски обувки.

Цените за ски оборудване и обучение са преференциални за гости на хотела.

Лъки Банско е хотелът, където можете да си закупите ски билет директно на рецепция, без опашки и нерви.

Камините в лобито и ресторантите допълват усещането за удобство, уют и топлина, а отдъхването с чаша чай или фреш след пълен с емоции ден е още по-незабравимо.

Блажен релакс Ви очаква в топлия басейн с вградено джакузи и хидроджет, сауните и с нови терапии в СПА центъра на хотела.

Хитовият италиански ресторант „Леонардо“ впечатлява с изискания си интериор, с топлината на камината и вкусните ястия по оригинални италиански рецепти. Класическият ресторант „Ле Бистро“ е с акцент върху биопродуктите и здравословното хранене. Бар-билярд „Спирит“ развлича гостите на Апартхотел Лъки Банско с модерен дизайн, алкохолни и безалкохолни коктейли и партия бiliarд за деца и възрастни.

Безплатният Wi-Fi интернет в целия хотел дава усещане за постоянна връзка с близки и бизнес партньори.

Зимата може да бъде най-щастливият Ви сезон, особено ако се възползвате от специалния пакет „Семейна ски ваканция“, с включени отстъпки от 15% до 30% според броя на нощувките в хотела.

Апартхотел Лъки Банско*****
Телефон: 02 806 61 78; 0879 111 222
e-mail: reservations@luckybansko.com
www.luckybansko.com



5
ГОДИНИ
ГАРАНЦИЯ

ШОКИРАЙ ЗИМАТА С НОВИЯ FORD **KUGA** НА ЦЕНА ОТ **30 800 ЛВ.** без ДДС



С Ford Kuga ти изненадваш зимата. Точно така, Kuga е абсолютният еталон за прецизно пътно поведение, изключителна стабилност и комфорт в зимни условия. С EcoBoost технология и дизелови двигатели със 150 и 180 к.с., Kuga ти осигурява удоволствие от управлението и икономичност, дори и когато температурите паднат. Всичко това е на изключителната цена от 30 800 лв. без ДДС и възможност за данъчен кредит.

ford.bg

Почетената цена е за Kuga 4x2, 1.5 EcoBoost, 150 к.с. и оборудване Trend. Възможност за данъчен кредит = хомологация NI или оперативен лизинг. Ср. разход на гориво 6.2 л/100 км; CO2 емисии 143 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) 807 137;
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



КОЛЕДНИТЕ ИЗКУШЕНИЯ НА **ESTE**

ГУРМЕ 146



РЕСТОРАНТЪТ ПОДГОТВИ
СПЕЦИАЛНИ ПРАЗНИЧНИ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЗА ЦЕНИТЕЛИТЕ НА
КУЛИНАРНОТО ИЗКУСТВО





За ценителите на кулинарното изкуство ресторант Este създаде специални празнични предложения. В Este може да поръчате кошници и кутии, пълни с различни десерти - целувки с шоколад и бадеми, постен щрудел, коледни бисквити, сладък салам, порцеланов кейк и шампанско. Те са само част от новата гама коледни подаръци на емблематичния софийски ресторант. И идеален начин да зарадвате своите близки и познати с уникален и незабравим подарък.

Основната съставка на десертите „коледният аромат“ – микс от канела, анасон, кардамон, индийско орехче и карамфил, разказва сладкарят Александър Цеков. Той описва шедьоврите с две думи - „екипно вдъхновение“.

Сред предложенията са и коледни торти, които са страстта на Este. Всяка една от тях може да бъде направена по ваш индивидуален вкус. Талантливият екип на ресторанта гарантира качеството на десертите, тъй като всеки един компонент от тях е изработен ръчно.

Коледните изкушения на Este са приготвени с отношение и внимание към вкуса, детайла и клиента.

Подаретеси коледно настроение с новите празнични предложения на Este.





Организаторът Владимир Николов и официалните гости открива изложението

УИСКИ ЕМОЦИЯ В СОФИЯ



Посланикът на Macallan и Highland Park Мартин Марквардсен



Дипломатите от Великобритания, САЩ и Ирландия бяха сред първите дегустатори



Ароматът е от ключово значение



Hibiki – вкусът на Япония

Фото Стоян Йотов



Jack Daniel's Single Barrel – истинска класика в жанра



Talisker и Cardhu – символ на шотландската традиция

автор: Илия Лазаров

Твърде много от нещо не е хубаво, но твърде много уиски е достатъчно добре.“ Тази фраза на прочутия американски писател и философ Марк Твен най-добре показва отношението към кехлибарената напитка.

Тази и много други интересни мисли и истории се чува на Уиски Фест София 2015. А за авторитета и популярността на напитката показателен е фактът, че дойдоха дипломати от няколко държави традиционни производители. На откриването присъстваха посланикът на Великобритания Ема Хопкинс, както и колегите ѝ от посолствата на САЩ и Ирландия – Мартина Стронг и Патрик Колман.

„Предлагаме повече от 260 вида уиски от над 60 марки. Сред тях има шотландски, ирландски, американски и японски. Това са 3 дни на неповторимо уиски изживяване“, заяви един от организаторите Владимир Николов.

Експерти с голям опит споделиха интересни истории и съвети за консумация. Тя е въпрос на индивидуалност – някои го пият чисто, други с вода, трети с лед. Уиски културата е свързана с националната култура и вкусове. Всяко уиски има свой уникален вкус. То се произвежда при различни условия, отлежава в различни бъчви. Няма две еднакви уискита.

Как да разпознаете качествено пиене

То трябва да е комплексно – да има отличителен вкус и аромат, да се усещат различните плодови нотки, както и вкуса на бъчвата. Така пиещият може да съсредоточи вниманието си върху него, да почувства характера, създаден от дестилерията му. „Всяка дестилерия има свой собствен характер“, споделя експертът Мартин Марквардсен.

Най-важното при уискито обаче е емоцията. „Има уиски за моментите, когато си тъжен, както и за миговете, когато си безкрайно щастлив. Така че намерете уиски за всяка емоция, или още по-добре – емоция за всяко уиски“, съветва Марквардсен.

НОВИ КНИГИ ОТ СИЕЛА

Обърни се със смях назад

Автор -
Михаил
Вешим



Цена -
11 лева

В новата книга на Вешим са събрани малка част „вестникарски текстове“, които се простират от днес назад до прехода, и сякаш за пореден път напомнят, че може би наистина сатириците пишат по-вярно историята от историците...

Просяк, крадец

Автор -
Ъруин
Шоу



Цена -
17 лева

Продължението на класиката „Богат, беден“. Едва ли е възможно човек, докоснал се до драматичната съдба на семейство Джордах, да не желае да научи още за техния живот. В блестящото продължение „Просяк, крадец“ Ъруин Шоу проследява не само нелеката участ на Рудолф Джордах, скърбящ завинаги за своя брат Том, но и какво е приготвила съдбата за Били и Уесли, неговите своенравни и непокорни племенници.

Берлускони

Автор -
Алън
Фрийдман



Цена -
15 лева

Силвио Берлускони разказва живота си в първата своя оторизирана биография. Най-скандалният министър-председател в историята на Италия проговаря за своя път към върха, за приятелствата си със световни лидери и за обвиненията във връзки с мафията.

Зимата идва

Автор -
Гари
Каспаров



Цена -
18 лева

Каспаров не пести критиките си към Путин от повече от десет години и дори води продемократична опозиция в нелепите президентски избори през 2008 г. Но годините, през които вижда как неговите пророчества за намеренията на Путин, на които никой не вярвал, се сбъдват, накарали Каспаров да осъзнае една още по-мрачна истина – Русия на Путин се определя като опозиция на свободните държави по света, също като ИДИЛ или Ал Кайда. Той все още се бие в Студената война, макар че американците отдавна са ѝ обърнали гръб, а с времето са забравили и уроците ѝ.

За да не бъдем въввлечени в още един продължителен конфликт, Каспаров сега призовава за създаването на мощен фронт, дипломатически, но и икономически, срещу Путин. Подкрепена от безспорния интелект на Каспаров, убедеността му и от надеждата за родната му страна, „Зимата идва“ е непогрешим призив за действия срещу заплаха, която игнорираме от прекалено дълго време.

12

МЕСЕЦА АБОНАМЕНТ
НА ЦЕНА 55 ЛВ.
2016 г.



АБОНИРАЙ СЕ ЗА СПИСАНИЕ ИКОНОМИКА



РУБРИКИ:

ТЕ ГОВОРЯТ · HR КОНСУЛТ · ФИНАНСИ · ЛИДЕРИТЕ · ПЪТЕШЕСТВИЕ · ТЕХНОЛОГИИ · МАРКАТА

АБОНАМЕНТ:

ДОБИ ПРЕС · e-mail: ABONAMENT@DOVIPRESS.BG тел. 02/963-30-81
БЪЛГАРСКИ ПОЩИ · e-mail: ABONAMENT@BGPOST.BG тел. 02/949 32 89
РП · e-mail: OFFICE@RAZPROSTRANENIE.BG тел. 0882 09 62 30



Умиване нозете на апостолите

Библейски притчи



УЧИТЕЛИ НА ХУДОЖНИЧКАТА
ЮЛИЯ СТАНКОВА СА НЕИЗВЕСТНИ
ВИЗАНТИЙСКИ МАЙСТОРИ

автор: **Татяна Явашева**

Картините на Юлия Станкова са като икони. Те ни откриват една нова сакрална реалност, свързана със сложния духовен свят на човека и връзката му с Бога и божественото. В творбите си тя пресъздава митове и библейски истории. Разказва ги с четка, бои и християнска символика по начин, който само тя владее.

От първо лице

Образите, които създавам, са породени от острото ми усещане за драмата на човешкия живот. Тя е спотаена във факта, че между началото и края на нашето битие парадоксално е заключена идеята ни за вечността. Така животът ни е обречен да протече в неразрешимия конфликт между две реалности. И за да се спасим от хаоса и страха, ние сме готови да се отречем ту от едната, ту от другата.

Чрез езика на образа разкривам пространство за един междинен свят, разположен на границата между смъртното и вечното, в който диалогът между тях е възможен. С помощта на изкуството се включвам в този величествен диалог и това ме изпълва с щастието да отпивам от извора на любовта, обяснява Юлия Станкова.

Път

Рано открила своето призвание, но не била приета в Художествената академия. Тогава се записала да следва в Минно-геоложкия университет и станала минен инженер. Но не престанала да рисува. Веднага след промените през 1989 г. напуснала научния институт, в който работела, и по-

Възнесение Христово



Изцеление на кръвоточивата жена



Потъването на апостол Петър

стъпила в частно ателие за реставрация на икони и картини. Там била в досег с български икони от XVIII век, изписани от неизвестни майстори, и била поразена от чистотата на чувството, което се излъчва от тях. Иконите ѝ повлияли толкова силно, че започнала да се занимава с изучаването на византийските изобразителни принципи, а покрай това и с библейските текстове.

Школа

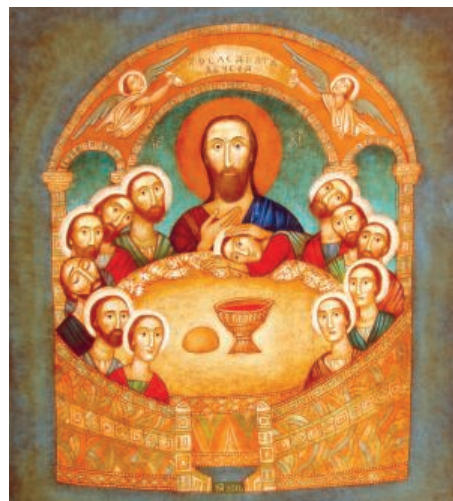
За да попълни празнотите в познанието си за християнската култура, завършила Богословския факултет на СУ „Св. Климент Охридски“. В ателието усвоила техниката за рисуване върху дърво и направила много копия на византийски икони и стенописи. Това за Юлия Станкова е период на усилено учене, като нейните учители са неизвестни византийски майстори. След като овладяла живописа върху дърво, напуснала ателието и започнала да развива свой собствен образен език върху основата на византийската религиозна живопис, което прави и до днес.

Образи

Композициите и образите понякога се появяват спонтанно, понякога Юлия Станкова дълго ги търси, но за да става всичко това, от нея се иска интелектуален труд без почивен ден. Тя има усещането, че ѝ помага и някаква родова памет и вроден афинитет към символната образност на източното християнство. В библейските събития намира кодирани истини, валидни и днес. Те съдържат смисъла и посоката на живота: „Стремя се да изобразявам идеите си с пределна чистота и яснота, но тъй като повечето от тях са свързани с библейския текст, по-лесно е на онази част от моята публика, която е добре запозната със Стария и Новия завет.“

Досег

Направила е около 40 самостоятелни изложби в България, Македония, Гърция, Италия, Холандия, Франция и Англия. За Юлия Станкова всяко едно от тези събития е възможност да се срещне с другия човек и чрез посредничеството на живописа да започне разговор с него. Едва когато зрителят прояви личното си отношение към нейните картини, тя ги смята за напълно завършени.



Тайната вечеря



Азazel

СЕВЕРНОТО СИЯНИЕ НА РЕЙКЯВИК

ПЪТЕШЕСТВИЕ 154

СТОЛИЦАТА НА ИСЛАНДИЯ Е ЕДНА
ОТ НАЙ-НЕОБИКНОВЕНИТЕ В СВЕТА





СИНЯТА ЛАГУНА

автор: Преслава Георгиева

Рейкявик е най-северно разположената столица в света, най-големият град в Исландия и сърцето на културния и икономическия живот в страната. Намира се в югозападната част на страната, на южния бряг на залива Фахсафлюи на Атлантическия океан и е дом на около 120 000 души. Смята се, че първото селище в Исландия е основано именно в земите на днешния Рейкявик от норвежеца Ингоулвур Артнаршон през 870 г. Когато Артнаршон вижда бреговете на Исландия, той решава да остави на боговете да решат къде ще е най-доброто място да се установи със съпругата си. По стара викингска традиция, той хвърля дървените колони на семейния трон (изписани с името и емблемата на семейството) и казва, че ще направи фермата си на мястото, където те излязат на брега. Според легендата, слугите на Ингоулвур цели три години търсили колоните по крайбрежието и когато най-после ги открили в голям залив в югозападната част на страната, семейството веднага се преместило, давайки на мястото името Рейкявик ("димящ залив") заради парата, която се издигала от намиращите се близо горещи минерални извори.

Ингоулвур се установява между две реки и дава част от земите на своите слуги, заедно със свободата им. Постепенно тук се преместват и голяма част от роднините му, като техните наследници и до днес живеят в семейната ферма в Рейкявик. Макар градът да не се споменава в средновековните източници, освен като земеделска земя, през XVIII в. тук започва активна урбанизация. Датчаните, под чието владичество Ис-

ландия остава цели 7 века (XIII в. - XX в.), подкрепят идеята за развитие на местна индустрия, която да стимулира развитието на острова, и тук започва да се развива текстилна индустрия, рибарство, добив на сяра и корабостроене. През 1786 г. кралят забранява монопола и шест селища в страната получават търговски права, сред тях и Рейкявик. Въпреки това в следващите близо 100 години производството и търговията биват доминирани от датчаните и чак след това влиянието на исландските търговци започва да нараства.

През XIX в. се заражда исландският национализъм и идеята за независимост. Рейкявик, единственият исландски град по онова време, е мястото, където се планират и се случват всички събития, свързани с борбата за независимост. През 1845 г. се възстановява дейността на Алтинга – най-старият действащ парламент в света, създаден през 930 г. Новата локация на парламента в Рейкявик превръща града в административен център и столица на Исландия. През 1874 г. се приема конституцията, а през 1904 г. Исландия получава право на собствено управление и в Рейкявик бива базиран министър по исландските въпроси. На 1 декември 1918 г. Исландия става суверенна държава - Кралство Исландия, но под контрола на датската корона.

Въпреки че през първите години на Втората световна война Исландия запазва неутралитет, през май 1940 г. четири британски военни кораба навлизат в пристанището на Рейкявик и окупират страната до края на

ЦЪРКВАТА „ХАЛГРИМСК“



войната. Правителството определя този акт като „очевидно потъпкване“ на исландския неутралитет, но призовава исландците да се държат с британските войници като с гости.

Така съюзническата окупация на Рейкявик приключва само в рамките на няколко часа, без каквато и да е въоръжена съпротива. Местните шофьори на таксите и камиони дори сътрудничат на окупаторите, които първоначално не разполагат с транспортни средства. Неведнъж по време на войната британското правителство изисква от Исландия да приеме и признае окупацията, но тези искания биват отхвърляни заради политиката на неутралитет. През остатъка от войната броят на британските и по-късно американски войници във военни лагери в Рейкявик достига броя на населението на града.

Като цяло окупацията има положителен ефект върху развитието на Рейкявик. Безработицата от годините на депресията изчезва и започва период на усилено строителство. Британците построяват летище Рейкявик, което

действа и до днес, обслужвайки предимно вътрешни полети. Американците пък построяват летище Кефлавик, разположено на 50 км западно от града, първото и основното международно летище на Исландия. През 1944 г. се създава Република Исландия и кралят бива заменен от президент, избран от народа и базиран в Рейкявик.

В годините след войната разцветът на града става още по-осезаем. Започва масово преселение от провинцията и Рейкявик се превръща в модерен град. Появяват се множество автомобили, а в разширяващите се предградия се издигат модерни жилищни комплекси.

През последните десетилетия градът става домакин на редица важни международни събития, като срещата на върха между Михаил Горбачов и Роналд Рейгън. В резултат на дерегулирането на финансовия сектор и на технологичната революция през 90-те години, понастоящем тези два сектора са двата най-важни играчи в местната икономика.



ЗАБЕЛЕЖИТЕЛНОСТИ

Гостите на Рейкявик често остават изненадани от разнообразието от история, култура и природни феномени, които предлага малката исландска столица. Централната част на града се намира между езерото Тьорнин и залива. Тук ще откриете централният площад, пешеходна улица с множество сувенирни магазинчета и Стария град.

ЦЪРКВАТА ХАЛГРИМСК

Внушителната сграда на лютеранската църква „Халгримск“, чието постро-

яване е отнело цели 38 години, е разположена в централната част на Рейкявик и е една от емблемите на града. Със своите 74.5 м тя е шестата по височина сграда в страната и може да бъде видяна от 20 км разстояние. Храмът носи името на исландския поет и свещеник Халгримур Петеурсон. Посещението на „Халгримск“ включва възможността да се изкачите с асансьор до 74-метровата камбанария, откъдето се разкрива разкошна панорама към града.

НАЦИОНАЛНИЯТ МУЗЕЙ

Експозицията на Националния музей в Рейкявик включва артефакти от

времето на първите заселници до наши дни и благодарение на наличния аудиогид, предлага един цялостен поглед върху исландската история и култура. Най-атрактивната секция на музея е посветена на ерата на заселниците и описва управлението на първите вождове и въвеждането на християнството.

ПАРКЪТ ЛАУГАРДАЛУР

На 4 км източно от центъра на града е разположен паркът „Лаугардалур“ - любимо място за спорт и отдих както на местното население, така и на туристите. Комплексът включва зоологическа



ЕЗЕРОТО ТЬОРНИН

градина, зелени площи за пикник, най-големият открит термален басейн в Рейкявик, ботаническа градина, спа, кафене, стадион, алеи за разходка и джогинг, открити футболни игрища и концертни сцени, закрыта ледена пързалка, увеселителен парк и арт музей.

ЕЗЕРОТО ТЬОРНИН

Този спокоен оазис в центъра на града е дом на над 40 вида прелетни птици, сред които лебеди, гъски и арктически рибарки. По южния бряг на езерото са разположени множество паркове, изпълнени със скулптури, а заобикалящите го алеи са любимо място на велосипедисти и джогъри. През зимата езерото се превръща в ледена пързалка.

СТАРОТО ПРИСТАНИЩЕ

Доскоро действащото пристанище днес се е превърнало в популярна туристическа дестинация, дом на няколко музея и елегантни ресторанти. От кея ежедневно отплават туристически кораби за наблюдение на китове и редки птици. Тук ще видите множество рибарски лодки, над които се извисяват заснежени върхове, както и една от най-големите атракции на Рейкявик – „Харпа“.

Концертният и културен център „Харпа“ е носител на наградата за съвременна архитектура „Мис ван дер Роє“ за 2013 г. и макар да отваря врати само преди 4 години, вече е един от най-ярките символи на Рейкявик. Кристалната фасада на „Харпа“ е изградена от сложна решетка от изпъкнали и вдлъбнати стъклени панели, покриващи покрива

и трите страни на сградата. Формата е вдъхновена от базалтовите образувания в исландския вулканичен пейзаж, а дизайнът има за цел да пресъздаде играта със светлина по повърхността на ледниците. Стъклените панели са произведени от специално ламинирано стъкло с „двухцветни филтри“, които имат свойството да пропускат или да отразяват определени светлинни вълни в зависимост от атмосферните условия и ъгъла на наблюдение. Променящата се през деня светлина, която прониква през стъклената фасада, създава интригуваща игра между светлина, сянка и цветове вътре в сградата. „Харпа“ е дом на исландската опера и симфоничния оркестър и домакин на множество концерти, културни събития, конференции и изложби.

ЕКСКУРЗИИ

Туристическите агенции в Рейкявик предлагат огромно разнообразие от дневни и нощни екскурзии в околността, така че не пропускайте да разгледате причудливите форми и цветове на Исландия. Сред природните феномени, които си заслужава да видите, са: Северното сияние, което може да бъде наблюдавано от края на есента до на-



СТАРОТО ПРИСТАНИЩЕ

ВОДОПАДЪТ ГЪЛФОС



чалото на пролетта; паркът „Тингвелир“, където бавно се разминават американската и евразийската тектонски плочи; Красивият водопад Гълфос, чиито води по залез слънце изглеждат златни; Синята лагуна с нейните тюркоазено сини лечебни води и много други.

ЗАВЕДЕНИЯ

Тъй като местните исландски деликатеси като овнешки тестиси и разложена акула не са по вкуса на всеки гост, столицата предлага огромно разнообразие от ресторанти, в които изкусни шеф-готвачи създават шедьоври на северняшката и интернационалната кухня, използвайки изцяло местни биопродукти. Хапнете прясно наловена риба и морски дарове, органично агнешко и дивеч, но не пропускайте да опитате и световноизвестният исландски хотдог. Местните бири, някои от които носители на международни награди, също заслужават внимание. Освен с хубавата храна, Рейкявик е известен и с кафе културата си. Да ви бъде сервирано качественото кафе в някое от многобройните кафенета в града е правило, а не изключение. Рейкявик вероятно е една от най-необикновените столици в света. Привидно спокойният северен град предлага изобилие от културен и бурен нощен живот. Благодарение на многобройните извори, в Рейкявик промишленото и битовото отопление се осъществява с термални води, природата, храната, въздухът и водата са чисти, а спа на открито по всяко време на годината не е лукс, а ежедневие.

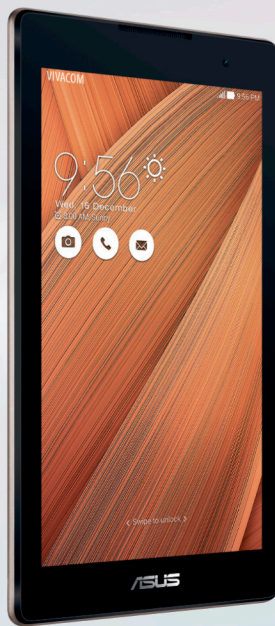
Coca-Cola

Празниците идват,
сподели ги с *Coca-Cola*
В твоя град



Търговище 8 - 9 декември
Добрич 10 - 11 декември
Варна 12 - 13 декември
Бургас 15 - 16 декември
Хасково 17 - 18 декември
София 19 - 20 декември
Пловдив 21 - 22 декември
Стара Загора 23 - 24 декември
Перник 26 - 27 декември
Благоевград 28 - 29 декември
Враца 30 - 31 декември

Тази Коледа какъв подарък искаш?



Huawei Mediapad T1 7.0
Lenovo Tab 2 A7-30
Asus ZenPad C7

1
Всеки за **1** лев
с i-Traffic XL



PS4™
+
DRIVECLUB
24⁹⁰ лв./мес.
с DUO: Net+TV



SAMSUNG
Galaxy S6

29⁹⁰ лв./мес.

със SMART XL



SAMSUNG
Galaxy S6 edge

35⁹⁰ лв./мес.

със SMART XL

Всички цени са валидни при сключване на нов срочен договор с VIVACOM за 24 месеца. Офертите важат до 31.12.2015г. или до



изчерпване на количествата, при наличие на техническа възможност. Повече информация в магазините на VIVACOM или на www.vivacom.bg.