

www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 70

февруари 2017 г. / цена 5 лв.

ФИРМИ
БЕЗ ШЕФОВЕ

ТЪРЪМП
ГЛОБАЛИЗАТОР
ОТ НОВ ТИП

В СЪРЦЕТО
НА РЕКЛАМАТА

Александър Александров:

**СЪЗДАВАМЕ ИМЕ
И ТРАДИЦИИ В
МОРСКИЯ БИЗНЕС**



ИЗБОРЪТ. КЛЮЧЪТ КЪМ ДОБРИТЕ ФИНАНСОВИ РЕШЕНИЯ.



ЦЕНТЪР ЧАСТНО БАНКИРАНЕ НА ПОЩЕНСКА БАНКА
СОФИЯ 1000, УЛ. „ШИШМАН“ 30, ЕТ. 3, ТЕЛ. + 359 2 81 66 496
PRIVATE_BANKING@POSTBANK.BG



ФЕВРУАРИ 2017

БРОЙ 70

- 8** ФИРМИ БЕЗ ШЕФОВЕ
- 20** АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ: СЪЗДАВАМЕ ИМЕ И ТРАДИЦИИ В МОРСКИЯ БИЗНЕС
- 28** ТРЪМП - ГЛОБАЛИЗАТОР ОТ НОВ ТИП
- 32** ИКОНОМИЧЕСКАТА ПРОГРАМА НА ТРЪМП: НОВА КОНСЕРВАТИВНА РЕВОЛЮЦИЯ ИЛИ РЕЦЕПТА ЗА УПАДЪК НА САЩ
- 36** ПРОТЕКЦИОНИЗЪМ И НОВИ СТЕНИ
- 38** ЩЕ ВЪРВИ ЛИ ИКОНОМИКАТА ПО ИНЕРЦИЯ НАГОРЕ
- 42** ИНЖ. ТЕОДОР ОСИКОВСКИ: МИСЛЕНЕТО ОТНЕМА ВРЕМЕ, ПО-ДОБРЕ ДЕЙСТВАЙТЕ
- 44** ТОДОР БРЕШКОВ: ЗАЛАГАМЕ НА ВИСОКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЩЕ ИНВЕСТИРАМЕ 18 МЛН. ЕВРО
- 46** БИЗНЕС БЕЗ ГРЕШКА
- 50** ЛЮБОМИР ХЪРСЕВ: ВИНАГИ ИМАМ АЛТЕРНАТИВЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ
- 52** ВАНЯ МАНОВА: ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА Е ИНСТРУМЕНТ В БОРБАТА СЪС СИВАТА ИКОНОМИКА
- 56** МАРИАНА КОЦЕВА: СТАТИСТИКАТА Е ОГЛЕДАЛО НА ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ
- 60** ЕКСПЕРИМЕНТЪТ С КРАТКАТА РАБОТНА СЕДМИЦА
- 64** ПРОФ. ДИЪРДРА МАККЛОСКИ: БЕДНОСТТА Е НАЙ-ГОЛЕМИЯТ ПРОБЛЕМ НА ЧОВЕЧЕСТВОТО
- 68** КАК ПАРИТЕ ДА ДОЙДАТ ПРИ НАС
- 70** В СЪРЦЕТО НА РЕКЛАМАТА
- 78** КЛУБ \$10 МИЛИАРДА
- 82** ГАРАЖЪТ КАТО ДВИГАТЕЛ НА КАПИТАЛИЗМА
- 86** НЕПОЗНАТИТЕ ТЕХНОЛОГИЧНИ ЗВЕЗДИ
- 90** ДЕСЕТИМАТА НАЙ-БОГАТИ НА ВСИЧКИ ВРЕМЕНА
- 96** СВЕТОВНО ПРИЗНАНИЕ ЗА ДВЕ БЪЛГАРСКИ МИННИ ДРУЖЕСТВА



- 98 КОЛКО Е ЧАСЪТ?
- 100 ЕКОБЪДЕЩЕ ЧРЕЗ МИДЕНИ РИФОВЕ
- 102 ТРИКРАКОТО СТОЛЧЕ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
- 106 КОНСОЛИДАЦИЯ В РУСКИЯ ИТ СЕКТОР
- 108 LENOVO - ЕДНА ГЛОБАЛНА ЛЕГЕНДА
- 112 СЪДЕБНАТА БИТКА НА ТЕЛЕКОМ ГИГАНТИТЕ
- 114 ПОКАЗАХА БЪДЕЩЕТО В ЛАС ВЕГАС
- 124 ХОТЕЛСКИ МЕНИДЖЪРИ ТРУПАТ БИЗНЕС ОПИТ В ДУБАЙ
- 126 ЙОРДАН КИРИЛЧЕВ: ВИНОТО ТРЯБВА ДА СЕ ИЗУЧАВА ПОСТОЯННО
- 128 СЛАДКО-ГОРЧИВ РАЗКАЗ ЗА КАФЕТО И ШОКОЛАДА
- 132 ГОТВАЧ С ТРИ ЗВЕЗДИ МИШЛЕН ГОСТУВА В ЕСТЕ
- 134 ЕКСПЕРИМЕНТИТЕ НА ВЪОБРАЖЕНИЕТО
- 136 АРИСТОКРАТИЧНА ВАКАНЦИЯ
- 140 ТРИСТАН ДА КУНЯ - НАЙ-ОТДАЛЕЧЕНИЯТ ОСТРОВ В СВЕТА



РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА МИРЧЕВА,
главен редактор



БУРЯТА ТРЪМП

Веднага след встъпването си в длъжност, новият американски президент се зае с гръзки и резки ходове. Размаха пръст на компаниите, които изнасят производства извън САЩ и после внасят продукцията, прекрати търговските споразумения с Мексико и Канада, почти обяви търговска война на Китай. Върхнатата точка, която предизвика остри реакции и протести и в Америка, и по цял свят, бе забраната за влизане в САЩ на граждани на 7 мюсюлмански страни. Ще донесе ли Тръмп нов рег в световната политика, ще промени ли хода на глобализацията и какво ще произтече, ако изпълни обещанията си – както в политически, така и в икономически план? На тези въпроси търсят отговори нашите автори в броя.

Основната тема е посветена на един набиращ скорост феномен в бизнеса – фирмите без шефове. Много компании се отказват от йерархичната система на управление, за да заложат на коопериране и творческо взаимодействие. Как работят кооперациите и холокрациите и дали те са организациите на бъдещето, даваме гумата на няколко предприемачи.

На корицата ни е Александър Александров, изпълнителен директор на „НБС Меритайм“ – един от лидерите в корабния и морския бизнес на България, вече утвърдена компания в Румъния и Турция, която е с амбиции за локации в Ротердам и Шанхай.

Макар и пред трансформация, глобализацията е в действие. Затова опънете платната и приятно плаване из нашите страници!

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: Калин Константинов konstantinov@economic.bg

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

Бранислава Бобанац, Владимир Митев, Георги Желязков, Илия Лазаров, Преслава Георгиева

Дизайн: Едуард Лилов; Фото: Десислава Веселинова; Фото корица: Цветан Игнатовски;

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

Избраха лого на българското председателство на Съвета на ЕС

Вече е избрано логото за българското председателство на Съвета на Европейския съюз през 2018 г. То съчетава три български символа – националния флаг, кирилицата и шевицата. Неговият автор е Тодор Ангелиев. Победителят е избран след конкурс, в който

са участвали над 170 предложения. Авторът ще получи награда в размер на 10 000 лв.

Конкурсът за лого се организира от Националния център по подготовката и провеждането на Българското председателство на Съвета на ЕС. ■



Търсят най-изявените млади личности на България за 2017 г.



Международната младежка камара (Junior Chamber International Bulgaria - JCI Bulgaria) търси десетте най-изявени млади личности на България за 2017 г. Номинациите се събират за трета поредна година у нас в рамките на световноизвестния проект The Outstanding Young Persons – TOYP („Най-изявените млади личности“). Кандидатури се приемат до 15 март 2017 г. чрез попълване на електронен

формуляр на интернет страницата на програмата. Номинираните трябва да са млади мъже и жени на възраст между 18 и 40 г., които притежават българско гражданство, и които имат доказани постижения в десет категории. Десетимата победители ще бъдат номинирани за международната програма TOYP, като така ще получат шанса да се наредят сред 10-те най-изявени млади личности на света за 2017 г. ■

Четири големи победители на Наградите на германската икономика



Фото Боян Павлов

Четири български компании са големите победители в наградите на Германско-българската индустриално търговска камара (ГБИТК). Организацията отличи за 13-и път най-успешните фирми през годината у нас. Призьорите бяха определени от жури, съставено от представители на воде-

щи бизнес организации, дипломати и журналисти.

В категория „Голямо предприятие“ победител е операторът на летищата във Варна и Бургас „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД. „Мултивак България Продакшън“ триум-

фира в надпреварата сред малките и средни предприятия.

Призьор в категория „Корпоративна социална отговорност“ стана „Билла България“, а наградата за „Иновации“ бе присъдена на „Кауфланд България“.



HUVEPHARMA®

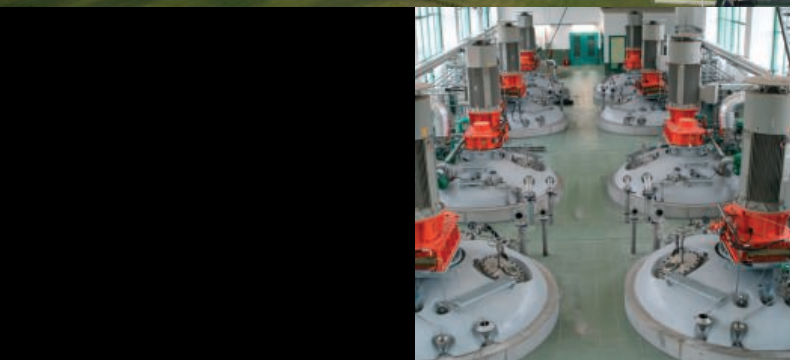
We add performance to your business

Хювефарма® ЕООД е международна фармацевтична компания с повече от шестдесет години традиция и опит във ветеринарната и хуманна медицина.

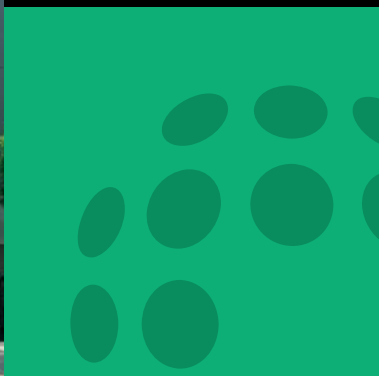
- Производствени бази в Европа и САЩ
- Портфолио с над 95 продукта
- Дистрибуция в над 90 страни

Водещ производител на ензими и ензимни комплекси за храни и фуражи, с пълен спектър от кокцидиостатици, ваксини и фуражни добавки, Хювефарма® предлага и широко портфолио от ветеринарни продукти и активни фармацевтични субстанции.

Ключови фактори за успеха на компанията са иновативността в разработването на нови продукти и технологии, умелото прилагане на науката в практиката, и не на последно място - въвеждането на нови решения, съобразени с актуалните пазарни нужди.



www.huvepharma.com



Huvepharma EOOD
3^a Nikolay Haytov Str
1113 Sofia, Bulgaria
P +359 2 862 5331
F +359 2 862 5334

Huvepharma N.V.
Uitbreidingstraat 80
2600 Antwerp, Belgium
P +32 3 288 1849
F +32 3 289 7845



ФИРМИ БЕЗ ШЕФОВЕ



автор: **Татяна Явашева**

Като чуят да се говори за фирми без шефове, всички наострят слух. За едни това е мечтаният вариант, други обаче предпочитат да има кой да решава и да носи риска.

Напоследък по света и у нас расте броят на компаниите, които се отказват от йерархичния модел на организация и залагат на свободата, равнопоставеността и прозрачността. Едни избират кооператива, други поставят в основата холократията, но така или иначе всички надграждат с принципи, идеи и модели, които в конкретния случай дават устойчивост на тяхната организация.

Холократия

Път си проправя и иновативният подход, наречен холократия (англ. - holacrasy). Ето какво е закодирано зад този термин. Той произхожда от гръцката дума холон (holon), която се използва за нещо, което е цяло и в същото време е част от друга по-голяма цялост. Това разбиране е и в основата на системата, в която организационното управление е разпределено между отделни равнопоставени екипи, които си взаимодействат, вместо да е концентрирано и да зависи само от един или няколко ръководители. В този модел няма длъжности и длъжностни характеристики, а „роли“. Няма хора, които делегират на други хора какво да правят. Всяка от ролите е свързана с постигането на конкретна цел. Всеки може да изпълнява няколко роли едновременно. Насърчава се талантът и продуктивността, а не амбициите за вертикално израстване. Твърди се, че „плоската“ структура на управление е най-ефективна в компании, които функционират в постоянно променяща се среда, която изисква адаптиране и бързо вземане на решения. Тя дава високи резултати там, където иновациите са от съществено значение, а също в организации, в които



служителите са обединени от някаква обща и споделена от всички цел.

Кооперативите

Голяма свобода дават и кооперативите – свобода на мястото, на което работиш, какво работиш, с кои хора взаимодействаш и в кои проекти участваш. Формата на организация е „плоска“ – няма шефове и управители, няма нива в йерархията. Няма ръководители, които да възлагат задачи, всичко става на принципа на творческото взаимодействие, както и на други принципи, които дават мобилност, но изискват отговорно отношение от всички равнопоставени участници. Дали моделът на организация ще е кооператив, или ще се основава на принципите на холократията – това е въпрос за избор на група от хора. Те при всички случаи са



високо ниво професионалисти.

Посоката

Дали моделът „фирми без шефове“ ще бъде предпочетен от организациите на бъдещето, времето предстои да покаже. Той със сигурност има своите предимства. За да се утвърди и така в конкуренция да измести йерархичния модел, трябва хората да са готови за това – да имат умения, качества, отговорност и инициативност. Вероятно ако роботите и изкуственият интелект освободят човечеството от механичната работа, хората ще са изправени пред други предизвикателства и усилията им ще имат по-висока добавена стойност.

Предлагаме мнението на трима предприемачи, които развиват компании с модел на управление от нов вид.

КООПЕРАЦИЯ И
ХОЛОКРАЦИЯ СА ДВА НОВИ
МОДЕЛА ЗА ОРГАНИЗАЦИЯ
НА КОМПАНИИТЕ, КОИТО
ЗАГЪРБВАТ ЙЕРАРХИЧНАТА
СТРУКТУРА НА УПРАВЛЕНИЕ



Виталий Филипов:

Свободата, прозрачността и доверието ни правят по-ефективни

Г-н Филипов, как стана така, че кооперативите отново са на мода?

- Те никога не са спирали да бъдат актуални. От зората на човечеството има различни видове коопериране. Въпросът според мен е защо йерархичните организации станаха модерни. Предполагам, че хората са решили да „сънуват“ други алтернативни вселени, в които йерархията, егото, амбициите и жаждата за власт са на пиедестал за сметка на разбирателството. Напоследък наблюдавам пробуждане.

- Защо „Кемплайт“ избра да е кооператив и как стигнахте до тази форма на управление?

- В началото искахме свобода какво работим, как и кога работим. Единственият начин е да няма кой да заповядва и нарежда. Предпочетохме всеки да е шеф само на себе си и всичко в екипите да става чрез колабориране, вместо чрез делегиране. В „Кемплайт“ нямаме физически офис - всеки може сам да реши дали да се социализира с колеги в коуъркинг или в хакерспейс пространство. Или пък да работи от дома си, спестявайки време от пътуване, което впоследствие може да инвестира в своето развитие. Нямаме работно време, защото сме изцяло децентрализирани и комуникацията ни е асинхронна. Нямаме задължителни проекти, над които да се работи. Избрахме кооператива, защото е един екипен творчески хаос, филтриран през много добри практики, които сме развивали като колектив.

- С какво хоризонталната организация на управление е за предпочитане пред йерархичния модел?

- Всяко нещо си има плюсове и минуси. На мен хоризонталната организация ми доставя повече щастие и възможност да съм свободен и да творя. Когато застава на редом с хора, на които имам доверие и мога да разчитам на тях, така както те на мен, стават чудеса. Има един цитат, който обобщава ситуацията: „Ние не преследваме признание, успех, богатство и добър живот. Стремим се към добре живян живот, резултатът от който може да бъде само признание, успех, богатство и любов“. Ето защо организацията на „Кемплайт“ е просто начин на живот - без умишлен стрес, политически игри, изкачване по безсмислената йерархична стълбичка, кафез от работно време и физическо пространство. Всичко е въпрос на принципи - прозрачност, колабориране, прогрес и свобода. Тази амалгама много рядко мога да я получа в йерархична организация.

- В кооперативите прозрачността е от съществено значение - защо? По какъв начин я осигурявате?

- Всеки кемплайтър има достъп до всичко - от инициативите за бъдещето на организацията до счетоводните документи и доходите на цялата общност.

Супер лесно е една организация да е прозрачна - просто не трябва да има „информационни силози“. Тогава обаче обемът на „информационен шум“ нараства спрямо „информационните сигнала“.

12

ТЕМАТА

Виталий Филипов е представител на кооператива Camplight (Кемплайт). Определя себе си като кемплайтър, предприемач, програмист, дизайнер. Има седем години опит в IT индустрията. В „Кемплайт“ е поел множество роли - освен че работи по проекти с клиенти от различни места по света, се занимава с бизнес развитието, с маркетинг и PR активността на организацията. В последните месеци водят преговори за сформирание на нов кооператив, който да предлага консултантската услуга за реструктуриране на компаниите в плоски управленски структури.

⋮ ИЗБРАХМЕ КООПЕРАТИВА, ЗАЩОТО Е ЕКИПЕН ТВОРЧЕСКИ
⋮ ХАОС, ФИЛТРИРАН ПРЕЗ МНОГО ДОБРИ ПРАКТИКИ

ИНДИВИДУАЛЕН ПОДХОД

КЪМ ВАШИТЕ КОРПОРАТИВНИ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ НУЖДИ



AIS

Advance Insurance Solutions Broker JSC



СВЪРЖЕТЕ СЕ С НАС

+359 2 963 0551 www.ais.bg
ул. Николай Хайтов 3^а, етаж 4, София 1113

ли“. Когато един колектив е прозрачен - данните да са винаги достъпни, добре структурирани и лесно разбираеми за всички членове на колектива. Иначе всичко си остава просто шум. Затова ние си разработваме вътрешни системи, които подпомагат прозрачността ни. Такава е системата Moneyflow, която правим, за да улесним кооперативите да организират паричните си потоци - всеки член да знае как компанията върви финансово и колко той има да получава. Започнахме да разработваме инструмент и за отчетност на инвестирано време в работа по проекти и създадена стойност.

- Кои са слабите страни на този организационен модел и как в „Кемплайт“ ги преодолявате?

- Засега виждам слаби страни в скалирането на модела (въпреки, че имаме успешни примери за организации в диапазона 300 - 8000 човека). Много трудно се намират хора, на които да се довериш. Особено когато хората имат ненужен „багаж“ от професионален и личен опит, добит с години в строго йерархични екосистеми. Някои трудно разбират стремежа да правим продукти на световно ниво. Рядко осъзнават, че трябва да са адаптивни. Щом нямат шеф, трудно се справят със свободата и нямат нужните навици за добра самоорганизация.

- Когато няма шефове, хаосът не е ли по-голям? Оптималният екип от колко души се състои по ваши наблюдения?

- Често шефовете създават много по-голям хаос, отколкото екипа от самоорганизиращи се професионалисти. Когато няма шефове, всеки е по-отговорен и осъзнат за работата си. Според мен оптималният екип е до 7 човека. Но и тази бройка зависи от типа добавена стойност, която се реализира от колектива.

- В кои други сфери на дейност, освен в дигиталните индустрии, кооперативът е подходящ като организационен модел?

- Във всички. Има примери от енергетиката, земеделието, производството, медицината, образованието... И повечето примери с такъв тип организации са в пъти по-успешни от йерархичните си конкуренти. Само за военното дело не е подходящ модел, защото там тези отдолу трябва безпрекословно да изпълняват заповеди на онези отгоре.

- Кой е двигателят на един кооператив?

- Развитието се дължи на желанието и енергията на колектива. Те са като ин и ян и балансът между тях е третият елемент, който ги събира. В „Кемплайт“ всичко е разде-

лено на инициативи. Когато имаме нужда да направим нещо, се създава нова инициатива като описание. Когато някои имат енергията да я изпълнят, те стават лидери на инициативата и полагат усилия да я осъществят с помощта на другите от колектива.

- Върху какви иновации работите?

- Иновациите са в сферата на добрите ни практики и непрекъснато подобряваме процесите си. В Япония на това му се казва Кайзен. Идеята е да не правиш големи промени, а малки стъпки - днес да се справяш само с 1% по-добре от вчера. През това време трябва да си адаптивен. Да експериментираш и да еволюираш.

- Какво бъдеще предричат на кооперативите?

- Участвам в редици инициативи, чрез които се свързваме с много подобни организации по света. Има група за транснационални кооперативи, където всеки споделя опит и се обсъждат казуси. Оттам имам наблюдения, че имаме доста трески за дялане. Ако обаче стигнем сингулярност и имаме работи за всяка механична работа, кооперативите ще са единствената логична форма на колабориране, която ще дава по-добра добавена стойност от всичко останало.

ПОВЕЧЕТО КОМПАНИИ С ПЛОСКА УПРАВЛЕНСКА СТРУКТУРА СА В ПЪТИ ПО-УСПЕШНИ ОТ ЙЕРАРХИЧНИТЕ СИ КОНКУРЕНТИ





Тодор Колев:

Създаваме мрежа от работещи заедно професионалисти

Тодор Колев е основател и изпълнителен директор на софтуерната компания Obecto. Нейни клиенти са интересни стартиращи компании от цял свят и затова той прекарва по-голямата част от времето си около стартъни като съосновател и консултант. С програмиране започва да се занимава още на 11 и вече има над 16-годишен опит в софтуерната индустрия. Съавтор е на книгата „Програмиране за .NET Framework“. Тодор участва в редица предприемачески и обучителни инициативи, воден от желанието да подкрепя талантиливите млади хора в България.

Г-н Колев, как стигнахте до идеята моделът за организация на работата да е именно кооператив?

- Реших да създам Obecto през есента на 2008 г., точно в разгара на голямата икономическа криза. Тогава хората започнаха да осъзнават, че има нещо много сбъркано в начина, по който е организиран бизнесът и световната икономика като цяло, тъй като системата облагодетелства собствениците на капитал, а не хората, които чрез труда си реално създават този капитал. Исках Obecto да е организация, базирана на идеята, че хората в нея и техният труд са основната ценност. За да обясним управленския си модел, използвахме изрази като „плоска структура“, „прозрачност на финансите и заплатите“, „демократично вземане на решения“ и „споделяне на печалбата с екипа“. С времето обаче забелязахме, че тези практики започват да водят към една и съща крайна точка - компанията се превърна в една юридическа обвивка, която ни дава инфраструктура, но истинското Obecto са хората, работещи заедно и споделящи общи ценности. Това е нашият кооператив – отвън прилича на компания, но вътрешно е мрежа от работещи заедно професионалисти, които споделят обща инфраструктура.

- Какво е характерно за дигиталните демократични кооперативи?

- В България думата „кооператив“ често буди негативни асоциации заради контекста на тоталитарно управление, в който кооперативите са налагани. В дигиталния свят обаче именно свободата е основната причина за създаването на дигиталните кооперативи. Програмисти и други хора с дигитални професии започват да осъзнават, че те имат много повече опции от това да работят на заплата в нечия компания. Една част стават предприемачи, дигиталните номади обикалят света, а някои просто заменят офиса с близкото коуъркинг пространство и работят на свободна практика. При всяко положение хората са по-силни, когато са заедно, и затова те създават дигиталните кооперативи.

- В кои други сфери на дейност тази организация на работа е приложима?

- Дигиталните кооперативи са форма на децентрализация и споделена икономика – две тенденции, които са на път да преобърнат начина, по който работи светът. Няма да има сфера, която да остане незасегната от тази вълна на промяна. Уменията на програмистите са толкова търсени в наши дни, че те могат да си позволят да диктуват условията, на които да предоставят услугите си. Затова и те са първите, които имат реалната свобода да сформират кооперативи, вместо да работят в традиционни компании. Тази тенденция обаче ще се засилва и в други сфери

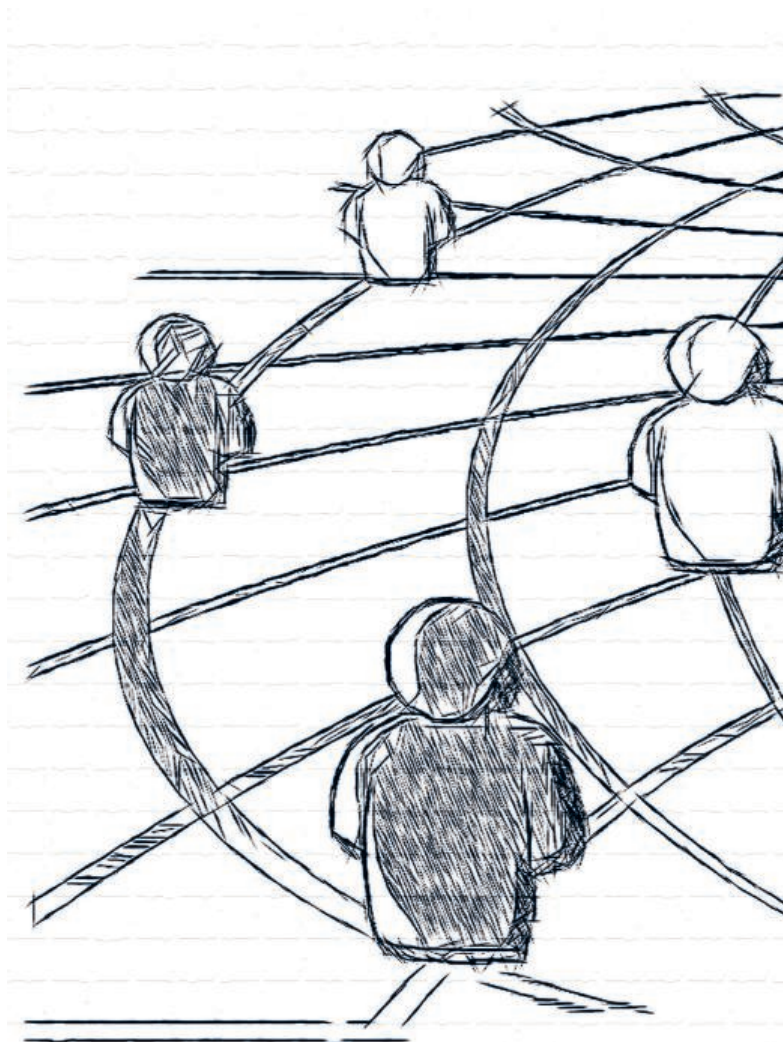
на дейност. Дизайнери, онлайн маркетинг специалисти, дори архитекти и адвокати започват да сформират кооперативи, вместо просто да търсят работно място.

- Какъв кооператив е Obecto?

- Имаме малък оперативен екип, но основната част от Obecto са програмистите. Те имат пълна свобода и никой от тях не е служител на компанията. Заплащането е почасово и всеки избира проектите, по които да работи. Имаме изградени процеси и инфраструктура в резултат на нашата над 8-годишна история. Това позволява на Obecto като организация да предоставя услуга не само на своите клиенти, но и на членовете на нашия кооператив. Осигуряваме ползите, които биха имали програмистите, създавайки своя компания, и поемаме голяма част от „досадната“ работа, свързана с намирането на нови клиенти и с администрирането.

- Каква е философията, на която вашата компания се основава?

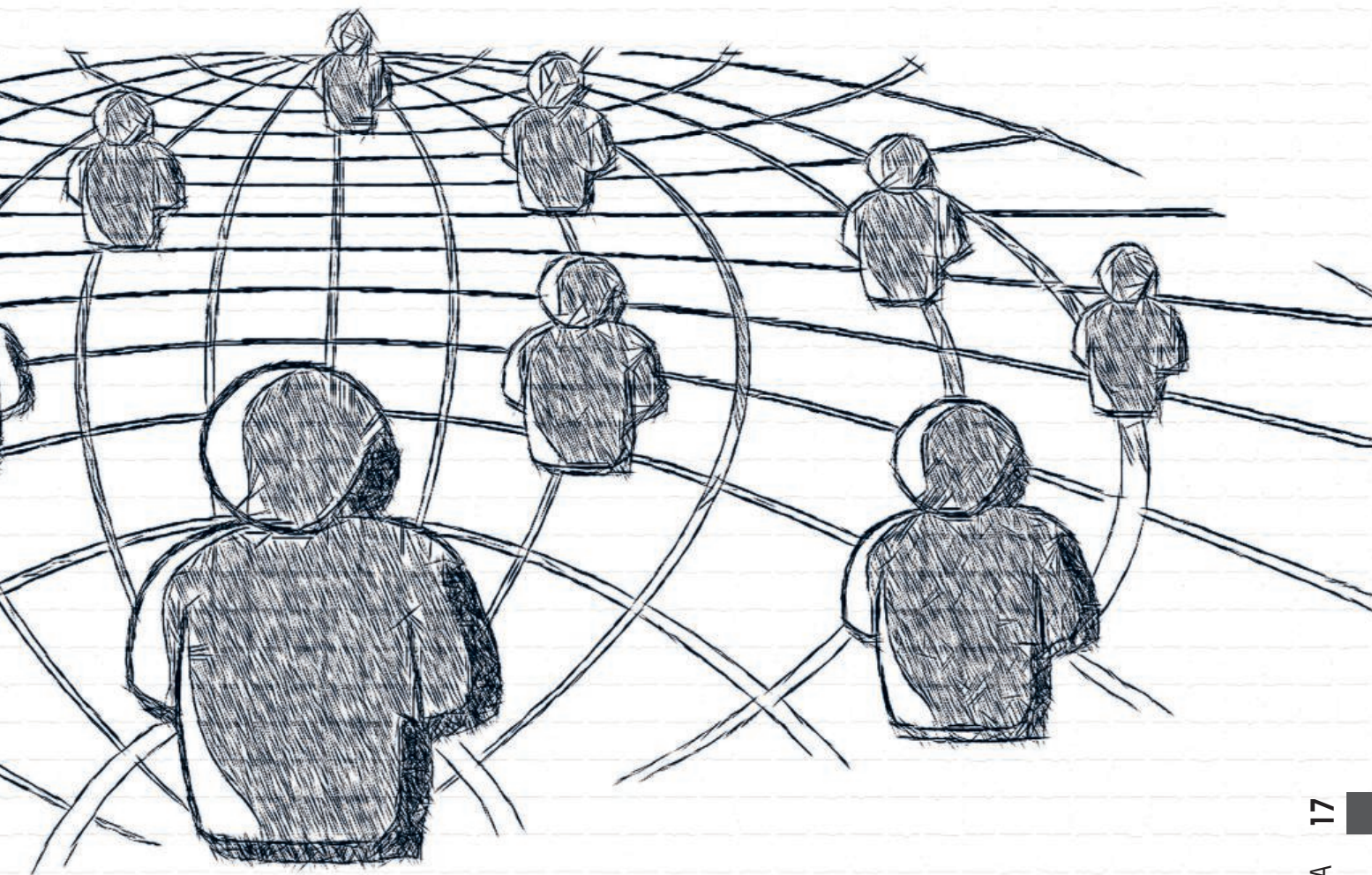
- Тя се гради на трите познати принципа „Свобода, равенство, братство“. Всеки е свободен да работи колкото и откъдето прецени, както и да избира в кои проекти да се включи. Правилата са за всички и всички участват в изготвянето им, а възнагражденията са прозрачни и са по ясна схема. Основната ценност за нас е братството и задружността, която реално ни прави кооператив. Самото деклариране на една ценност не я прави част от културата, докато стимулите за развитие в компанията не са съгласувани с тази ценност.



- Какъв е моделът на заплащане?

- В Obecto освен основното заплащане, всеки член на кооператива получава и допълнително възнаграж-





дение от приходите, които се генерират от продуктите, които разработваме. Всеки програмист получава „точки“ по криптодоговор в блокчейна на Ethereum. Тези точки имат роля на криптоакции и така дори след години програмистите от кооператива ще получават доходи от работата си.

- Как в България си проправя път тенденцията програмистите да работят в кооперативи?

- Наблюдава се ясна тенденция за формиране на все повече дигитални кооперативи като алтернатива на аутсорсинг компаниите, която много програмисти избират заради гъвкавостта. Знаем за поне десетина кооператива като нас. Интересното е, че в тях работят главно опитни програмисти - те са склонни да поемат повече риск, като в замяна получават по-голяма свобода и по-високо заплащане.

- Върху какво се фокусирате в момента?

- В момента фокусът ни не е растежът, а разра-

ботването на собствен продукт. Вярваме, че моделът на кооперативите ще заеме голяма част от пазара на разработка на софтуер и целта ни е да направим платформа, която автоматизира голяма част от съпътстващите дейности и позволява програмистите по-лесно да създават кооперативи. Разработваме продукт, от който всички кооперативи се нуждаят. Имаме цялостна визия, която изпълняваме на стъпки.

- Как би изглеждал съвършеният кооператив и не е ли той утопия, базирана на изкуствен интелект?

- Навсякъде по света виждаме желание за фундаментална промяна, като очакването е светът да работи по нов начин. Много структури ще се разпаднат или ще претърпят трансформация. Дигиталните кооперативи са нещо, което се появява органично в тези нови условия и може би един ден кооперативът ще е основната форма на организация на труда. ■

⋮ ХОРАТА ИСКАТ СВЕТЪТ ДА РАБОТИ ПО НОВ
⋮ НАЧИН И ЕДИН ДЕН КООПЕРАТИВЪТ ЩЕ Е
⋮ ОСНОВНАТА ФОРМА ЗА ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРУДА



Марин Петров:

Правила и процеси контролират работата

Марин Петров е основател на студиото за игри и софтуер Hack and Paint, създадено преди по-малко от година. В екипа засега са 14 души, като това са професионалисти, които живеят на различни места по света. Карриерата на Марин започва преди повече от 16 години в България и продължава в Blue Sky Studios в Холивуд. Там се включва в създаването на близо 30 филма, сред които Ice Age, Rio, Peanuts, Epic, а също и Ferdinand the Bull, който излиза на екран през 2017-а. Постепенно обаче се сблъсква с проблемите, които е виждал и в другите студиа - недостатъчна комуникация, бюрокрация, лош мениджмънт, липса на колаборация и отговорност. Понага на книгата Reinventing organizations (Преосмисляне на организациите) на Фредерик Лалу и това става повратен момент в професионалното му развитие.

Г-н Петров, на какво според вас се дължи отказът на все повече компании по цял свят от йерархичния модел на управление?

- Светът се променя и вече не е така лесно да се контролира чрез пирамидална структура, тъй като и компаниите са коренно различни в новата среда. Затова се стига и до преосмисляне на моделите, чрез които бизнесът се управлява. Виждаме много по-голямо разпределение на роли и отговорности и следва момент, в който йерархичната структура от хора и мениджъри напълно изчезва и е заменена от правила и процеси, контролиращи работата.

- Какво накратко представлява холократията като бизнес философия?

- Това е метод за организация на една компания. Основана се на система от правила и процеси, които са оформени под формата на „конституция“. Правилата са прости, макар че изискват време и практика, за да се научат. Сравнявам го с игра - за да играеш играта, трябва да знаеш правилата и ако не си ги научил, може да се чувстваш леко прецакан. Затова е важно всеки в екипа да е добре запознат с правилата, защото иначе ще му е доста трудно.

- Защо при основаването на Hack and Paint предпочетохте холократията като принцип за организация?

- Беше нещо готово, което можеше да приложим. Принципите в самоорганизиращите се компании са едни и същи и холократията като модел беше достатъчна за нас. Още в началото обаче си казахме, че ще пробваме как работи и ако не ни харесва, ще я сменим с нещо друго. След няколко месеца работа се убедихме в предимствата, но и я надградихме с наши си правила и методи, които са извън самата холократия. Например съчетавме я с GTD (Getting Things Done) - методологията на Дейвид Алън.

- В какво е тънката разлика между кооперативите и компаниите, които залагат на холократията?

- Знаем за кооперативи, които ползват холократия, но едното не обуславя другото. В този смисъл Hack and Paint не е 100% типичен кооператив, тъй като при кооперативите една от основните идеи е, че собствеността върху компанията е разпределена равностойно между всички членове, докато при нас собствеността е разпределена пропорционално на работата, която всеки от нас извършва в компанията. Разликата е малка, но аз смятам, че това е доста по-честен модел на управление.

⋮ КАТО БИЗНЕС МОДЕЛ ХОЛОКРАЦИЯТА ПОЗВОЛЯВА НА КОМПАНИЯТА
⋮ ДА РАСТЕ И ТЯ МОЖЕ ДА РАБОТИ КАКТО С 10, ТАКА И С 1000 ДУШИ



SALT LAKE



Елементи от дизайна на VR играта, която екипът на Hack and Paint разработва. Направени са от Миелена Червенкова и Джонатан Лин

- Прозрачността е съществен момент. Какъв е нейният мотивиращ ефект?

- Представете си семейна вечеря. Мъжът казва, че семейството има нужда от нова кола и пита жена си какви пари имат в банката. Тя казва, че не може да му предостави тази информация, но очаква от него да вземе правилното решение дали семейството може да си позволи нов автомобил. Обикновено така работят повечето компании в днешно време, макар никое семейство да не взема решенията си по точно този начин. Ако един човек не знае цялата истина за финансовото състояние на фирмата, той трудно би могъл да вземе най-адекватното решение.

- Заплащането е чувствителна тема. Как намирате оптимума, така че то да е справедливо за всеки и според всеки друг в компанията?

- Първоначално използвахме сложна формула за калкулиране на заплащането, която включваше компоненти като професионален опит, местоживееене, брой деца в семейството, време, прекарано в компанията, и т. н. Оказа се, че всичко това е твърде сложно и сменихме концепцията със съвсем прост модел. Рикардо Семлер казва, че заплащането трябва да се основава на два факта - колко е нужно на съответния човек да живее нормално и каква сума е възможно компанията да му плати. Когато знаеш отговора на двата въпроса, много лесно можеш да си определиш заплатата сам. Но това не може да стане, ако в компанията няма прозрачност за всеки един.

- Как преодолявате слабостите на този организационен модел?

- Трудно се научава като система, но преодоляваме недостатъците с практика.

- При холократията има ли таван на броя на хората, след който взаимодействието между членовете на екипа да се затруднява?

- Една от причините да изберем холократията като модел беше, че чрез нея една компания може да расте много по-добре, отколкото с други модели. Тя може да работи успешно и с 10, но и с 1000 души, ако е базирана на този модел за управление. Важно е обаче всички да следват правилата на играта.

- В кои други сфери на дейност, освен в дигиталните



индустрии, холократията е подходяща?

- Това е доста абстрактен модел, който може да се приложи във всякакви индустрии. Подходящ е за сферата на услугите, тъй като в такъв тип бизнес ролите са доста добре разпределени - нещо, което холократията прави така или иначе.

- Кой е двигателят на развитие в компании с плоска структура на управление? Сигурно има изявени лидери, които по естествен начин се налагат като визионери...

- Когато говорим за „плоска структура“, трябва да имаме едно наум, че една структура никога не може да бъде напълно плоска. Може да отсъстват мениджъри, които директно ти казват какво да правиш, но плоскостта свършва дотам. Например холократията като модел има ясно изразена йерархия от кръгове и роли. Да, няма йерархия от хора, но може един кръг от роли да бъде управляван от друг кръг от роли. Също така много важна роля играе CEO-то на компанията. Обикновено в такъв тип организации ролята на CEO-то е да отстъпи желанието си да ръководи директно и да го замени с правила и процеси, които да управляват компанията вместо него. И когато компанията работи по този начин, да не се бърка в работата на останалите хора.

- Имате ли своя разработка, която подобрява взаимодействието и организацията на работата?

- Ние сме дистрибутирано студио и още в началото беше важно да изградим собствена cloud инфраструктура. Направихме софтуер, който ни помага в работата от разстояние, предоставяме го за ползване и на външния свят. Чрез www.RGBnotes.com става възможна колаборацията върху всякаква визуална медия - от картинки до видео, скоро и на 3D модели и асети. Без него работата ни би била много по-трудна.

Александър Александров:

Създаваме име и традиции в МОРСКИЯ БИЗНЕС

ИНТЕРВЮ 20

Александър Александров е основател и изпълнителен директор на „НБС Меритайм“ ООД. От 2008 г. той успешно ръководи и дирекция „Снабдяване, IT и комуникации“ в „Параходство Български морски флот“ АД - корабособственик с над едновековна традиция и опит в корабоплавателната индустрия. От 2009 г. е и президент на ПФК „Лудогорец 1945“ и постиженията през последните години са отличен пример как един малък клуб може да стане голям и да играе наравно със световните звезди във футбола.

Александър Александров е председател на Българската асоциация на корабните снабдители и има решаващо влияние върху посоката на развитие на морския бизнес в България, както и върху възможностите, които стоят пред корабоснабдителните компании за спечелване на нови пазари. Има магистърска степен по корабоплаване от Техническият университет във Варна. Притежава ILM Certificate in first line management и ILM Certificate in implementation of strategic plan within business от Лондонския институт по лидерство и мениджмънт.

РАЗРАСТВАНЕТО
НИ Е РЕЗУЛТАТ ОТ
СТРЕМЕЖА ДА
ПРЕДЛОЖИМ НА
КЛИЕНТИТЕ СИ
**КОМПЛЕКСНО
ОБСЛУЖВАНЕ В
ПО-ШИРОКА МРЕЖА
ОТ ПРИСТАНИЩА**

.....



Г-н Александров, животът и кариерата ви са свързани с морето. Какво е за вас морето, какви възможности за бизнес дава то?

- За мен морето е символ на мъжество, силен дух и воля, но и на романтика.

От бизнес гледна точка морето е икономически най-изгодният транспортен метод за превоз на суровини и стоки, което определя и важноста на корабната индустрия и всички съпътстващи я дейности.

- Голяма е динамиката на промените във всички сфери. Кой са някои от най-забележителните промени в морския бизнес?

- Корабният бизнес е консервативен по традиция, но през последните години се наблюдават постоянни промени и въвеждане на регулаторни изисквания, свързани с повишаване на безопасността на корабоплаването, опазване на околната среда, както и електронизация и дигитализация на навигацията. От края на 2008 г. обаче наблюдаваме невиджана досега криза в корабната индустрия, сринат пазар, водещ до фалити както на фирми корабособственици, така и на корабостроителници и други спомагателни дейности. При забавянето на световната икономика шипинг секторът в глобален мащаб се намираше в ситуация, при която имаше повече поръчки за нови плавателни съдове, а същевременно се отлагаше извеждането от експлоатация на стари кораби. Това доведе до свръхкапацитет. Пътят на възстановяването е труден и продължителен и експертните анализи все още сочат дисбаланс между търсенето и предлагането в сектора. Така например, големи корабни компании като южнокорейската Hanjin Shipping срещнаха сериозни финансови затруднения. Други заложиха на сформирани съюзи, за да укрепят позициите си. Примери за това са трите алианса - 2M, THE Alliance и Ocean alliance. Очаква се това да доведе до още по-засилена конкуренция в бранша. И в този бизнес оцеляват компаниите, които успешно се реструктурират и оптимизират. „Параходство Български морски флот“ обаче се стреми и максимално да се възползва от възможностите, които дава подобна криза.

- „НБС Меритайм“ е специализирана в областта на корабното снабдяване и мобилните сателитни комуникации. Кой са най-търсените ваши услуги?

- „НБС Меритайм“ е създадена с цел да подпомага и обслужва корабния бизнес в две направления: корабно снабдяване и сателитни комуникационни решения. И двата сегмента са от основно значение за ко-

рабособствениците и корабните оператори, защото са свързани с оптимизиране на основни разходи. В сферата на корабното снабдяване предлагаме цялостни кетъринг решения, както и зареждане с консумативи и резервни части на кораби, а в офшорния сегмент - на платформи. А сателитните комуникационни решения, комбинирани с добър софтуер за корабен мениджмънт, са в основата на новото разбиране за кораба като изнесен дистанционен офис център с всички съответни нужди.

Морските потребители се насочват все повече към бродбанд мобилни сателитни комуникационни решения, позволяващи по-висока скорост и обмен на по-голям обем на данни между корабите и брега. За да привлечат млади и мотивирани кадри, водещите корабособственици се стремят да им осигурят комфорт на борда на кораба. Всичко това е възможно благодарение на навлизащите IT и IoT технологии в морския сектор и услугите, които предлага „НБС Меритайм“, са съобразени с тази тенденция.

- Предлагате корабно снабдяване и логистика. Как постигате конкурентни цени?

- Корабното снабдяване е с много широк обхват. На един кораб освен хранителни продукти, съобразени с националността на екипажа, са нужни и най-различни консумативи и оборудване. Портфолиото от продукти, които предлагаме, е разнородно – от хранителни продукти за екипажите до технически стоки като масла за двигатели, корабна боя за поддръжка на палуби, различни офис консумативи, резервни части и радионавигационно оборудване. Имаме ноу-хау, добра ресурсна политика и мениджмънт, оптимизация на складови наличности и в комбинация с изградената мрежа от партньорски отношения с водещи в световен мащаб производители успяваме да осигурим качествени продукти на конкурентни цени.

- Чрез мрежа от собствени офиси „НБС Меритайм“ обслужва плавателни съдове във всички пристанища в Турция, Румъния и България. Как стана това „порастване“ на компанията?

- Първоначално компанията обслужваше само пристанищата и корабите в България, но се наложихме на пазара и заехме добър пазарен дял. С цел осигуряване на допълнителен растеж през 2013 г. открихме дъщерно дружество в Констанца, което да обслужва всички румънски пристанища. През 2015 г. открихме дейност и в Истанбул. Регионалното ни раз-





ЗА ДА ПРИВЛЕКАТ МЛАДИ И МОТИВИРАНИ КАДРИ, КОРАБОСОБСТВЕНИЦИТЕ СЕ СТРЕМЯТ ДА ИМ ОСИГУРЯТ ТЕХНОЛОГИЧЕН КОМФОРТ НА БОРДА

растване е резултат от стремежа ни да предложим на клиентите си комплексно обслужване в по-голяма мрежа от пристанища. За тях това е значително предимство, тъй като разчитат на услуга с високо качество и при унифицирани условия във всички покривани от нас локации.

- Кои са най-големите предизвикателства, пред които се изправяте като компания в сферата на морския бизнес?

- Ситуацията в корабния бизнес напоследък е трудна. Всички сме в една лодка – корабособственици, корабостроители и корабни доставчици на стоки и услуги. Кризата засяга всички. Стремим се винаги да подхождаме индивидуално, да проявяваме гъвкавост и разбиране. Друго предизвикателство е човешкият ресурс. Недостигът на квалифицирани кадри е по всички нива на индустрията. Затова залагаме много на обучения и инвестиции в кадрите.

- Какви са амбициите ви за растеж на дейността?

- Да продължаваме напред и нагоре, да налагаме най-добрите в индустрията бизнес практики и да сме символ на качество. Да, ние създаваме качествен продукт в България, Румъния и Турция и така спечелихме доверието на клиентите. Те желаят да ги обслужваме и в други основни пристанища по света, затова ще стъпим и на още по-амбициозни пазари. През тази година планираме откриване на наше представителство в Ротердам, където е най-голямото пристанище в Европа. Планираме откриване на дейност и в Шанхай. Дългосрочната ни стратегия е да увеличаваме локациите с наше присъствие.

- Как при вас се раждат иновациите?

- Те са плод на екипна работа - стремим се да намерим баланс между възможностите, които предоставят новите технологии, и реалните ползи за крайния потребител. Участваме в редица пилотни проекти и експерименти.

- През април 2016-а „Навибулгар Сървисес“ се ребрандира като „НБС Меритайм“. Кое наложи тази промяна?

- Първоначално идеята бе да се развием на локалния пазар, но вече работим усилено и за налагането ни на международно ниво. И за да няма асоциации само с България, решихме да ребрандираме „Навибулгар Сървисес“. Предприехме тази важна стъпка и желанието ни беше да представим бранд със свеж дизайн, който обединява дейностите на компанията и съответства на плановете ни за навлизане на нови

пазари. Съкращението NBS идва от старото име и така глобалната марка „NBS Maritime“ е комбинация от традиция, отговорност и високи цели за развитие в морския сектор.

- Обяснете каква е важността на бранда и какво трябва да се има предвид при неговото изграждане?

- Успешният бранд създава лоялни клиенти и допринася за утвърждаване на пазарните позиции. Затова добрият бранд и добрата корпоративна идентичност са неизменна част от създаването и поддържането на добра корпоративна репутация.

- Председател сте на Българската асоциация на корабните снабдители. Какви проблеми се налага да решавате напоследък?

- В асоциацията работим за подобряване на условията за бизнес на фирмите, занимаващи се с корабно снабдяване. Разрешаваме проблеми от оперативно естество, но и проблеми, свързани с инициране на промени в нормативната уредба с цел българските доставчици да са по-защитени от нелоялна конкуренция и некоректни корабособственици. Имаме инициативи, които обсъждаме по време на асамблеите на Международната асоциация на корабните снабдители, на която сме пълноправен член. Усилията ни са да направим България привлекателна и конкурентоспособна в дейностите, спомагателни за корабния бизнес.

- Всъщност, защо да изберем българското в сферата на морския бизнес?

- България е с големи традиции в корабоплаването. Българските екипажи са едни от най-конвертируемите и търсени от всички международни компании. Нашата страна има уникална комбинация от конкурентни цени и високо европейско качество на продуктите и услугите, свързани с корабната индустрия. Това прави българския продукт търсен и предпочитан.

- Кое напоследък ви накара да си кажете „Успях!“?

- Работата и свързаните с нея успехи зареждат с енергия за нови проекти и със сили за покоряване на нови върхове. Успешен бизнес се прави с подходящите хора, които трябва да са лоялни, отдадени и съпричастни към каузите на компанията. Чувствам се усиял, когато целите се постигат и когато екипът е доволен и гледа към нови хоризонти. Защото когато всички заедно мечтаем, тогава успяваме да поставим начало на нова реалност.

- Кои са най-трудните решения, които ви се налага да вземате?

- Ежедневно се вземат решения, някои от които много важни и трудни. За мен обаче най-трудните от тях са свързани с хората - особено ако трябва да се разделяме с член от екипа.

- Лесна ли беше стъпката след успешната кариера в Лондон да се завърнете в България?

- Това решение не беше от най-лесните. Имах качествен живот и добро лично и професионално развитие, но България ми липсваше. Лондон е един от световните шипинг центрове и там се налагаха стандартите в индустрията, като повечето от най-големите компании в сферата са базирани там. Върнах се заради кауза. Основната причина за това е Кирил Домусчиев, с когото имахме няколко разговора в Лондон. Той успя да ме спечели за свой съмишленик в развитието на българския шипинг - и то с амбиции да се следват най-добрите мениджмънт стандарти и практики в индустрията. Това бе непосредствено след приватизацията на „Параходство Български морски флот“. Прегърнах идеята, въпреки че непосредствено преди това и украинският, и румънският флот бяха фалирали след приватизацията и то в добри времена за шипинга. Ние имахме лошия късмет в самото начало на управлението да изпитаме големите катаклизми в корабната индустрия, причинени от кризата, комбинирани с нуждата от мащабно реструктуриране на компанията и всички процеси в нея. Не съжалявам за избора си, защото успяхме да се справим.

- Президент сте на ПФК „Лудогорец 1945“. Как стана така, че отборът накара българите още повече да се интересуват от футбол и да се вълнуват?

- Футболът е страст, той е и хоби, което кара хората да преживяват победи и загуби. За мен футболът е и кауза. Кауза, която този път беше прегърнатата от Кирил и Георги Домусчиеви, благодарение на които успяхме да развием и да наложим високи стандарти в България. И когато се прави нещо по правилния начин, с правилния екип от хора и с отдаденост, няма начин да не се стигне до успех. Всичко с „Лудогорец“ започна на шега, когато през 2009 г., непосредствено след завръщането ми в България, в моя кабинет във Варна влезе г-н Кирил Домусчиев и видя една футболна статуетка на бюрото ми. Докато разговаряхме на корабна тематика, моят телефон звънна и беше по

футболен въпрос, свързан с „Лудогорец“. Тогава отборът беше във В групата на футболното първенство и поставената цел беше влизане в професионалния футбол. След посещения на няколко мача и усещането, че в Лудогорието обичат футбола и подкрепят клуба, не закъсна и съгласието на братя Домусчиеви този проект да се развие за хората и за региона - но по правилния начин, при най-високите стандарти, с най-амбициозните цели. Не беше никак лесно, но за шест години успяхме да станем пет поредни пъти шампиони, след класиране в Б група и непосредствено след това в А група. Още с влизането си „Лудогорец“ стана шампион, носител на купата на България и суперкупата. Успяхме да направим силни представления в Шампионската лига и Лига Европа. Усещането е неописуемо.

- Футболът е световен бизнес. Но как се учи футболен мениджмънт?

- Футболът е голяма индустрия, която също се развива с високи темпове. За нас той е и бизнес и затова прилагаме добрите бизнес практики, утвърдени в другите ни фирми, като отчитаме спецификите. Всички процеси и политики, нужни за една добре развита компания, са факт и във футболния клуб. А това е първият клуб в България и сред немногото в Европа, сертифициран и налагащ стандартите по управление на качеството ISO 9001. Стремим се да попиваме от опита на най-добрите в света, да имаме и високо ниво на крайния продукт.

- Бизнесът е на все по-високи обороти. Как презареждате собствените си „батерии“?

- Да, наистина ежедневието е доста напрегнато и натоварено и годишният календар е запълнен, като почти няма подходящ период, в който да се откъсна от бизнеса. Но пък това ме е научило да ценя времето и да се възползвам максимално от всяка свободна минута, за да съм със семейството и с близките си.

- Какъв е вашият оптимизъм за България?

- Искрено вярвам, че България ще продължи да се развива като привлекателна дестинация за бизнес и ще се утвърждава като приятно място за живеене. Ние, българите, оцеляваме в трудни моменти. Но е добре да не забравяме, че и в най-силната буря не трябва да чакаме вятъра да промени посоката и времето да утихне, а да приспособим платната, за да стигнем до желаното място.

∴ **ФУТБОЛЪТ Е СТРАСТ, ТОЙ Е И**
 ∴ **ХОБИ, КОЕТО КАРА ХОРАТА ДА**
 ∴ **ПРЕЖИВЯВАТ ПОБЕДИ И ЗАГУБИ**



ТРЪМП

ГЛОБАЛИЗАТОР ОТ НОВ ТИП

автор: Владимир Митев

Встъпването в длъжност на Доналд Тръмп бе обявено от мнозина за „нова ера“ в международните отношения. Както се очакваше, едни от първите му стъпки бяха да сложи край на проекта за тихоокеанска зона за свободна търговия и да поиска преговаряне на североамериканската зона за свободна търговия NAFTA, така че търговията да работи в полза на американския работник и индустриализацията на Щатите.

Завой към протекционистична политика може да се види и в заявеното още първите дни от Тръмп намерение той или неговият министър на търговията да обявят Китай за валутен манипулатор. Очаква се това да предизвика търговска война между двете най-големи икономики на планетата. Едва ли може да има по-голям знак, че живеем в нови времена, от изказването на китайския президент Си Цзинпин на икономическия форум в Давос, че Китай днес е основният привърженик и печеливш от глобализацията.

„Беше време, когато Китай имаше своите съмнения за икономическата глобализация и не беше сигурен дали би трябвало да се присъедини към Световната търговска организация. Но ние стигнахме до заключението, че интеграцията със световната икономика е историческа тенденция. За да развива икономиката си, Китай трябва да има куража да плува в огромния океан на световния пазар“, подчерта Си. После добави: „Независимо дали ви харесва, или не, глобалната икономика е огромен океан, от който не може да се избяга. Всеки опит да се откъснеш от потока на капитал, технологии, продукти, индустрии и хора между икономиките и да насочиш водите назад към изолираните езера и реки, просто не е възможен. Наистина, той върви срещу историческата тенденция“.

Пресилено е обаче да се твърди, че Тръмп е противник на глобализацията. Той дължи богатството си на бизнес интереси в поне 20 страни по земното кълбо, както пише сайтът ABC News. Нито неговият екип е противник на американската върхушка. Министрите на Тръмп сами са част от нея. Общото богатство на номинираните от Тръмп за министри е 13,1 млрд. долара – повече от 5 пъти над това на кабинета Обама и 34 пъти повече от състоянието на кабинета на Буш-младши в края на мандата му. Докато хора като Тръмп и номинираният за финансов министър Стивън Мнучин са печелили глобално от своята бизнес дейност, съветникът по национална сигурност генерал Майк Флин, министърът на отбраната Джеймс

Матис, министърът на вътрешната сигурност Джон Кели и министърът на вътрешните работи и бивш морски пехотинец Раян Зинке са воювали почти в толкова много страни, в колкото Тръмп е въртял сделки.

Затова по-прецизно изглежда твърдението, че глобализацията продължава, но американският елит чрез Тръмп ще се опита да промени нейните правила, така че Вашингтон да продължи да печели най-много от нея. Популярна е тезата, че новата администрация на Щатите ще се опита да вбие клин между Русия и Китай с цел да блокира възхода на Пекин, превърнал се в основен печеливш от глобализацията. Според CNN оттеглянето на Щатите от проекта за транстихоокеанска зона за свободна търговия засилва шансовете за успех на доминирания от Китай проект за свободна търговска зона, наречен Регионално всеобхватно икономическо партньорство. В него влизат 10-те членки от Асоциацията на страните от Югоизточна Азия (ASEAN) и още шест държави, сред които Япония, Австралия и Индия. Общо те осигуряват 24% от световния БВП и притежават 46% от световното население.

Историята помни как през 70-те години срещу Съветския съюз бе разиграна „китайската карта“ благодарение на тогавашния държавен секретар Хенри Кисинджър. Резултатът бе, че Китай започна пазарни реформи, интегрира се икономически със западния свят и тръгна смело към глобалния връх.

Днес Кисинджър отново е вдъхновение и сила зад външната политика. Смята се, че номинацията за държавен секретар Рекс Тилърсън е подсказана именно от ветерана-республиканец, който в навечерието на изборите бе избран за член на Руската академия на науките. Самият Тилърсън е подозирван в русофилство, понеже като мениджър на нефтената компания Еххон е насочвал инвестиции в Русия, за което е получил и руско държавно отличие.

В изказаните си мнения по време на изслушването му в комисията за външни отношения в Сената номинираният за държавен секретар Рекс Тилърсън изрази критично отношение и към Русия, и към Китай. Въпреки това е напълно възможно отношението на новата администрация към двете големи държави да бъде напълно прагматично и да се стигне до взаимноизгодно взаимодействие в много посоки.

В китайските медии се изказват очаквания Китай да бъде



: МЕЖДУНАРОДНИТЕ ОТНОШЕНИЯ ВЕЧЕ НЯМА ДА СА СЪЩИТЕ,
: А ПРЕЗИДЕНТЪТ ЩЕ ОПИТА ДА ПРОМЕНИ ПРАВИЛАТА ТАКА,
: **ЧЕ ВАШИНГТОН ДА ПРОДЪЛЖИ ДА ПЕЧЕЛИ НАЙ-МНОГО**

партньор в програмата на Тръмп за инфраструктурни инвестиции в САЩ на стойност 1 трлн. долара. Разбира се, голяма част от нея ще отиде именно за едрия бизнес на Щатите, който заема солидни позиции в новата администрация.

Глобалното лице на преуспяващия китайски бизнес Джек Ма има насрещно предложение към Тръмп: вместо двете страни да вървят към търговски конфликт, гигантът в онлайн търговията Alibaba да открие 1 млн. работни места в Щатите, „като позволи на дребния бизнес и фермерите да продават американски стоки на китайските и азиатските потребители“.

Дни преди встъпването си в длъжност Тръмп се хвалеше с по няколко хиляди работни места, които е договорил с една или друга компания, да бъдат върнати в САЩ. В този контекст офертата на Джек Ма надминава всякакви очаквания. Още повече, че по време на кампанията Тръмп се конфронтира със собственика на американския конкурент на Alibaba – Amazon, Джеф Безос, който също притежава и в Washington Post – тежка медийна бухалка против новия американски президент и преди, и след изборите.

В Русия изчакват сдържано, но и с известен оптимизъм



новата администрация в Белия дом. Тръмп многократно заяви, че вижда Москва като съюзник в борбата срещу Ислямска държава. Анализатори посочват, че новият американски враг №1 най-вероятно ще бъде не Русия или Китай, а политическият ислям. Ключови фактори от екипа на Тръмп като съветника по националната сигурност Майкъл Флин или Рекс Тилърсън вече направиха изказвания против Ислямска държава или срещу флагмана на политическия ислям в Арабския свят „Мюсюлмански братя“ – организация, която по времето на Обама и Арабската пролет беше виждана на Запад като пример, че демокрацията и мюсюлманската религия са съвместими.

Самият Тръмп държи на тясната връзка с Израел на Бениамин Нетаняху в ущърб на Иран, ядреното споразумение с която счита за „лоша сделка“ и заплашва да предоговори или скъса. Отношението му към палестинците също няма общо със съчувствието към онеправданите. Тръмп анонсира намерения да премести американското посолство в Израел от Тел Авив – международно признатата столица на страната, в Йерусалим – град, към който претенции имат окупираните след 1967 г. палестинци. Всички тези факти показват отношение към мюсюлманския свят, в което има и усещане за превъзходство, и политика на унижение, и липса на емпатия – рецепта за нови конфликти.

Тръмп обеща да направи американските граници „отново безопасни“ и вече подходи към тази задача според разбиранята си. Президентът забрани издаването на визи за граждани от Сирия, Ирак, Иран, Либия, Сомалия, Судан и Йемен. Плановите включват спиране на влизането в Щатите на бежанци за няколко месеца, освен в случаи, когато религиозни малцинства бягат от преследване. Ограничението за бежанците ще е в сила, докато не бъде въведена по-стриктна проверка на влизащите в Щатите хора с нужда от закрила.

Всички тези политически намерения и вече предприети действия говорят за екип, който смята да управлява от позицията на силата. Дори и новата Студена война да се отмени,

завоят към националистическа политика в Щатите и по света несъмнено ще е свързан с ново въоръжаване. А по-голямото количество и по-развитото качество на оръжията неизменно води и до нови конфликти, в които то да бъде използвано.

Обама също дойде на власт с намерения да бъде миротворец и да изтегли САЩ от въоръжените конфликти по света в опит да възвърне на страната изгубения имидж. Но свърши мандата си като човек с Нобелова награда за мир, бомбардирал повече държави дори от „злия“ Джордж Буш—младши. Няма гаранции, че Тръмп, анонсирай край на американските либерални интервенции по света, няма да се окаже на свой ред поредният стопанин на Белия дом, налагащ силово дисциплина в световните отношения.

По всичко личи, че съюзници на Тръмп в Близкия изток освен Израел ще бъдат „всички умерени мюсюлмански реформатори“, т.е. авторитарни лидери, известни именно с жестока разправа с противниците си като Реджеп Тайип Ердоган в Турция и Абдел Фатах Сиси в Египет. Това е коренна промяна от традиционната политика на Обама, която търсеше взаимодействие както с опонентите на израелския премиер Нетаняху в региона, така и с вътрешните противници на турския и на египетския държавен глава.

Път към един нов свят изглежда би могла да бъде и реформа в НАТО, за каквато самият Тръмп загатва. Отхлабването на връзката между САЩ и Европа, съчетано с британското напускане на Европа, предполагат еманципация на Стария континент и в сигурността, и в своето собствено управление. Епохата на Тръмп вероятно ще е свързана с по-голяма икономическа и политическа регионализация и в крайна сметка може да се окаже изгодна за мнозина от големите световни играчи. Това обаче няма да е отстъпление от глобализацията, а по-скоро нейно преформулиране, така че световната интеграция да може да бъде по-лесно осъществена на базата на регионални блокове. И в тази нова глобализация САЩ трябва „да бъдат велики отново“.



СИНТЕТИК ГОЛД

Синтетично моторно масло, предназначено за употреба в мощни, модерни бензинови дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили снабдени с филтри за твърди частици (DPF) и системи за последващо третиране на отработените газове (TWC).



СИНТЕТИК ПЛАТИНУМ

Напълно синтетично моторно масло, специално разработено за най-новите бензинови и дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили.



TURBO TRANS UHPD

Полусинтетично моторно масло, предназначено за смазване на модерни високонатоварени дизелови двигатели, снабдени с EGR-или SCR-системи и експлоатирани при изключително тежки условия.



INSA 4T

Напълно синтетично моторно масло на база полиалфаолефини, разработено за съвременни мощни и високооборотни бензинови двигатели на четиритактови мотоциклети с въздушно и водно охлаждане, изискващи масла от експлоатационно ниво JASO MA2, API SJ.



ИКОНОМИЧЕСКАТА ПРОГРАМА НА ТРЪМП: НОВА КОНСЕРВАТИВНА РЕВОЛЮЦИЯ ИЛИ РЕЦЕПТА ЗА УПАДЪК НА САЩ

автор: **Евгений Кънев**, доктор по икономика, управляващ съдружник на инвестиционно-финансова консултантска компания „Маконис“

Въпреки ожесточените критики от цял свят към личността и действията на новия американски президент Тръмп, засега той има един изключително мощен привърженик – фондовите пазари. И наистина, от избирането му за президент до края на януари най-популярният борсов индекс в света „Дау Джоунс“ скочи с близо 2 хиляди пункта. Най-общо това означава, че инвеститорите положително оценяват неговата икономическа програма.

Нейни автори са Питър Наваро – професор от университета „Калифорния – Ървайн“, и милиардерът Уилбър Рос – инвеститор в рисков капитал. Каква е основната идея на тази икономическа програма? След Втората световна война БВП на САЩ отбелязва над половинвековен растеж от 3.5%, но от 2002 г. насам той спада до 1.9% средногодишно. Според авторите основните причини за тази 45% редукция в нормата на растеж е сключеното търговско споразумение за свободна търговия с Канада и Мексико през 1994 г. (NAFTA) и включването на Китай в Световната търговска организация (WTO) през 2001 г. Ефектът на тези споразумения е преди всичко загуба на работни места в американската промишленост, износ на капитали и внос на по-евтини стоки (включително американски стоки, произведени в чужбина, и субсидирани китайски стоки) и стремително нарастващ търговски дефицит. Други неблагоприятни политики за икономиката, смятат Наваро и Рос, са високите преки корпоративни данъци, множеството регулации и насърчаването на ВЕИ енергетиката. Следователно, казват те, за да се ускори икономическият растеж до предишните си нива, следва да се направят кардинални промени в тези политики.

Какви са техните предложения

На първо място, най-важната мярка е връщането на изнесените работни места от обработващата промишленост обратно в САЩ или т. нар. „re-shoring“ (процес, обратен на износа на работни места – „off-shoring“). Според Наваро-Рос, САЩ са договорили неизгодни условия за търговия с другите страни и търпят големи загуби заради правилата на WTO и данъчната си система, която е базирана на пре-



ките данъци, за разлика от своите партньори, които плащат в своите страни основно косвени данъци като данък добавена стойност. Поради това американските стоки се облагат в тези страни с ДДС и стават неконкурентоспособни, докато стоките на конкурентите не се облагат в САЩ и така са относително по-евтини. Друга основна причина за неконкурентоспособността на американските стоки са непазарните курсове на валутите на големите конкуренти. Най-очевидният пример е Китай, чиято валута се поддържа изкуствено ниска чрез масирано купуване на американски ценни книжа с търговските излишъци. Стойността на еврото пък се поддържа ниска заради слабите икономически южноевропейски държави, от което се възползва германският износ, въпреки високите заплати, а това нямаше да е възможно с германската марка. Отделно и Германия, и Япония също инвестират тежко в американски ценни книжа. Така, смятат Наваро-Рос, САЩ вземат заеми, за да плащат за търговския си дефицит.

Подобни са и проблемите с Мексико като ефект на действието на NAFTA. Вместо обещаните от президента Клинтън стотици хиляди нови работни места, всъщност такива се създават в Мексико, а десетки американски производства се преместват там и започват да изнасят стоки за САЩ. Основната причина, смятат авторите на програмата, пак е ДДС и скритото субсидиране (напр., липса на разходи за екология и сигурност на работното място).

Друг кардинален проблем на икономиката са тежките регулации, като те струват изключително скъпо на американските компании и ги тласкат да изнасят работни места и капитали навън. Особено голяма тежест върху бъдещата себестойност на домашните стоки биха оказали мерките за опазване на околната среда и зелената енергийна революция на президента Обама. Ползването на скъпите възобновяеми източници на енергия, за





сметка на шистов газ, петрол и въглища, прави американската икономика неконкурентоспособна, смятат Наваро-Рос.

драстично вноса и подобри търговския баланс, от една страна, а от друга – ще намали енергийните разходи на бизнеса и увеличи печалбите му. В тази насока беше и една от първите заповеди на новия президент – за строителство на петролопровод с Канада.

Икономическата програма на Тръмп се опитва да адресира всички тези проблеми, така че отново да покачи икономическия растеж до 3.5% годишно, като разчетите на Наваро-Рос са показани в следната таблица:

	Кумулативна промяна на данъчните приходи (2017-2026, трилиони долари)
Реформи на търговската политика	1,740
Реформи в регулациите	0,487
Реформи в енергийната политика	0,147
Общо нови данъчни приходи	2,374
Загуби на приходи от намаление на данъците	-2,600
Общ бюджетен ефект от реформите	-0,226

Целият кумулативен бюджетен ефект от тези нови политики - около 2.4 трилиона долара, следва да компенсира кумулативния спад на приходите от корпоративни данъци в размер на около 2.6 трилиона долара за десетгодишен период, но да бъде изпълнена целта за връщане на промишлени работни места обратно, увеличение на заплатите и като цяло стандарта на живот на сините якички, които са основен таргет и бенефициент на тази програма и

ключови избиратели на Тръмп.

Както е видно, почти 3/4 от позитивния ефект за бюджета се очаква от реформите в търговската политика. Това се предвижда да се случи чрез промяна на правилата на WTO, като САЩ използват своята сила на най-голяма икономика, най-голям вносител и най-голям потребител на стоки, а без САЩ вече няма да има особен смисъл от тази организация. На второ място, разликата в данъчното облагане между отделните страни, ако не бъде договорено през WTO, следва да бъде осъществено чрез тарифни и нетарифни ограничения за чуждите стоки, което възбуди коментарите за търговски войни. На трето място, огромен ефект за преместването на работни места обратно, а с това и намаляване вноса реално на американски стоки, следва да изиграе и драстичното намаляване на преките корпоративни данъци, като средната ставка падне от 35% на 15%, и така се убият стимулите за износ на капитали.

Като цяло философията на Наваро-Рос следва популярната учебникарска формула за БВП на една страна като сума на потребителски разходи, частни инвестиции, правителствени разходи и търговския баланс с трети страни. На тази база те се опитват да предложат такива политики, които да увеличат тези компоненти. Примерно, частните инвестиции да се увеличат чрез ре-шоринг, правителствените разходи да нараснат чрез инвестиции в инфраструктурата, енергетиката и военния комплекс, а търговският баланс да бъде подобрен чрез едновременно намаляване на вноса и увеличаване на износа, както бе описано по-горе.

Друг източник за допълнителни бюджетни приходи ще дойде от конверсията на ненужните, според авторите, свръхразходи за регулации в корпоративни облагаеми печалби. Идеята е съкращаване на 75% от тях, макар към момента да не е ясно за кои регулации става въпрос и как това може да се случи без нарушаване на екологични норми и стандарти за безопасност. Не на последно място, отпушването на конвенционалните енергийни източници – въгледобив, петрол и шистов газ, ще намали

Макар да изглежда рационална в целите, които преследва, тази икономическа програма е по-вероятно да не доведе до очакваните резултати по множество причини. Тук ще се задоволя да изброя по мое мнение най-важните:

✓ Първо, прекалено голям дял (близо 75%) от общия ефект на политиките се отдава на успешните преговори и предоговарянето на съществуващите търговски споразумения на САЩ от позицията на силата. Вероятно е да има някакъв частичен успех, но едва ли САЩ ще успеят едностранно да променят правилата на WTO. Ако WTO се разпадне, тогава ще започне война кой да налага



стандартите в световната търговия. Оттеглянето на САЩ от Транстихоокеанското партньорство (TPP) по заповед на Тръмп всъщност е в огромна услуга на Китай, която ще има възможността да привлече тези страни в своята икономическа орбита в противовес на САЩ. Другият потенциално голям проблем за Китай – Трансатлантическото партньорство между Европа и САЩ, също е на път да бъде разрешен чрез неговото разваляне, каквито гласове се чуват от Белия дом. Всичко това реално отслабва позицията на САЩ да налагат своите правила. А ако наистина избухнат търговски войни, то това ще доведе до закриване, а не на откриване на работни места в САЩ.

✓ Второ, важен аспект на реформата в търговските политики е базиран на погрешното допускане за действието на ДДС. Всъщност, този данък е неутрален по отношение на конкурентоспособността на стоките, защото американските стоки на чужди пазари се облагат със същия ДДС, с който и конкурентните им стоки, било местни или на други вносители. Същото важи и за условията, при които се продават чуждите стоки на американския пазар. Дали има или не ДДС, както и каква е неговата ставка няма значение, защото крайните потребители плащат независимо от произхода на стоката.

✓ Трето, спорен момент е допускането за чисто механичното едновременно увеличение на износа и намаление на вноса на стоки. За това се изискват години пренастройване на производствените мощности и търговските потоци, и то при доказана пазарна рационалност от таква действа. Иначе е най-лесно да се забрани вносът на петролни продукти и вътрешното търсене да бъде изцяло задоволено с вътрешни източници – така много бързо ще се реши проблемът с търговския дефицит, но на никого досега не му е хрумнала такава мисъл.

✓ Четвърто, няма как само с икономически лостове или хватки на икономическата политика да направиш по-благоклонни търговските партньори да купуват от теб (примера с BMW), ако не успяваш да произведеш по-качествени продукти или на по-добра цена. Обикновено това е свързано с повече технологии и по-малко сини якички – а това е в контрадикция с намеренията на Тръмп.

✓ Пето, повече държавни инвестиции в енергетиката, инфраструктурата и военния комплекс се планират успоредно с рязко намаляване на корпоративните данъци. Неминуемо, докато се почувстват ефектите от другите

политики, това ще означава по-големи бюджетни дефицити и нарастване на държавния дълг, който и без това е вече с астрономическата стойност от близо 20 трилиона долара.

✓ Шесто, данъчната програма е определено в полза на високата средна класа и най-богатите с надеждата да открият работни места със спестените данъци. Така нареченият от времето на Рейгън *trickle down economics* – предвиждащ чрез данъчните намаления богатите да разкриват работни места и така да компенсират по-бедните – доказано не работи при сегашните ниски лихви. Това е така, тъй като предприемачите разчитат да финансират проектите си предимно с дълг, отколкото със спестения собствен капитал от данъци. И защото всеки допълнителен долар търси по-добра печалба – т.е. или в рисковите инструменти, или в рисковите инвестиции – но това се харесва на фондовите пазари. А ако лихвите се вдигнат, това би затормозило икономическия растеж.

✓ Седмо, ограничението на движението на капитала извън Америка (засега все още с устни заплахи от президента Тръмп) пък е контрапункт на изграждането на световната икономическа мощ на Америка. И е в противоречие с доказания факт, че пределната склонност за рисковите инвестиции се увеличава с всеки допълнително спечелен долар. Но ако инвестиционните възможности в САЩ са по-лоши от тези в развиващи се пазари, това означава потенциални загуби на печалба, т.е. високи алтернативни капиталови разходи за американските компании. Няма икономическа логика, нито е възможно за всички американски корпорации да се създадат по-добри данъчни условия, отколкото да кажем в Ирландия.

В заключение, акцентът на Тръмп: връщането на работните места в Америка – в епохата на високите технологии и изобилието на евтин труд в чужбина – по-скоро изглежда като обещание за конверсия на омлет в яйца.

Ако има добри новини за България, то това са военната и енергийната промишленост. Заявките за разширяване на американските източници на енергия, включително шистов газ, ще държат цените на петрола дългосрочно ниски. А обещаните най-високи военни разходи в американската история ще направят военното превъзходство на САЩ и НАТО неоспоримо – стига да не се стигне до геополитически сделки.




ПРОТЕКЦИОНИЗЪМ И НОВИ СТЕНИ

автор: Бисер Манолов

Новоизбраният американски президент със сигурност ще направи живота на всички ни не просто интересен, а много интересен. Изрично искам да подчертая, че умишлено не използвам прилагателното „по-добър“. Това може да констатираме едва в края на мандата му. Към днешна дата обаче със сигурност може да се каже, че Тръмп има някаква особена страст към издигането на стени. Да, те трябва да са високи, непревземаеми, американски и по възможност да бъдат платени от „някой друг“. Изглежда, че той има и още една страст – да отменя споразумения и договори, според него така повелява американският интерес. Сигурно е

прав в тезите си: „Купувай американското“ и „Америка на първо място“. Даже може да си направи и чисто американска олимпиада, тогава със сигурност Америка ще бъде и номер едно и номер две и номер три и т.н. А, да, забравих, останалите нации ще имат право да участват, но само като публика. Ще си заплащат за шоуто и ще скандират еуфорично: „USA, USA, USA!“. Да, очакват ни интересни времена.

Сега сериозно. Тръмп иска да предоговори два основни търговски договора - NAFTA и Трансатлантическо партньорство за търговия и инвестиции. Първият договор



ДОНАЛД ТЪРМП АКЦЕНТИРА ВЪРХУ ПОЛИТИКИ ОТ МИНАЛИЯ ВЕК

.....

между САЩ, Канада и Мексико фундаментално промени търговските взаимоотношения между трите държави. Стокооборотът между тях надхвърли 1.1 трилиона долара, а САЩ станаха най-големият търговски партньор на Мексико. Същевременно Мексико е третата по значимост страна за американската икономика след Китай и Канада. Стойността на стоките, прекосили границата между двете страни по железопътен и сухоземен транспорт за последната година, е в размер на 340 млрд. долара. Според американското бюро за транспортна статистика това представлява ръст в размер на 16% за последните две години. Икономическата интеграция между трите държави е толкова задълбочена, че изглежда почти невъзможно, чисто технически, да има връщане назад. Точно в този момент г-н Тръмп реши класически да „настъпи мотиката“ и да изправи на нокти своите съседи. В своята встъпителна реч той не спомена и дума за силните страни на американската икономика като иновации, предприемачески дух и конкуренция. Той избра да акцентира върху политики от миналия век като протекционизъм, национализъм и търговски стени (и не само). Буквално той каза: „Ние трябва да защитаваме границите си от разрухата, която носят другите държави за нашата продукция, ограбват нашите компании и унищожават наши-

те работни места. Протекционизмът ще доведе до голямо благоденствие и сила. Определено силно притеснителна позиция за търговските партньори на САЩ, и не само. Протекционизмът ограбва, като ограничава конкуренцията и избора на всеки един поотделно. Разбира се, че държавата с най-силно подчертана протекционистична политика е Северна Корея, но това е друга тема и не трябва да изпадаме в крайности.

От позицията на президентското си кресло Тръмп си позволи да зашлеви и Европа. Той не вярва в обединеното бъдеще на Стария континент. Приветства напускането на Великобритания от ЕС. А НАТО? По темата е категоричен. Който иска сигурност в рамките на НАТО, да си плаща. Сякаш не става въпрос за геополитическа стратегия на Алианса, а за търговско дружество. Ами, то ако беше така, защо да не вземе да листне НАТО на Нюйоркската фондова борса? Който иска да участва в дружеството, да си закупи акции. Няма съмнение, че управниците на прибалтийските държави са получили изтръпване на крайниците. В едно обаче можем да бъдем сигурни. Такова поведение на Тръмп определено ще принуди европейските политики да запретнат ръкави и да работят истински в посока политическото, икономическото и финансовото заздравяване на съюза. Освен това САЩ начело с Тръмп създават добри възможности за Европа в Азия и Африка, стига да има кой да се възползва от тях. В противен случай Тръмп просто ще се окаже прав.

На няколко пъти Тръмп си позволи лукса да нарече Китай „валутен спекулант“. В интерес на истината в този конкретен случай той определено има право, но... Винаги има едно голямо „но“, когато става въпрос за взаимоотношение между велики сили и то е, че нещата не могат да бъдат назовавани с истинските им имена, поне не директно. Китай реагира като ужилен и в прав текст заяви, че могат моментално да си свалят кадифените ръкавици в преговорите със САЩ. Проблемът е, че и двете страни не могат да си позволят подобен тон. Става въпрос за двете най-големи световни икономики. Всяко изостряне на тона между тях ще се превърне в цунами за останалите държави.

Русия е на почит, по-специално Путин, в очите на американския президент. Не си спомням под някаква форма в неговите речи Крим да беше споменат. Тръмп явно обича силовите изпълнения и поведението на Путин му допада. Нали си спомняте за „онзи“ запис от автобуса, когато Тръмп демонстрира позицията си спрямо нежния пол. Меко казано, това звучи горе-долу така: „Ако нещо ти харесва, просто си протягаш ръката и го сграбчваш“. Путин сграбчи Крим и Тръмп явно приема това по свой си начин. Санкциите? Тръмп обича да подписва отменителни документи. Спокойно, ще отпаднат. Европа да се оправя сама, и без това ще се разпадне.

Позицията на Тръмп по отношение на идеята му за изграждане на стена с Мексико е: „Ако Мексико не иска да плати за нея, няма какво да се срещам с мексикански политици.“ Интересно, нали? Да свикваме, че ни предстоят интересни времена.

ЩЕ ВЪРВИ ЛИ ИКОНОМИКАТА ПО ИНЕРЦИЯ НАГОРЕ

автор: Георги Георгиев

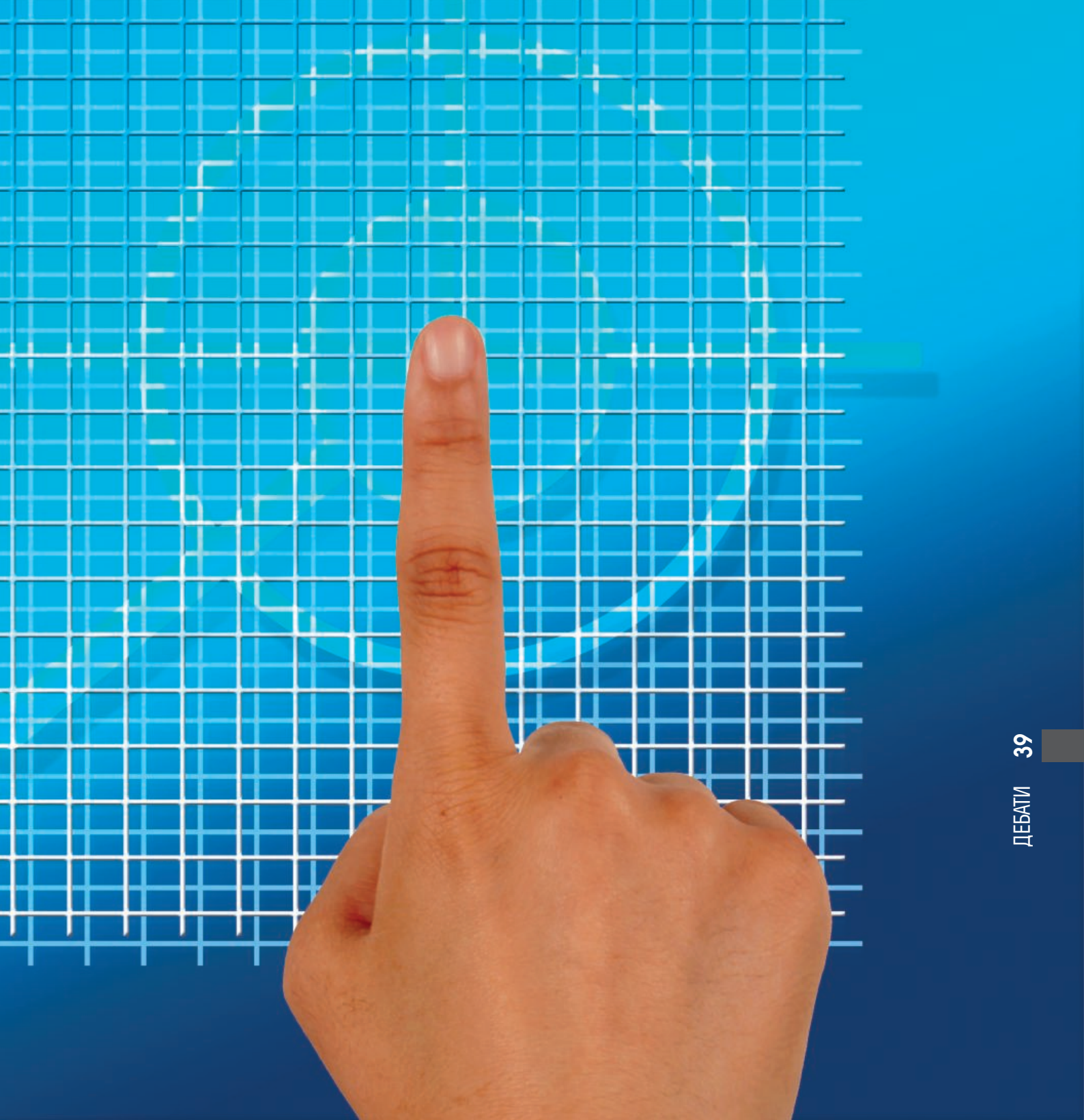
Политическите трансформации и турбуленции правят твърде несигурни икономическите прогнози. Светът е на подвижни пясъци и глобалната икономика ще зависи от ходовете на големите, които в крайна сметка винаги имат икономическо измерение. Макар и малък играч, и ние много зависим от очертаващото се пренареждане. Нашата икономика,

която стана като скачен съд с европейското финансиране и с обществените поръчки, ще изтръпва при всеки нов ход на политическата шахматна дъска. Ще расте ли обаче икономиката, е един от най-важните въпроси с най-труден отговор.

ОПТИМИЗЪМ

Ръстът на brutния вътрешен продукт на България ще се ускори

от 3,4% през миналата година до 3,6% през 2017 г. След това обаче, през 2018 г., ще се забави отново до 3,4%. Това прогнозируют експертите от UniCredit Bulbank. Според техните оценки номиналният БВП през 2016 г. от 46,5 млрд. евро през 2017 г. ще бъде 48,6 млрд. евро, а през 2018 г. - 51,1 млрд. евро. Според Кристофор Павлов, главен икономист на банката, ако парламентарните избо-



ри не произведат ясно изразен завой и доведат до дисфункционални политики, икономиката се очаква да достигне пик в края на 2017 г. или в началото на 2018 г.

Барометър

Трудно е да се даде вярно решение на уравнението с много неизвестни. И все пак някои от факторите, които влияят на икономическото развитие, може да се управляват от изпълнителната власт. Ролята на служебното правителство не е никак

формална, макар и то да е назначено за по-кратък период. Следователно икономиката няма да е на автопилот до избора на редовно правителство. Но пилците се броят наесен, а годишният растеж на БВП ще е ясен едва в края на 2017-а. През това време хората ще усещат всичко по джоба си, а всеки бизнес разполага с точни ориентири има ли инерция нагоре.

Предлагаме две прогнози по темата.

ПОЛИТИЧЕСКИТЕ
ТУРБУЛЕНЦИИ ЩЕ
ИМАТ СИЛНО
ВЛИЯНИЕ, НО КАТО
ЦЯЛО ОЧАКВАНИЯТА
СА РАСТЕЖЪТ ДА
ПРОДЪЛЖИ



Борислав Стефанов:

Не е ясно кой ще кара влака

Борислав Стефанов е бивш изпълнителен директор на Българската агенция за инвестиции. Сега е директор „Инвестиционни проекти“ във фонда GlobeCap Investment

Събития като Брекзит и избора на Доналд Тръмп за държавен глава ще влияят върху световната икономика през 2017 г. Желанието на американския президент US бизнесът да върне част от дейността си в САЩ и да създаде много нови работни места, вероятно ще прекрои инвестиционната карта. Въпреки това едва ли ще има отлив на инвестиции от нашата страна, тъй като това би било много неизгодно за самите компании. Едва ли ще затворят НР в България, за да пренесат офиса в Чикаго и Ню Йорк.

Политическата несигурност в България ще влияе на икономическата стабилност, доколкото бизнес активността у нас зависи предимно от български играчи. Нашата икономика - за добро или лошо, до голяма степен зависи от бюджетно финансиране и от европейските пари (например строителния бранш и неговите подизпълнители). Но при политическите промени, които вече започнаха в страната, през 2017-а не е ясно кой кара влака на държавата. Служебното правителство, сформирано от президента Румен Радев, за тези около три месеца от своето управление може да направи много, но може и нищо да не раздвижи. Има прекалено много неясноти - никой не може да каже какво точно ще се случва, колко бързо служебното правителство ще си стъпи на краката, какъв ще е резултатът от предсрочните парламентарни избори. В ситуация на несигурност големият бизнес обикновено свива инвестиционните си намерения - в случая вероятно ще изчака да минат изборите. Тази обста-

новка едва ли ще повлияе на фирмите, които оперират на външни пазари. За онези обаче, които зависят от държавни поръчки и европейско финансиране, предстоящите 3-4 месеца няма да са особено резултатни. При строителството държавата е голям клиент и там този период ще е по-тежък. В земеделието също се разпределят доста бюджетни и европейски пари. Общо взето, колкото бизнесът има по-малко вземане-даване с държавата, толкова по-слабо ще му се отрази несигурността до избора на редовно правителство.

При тази ситуация нямам очаквания за растеж, но не очаквам и спад в сравнение с нивото от 2016 г. Има обаче сфери с потенциал, които не е достигнат - такива са експортно ориентирани производства. Производството на автомобилни части има накъде да се разрасне. Земеделието, което работи за износ, също разполага с неизползвани възможности. След Пловдив и София аутсорсингът може да се развие и в други големи градове на страната. Ниши за растеж има, въпросът е да ги разработим.

ЗА ФИРМИТЕ, КОИТО ЗАВИСЯТ ОТ ДЪРЖАВНИ ПОРЪЧКИ И ЕВРОПЕЙСКО ФИНАНСИРАНЕ, ПРЕДСТОЯЩИТЕ 3-4 МЕСЕЦА НЯМА ДА СА ОСОБЕНО РЕЗУЛТАТНИ





Георги Чернев:

2-3% ръст на икономиката не стигат

Георги Чернев е председател на Софийската търговско-промишлена камара

Мнозина смятат, че е добре, ако в ситуацията на политически промени успеем да поддържаме годишния растеж от 2-3%. Но за да стигнем в обозримо бъдеще средното европейско ниво на развитие, е необходим годишен ръст от над 6%. Със сегашните темпове няма как да догоним европейските икономики. Нужна е нова икономическа визия.

В управлението трябва да влизат експерти с опит и умения за стратегическо планиране, а не хора, които искат просто да са във властта. Ако караме по досегашния модел, най-много да запазим сегашния растеж. Но това за нас е твърде малко, тъй като оставаме на опашката по бедност. Има мерки, свързани с намаляване на тежестта върху бизнеса, които са във фокуса на вниманието в предизборна ситуация, после те отиват на заден план. Трябва да има защита от непрофесионални решения, които съсипват браншове и съсловия. Закон за камарите, за който говорим от години, ще е добра стъпка в тази посока. Браншовите организации крият неизползвани резерви, те най-добре знаят какво е нужно за развитието на даден сектор, познават и

пречките. Време е да открием вътрешните ресурси и да се възползваме от тях. Скептично съм настроен, че само с наливането на пари ще се направят чудеса.

Често се чува вайкане за разместването на пластове в политиката, но по-добре да загубим повече време, за да се намери национално съгласие, което ще е основа за динамичен растеж, отколкото прибързано да правим стъпки с цел по-скоро да решим проблемите. Бизнесът, който не е на хранилката на държавните поръчки, той оцелява, но това не може да ни удовлетворява. Докато постигаме 3% растеж и някой казва, че е супер, трябва да сме много тревожни. Това не е достатъчно за нашата икономика. Искаме ли икономически просперитет, водеща в кабинета трябва да е икономическата политика, а не финансовата. Не може само да стрижем „овцата“, първо трябва да се погрижим добре за нея. Растежът на българската икономика обаче все повече се препъва в липсата на квалифицирани кадри.

Експортът е шанс за растежа. Но в Северна Африка вече няма пазари, там бушуват конфликти. Загубихме парите, които Ирак ни дължеше, а можеше да си върнем дълга. Нещо по-лошо – ние загубихме и този пазар. Санкциите срещу Русия се обърнаха срещу тези, които ги налагат, в това число и срещу България. Да, не е желателно в следвоенна Европа да се променят граници, но нима на Балканите в бивша Югославия не се преформатираха граници... Уверен съм, че в световната политика предстои разведряване, а това ще се отрази добре на бизнеса. Каузите, които подкрепяме, трябва да гарантират по-голяма сигурност в света, а също и икономически ползи за България.

НУЖНА Е НОВА ВИЗИЯ ЗА РАСТЕЖА, ДОСЕГАШНИЯТ МОДЕЛ ЩЕ НИ ГАРАНТИРА САМО МЯСТО НА ОПАШКАТА НА ЕВРОПА





Инж. Теодор **Осиковски**:

МИСЛЕНЕТО ОТНЕМА ВРЕМЕ, **ПО-ДОБРЕ ДЕЙСТВАЙТЕ**

Инж. Теодор Осиковски е главен изпълнителен директор на „Енергоремонт Холдинг“ АД от 2007 г. Завършил е Техническия университет в София и е докторант по заваряване. Специализирал е „Международни икономически отношения и митническа политика“ в Института за следдипломна квалификация към УНСС. Почти целия си професионален опит придобива в „Енергоремонт Холдинг“ АД, където е член на Съвета на директорите, изпълнителен директор, главен изпълнителен директор и член на УС. Професионалната му кариера в областта на енергетиката започва от „Централна енергоремонтна база“ АД. Има 20-годишен опит в енергетиката. Член е на УС на КРИБ и председател на Български съюз по заваряване. Носител е на приза „Мистър Икономика 2016“ в категория „Енергетика“.

ОТ ГЛАВНИЯ ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР СЕ ОЧАКВА ДА Е ДИРИГЕНТ НА ГОЛЯМ ОРКЕСТЪР, ЧИИТО ИЗПЪЛНЕНИЯ ВИНАГИ СА ОТЛИЧНИ

Вдъхновяващият бизнес лидер е... този, който с личен пример и идеи мотивира. Той има ясна визия за развитие, взема трудни решения, но дава свобода на хората сами да решават.

В енергийния сектор просперира този, който... работи с труд, постоянство, упоритост. Трябва да обичаш професията си и да влагаш сърце. Да имаш ясни цели и да действаш.

Когато си главен изпълнителен директор, от теб се очаква да... си отговорен, да вземаш бързи и най-правилни решения. Да си диригент на голям оркестър, чиито изпълнения винаги са отлични.

Компанията, която ръководя, е успешна, защото... има добра стратегия за развитие, мотивиран екип и технически потенциал. Важно е да се поставят ясни задачи и конкретни срокове.

Най-важните фактори за растежа на нашия бизнес са... политическа стабилност, устойчива бизнес среда, да е налице енергийна стратегия за развитие на отрасъла.

На нови пазарни територии се стъпва, когато... предизвикателствата на местния пазар свършат. Когато работиш извън България, си абсолютно непознат и трябва да докажеш професионализма си, да спечелиш доверието на новите партньори и да си постоянен.

Принцип в моята работа е... да вземам решение след задълбочен анализ, конкретен бизнес план и ясна картина за спецификите в съответния бизнес. Подкрепям добрите и разумните идеи.

Заваряването не е залязваща

професия, защото... разбирането 3D (dirty, dangerous and dusty – англ. мръсно, опасно и прашно) се промени в 3C (clean, cool and clever – англ. хладно, чисто и умно - без вредни лъчения). Професията стана по-привлекателна.

За заваряването се казва... от ship до ship, тъй като без него не може нито микрочипът, нито корабът.

Възелът с липсата на кадри ще се развърже... когато се възстанови прекъснатата връзка между бизнеса и образованието. Когато приемът в професионалните училища е ориентиран към нуждите му и образованието дава практически знания и умения.

Нашата днешна грижа за бъдещето на България изисква да... научим децата си как да осъществяват своите идеи, да сме отговорни за всичко, което правим, да съхраняваме традициите, да сме активни и обединени в значими цели.

Най-доброто ми попадение са... хората, които са близо до мен, а те не са много. Всеотдайни, искрени и истински в отношенията ни.

Възхищавам се на... реализираните мечти. Те ми дават сила да продължа напред. Една от тях е „Златен Рожен“. Инвестиция, с която затворих цикъла „Лозя, изба, хотел“. Всичко започна от една мечта.

Моята любима максима е... Мисленето отнема време и енергия, по-добре действай!

Ценни уроци получавам от... децата си. Чувствам се виновен пред тях, че не им отделям достатъчно време.

Най-необичайната случка... е началът, по който се разви животът ми. ■■■

СЕКТОРЕН ПРОФИЛ

„Енергоремонт Холдинг“ АД е най-голямата организация в България, специализирана в проектиране, ремонт, рехабилитация, модернизация и изграждане на съоръжения и енергийни мощности в АЕЦ, ТЕЦ и ВЕЦ, доставка и монтаж на оборудване, пълнен инженеринг на проекти „Под ключ“ в енергетиката, енергийната и транспортната инфраструктура, минната и газово-нефтената промишленост. Компанията е публична и обединява десет дружества, има огромен технически и кадрови потенциал. През последните години холдингът разшири пазарното си присъствие в Югоизточна Европа, Близкия изток, Обединените арабски емирства и страните от Арабския залив и навлезе в нови области на дейност. Той има свои дружества в Македония, ОАЕ, Русия, Гърция и Албания.

Тогор Брешков:

ЗАЛАГАМЕ на ВИСОКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЩЕ ИНВЕСТИРАМЕ

18 МЛН. ЕВРО

НАЙ-ВАЖНИЯТ ФАКТОР ЗА
УСПЕХА НА КОМПАНИЯТА
Е ЕКИПЪТ И ТОЧНО ТОВА
LAUNCHUB VENTURES ЩЕ
ДЪРЖИ ПОД ОКО ПРИ
ОТПУСКАНЕ НА ФИНАНСИРАНЕ

автор: Яна Колева

Предприемачите в България разполагат с все повече алтернативи и възможности за финансиране и подпомагане развитието на своя проект и бизнес. Инструментите на пазара се увеличават и стават все по-разнообразни както по отношение на вертикалата, в която работят, така и като източник и вид финансиране. Частните инвеститори, т. нар. бизнес ангели, са все по-активни и организирани, на пазара са фондове като нашия, които получиха последващо финансиране, има държавни програми, налице е интерес и от чуждестранни инвеститори. Възможностите са много и е въпрос на точна преценка и на конкретна необходимост как и кога компанията да се финансира. Нужно е да се направи и задълбочено проучване кой е правилният партньор за твоя бизнес, защото парите са само част от взаимоотношенията. По-важно е да намериш партньор, който да е част от екипа и да споделя твоите амбиции и ценности.

Префокусиране

В края на 2016 г. финализирахме процеса по привличане на новото финансиране на фонда. Разполагаме с 18 млн. евро, които ще инвестираме през следващите години. Стратегията на нашия екип обаче частично се промени. Досега бяхме фокусирани да инвестираме в компании на много ранен акселераторски етап от развитието им и етап, преди компанията да има приходи (acceleration and pre-seed). Сега ще акцентираме върху seed stage, т. е. малко по-напреднали компании с ясно дефиниран продукт или услуга, които продават на клиенти и имат приходи. Другото ново при нас е размерът на инвестициите, които можем да правим в компаниите. Сега на етап сийд можем да инвестираме до 600 - 700 хил. евро, като последващо може да участваме с допълнителни инвестиции до 1,5 млн. евро. Стратегията ни остава непроменена по отношение на индустрията, в която инвестираме – всичко свързано със софтуер и високи технологии. Търсим амбициозни предприемачи и екипи, които искат да създадат голям бизнес и да се развиват на международния пазар.

Опитът

През последните четири години инвестирахме в повече от 60 компании, като част от тях привлякоха допълнително около 20 млн. евро финансиране от други инвеститори освен нас. Около 25 компании вече не функционират. Обикновено причините за неуспех са липса на фокус или правилни приоритети, които екипът да следва, той може да е следствие и от липса на нагласа да приемаш информацията от външната среда и да я анализираш правилно. Провалът може да се дължи на взимането на решения на база субективни мнения, а не на база информация и данни. Ето защо според нас най-важният фактор за успеха или неуспеха на компанията е екипът и това не е валидно само за нашата среда, а и за целия свят. Оттук и нашата основна поука е да се опитваме по най-правилния начин да преценим и оценим екипа. Когато не успяваме, това води до грешки в инвестиционния процес. Положителните неща в нашия опит са много и може би най-радващото е тенденцията, че все повече хора с професионален успех се мотивират да създадат своя компания и да направят следващия перфектен продукт. Опитваме се да учим тези хора да не се страхуват от неуспехите.

Притегателен център

През последните години България се позиционира като технологичен център на Балканите. Това е благодарение на усилията на много хора в страната и извън нея. Всяка екосистема се нуждае от всичките си съставни части, но най-важното според мен е общата визия за това как

трябва да изглежда бъдещето и какви да са усилията на цялото общество в тази посока. Нужно е много постоянство и работа. Другата насока е разбирането, че конкуренцията между страните много отдавна се е превърнала в конкуренция не само за капитали и инвестиции, но и за хора. Време е и ние да го осъзнаем и да положим усилия младите хора да останат в страната и да намерим ефективен начин да привлечем специалисти от чужбина.

Кога предприемачите да търсят финансова подкрепа

Съвети от Тогор Брешков

1. *Предприемачите да вярват в себе си.*
2. *Да гледат на света с отворени очи и да приемат обратната информация като нещо полезно, а не негативно.*
3. *Да са изключително фокусирани върху това, което правят.*
4. *Промяната е нещо хубаво.*
5. *Да бързат и да са гладни за успех. Със сигурност някой някъде работи върху същото нещо и може би го прави по-добре.*



Тодор Брешков е управляващ партньор на фонда за сийг инвестиции LAUNCHub Ventures. Той активно работи с компаниите 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 фирмите и подготовката им за реализиране на следващ рунд на финансиране. В периода 2003-2010 г. е член на Надзорния съвет на Първа инвестиционна банка. По същото време е член и на Съвета на директорите на Българската фондова борса-София и изпълнителен директор на Първа финансова брокерска къща. Брешков е основател и председател на УС на "Фонд за недвижими имоти България" от 2005 г. досега.

БИЗНЕС БЕЗ ГРЕШКА

автор: **Татяна Явашева**

Франчайзингът вече пусна корени в България, става познат бизнес модел и добрата новина е, че не е непозната дума. Специалистите уверяват, че в основата на всеки франчайз е успешният бизнес. Ако един предприемач е направил наистина успешен ресторант, най-добрият начин за бърз растеж е като развие верига. А това може да стане най-лесно, като преотстъпва на други правото да ползват неговото доказано в практиката ноу-хау, отличаваща се марка, обучение и текуща подкрепа.

Франчайзингът е бизнес, в който франчайзополучателят е самостоятелен, но не и сам. Купувайки си ноу-хау, той си спестява грешките, които би направил, ако тръгне от нулата. Затова в прекия и в преносния смисъл франчайзингът е бизнес без грешка. Без, разбира се, да абсолютизираме това, защото сам по себе си франчайзингът не е застраховка срещу грешки. Просто фран-

чайзингът е по-нискорисков вариант за започване на самостоятелен бизнес. Той е и много добро бизнес училище. Струва си дори само заради това един начинаещ предприемач да се насочи към франчайзинг, тъй като така ще се научи как се управлява компания, как се ръководят хора, как се води счетоводство, как се обслужват клиенти. Искане обаче много работа, спазване на правила, както и остър нюх, който да пази от погрешни стъпки в рамките на правилата. Още повече че динамиката е голяма и промяната е непрестанна. Купувайки си франчайзинг, вие си купувате работа и това трябва да е ясно още преди да се направи подобна стъпка. Той дава възможност да печелите, но като се трудите.

Франчайзинг пазарът е все още неразвит в България и това отваря ниша.

Сп. „Икономика“ дава думата на двама представители с познания и опит в сферата на франчайзинга. ■

ФРАНЧАЙЗИНГЪТ Е ПО-НИСКОРИСКОВ МОДЕЛ ЗА ЗАПОЧВАНЕ НА САМОСТОЯТЕЛЕН БИЗНЕС, ТОЙ Е И ДОБРО УЧИЛИЩЕ ЗА НАЧИНАЕЩИ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Светослав Билярски:

Зная кой е най-бързият начин за растеж

Светослав Билярски е създател на FRANCHISING.BG и от 2008 г. насам популяризира този бизнес модел и консултира всички, които искат да купят, да прогадат или да започнат франчайз бизнес. Автор е на книгата „Франчайзинг бизнес“. Билярски е бил копирайтьор в Ogilvy&Mather, крейтив директор в Publicis и главен редактор на сп. „Менеджър“. Разработвал е рекламни и маркетингови кампании за над 50 водещи български и световни брандове. Собственик е на фирми в областта на услугите и води курс по бранд билдинг в Нов български университет.



Г-н Билярски, как стана така, че във франчайзинга видяхте своята възможност?

- Развивайки свои бизнес проекти, се сблъсках с пречките пред растежа – недостатъчните инвестиции, време и мотивация на управителите. Франчайзингът разрешава тези три основни проблема и неслучайно над 50% от стоките и услугите в САЩ се продават чрез франчайз вериги. Често българските предприемачи се оплакват от това, че управителите в техните обекти не са мотивирани достатъчно, а чрез франчайзинга мотивацията достига най-високо ниво.

- Каква мисия поехте, отдавайки се на франчайзинга?

- Да съдействам да се разбере що е то франчайзинг и да помогна този бизнес модел да стане популярен и у нас.

- В какво са някои от основните плюсове на този модел?

- Това е бизнес, в който франчайзополучателят е самостоятелен, но не и сам. И успехът на всеки франчайз се дължи на взаимния интерес – централата печели, ако франчайзодателите имат успех. И обратно – успехът на отделния франчайзополучател е следствие от постиже-

нията на франчайзодателя.

- Кой е минусът, който може да е голям препъника-мък?

- Основният минус в този бизнес е, че свободата на франчайзополучателя е ограничена и той трябва да се подчини на системата. Така че, ако някой е прекалено инициативен или креативен и взима импулсивни решения, то той не е подходящ за франчайзополучател. Такъв човек ще навреди на системата и на себе си, защото ще има непрестанното желание да внася промени. Идеалният франчайзополучател в Америка е бившият военен. Това са хора, които се чувстват комфортно, когато някой ги води и им дава указания за действие. Те разполагат със средства, но нямат достатъчен опит за започване на собствен бизнес и предпочитат да се впишат в системата на съществуваща верига.

- Как на практика франчайзингът мултиплицира успеха?

- Това е и същността на франчайзинга – мултиплициране на успеха. Франчайзингът не продава концепции, идеи и намерения, той е умножаване на съществуващ и доказан бизнес. За да се създаде франчайз верига, първото условие е да има реализиран успешен проект.

Втората част е формулирането на изпитани, прости и повтарящи се процедури, по които бизнесът ще работи, без да е зависим от личните усилия на предприемача. На този принцип са изградени всички франчайз вериги и аз препоръчвам книгата „Макдоналдизацията на обществото“, фокусирана върху въвеждането на стандартни процедури в разнообразни сфери на човешката дейност.

- Кой е краткият урок по успех, който бихте дали?

- Бих искал всички да осъзнаят, че парите са като въздуха – колкото повече ги стискаш, толкова по-малко остават. Когато човек се стреми чрез бизнес да изкара пари, не бива да забравя, че целта е да създаде по-висока стойност за клиентите, а след което парите идват сами. „Давайте и ще ви се даде“ – така правят всички успешни предприемачи, които познавам. Второ, поставяйте си високи цели. Иначе казано, целете се в звездите, за да уцелите поне Луната.

- Коя е вашата мерна единица за успех?

- За да си успешен в бизнеса, трябва да си успешен и в живота. На базата на своя опит установих, че първо трябва да подредим мислите си, после – живота си, а накрая бизнесът сам ще се подреди.

**ЧРЕЗ ФРАНЧАЙЗИНГА
МОТИВАЦИЯТА ДОСТИГА
НАЙ-ВИСОКО НИВО И ТОЙ
Е УСПЕШНИЯТ НАЧИН ЗА
УМНОЖАВАНЕ НА СЪЩЕСТВУВАЩ
И ДОКАЗАН БИЗНЕС**

Юлиян Митов:

Продавам работа

Юлиян Митов е собственик на франчайз веригата Fresh Bar. От 2009 г. търгува с плодове и зеленчуци, които купува на едро и гостава на търговски вериги и ресторанти. Растящото търсене на пресни здравословни храни го насочва към идеята през февруари 2013 г. да отворят първия Fresh Bar. В Равно поле компанията обработва 130 декара земя, а в Мирояне край София произвежда бутилките и капачките за соковете. Желанието за по-бърз бизнес растеж го отвежда го франчайзинга.

Г-н Митов, как стигнахте до създаването на концепцията Fresh Bar?

- В София нямаше специално място, където да пиеш фреш от различни плодове. Така у мен се роди идеята за заведение, в което да се предлага повече от една чаша, фрешът да не свършва бързо, да бъде една идея по-евтин. Желанието ми бе да предлагаме свеж сок от всичко, което е по щандовете на един „Плод и зеленчук“, без ограничение на количество, с възможност да се миксира в желаното от клиента съотношение.

- Кога узряхте за франчайзинга като форма за





КАТО ОСНОВАТЕЛ НА БИЗНЕС НИЕ ВЕЧЕ СМЕ ПЛАТИЛИ ЦЕНАТА НА ГРЕШКИТЕ И, РАБОТЕЙКИ С НАС, ФРАНЧАЙЗОПОЛУЧАТЕЛЯТ СИ ГИ СПЕСТЯВА

растеж на бизнеса?

- Когато започнаха трудностите с управлението. Компания от 10-15 човека се управлява по усет. Дори да нямаш ясно установени правила, се справяш. Но когато хората станат около 50-60, тогава са ти необходими конкретни правила. Ако намериш такива, които да спазват тези правила и да имат работна дисциплина, разбираш, че всеки един би се справил с този бизнес. Въпросът е да им покажеш и докажеш, че правилата работят и трябва да се спазват. Това ме накара да осъзная, че може да предоставя бизнес и на хора извън компанията, които обаче ще вярват в наложените правила, спазвайки ги до най-малкия детайл.

- В какво са някои от основните плюсове на този бизнес модел?

- С какъвто и бизнес да започнеш да се занимаваш, без значение дали е правен до момента, дали копираш от някого, дали това е нещо ново, на теб ти трябва време от шест месеца до две години. Зависи от грешките, които допускаш, колко бързо ги коригираш, повтаряш или не. Това довежда до доста големи загуби. Плюсът на този модел е, че тези загуби не са загуби за човека, взел франчайз от нас. Като основател ние вече сме платили цената на грешките и, работейки с нас, той си ги спестява.

- Какво предлагате като възможност за франчайз?

- За да започнеш нашия франчайз, са необходими само 18 000 лв. първоначална такса. Всичко останало, като интериор на заведението, оборудване, обучение

на персонала, е на изплащане, тъй като то е финансирано от нас в началото. Ние сме стабилни финансово и развитието ни като франчайз не е поради невъзможност да отворим други обекти. Просто по този начин фокусът ни ще бъде върху развитието на марката.

- Като франчайзодател какви трудности срещате на българския пазар?

- Мнозина мислят, че купувайки франчайз, стават инвеститори. Те трябва да са наясно, че си купуват „работа“. Ако има хора, на които им се работи, омръзнало им е да бъдат недооценени от своите работодатели, имат проблеми в работната среда и искат да бъдат сами шефове на себе си, това е най-подходящият бизнес модел. Предлагам им ноу-хау за работа, чрез което да изкарват пари.

- Румънският пазар ли е първата дестинация извън България, в която Fresh Bar ще се развива?

- Да. В момента водим преговори за помещенията и се надявам до няколко месеца да отворим първия обект извън България. Той няма да е на франчайз, тъй като държа ние да го разработим и да изпробваме пазара. Най-вероятно ще платим за разликите в пазара, който все още не познаваме, и за уроците, които ще научим.

- Коя е вашата мерна единица за успех?

- Постоянството. Много хора могат да започнат бизнес, да го изградят, но повечето след това залязват. Успех е, че продължаваме да правим това, което правим, че постоянно се развиваме.

Любомир Хърсев:

ВИНАГИ ИМАМ АЛТЕРНАТИВЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ

автор: Яна Колева

Финансовият директор има мисията да охранява и подsigурява запазването и увеличаването на стойността на компанията в дългосрочен план. Негов ангажимент е оценката и управлението на рисковете с разработване на различни сценарии, създаване на правила и предоставяне на информация за анализ и взимане на рационални бизнес решения, участие в разработването и осигуряване на финансиране на цялостната стратегия.

Предизвикателството едновременно да си финансов и административен директор допълва с ново съдържание и подкрепя мисията на финансовия директор. Това дава възможност за по-цялостен и всеобхватен поглед върху ключови направления от компанията, които са от стратегическа важност за успешното ѝ функциониране. В допълнение към направления „Финансово-счетоводно“ и „Контролинг“ – стандартни за позицията на финансов директор, под мое ръководство са и направленията „IT системи“, „Вътрешен одит“ и „Нормативно съответствие“, които също разработват, контролират и оптимизират процедури и процеси във фирмата, разпознават и управляват рискове и осигуряват анализ в подкрепа в мениджмънта.

Добър финансов мениджмънт може да се прави само когато се познава добре спецификата на бизнеса, правилата са ясни и се спазват системно от всички отговорни направления, но не и поради факта, че може да има последствия, а защото са осъзнати като необходими за доброто управление. Финансовият мениджмънт може да е успешен само когато е органична част от цялостната дейност и процес на управление и се възприема от всички по този начин.

От финансовия мениджър зависи да създаде условия за прозрачност, обективност и ефективност. Да осигурява периодично числова оценка за текущото финансово положение, да подпомага реализирането на ключови проекти, да бъде доверен партньор и консултант на главния изпълнителен директор и останалите членове на ръководството.

Успешното финансово управление на компания, кое-

то е част от мултинационална група, изисква дипломация, решителност, висока чувствителност към потенциални рискове и визия за възможности, които може да се защитят пред централата и да се реализират на ниво страна или група.

Опитът ми на финансов мениджър ми показва, че има набор от условия, които трябва да са налични за доброто функциониране на една фирма. На първо място безспорно са хората - като екип от съмишленици. Важни са и корпоративната среда и култура, които гарантират прозрачност, откритост и честност.

Решаващи за успеха на всеки ръководител са волята за постигане на целите, трудолюбието, самообладанието и прагматичността. През годините съм имал щастието да срещна и ръководители, на които съм се възхищавал за способността с обикновен калкулатор и няколко прости изчисления коректно да потвърдят или отхвърлят сложни финансови анализи.

Правилата, които като финансист спазвам, са много. За мен е важно винаги да имам един план за работа и план Б, при евентуална промяна на първоначалните обстоятелства. Една от моите задачи е да се грижа и колегите от останалите ресори да имат алтернативен план за действие.

Инвестиции се правят, когато коректно извършената оценка за тяхната възвръщаемост потвърди ползата от тяхната реализация. Разбира се, в трудни времена при криза на даден пазар нараства консервативността и намалява броят на потвърдените проекти, финансирани като приоритетни.

Бизнесът ще расте, ако концепцията или продуктите са уникални и има търсене за тях, ако е налице непрекъснат стремеж за подобрене, ако има екип съмишленици, споделящи еднакви ценности, ако се работи честно и открито, ако липсват изкуствени ограничения (регулации). Наред с тези предпоставки винаги е хубаво да имаш и щипка шанс.

⋮ ДОБЪР ФИНАНСОВ МЕНИДЖМЪНТ МОЖЕ ДА
⋮ СЕ ПРАВИ САМО КОГАТО СПЕЦИФИКАТА
⋮ НА БИЗНЕСА СЕ ПОЗНАВА ИЗ ОСНОВИ



Любомир Хърсев е финансов и административен директор и член на борда на директорите на „Лидл България“. Поема тази висока отговорност още с присъединяването си към екипа на компанията през 2010 г., малко преди стъпването на веригата на българския пазар. Има над 18-годишен опит в сферата на финансите. Професионалният му път минава през основните звена на финансовата кариера - от финансов анализатор до финансов и административен директор. Заемал е различни ръководни позиции в български и чуждестранни търговски и холдингови компании.

Технологиите налагат промяна и в нашата работа и това има както положителни, така и отрицателни характеристики. Трябва да се работи и в двете посоки - от една страна, като се контролират рисковете, а от друга, като се използват възможностите. Към първата страна причислявам автоматизираните процеси, облекчаването на работата, новите възможности за дълбочинен анализ, а към втората - предизвикателствата към информационната сигурност, ограничаване на личното пространство, защита на личните данни и съкращаване на цикъла на използване на определени технологии и оборудване.

Измерител за доброто финансово управление са успехите на фирмата в дългосрочен план, тоест финансовото управление е станало хомогенна част от управлението на компанията и е довело до нужната стабилност и ефективност.

Най-голямата трудност, която преодолях, бе амбицията да знам във всяка една област повече от всички във всеки един момент. Сега за мен по-важно е такъв да бъде моят екип. Далеч по-важни за успеха на един ръководител са мотивирането и вдъхновяването на екипа, както и задаването на ясна стратегическа посока.

Насочих се към финансовия сектор, тъй като просто следвах стъпките на по-големия си брат. За щастие на покъсен етап установих, че това наистина е областта, в която искам да се развивам.

Обичам работата си, защото работя във фирма с високи цели, морал и култура, обграден от съмишленици, устремени към съвършенство във всяко нещо, което правят. Разполагам с прекрасен екип от будни и способни професионалисти и силни личности.

Сега е подходящо време за анализ и оценка на свършеното през изминалата година и за изготвяне на нова програма за подобряване на ефективността. Задължителни елементи в нея са обучение и развитие на служителите, подобрения в процесите и комуникацията между звената.

Моят професионален съвет е да не се забравя, че всеки екип и организъм е толкова силен, колкото силно е неговото най-слабо звено. Не подценявайте и не изоставяйте работата в нито едно звено, развивайте непрекъснато своите сътрудници, отчитайте и малките успехи и се вдъхновявайте от тях.

Ваня Манова:

ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА Е ИНСТРУМЕНТ В БОРБАТА СЪС СИВАТА ИКОНОМИКА

автор: Яна Колева

Г-жо Манова, защо сте лично мотивирани да подкрепите усилията на КРИБ и националната кампания „Бизнес на светло за по-добро бъдеще“?

- Моята мотивация е нетърпимостта ми към всички видове измами и техните измерения. Сивата икономика по своята същност е измама, тя е феномен с дългосрочни негативни последствия за всяка страна и за цялостния просперитет на обществото. А главният фактор за разпространението на сивата икономика са парите в брой. Те не може да бъдат проследени, изключително скъпи са и никак не са сигурни. Подхранват нелоялната конкуренция и поставят основите на финансовото изключване на милиони хора от глобалната икономика – те стават изключително уязвими и неспособни да планират ефективно във финансово отношение. Аз не толерирам нищо от това, което ограбва моето бъдеще и това на децата ми. Нещо повече – смятам, че всеки човек трябва да споделя тази нетолерантност.

- Съветвате всеки да проявява нетолерантност към всичко в сивата зона. Защо?

- Много хора дори не осъзнават, че участват в тези процеси и допринасят за разпространението на сивата икономика, когато например приемат да получават част от възнаграждението си по банков път, а друга част – в брой, когато не изискват касов бон за своите всекидневни покупки. От друга страна, вярвам, че всички тези хора лесно биха променили поведението си, когато се запознаят

с всички облаги, които пропускат в резултат от съществуването на този феномен. Затова се присъединявам към усилията на КРИБ да водим заедно разговора за сивата икономика и да се застъпваме за промяната в България. Mastercard е глобална компания със значителна експертиза в борбата със сивата икономика и заедно с КРИБ имаме обща цел. Вярвам, че синергията в нашето сътрудничество ще донесе по-добри резултати.

- Председателят на УС на КРИБ Кирил Домусчиев твърди, че „икономиката не расте на сянка“. Какво е вашето мнение?

- Не бих могла да го кажа по-добре. Както в природата – естествената светлина е от най-голямо значение за здравословния растеж. Но това, от което също има нужда, е личната ангажираност и грижа от страна на човека. Същото е и с икономиката: пътят към справедливия растеж е да прилагаме механизми, които се борят срещу сивата икономика и трябва да бъдат следвани както от бизнеса, така и от потребителите, защото накрая потърпевшите сме ние. Един от инструментите за това е поширокото приложение на електронните разплащания в градската инфраструктура – както в държавните структури, така и в бизнеса. Ето защо Mastercard се ангажира да осигури финансовото включване на 500 милиона граждани в икономиката до 2020 г., над 100 милиона от които са в Европа. Но включването на тези хора в икономиката не означава нищо само по себе си, ако инфраструктурата не е подготвена да улесни и подсигури тези разплащания. Затова процесът е на няколко нива и изисква въвличането на всички страни – правителство, бизнес и граждани. Радвам се, че авторитетна организация като КРИБ води активно разгово-

**В БИЗНЕСА, КАКТО
И В ПРИРОДАТА,
ЕСТЕСТВЕНАТА
СВЕТЛИНА Е ОТ
НАЙ-ГОЛЯМО
ЗНАЧЕНИЕ ЗА
ЗДРАВΟΣЛОВНИЯ
РАСТЕЖ**



Фото: Десислава Веселинова

Ваня Манова е мениджър на Mastercard за България и Македония и отговаря за развитието и изпълнението на локалната стратегия на компанията. Присъединява се към Mastercard през 2008 г. като мениджър „Връзки с клиенти“. Има дългогодишен опит в банковата индустрия, където започва като системен администратор и стига до директор „Банкови карти“. Завършила е Софийската математическа гимназия и има магистърска степен по компютърни технологии от Техническия университет в София.

ра по тази така наболяла тема на модерната икономика и се бори за промяна.

- С какво асоциирате „бизнес на светло“?

- Бизнес на светло е предоставяне на пълна прозрачност на разплащанията и паричните потоци. Електронните разплащания – в търговски обекти, онлайн или в движение, по всяко време, доказваха, че са успешният инструмент да върнем бизнеса обратно „на светло“. Тук бих добавила и значимостта на това да управляваш бизнеса си отговорно, което означава да се грижиш за своите служители, да стимулираш разнообразието и равенството между половете. Това са основни ценности, които откриват хоризонтите и

гарантират стабилност за всеки бизнес.

- Кое дава правото на сивата икономика да съществува?

- Това е както парите в брой и финансовото изключване като феномен. Нека не се залъгваме, че хората не са част от т. нар. сива икономика. Скорошно проучване на Mastercard, проведено на шест от най-големите европейски пазари, на които оперираме, показва, че милиони европейци нямат достъп до глобалната икономика – те нямат банкова сметка или не разполагат с разплащателен инструмент. Затова те използват главно кеш, като така разширяват нивото на сивата икономика. Тези хора не са маргинални групи и из-

ключването не е нещо, което се случва на уязвимите групи, тъй като една трета от финансово изключените европейци работят и са на възраст между 18-34 години.

- Какви са последствията от това изключване?

- То има сериозно влияние върху качеството на живот на хората, като ги лишава от основни предимства и достъп до повишена сигурност, удобство и най-вече от достъп до глобалната икономика. Постоянната зависимост от кеш прави хората изключително уязвими при загуба или кражба на пари или при платежни спорове, тъй като няма електронна следа или доказателство за покупка. Зависимостта от пари в брой е също така предпоставка за неспособност да се планира финансово напред във времето. В такива случаи тази част от обществото може да прибегне към неподходящи алтернативни методи за плащане, което пък да доведе до дългове. Тези хора нямат доказателство за финансова самоличност, нямат начин да спестят „за черни дни“, да изтеглят заем, да се подсигурят. Но има механизми, които борят това и всички трябва да работим в тази посока.

- Споделете някои от идеите си за справяне със сивата икономика в България. Каква е ролята на електронните разплащания и на дигитализацията?

- Няма универсално решение, тъй като се сблъскваме с различни нюанси на сиво в контекста на икономиката. Справянето с толкова обширен проблем изисква мерките да бъдат взети от всички заинтересовани страни на пазара – затягане на вътрешния и външния контрол, въвеждане на платежни мандати, предлагане на продукти и услуги, които са в полза на електронните разплащания, имплементиране

на мерки за демотивиране на разплащания в брой. Дигитализацията като процес е успешен инструмент за борба със сивата икономика. Проучването, за което споменах, разкри огромен ръст в разпространението на технологиите. Достъпът до технологии чрез използването на смартфони се е увеличил значително сред европейците – от 29% през 2013-а до 49% през 2016-а. Но една четвърт (27%) все още нямат достъп до финансови продукти и услуги, което подчертава категорично скъсаната връзка между тези, които използват технологии, и тези, които имат достъп до финансови продукти и услуги. Заедно с иновациите и образованието, дигиталните решения и електронните разплащания може да са мостът между технологиите и достъпа до финансови услуги. Така ще се намали и нивото на сивата икономика.

- Какъв би бил ефектът върху инвестициите в България, ако всички работеха „на светло“ и играта наистина беше честна?

- Ефектът би бил позитивен. Намаляването на нивото на сивата икономика означава по-добър бизнес климат, по-малко корупция. Чуждестранните инвеститори често споделят, че корупцията, нелоялната конкуренция и сивата икономика са едни от най-големите пречки за правене на бизнес в България. Необходимо е всички да се стремим да подобрим средата.

Технологиите – ако се използват правилно – могат да помогнат на нас като глобално общество да постигнем неща, за които минали поколения само са си мечтали: да намалим още повече бедността, да включим финансово повече хора и да подхраним икономически растеж.



.....

**MASTERCARD
Е ГЛОБАЛНА
КОМПАНИЯ С
ЕКСПЕРТИЗА
В ПРОТИВО-
ДЕЙСТВИЕТО
СРЕЩУ СИВАТА
ИКОНОМИКА
И СЪТРУДНИ-
ЧЕСТВОТО НИ С
КРИБ ВОДИ ДО
СИНЕРГИЯ
В РЕЗУЛТАТИТЕ**

КАМПАНИЯ

организирана от КРИБ
и списание “Икономика”

БИЗНЕС *на* СВЕТЛО

С подкрепата на:



Мариана Коцева:

СТАТИСТИКАТА Е ОГЛЕДАЛО НА ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ

автор: **Татяна Явашева**

Г-жо Коцева, колко „тежи“ една ябълка в ЕС-28?
- Статистиката не работи с индивидуални данни. Тя разкрива общите тенденции и затова е по-интересно да се знае колко ябълки се произвеждат в Европейския съюз, кои държави са най-големите производители, какво е развитието на тази дейност през годините, консумираме ли повече от този плод. Винаги трябва да има смисъл и полза от информацията.

- Как във времето се променя ползата от статистическата информация?

- Исторически статистиката е възникнала, за да отговори на потребността от информация за държавата. Статистика - произлиза от немската дума Staat, която означава държава. Първите статистически данни за население, реколта, добитък са събирани за целите на държавното управление. Постепенно потребителите на статистическата информация се увеличават и държавата вече не е основният потребител. С развитието на икономиката статистиката става нужна и на хората, които правят бизнес, но и на обикновения човек. Модерните технологии дават възможност дори от чисто любопитство да се правят сравнения. Все повече важните решения – даже в личен план, се вземат на базата на статистическа информация.

- Статистиката събира различни данни, но дали правилно разчитаме информацията и умеем ли да боравим с нея?

- Моята кариера в статистиката ме научи, че не е важно само да съберем данните, тъй като в съвременния свят има все повече източници на информация и те са леснодостъпни. Затова официалната статистика има отговорност да тълкува и да обяснява числата, но и да помага на хората да

се ориентират в тях. Актуален е и въпросът за грамотността по отношение на търсенето на информация – къде и как да се търси, как да се преценява на кои данни може да се има доверие.

- Злоупотребява ли се със статистическата информация?

- И политиките, и бизнесът, и медиите все повече се позовават на статистически данни, за да обосноват своите тези и намерения. Има случаи на неправилно интерпретиране на информацията, но винаги това се прави целенасочено. Често има недоразбиране. Тенденция е медиите да ползват данни на статистиката и около тях да разказват истории. Така журналистите помагат на числата да оживеят, те ги одухотворяват, след като са публикувани на сайта на Евростат например.

- Все по-често споменаваме демографския срив, но какво трябва да имаме предвид отвъд сухата статистика?

- В тази сфера нещата не може да се променят за година или две. Демографският срив, който наблюдаваме, е следствие от по-малко родените деца през 90-те години, но и от миграцията на младите хора. Дори когато се предприемат политики, броят на децата ще остане нисък за известно време, защото щом днес се раждат малко деца, след 20 години ще има малко майки, които да създават ново поколение. Числата отразяват моментно състояние, но показват какво може да се случи в бъдеще, именно вследствие на сегашното състояние. Когато има проблем, политиките трябва да се предприемат своевременно и да не се отлагат, тъй като в противен случай проблемът само ще се задълбочи.

- В България на порции се хвърлят стряскащи данни

⋮
⋮
⋮
⋮
**ЧИСЛАТА ТРЯБВА ДА СЕ ГЛЕДАТ ВЪВ
ВЗАИМОВРЪЗКА, ЗА ДА СЕ ВИДИ ЦЯЛОСТНАТА
КАРТИНА И ДА СЕ НАБЕЛЕЖАТ ПРАВИЛНИ РЕШЕНИЯ**



как нашата страна е на последно място в ЕС и как оглавява негативни класации. Кое ви се вижда най-обезпокояващо?

- Още когато в България оглавявах Националния статистически институт, исках да покажа, че числата трябва да се гледат във взаимовръзка. Само така може да се види цялостната картина и да се набележат правилни решения. Когато при мен в Евростат дойдат нови данни, винаги гледам с възмущение данните за нашата страна. Да, има показатели, по които сме на последно място в ЕС, но това е обективно обусловено. Например нивото на доходите или нивото на цените не може изведнъж да се промени. Но има други показатели, които събуждат у мен притеснения за България. Стръсащ е броят на младите хора, които нито учат, нито работят – това са около 20%, т. е. всеки пети млад човек на възраст до 24 години. Тревожни са и данните на изследването PISA за грамотността на българските ученици. Статистиката е източник на информация за бъдещето. Ако не се вземат мерки, няма как да се разкрият положителни тенденции след това.

Мариана Коцева е u.g. генерален директор на Евростат от 1 януари 2017 г. Тя стана част от екипа на европейската статистическа служба през 2012 г., след като спечели с конкурс поста на специален съветник в базираната в Люксембург институция. От 1 юли 2014 г. поема поста зам.генерален директор. В продължение на над четири години - от януари 2008 г. до април 2012 г., беше председател на Националния статистически институт (НСИ). Има професионален опит като консултант на програмата на ООН за развитие, Световната банка, както и на министерствата на труда и заетостта в България и Сърбия. Академичният ѝ опит включва магистърски и докторски степени по икономика и статистика от УНСС, Университета на щата Ню Йорк и Централноевропейския университет в Прага. Тя е доцент по статистика.

ЕВРОСТАТ ОЧАКВА
ОТКРИТ ДИАЛОГ
С БИЗНЕСА ЗА
СТАТИСТИЧЕСКАТА
ИНФОРМАЦИЯ И
ВЯРВАМ, ЧЕ ДОБРИТЕ
ИДЕИ МОЖЕ
ДА ДОЙДАТ ОТ
БЪЛГАРИЯ

- Преброяването на населението в България през 2011 г. остава ваша гордост като тогавашен председател на НСИ. На какво бихте искали да обърнете внимание?

- Изключителен успех беше електронното преброяване, в което се включиха 42% от населението. Събрахме много данни, които показват, че светът се променя бързо, че България е различна. Тогавя например открихме, че делът на младите хора у нас, които съжителстват без брак, е един от най-високите в Европа. Това е нова тенденция. Установихме редица регионални различия. Потвърди се влиянието на дигиталните технологии върху живота на младото поколение.

- Как обаче се променя отношението към статистическите данни?

- Определено на национално и на европейско ниво на статистиката се гледа с отговорност и се разчита на нея. Увеличава се желанието за все по-детайлна информация. Търсят се данни на ниво населено място. Тенденция в световен мащаб е да се произвежда статистика не само по административни единици, например общини, но и за територии, очертани по географски координати - например крайбрежни зони.

- Новите технологии дават нови възможности. Как това влияе на самата статистика да се променя?

- Тя се променя постоянно и за нас, статистиците, това е голямо предизвикателство. Сега може да се извличат данни и от интернет, и от социалните мрежи, от административни източници, има редица електронни регистри. Вече не е нужно да питаме хората за неща, за които има информация. Друг момент е, че сега информацията се произвежда на момента. И въпросът е не само да съберем информацията, а да отсеем тенденцията и полезното знание.



- Каква в такъв случай е статистиката днес?

- Ако преди тя беше дейност за събиране на данни, днес тя служи за извличане на информация от огромен обем данни. Фокусът на нашата работа е да имаме правилен подход и да стигнем до полезното знание.

- Всяка професия оказва влияние, вас как статистиката ви „деформира“?

- Моят преподавател по демографска статистика проф. Балевски казваше, че като върви по улиците, вижда хората като числа. Аз нямам такава деформация. Мнозина мислят, че статистиката е суха наука. Тя обаче е много интересна и всеки, който се занимава с нея, пръв научава какво се случва със света. Говорим за иновативни фирми, но как да измерим колко са тези фирми? Трябва да определим какво е иновация, трябва да има набор от въпроси, които да са сравними във всички държави. Бизнесът

и правилата са динамични. Ние сме в постоянно състезание със света, който се променя. Самите ние трябва да сме в крак с тази динамика, за да може правилно да измерим, да отразим промяната и да обясним на хората какво точно се случва. Работата ни е изключително отговорна. Данните трябва да излязат навреме, да са коректни и да са произведени с минимум средства. Това ни кара да сме иновативни.

- Какви тенденции се очертават в ЕС, като се опирате на правилно разчитаните от вас статистически данни?

- Статистиката не прави прогнози и не дава препоръки за политики. Нашата задача е да представим числата така, че те да говорят, да крещат дори. Единствените прогнози, които националните статистики и Евростат правят, са демографски. Статистическите данни очертават силното влияние на глобализацията и преодоляването на националните граници на бизнеса чрез мултинационалните компании. Производството не е в границите само на една държава. Друга тенденция е намаляване и застаряване на населението в Европа. Дигитализацията и използването на информационните технологии все по-силно влияят и върху бизнеса. Те дават отражение върху образованието, колкото и то да е консервативно. Въпросът е кое при управлението на промяната е в компетенциите на Европейския съюз и кое е в ръцете на отделните държави.

- Как говорят числата отвъд събраните данни?

- Числата отразяват света, а той е в непрестанна промяна. Затова според мен статистиката е огледало на постоянно променящия се свят. Има една карикатура – котенце се оглежда в огледало и вижда лъв. Статистиката не трябва да е криво огледало и не бива нито котката да се види като лъв, нито лъвът като котка.

- Така стигнахме и до трактовката за статистиката като стъкмистика...

- Доверието в статистиката постоянно се повишава, но за това доверие непрестанно се работи. На хората трябва да им се обяснява как работим и процесът за тях да е напълно прозрачен. Така те ще се убедят, че числата не може да се манипулират, или че на лъжата краката са къси. Една от функциите на Евростат е да осъществяваме проверка на качеството на статистическите данни. Имаме методология, по която правим проверките. В международен аспект е важно данните да са съпоставими. Част от нашата работа е да намерим начин за сравнение на различни неща – например на покупателната способност.

- В момента вие сте българката на най-висока позиция в Европейския съюз...

- От септември 2016-а има още една българка - Чарлина Вичева, която е зам.генерален директор на изследователския институт Joint Research Center към Евро-

пейската комисия.

- През 2012 г. явно правилно разчетохте фактите и числата и кандидатствахте за специален съветник в Евростат, след като бяхте председател на НСИ. Кое ви даде увереност, че ще успеете?

- Това, което всеки ден ми дава увереност да казвам, че ние, българите, можем много. Имаме отлични специалисти. В Европейската комисия работят много млади хора, за които има прекрасни отзиви. Просто трябва да имаме по-високо самочувствие. Интересен статистически факт е, че аз съм първата жена, председател на НСИ в 130-годишната му история. Също така досега Евростат не е имал жена за генерален директор. Това е статистически факт, макар за мен полът да не е важен, важен е професионализмът.

- Кога ще се реши дали оставате като генерален директор?

- В момента тече процедура. Преминах подобен конкурс, за да стана зам.генерален директор. Конкурсът е отворен за цяла Европа. Той може да продължи и една година, има 6-7 нива, които трябва да се преминат.

- Как стана така, че статистиката се превърна във ваше призвание?

- Попаднах в нея по погрешка, но останах там. Когато в средата на 80-те години кандидатствах в Икономическия институт в София, информационните технологии навлязаха и като млад човек те ме привлякоха. Статистиката вървеше заедно с тях и постепенно ми стана интересна като професия. Днес тя е ръка за ръка с информационните технологии. В този променящ се свят по нов начин извличаме знанието от множеството данни, които ни заобикалят. Статистиката не е броеве.

- Как обаче мерите успеха?

- Нямам количествени измерения - в това ще изменя на статистиката. Успехът е по-скоро субективно усещане. За мен е важно да харесвам това, което работя, и да имам усещане, че съм направила нещо значимо. Преброяването през 2011 г. определено беше успех за мен като ръководител на НСИ. Тогава постигнахме национално обединение, показахме афинитет към дигиталните технологии. В усещането за успех значение имат семейството, приятелите, колегите. Когато се връщам в България, хората с които съм работила в НСИ, ми казват: „Много работихме, но беше хубаво“.

- Какво ще кажете на българския бизнес?

- Усърдието ни е да направим статистиката по-полезна и използвана от бизнеса. Искам да уверя, че се стремим да не дублираме информацията и усилията ни са да минимизираме натоварването на бизнеса при събирането на информацията. Ще се радваме на открит диалог. Вярвам, че добрите идеи може да дойдат от България.

⋮
⋮
⋮

**ВЪПРОСЪТ Е НЕ САМО ДА СЪБЕРЕМ ИНФОРМАЦИЯТА, А ДА
ОТСЕЕМ ПОЛЕЗНОТО ЗНАНИЕ И ДА ВИДИМ ТЕНДЕНЦИИТЕ**

ЕКСПЕРИМЕНТЪТ С КРАТКАТА РАБОТНА СЕДМИЦА



автор: **Владимир Митев**

През 1928 г. Хенри Форд въвежда първи в Щатите 40-часовата работна седмица. От 1938 г. закон я превръща в стандартна за трудещите се в САЩ. Става норма и в световен план. Вместо да работят по шест дни в седмицата, хората започват да се трудят по 5 и имат възможност за по-съдържателен живот извън завода или службата.

Но 40-часовата работна седмица е характерна за индустриалната епоха, която отстъпва пред реалностите на постиндустриалното и на информационното общество, с което се свързват времената след 80-те години на ХХ век. През 2016 г. броят на американците на свободна практика

достигна 35% от трудещите се и тенденцията е той да нараства. От години гъвкавото работно време, възможността за почасова работа или работа от дома са представяни като обективна необходимост. В същото време те водят и до по-голяма несигурност за работещите.

Технологичното развитие обаче продължава и се очаква трудовият пазар в целия свят да бъде разтърсен от все по-голямото използване на роботите и на изкуствения интелект. През 2015 г. в световен план са били продадени над 253 000 индустриални робота, твърди изследването World Robotics 2016 Industrial Robotics на Международната федерация по роботика. Според прогноза от 2013 г. на учени от



ЕВРОПА Е ЛИДЕР ВЪВ ВЪВЕЖДАНЕТО Й, ДОКАТО ЩАТИТЕ ЗАСЕГА САМО СИ МИСЛЯТ ЗА НЕЯ

ботна седмица води до по-голямо удовлетворение от работата – тъй като дългите часове на труд провокират спад в ефективността и мотивацията. Освен това, когато се работи по-малко, намалява стресът и като цяло здравето на трудещите се става по-добро. Ефикасен начин за борба със синдрома на прегарянето е именно кратката работна седмица.

За нея могат да бъдат дадени и други аргументи. Тя се отразява по-добре на околната среда. Huffington Post твърди, че намаление на работната седмица с 10% води до спад с 15% в отделяните въглеродни емисии на човек.

Според Центъра за нова американска мечта хората, които работят над 11 часа на ден, изпадат в депресия и имат 60% по-голяма вероятност да получат сърдечносъдово заболяване от онези, които работят стандартно по 8 часа. Проучване на Gallup от 2014 г. показва, че почти 40% от американците се трудят поне 10 часа всеки ден, или общо над 50 часа седмично.

„Някога ни бяха казали, че в края на XX век ще имаме много свободно време. Вместо това днес САЩ имат най-късата продължителност на живота за богата държава в света“, обяснява Джон де Грааф, режисьор на филма „Върни си твоето време“, който изследва прекаления по продължителност и усилия труд на американците.

Медии като Bloomberg и Huffington Post дават за пример европейското отношение към труда. Те припомнят, че в Дания се работи по 33 часа седмично, а в Италия – по 36 часа. В Холандия работниците могат да поискат да преминат от пълно работно време на почасово и работодателят е задължен да удовлетвори желанието им. Скандинавските държави също са известни с по-къси от традиционната работни седмици. Едва ли е съвпадение, че същите държави са на предни места по щастие в света.

Всички тези факти са неоспорими и разкриват човешката, социалната и икономическата логика в подкрепа на по-кратката работна седмица. Философията зад тази идея е, че богатството не се измерва само в изработени пари или купени вещи, а има и неизмерими с числа страни. А те са свързани с наличието на свободно време, в което работниците и служителите могат да реализират свои желания и интереси, без да трябва да се съобразяват с трудова дисциплина, стрес и задачи.

Идеята обаче среща и някои трудности в своето приложение – и то именно там, където като че ли са най-убедени в нейната жизнеспособност. Например в Швеция. Там само около 1% от хората работят повече от 50 часа седмично. Средният показател на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие е 13%. Шведите имат по закон

Оксфордския университет 47% от работните места в Щатите са в риск от „компютризиране“, т.е. при тях машини ще могат да заменят хората през следващите 20 години.

В този контекст стават все по-силни призивите работната седмица да бъде намалена дори при известните с работохолизма си американци. Един от икономическите аргументи в подкрепа на идеята е, че подобна стъпка би имала ефект, подобен на политиката за по-кратка заетост по време на Великата депресия, позволила по-голям брой хора да получават заплата и да изпитват удовлетворение, че се трудят.

Статии в световната преса изтъкват, че по-кратката ра-

25 дни отпуска, а много от големите фирми предлагат и по-големи ваканции. Обикновено офисите са празни след 17 часа в работните дни, разказва BBC.

Въпреки че Швеция има силни синдикати и новаторско мислене по социалните въпроси, опитите тестово да бъде въведен шестчасов работен ден (30-часова работна седмица) в Гьотеборг пропаднаха, след като в началото на 2017 г. бе обявено, че фирмите, които са пробвали новата система, е трябвало да влязат в големи допълнителни разходи, за да наемат допълнителни служители в опит да отговорят на нововъведението.

Експериментът започна през 2015 г. Работните смени бяха намалени от осем на шест часа, като нивото на доходите бе запазено. Първоначално оценките за мярката бяха позитивни и се базираха на по-голямото удовлетворение у работниците. Новините за възникващите финансови дисбаланси в тестващите фирми накараха местните власти в града да спрат опитите. Независимо от това различни компании прилагат от есента на 2016 г. именно този модел на шестчасова дневна заетост.

Друга страна, известна с баланса между труд и личен живот, е Франция. През 2000 г. тя става първата държава в света, въвела 35-часова работна седмица. През последните две години социалистическото правителство, подкрепено от президента Франсоа Оланд, тръгна на поход срещу правата на наемните служители в опит да придаде по-голяма динамика на стопанството. На мушката бе и 35-часовата работна седмица, което предизвика недоволство на улицата и на синдикатите.

В крайна сметка бе намалено заплащането за извънредния труд отвъд 35-те часа и бяха ограничени трудови права, като политиката от 2000 г. остава в сила. Независимо, че според The Economist производителността на френския работник

надхвърля с много тази на британския и дори превъзхожда малко тази на немския, тенденцията е за по-„гъвкави“ трудови отношения във Франция.

На европейско ниво по-малко количество часове работят и в други държави – като Холандия или Дания. Само във Франция и Словакия се работи по-малко, отколкото е средната датска заетост от 39,6 часа седмично. Ако се гледа само работното време, повечето часове не обещават задължително икономически успех. Гърците например работят най-много в ЕС – 44 часа седмично, но и тяхната икономика е в криза от години.

През май 2016 г. финансовата телевизия CNBC разговаря с американската специалистка по мотивация на служителите Ани Перин, според която работата не трябва да се измерва само в броя часове труд, но и в „енергията, която се влага“ в нея. „Колкото повече организациите инвестират в своите служители, толкова повече последните ще инвестират обратно в своята компания“, казва експертката.

Според проучване от 2014 г. американците работят средно 47 часа на седмица. Перин смята, че дори и шестчасовата работна седмица да има успехи в скандинавските страни, трудовите традиции в Щатите са свързани с 40-часово натоварване.

Мнозина признават обаче, че американските работници са претоварени и при тях възникват смущения в съня и повисоки нива на стрес. Неслучайно статиите и дискусиите за въвеждане на кратка работна седмица от Атлантика зачестяват. Ако действително се докаже, че това е модел, който дава и по-голяма производителност, и по-добро качество на живот, би било трудно да му се оказва съпротива. Промяната на трудовите традиции обаче става много по-лесно там, където синдикатите са силни. В това отношение традициите на Западна Европа и Скандинавието са достойни за уважение.





WEBIT FESTIVAL EUROPE

ENTERPRISE | POLICY | STARTUPS

СЪБИТИЕТО, КОЕТО ПОДГОТВЯ

**ВАШИЯ БИЗНЕС
ЗА ДИГИТАЛНАТА
ТРАНСФОРМАЦИЯ**

БЪДИ НА

WWW.WEBIT.BG

25-26 АПРИЛ 2017 | СОФИЯ

Под патронажа на



Кмета на София
г-жа Йорданка Фандъкова

Проф. Дььргра Макклоку:

БЕДНОСТТА Е НАЙ-ГОЛЕМИЯТ ПРОБЛЕМ НА ЧОВЕЧЕСТВОТО

ЩАСТИЕТО НЕ МОЖЕ ДА СЕ ИЗМЕРИ,
НО ТОВА, КОЕТО МУ ДАВА „ПОЛЕ ЗА
ИЗЯВА“, Е СИЛНАТА ИКОНОМИКА И
ВИСОКИЯТ НАЦИОНАЛЕН ДОХОД

64

РАЗВИТИЕ

автор: Ирина Атанасова

Проф. Макклоки, твърдите, че емпиричното изследване на щастието е научно и философски недостатъчно. В същото време наблягате на силното влияние на икономиката върху щастието. Мислите ли, че щастието е измеримо изобщо? Колко важно е участието на икономиката като индикатор на щастието и какви други индикатори бихте посочили?

- Не мисля, че е разумно да се измерва щастието. Помислете: ако всички са под влиянието на наркотици, всички ще твърдят, че са щастливи, дори и пред най-умния въпросник за измерване на щастието. Проблемът не е статистически. Концепцията е лоша и измерването ѝ е безсмислено. Датчаните редовно се класират като най-щастливите хора на земята. Но в тяхната култура се счита за невъзпитано да кажеш, че си нещастен. Българите са измерени като „нещастни“, защото е ок, дори въпрос на чест, да се оплакваш. Това е доста силно изразена из-

точноевропейска черта.

Може обаче, и трябва, да измерваме възможността на българите и другите нации да консумират. Това касае националния доход, който може да бъде манипулиран така, че да включва остойностяването на околната среда например, или стойността на самопочистващите се къщи. Това е най-добрият показател, който имаме, за удовлетвореност. Националният доход на глава от населението, а не глупавите измервания на „щастие“ е което трябва да бъде в основата на публичните доктрини и политики. Какви политики, питате? Ами оставете българите да упражняват на свобода виталните си сили по креативен начин, както със сигурност биха правили, ако не бяха ограбвани от корупция и държавно регулиране.

Бихме могли да измерваме и удовлетвореността на работното място, което би било част от цялостното „щастие“, което някои хора глупаво се опит-

ват да измерят.

Учените, които се занимават с позитивна психология, като например моят приятел Михай Чиксентмихай, подхождат много по-разумно. Те гледат живота отвън, не спрямо въпросници, и не определят кои професии са добри и кои лоши. Те отбелязват, че една чистачка, която има правилно отношение към професията си, може да бъде много по-успешна в живота от един изпълнителен директор, който мрази работата си.

- Дори и способите за изготвяне на индекс на щастието да са погрешни, мислите ли, че има връзка между по-авторитарните и слабо развити икономически страни и нивото на лична удовлетвореност?

- Разбира се, че това има връзка с нивото на лична удовлетвореност. Можем да го измерим, дори само като наблюдаваме живота на хората. Богатата, модерна икономика дава възможност на хората да процъфтяват. Някои



много бедни хора, като Христос или Сократ, са постигнали висока степен на удовлетвореност и развитие. Но именно рядкостта на такива хора е доказателството. При либерализма истинският принос на обикновените хора като вас и мен и нашите предци, расте. Имаме шанс за духовен, интелектуален, артистичен и атлетичен растеж.

- Твърдите, че скокът на доходите на глава от населението, както и промяната в социалния престиж на предприемачите и иноваторите са отворили път за просперитет и щастие. Някои по-авантюристични либерални теории за развитието на технологичната ефективност и навлизането на икономиката на споделянето предвиждат упадък на капитализма и нарастващ достъп до ресурси и лично развитие. Как бихте интерпретирали тези спекулации през призмата на вашите теории?

- Тези „авантюристични“ теории са в грешка, ако под „упадък на капитализма“ имат предвид, че социалистическият рай чака зад ъгъла. По-възрастните българи са имали личен опит с този рай. Ако тези теории имат предвид, че автоматизацията ще продължи и икономиката на споделянето, базирана на възможността на интернет да гради и предоставя репутацията на предлаганата услу-

Проф. Дирдгра Макклоски е американски икономист и общественик с над 17 публикувани книги и над 400 академични труда за гърба си. Носител е на множество академични отличия в областта на икономиката, историята, комуникацията и философията. Възпитаничка е на Харвардския университет, а от 1968 г. преподава икономика и стопанска история в Чикагския университет. По-късно преподава в Айовския университет (1980-1999), университета Еразъм в Ротердам и в Илинойския университет. В академичните среди, освен с безграничния си авторитет, е позната и с теоретично-концептуалния си сблъсък с Томас Пикети.

Проф. Макклоски е родена през 1942 г. като Доналд Макклоски. През 1995 г., на 53-годишна възраст, женен и с две деца, проф. Макклоски променя пола си и приема името Дирдгра. До днес и двете ѝ деца не разговарят с нея.

Интервюто е представено специално на сп. „Икономика“ от автора Ирина Атанасова, възпитаник на Факултета по славянска филология към СУ и магистър психолог от лондонския UEL. То е от личния ѝ блог, добил широка международна популярност през последната година с поредица от интервюта с водещи световни експерти, с които обсъжда Защо и Как на щастие.

га, била тя такси, краткосрочни заеми и така нататък, то тогава теорията е вярна. Но докато хората не притежават частна собственост, която всъщност да отдават под наем в тази икономика на споделянето и им е позволено свободно да разменят стоки и услуги, което е и дефиницията на капитализма, няма да има подобрене в нито една посока.

А ако се страхувате от безработица, породена от автоматизацията и навлизането на новите технологии – спрете! През 1920 г. значителна част от българската работна сила е била концентрирана в железниците. Днес това е едва един малък процент. Тези хора са намерили други работи, като например шофьори на камиони. През 2000 г. в САЩ 170 хил. души са работили във видеотеки. Днес никой не работи това.

- Какви са вижданията ви по темата за икономическото неравенство – богатите стават ли по-богати, и ако това е така – това случва ли се за сметка на бедните? Има ли връзка между двете икономически крайности или бедността трябва да се разглежда като самостоятелно явление?

- Да, богатите стават по-богати. Но също така и бедните, и за тях това има много по-голямо значение. Погледнете националния доход на България на глава от населението от падането на комунизма до сега. Или един много по-екстреман пример – Китай от 1978 г. насам или Индия от 1991 г. до ден днешен. По време на техните ранни социализми доходът на глава от населението е растял с 1% годишно, което означава, че способността им да купуват стоки и услуги се удвоява на всеки 72 години. Сега, при капитализма, техният действителен доход расте с 5 до 10 % на година, с удвояване на дохода на всеки 7 до 12 години – 4 пъти повече в рамките на едно поколение.

Единственият начин бедните да станат по-богати е при една по-продуктивна икономика. При политики, които облагат с данъци предприемачите, които отварят крайъгълни магазинчета, резултатът е една по-слабо работеща икономика. Аз не подкрепям шуробаджанашкия капитализъм и корупцията.

Но подкрепям – и България също трябва да подкрепи това – икономика, в която обикновените хора могат да започват бизнес, без да бъдат ограбвани от политиците или от нерегламентиран износ към или

внос от Гърция например.

Хората казват, че големите проблеми, пред които е изправено човечеството, са неравенството и замърсяването на околната среда. Не! Големият проблем е бедността. Решете този проблем и проблемът с неравенството в разпределението на важните неща (храна, подслон, образование, здраве) ще бъде решен. Тогава милиони инженери по околната среда ще излязат от страни като Индия, Китай, дори България, и ще решат проблемите с глобалното затопляне и прочие.

- Бихте ли дали своята дефиниция за щастие, удовлетвореност и успех?

- Нека се придържаме към класическата дефиниция, а не „Щастлив ли си тази седмица?“. Националният доход осигурява „полето на изява“, това ще рече достижимата възможност да станеш един от най-добрите тенис играчи, или да построиш великолепен модел на влак, или да изплетеш разкошен пуловер – възможност, която е отказана на умиращите от глад бедни. За да разберете повече, прочетете книгата ми „Буржоазните добродетели: Етика за ерата на комерса“ (The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce).

БЪЛГАРИТЕ СЕ СМЯТАТ ЗА „НЕЩАСТНИ“, ЗАЩОТО Е ОК, ДОРИ ВЪПРОС НА ЧЕСТ, ДА СЕ ОПЛАКВАШ



ПОЩЕНСКА БАНКА
В ПАРТНЬОРСТВО С
EUROBANK PRIVATE BANK
LUXEMBOURG ОТКРИ ПЪРВИЯ
СИ ЦЕНТЪР „ЧАСТНО
БАНКИРАНЕ“ В СОФИЯ
И ПРЕДЛАГА ОЩЕ
ПО-ГОЛЯМО УДОБСТВО
НА КЛИЕНТИТЕ СИ



ЛИЧЕН ФИНАНСОВ НАВИГАТОР

Пред потенциалния инвеститор на финансовите пазари днес има още повече възможности. Добрите финансови решения обаче изискват стратегическо планиране и своевременно набавяне на информация, която може да получите и от професионален експерт.

Пощенска банка, в партньорство с Eurobank Private Bank Luxembourg, предлага специализирани и строго персонализирани услуги за частно банкиране чрез структуриран и надежден достъп до водещия световен финансов център Люксембург. „За да могат клиентите ни да управляват ефективно личните си средства, едно от важните условия е да имат доверен финансов партньор в това начинание. Частният banker може да им даде ценни насоки благодарение на своята професионална експертиза, опит, наблюдение на пазара и разбиране на конкретните клиентски потребности и съпътстващи рискове. Основното предимство на частното банкиране е личният контакт с персонален banker, който може да представи конкретни финансови решения и индивидуализирани спрямо очакванията на даден клиент. Ние се грижим да определим заедно с клиентите си инвестиционните им цели и нивото на техния риск“, коментират от отдел „Частно банкиране и взаимни фондове“ в Пощенска банка.

Частният banker е постоянен сътрудник и навигатор за всички продукти и услуги, които Пощенска банка предлага в сътрудничество с Eurobank Private Bank Luxembourg. Висококвалифициран екип предоставя на клиентите стратегически решения за финансово планиране с цел стабилна дългосрочна възвръщаемост и незабавна ликвидност, както и специализирани услуги и решения, т.нар. в международен план wealth management услу-

ги, носещи редица преференции.

През частния banker и специализирани служители в клонова мрежа можете да получите и допълнителна информация за една от удобните и достъпни алтернативи пред всеки един инвеститор, каквито са взаимните фондове. Взаимните фондове представляват колективна схема за инвестиране и управление на парични средства на финансовите пазари. Предоставяте определена сума, срещу която придобивате дялове/акции на фонда, а набраните средства се инвестират в комбинация от различни финансови инструменти (акции, облигации, депозити и др.). Взаимният фонд се организира и управлява от лицензирано Управляващо дружество. Той е подходящ за хора, които търсят по-висока доходност за своите спестявания, искат да се възползват от възможностите за доходност от финансовите пазари в дългосрочен план, нямат време и специализация да управляват самостоятелно индивидуален инвестиционен портфейл.

Предимства на взаимните фондове на Пощенска банка:

- ✓ многообразие на продукти – взаимните фондове са напълно хармонизирани с европейското законодателство, отговарят на тенденциите на пазара и покриват всички инвестиционни профили;
- ✓ удобни схеми на трансакции – дялове от всеки взаимен фонд могат да бъдат конвертирани във всеки друг Люксембург фонд без допълнителна такса за конвертиране;
- ✓ благоприятна структура на таксите – конкурентни на пазара такси, съобразени с продължителността на инвестицията;
- ✓ професионално обслужване и лесен достъп – професионално управление на фондовете, предоставяне на високо качество и всеобхватност на услугата чрез добре развитата клонова мрежа в цялата страна със специално обучен персонал.

Материалът не е препоръка за вземане на инвестиционно решение.

КАК ПАРИТЕ ДА ДОЙДАТ ПРИ НАС



автор: **Ана Колева**

ИМЕЙЛ МАРКЕТИНГЪТ Е ПОХВАТ, ЧРЕЗ КОЙТО БЪРЗО ДОСТИГАМЕ ДО МНОГО ПОТРЕБИТЕЛИ И КЛИЕНТИ

Търговията е умение, а продажбите са измерим процес - парите на клиента или са дошли в нашия джоб или не. Това умение се тренира като мускул - изисква постоянство, фокус и намерение за растеж. Добрият търговец се нуждае от финансови, правни и счетоводни познания, умения за комуникация и за изграждане на добър имидж. Добрият търговец постоянно се развива, уверява Георги Христулев.

Онлайн продажбите

Онлайн присъствието има специфики. Важно е да изясним своите приоритети, за да увеличим своята ефективност. Опитът на Христулев му дава

възможност да установи ред, който работи успешно. Първо, трябва да имаме много точна и ясна стратегия за това, какво искаме да постигнем в онлайн среда - дали искаме да правим продажби, да рекламираме, да градим репутация онлайн или просто да кажем, че ни има на пазара. Второ, да поставим точни цели по пътя към това, което искаме да постигнем. Трето, да имаме реалистичен бюджет. Една от големите илюзии е, че онлайн означава евтино. Под реалистичен бюджет Георги Христулев има предвид такъв, който сме готови да загубим, ако нещо не се получи, и такъв, който е достатъчно голям, за да си позволим да работим спокойно за постигане на целите. Четвърто, важен е изборът на експерти, с които ще работим, за да получаваме максимума за парите и времето, което харчим. Пето, да се обучаваме

Или печелим, или учим

Пътят към успеха според Георги Христулев

Георги Христулев е специалист по дигитален маркетинг, NLP мастор практик, медиатор. Управител е на дигитална агенция Web Direct и на - Агенция за право и финанси ООД, съдружник е в счетоводна компания QBS. Неговият принцип е „Да правим каквото трябва, пък да става каквото искаме“.



Успехът е състояние на духа. Неговият измерител според мен е човек да изпитва щастие и удовлетворение от това, което прави, и това, което има. „Игрите на успеха“ е име, което създадох преди няколко години за събитие, което „сблъсква“ различни похвати в онлайн маркетинга. Вярвам, че всички играем роли и игри - например ролята на търговец в играта бизнес. Постепенно разширих бранда и започнах да предлагам на клиентите си обучения, свързани с онлайн маркетинг, счетоводство, търговски умения и така за около две години около 1700 бизнеса минават през семинарите. Оценявам този резултат като успешна игра.

Според мен човек или печели, или учи, но и в двата случая печели. Като NLP мастор практик отдавам голямо значение на лингвистиката и начина на употребата на думите и тяхното значение. Ние постоянно си задаваме команди. „Ако направя това и се проваля“ е команда за съзнанието за неуспех. Моята „програма“ е друга: „Да направя това, ще спечеля и ще науча нови неща“. Така се формират устойчиви характери, които се развиват и имат постижения.

непрекъснато и непрестанно да общуваме с хора, които имат по-високи постижения от нас. Това е ключът за повишаване на ефективността и за повече продажби онлайн, твърди специалистът по дигитален маркетинг.

Ефективност

Има три основни канала за придобиване на трафик (посещения) в сайта ни. Глобално са: социални мрежи, Google и имейл. Във всеки глобален „трафиконосител“ има различни канали, които работят с различни по вид скорост и ефективност. Георги Христулев предпочита имейл маркетинга, тъй като е най-бърз и има най-точни данни за анализ, което позволява да променяме търговските си послания и да ги правим все по-ефективни. А как да ги убедим да купят точно от нас? Две са нещата, които помагат - качествен продукт или услуга и ефективна целева страница, от която потребителят да разбере всичко, което го интересува. Информацията трябва да е така поднесена, че потребителят да бъде максимално предразположен да купи от нас, вместо от някой друг.

Канал за контакт

Имейл маркетингът е изпращане на електронни търговски писма до

много потребители. В офлайн света можем да ги наречем брошури, листовки, пликове. Това е ефективно работещ канал, твърди Георги Христулев. Според Закона за електронната търговия има два вида имейл маркетинг: Непоискано търговско съобщение (НТС) и Поискано търговско съобщение (ПТС). При НТС е важно да се изпраща от сървъри, домейни и IP, които не са същите като домейна, от който продават. А при ПТС е важно да са от домейна, от който продават. При НТС предполагаме от какво би се заинтересувал потенциалният клиент, от значение е обемът - до колкото повече клиенти стигнем, толкова по-добре. А при ПТС имаме информация, с която работим (регистрация, вид покупки, обороти и т.н.), затова колкото по-точно таргетираните са съобщенията, толкова по-добре, обяснява специалистът по дигитален маркетинг.

Предимства

Имейл маркетингът има много предимства. При него няма ограничения за текст, визуализации, брой линкове. Освен това разполагаме с най-измеримия и подробен аналитичен инструмент - имаме информация кой къде е кликнул, кой точно е отворил писмото, откъде го е направил, в кол-

ко часа, дали е кликнул на някой от линковете, дали е купил. Също така много бързо достига до огромна аудитория. Може да анализираме кой продукт или услуга се радва на най-голям интерес и там да фокусираме усилията си. Бази данни за НТС може да се купят, а се и събират. И за да разберете дали всички имейли са валидни и в момента, има само един начин - писмата да бъдат изпратени. За ПТС всеки сам събира данни на потребители, които изрично дават съгласие да получават съобщения. А за това има много начини: покупки, регистрации, игри, томболи, любопитна информация.

Мрежа

Интернет ни свързва, интернет ни дели. Ако искаме да продаваме вълнени чорапи в Норвегия, имаме избор да направим онлайн магазин на норвежки, да осигурим подкрепа и обслужване на този пазар и да насочим нашите реклами към норвежки граждани. Също имаме избор да доставим чорапите в склад на „Амазон“, да си направим профил там и „Амазон“ да ни предостави възможности за търговия по цялото земно кълбо срещу процент от продажбите. Какво бихте избрали, пита риторично Георги Христулев.



В СЪРЦЕТО НА РЕКЛАМАТА

автор: Тони Григорова

На рекламния пазар в България вятърът на промяната духа силно. Развитието на технологиите постоянно променя нагласите и навиците на потребителите, а те са крайният адресат на рекламните продукти. За да е на гребена на вълната, тази индустрия трябва да следи под око желанията, интересите и страстите на аудиторията. Не е лесно, но това е цената да оставаш в бизнеса и да се развиваш.

Бягане с препятствия

Предизвикателствата не са никак малко. Като бягане с препятствия е този бизнес, който трябва да накара повече

хора да купят от дадена марка, от даден продукт, да ги убеди да се доверят на някое ново предложение. Умение е да минеш през сърцето на клиента, за да стигнеш до неговия портфейл. Истински професионализъм е да го подтикнеш да плати с удоволствие. Затова и всеки от нас се е убедил как с умела реклама много малки неща са били направени големи.

Добрата стока

Малкият пазар в България е едно от големите препятствия за рекламната индустрия. Постоянният натиск върху цените не стимулира качеството. Но, оказва се, че е импулс



МАЛКИЯТ ПАЗАР И НАТИСКЪТ ВЪРХУ ЦЕНИТЕ СА ГОЛЯМОТО ПРЕПЯТСТВИЕ ЗА РЕКЛАМНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ, НО ТОВА Е ИМПУЛС ЗА РАЗВИТИЕ НА НОВИ ПАЗАРИ

за развитие... на нови пазари. А ако българският рекламен бизнес може да е конкурентен извън пределите на страната, какво по-хубаво от това.

Гениалният рекламист Дейвид Огилви предупреждава: „Ако говорят за рекламата, това е лоша реклама. Ако говорят за стоката, това е добра реклама“. Затова нека да дадем думата на изпълнителните директори на някои от най-успешните компании сами да представят своята „стока“.

Мария Грашнова:

Оцеляват бързите и адаптивните

Мария Грашнова е главен изпълнителен директор на Dentsu Aegis Network България. В началото на 2017 г. пое и поста главен изпълнителен директор на Dentsu Aegis Network за Балканите. Тя ще се присъедини към екипа на Изпълнителния борд на Dentsu Aegis за Северна, Централна и Източна Европа. През 2012 г. се присъединява към Dentsu Aegis Network като управляващ директор на новосъздадената Carat България. През 2015 г. е повишена в главен изпълнителен директор на Dentsu Aegis Network България след успешното стартиране и развитие на медийните брандове Vizeum (през 2013 г.) и iProspect (през 2014 г.).



Рекламният пазар в България в момента се развива. Някои имат чувството, че става бавно, за други пък се променя динамично. Смятам, че сме в период на адаптация към постоянно променящата се среда на дигиталната икономика. Черпим знания и теория, но все още наваксваме с практиката. Ще оцелеят бързите и адаптивните – тези от нас,



Зарина Генчева:

Всеки детайл в аутдор бизнеса е изключително значим

Зарина Генчева е управляващ директор на „Метрореклама“, председател на Транспортна индор аутдор рекламна асоциация (ТИАРА), активен член на FEPE International. Член на КРИБ и на Съвета на жените в бизнеса в България. Карьерата ѝ е изцяло посветена на рекламния бизнес, разширявайки влиянието на външната реклама в съвременната икономическа среда на България и хармонизирането ѝ със световните стандарти в бранша.

През последните няколко години рекламният бизнес в България се разгърна сериозно - рекламодателите инвестират повече и браншът бележи ръст като цяло. До голяма степен считам, че той вече е и устойчиво позициониран, вследствие ясната диверсификация на видовете рекламна дейност, подобряващата се нормативна регулация и създаването на една по-ясна консистентна нормативна основа за осъществяване на този вид бизнес у нас. Това ме кара да вярвам, че към днешна дата повечето компании в сектора са открили пазарната ниша, в която ще работят и ще се развиват, а процесите и отношенията на рекламния пазар ще протичат в изчистена и лоялна конкурентна среда.

Приобщаването на нови компании от различни браншове на икономиката, които да инвестират в реклама, е един от големите успехи за този вид бизнес у нас. Инвестициите бележат ръст и очакванията за 2017 г. са тази тенденция да продължи. Все повече компании припознават нуждата от добре планирани маркетингови стратегии и ефективно разпределение на всеки елемент от медия микса, което се превръща във водеща мотивация при избора им на рекламна компания, която да ги реализира. От своя страна, агенциите и медия шоповете, наред с пряката си работа, работят също активно в посока на прозрачност и яснота.

Рекламният ни пазар има и своите слаби страни, които с обединени усилия в бранша и с помощта на държава-

та се опитваме да заличим. Пример за това е борбата с нелоялната конкуренция, която от години води ТИАРА - в частност с все още съществуващия голям брой незаконни рекламни съоръжения в страната. Като напредък ще изтъкна, че успяхме да заложим началото на Единен публичен регистър на съоръженията, идентична маркировка на същите и регулация на бранша, което вече е сериозна основа за законност, контрол и един далеч по-европейски вид на бизнеса. Тези успехи и грижата за бъдещето силно мотивират мен и екипа на Асоциацията, опирайки се на опита на „Метрореклама“, да заложим сред целите си през 2017 г. нещо изключително важно – изготвянето и въвеждането в експлоатация на измервателна система за ефективност на външната реклама. Така всеки един рекламодател ще има полезна обратна връзка по веригата: поставени цели, инвестирани средства, реализирана кампания, отчетени резултати и сам ще може реално да прецени постигнал ли е това, което е целял. Уверена съм, че справим ли се с това предизвикателство, можем да очакваме сериозен ръст на инвестициите в сектор „реклама извън дома“.

„Метрореклама“ е компания за външна реклама с утвърден авторитет в българското медийно пространство. Оперираме успешно с най-голямото многообразие от рекламни площи, богат избор на средства за комуникация и съвременни рекламни формати, изцяло покриващи територията на България. Портфолиото ни включва сериозни мрежи от съоръжения за реклама извън дома. Предлагаме позиции на територията на софийското ме-

· РАЗРАБОТВАМЕ ИНОВАЦИИ И ПРЕДЛАГАМЕ
· ЕФЕКТИВНИ ВЪЗМОЖНОСТИ ПРИ
· БЕЗКОМПРОМИСЕН ПРОФЕСИОНАЛИЗЪМ

тро, магазини „Билла“ и „Кауфланд“, автотранспорт, кина Cine Grand, както и национална мрежа от съоръжения в цялата страна. Тясното взаимодействие със стратегическите ни партньори „Билборд“ и „Дедрак“ ни дава още едно голямо предимство – възможност за производство на рекламни визии и комплексно обслужване при най-изгодни условия за клиента.

Изключително важно за „Метрореклама“ е да съхрани доверието сред клиентите си, да разбира нуждите им и да им предлага най-добрите решения. Ето защо полагаме целенасочени усилия в изграждането на устойчив бизнес в съответствие с актуалните тенденции, добрите практики, правилата на корпоративно управление и социална отговорност. Инвестираме в повишаване квалификацията на екипа, в неговото обучение и развитие, в привличането на нови качествени кадри, в иновативни технологии и оборудване, водени от ясното съзнание, че всеки детайл е изключително значим. Уверени сме, че в огромния микс от канали за външна реклама, с които разполагаме, всеки един рекламодател може да открие необходимата му ефективна възможност, при ус-

ловия на безкомпромисен професионализъм и отговорност от наша страна. Перспективите ни за развитие в известен смисъл се определят и от развитието на нашите партньори. Например разширяването на софийското метро, строителството на магистрали и нови магазини от веригите „Билла“ и „Кауфланд“, водят след себе си допълнителни рекламни площи и възможности за нашата компания. А участието ни в общински търгове дава шанс за увеличаване на градските ни позиции в портфолиото.

Амбициите ми далеч надхвърлиха границите на България в качеството ми на председател на ТИАРА. Само за четири години асоциацията извървя пътя от своето създаване, през налагането си като фактор в икономическия живот на страната, до пълноправен член на международната асоциация за външна реклама FEPE International. Нещо повече – благодарение на ефективната и мотивирана работа на своите членове имаме сериозни основания да считаме, че през 2018-2019 г. именно ние, тук в България, ще бъдем домакин на ежегодния конгрес на FEPE.





Екатерина Тупарева:

Технологиите променят света, променяме се и ние

Екатерина Тупарева е управляващ директор и собственик на Ogilvy Group България, която включва седем компании: Ogilvy&Mather, Ogilvy Action, Ogilvy PR, Mindshare, MediaCom, Metric DS и Intomedia. Родена е в Прага, където завършва средното си образование. Дипломира се в УНСС със специалност „Финанси“, а по-късно завършва дизайн и илюстрации в London College of Fashion. В Ogilvy започва като медия директор през 1994 г., по-късно заема поста управляващ директор. Член е на управителния съвет на Българската асоциация на комуникационните агенции.

Рекламният пазар в България никога не е бил толкова интересен, колкото е в момента. До 2008-2009 г. развитието му вървеше с много бързи темпове, но в правилната посока. За съжаление в последните години пазарът у нас



стана изключително ценово ориентиран, което доведе до няколко последствия: Акцентът се премести от качество към цена, което е краткосрочно решение за самите клиенти и ще има негативен резултат в бъдеще. Качеството на рекламите в рекламния блок като цяло падна драстично и се върнахме години назад. Това се отрази много лошо на отношенията „клиент – агенция“. Клиентите започнаха да гледат на агенциите като на обикновен доставчик, а не като на стратегически партньор, който е отговорен за дългосрочното развитие на марките им. Практиката с ежегодните конкурси за сваляне на цената е много порочна, защото това губи много ресурс на агенциите и им пречи да се фокусират върху съществуващия бизнес, което от своя страна допълнително влошава качеството на творческия или на медийния продукт. Това е и основната слабост на индустрията в България. Хубавото е, че хората, които работят в нея, имат възможност да се развиват бързо, тъй като разполагат с неограничен достъп до информацията от всички пазари и клиенти и участват в целия процес, а не само в малка част от него, както е в развитите държави.

Компаниите в Ogilvy Group работят в различни направления: реклама, PR, BTL, медийно планиране (Mindshare, MediaCom, Intomedia, MetricDS). Всяка компания има собствени клиенти, но има и клиенти като IKEA, за които се грижи цялата група. Обслужваме 106 търговски марки, като сред най-големите ни клиенти са Mtel, Unicredit, Bella, GSK, Kaufland. Общият ни оборот за миналата година е над 40 млн. лв., с което отбелязваме двуцифрен ръст за 2016 спрямо 2015 г.

В последните години работим основно в три направления. За да диверсифицираме риска, искаме да имаме повече на брой по-малки компании с различно кли-

ентско портфолио. По този начин, ако при една от тях има спад поради загуба на някой клиент, то той да се компенсира от нов бизнес от другите агенции. Да не забравяме, че в естеството на нашия бизнес е печеленето и губенето на клиенти.

Стараем се да предлагаме комплексни бизнес решения и променихме фокуса на работата си с клиентите. Няма проблем нашето възнаграждение да бъде обвързано с постигнатите резултати от съответната търговска марка.

Българският пазар е малък и не се развива достатъчно бързо. Затова се целим в чужди пазари. Това вече успяхме да го постигнем с MetricDS. Независимо че е компания само на около година и половина, тя работи за Полша, Сърбия, Канада, дори за американския пазар.

Технологиите променят начина, по който хората търсят съдържание. Все повече мобилните телефони изместват компютрите. В България има 3,4 млн. потребители на Facebook и 70% от трафика е от мобилни устройства. Също така драстично се увеличава търсенето на видеосъдържание. Това налага промяна в поведението на търговските марки, за да присъстват адекватно в онлайн пространството. Има и нови изисквания към бързината на реакция. Например Ogilvy в Германия заради свой клиент създаде звено, което функционира 24 часа, за да реагира на всичко, което се случва в спорт, политика, култура. Така марката ще е актуална и свързана със събитията, които вълнуват потребителите. Драстично се увеличи и броят на пазаруващите онлайн. Все повече се автоматизира процесът на планиране, особено при дигиталните агенции. Все по-важни станаха дигиталните канали, които позволяват по-точно таргетиране, по-лесен контрол на кампаниите и по-детайлен анализ на резултатите. Приоритет имат технологиите, които увеличават ефективността на кампаниите и процесите на планиране и купуване. Агенции като нашата инвестират в платформи, които позволяват да виждаме цялата пътека на потребителите от първата импресия до покупката.

**ВСЕ ПОВЕЧЕ МОБИЛНИТЕ
ТЕЛЕФОНИ ИЗМЕСТВАТ
КОМПЮТРИТЕ И НАШИЯТ
БИЗНЕС ТРЯБВА ДА СЕ
СЪОБРАЗИ С ТОВА**



Николай Неделчев:

Интеграцията е ключов процес

Николай Неделчев е основател и изпълнителен директор на Publicis One, която е водеща специализирана група за маркетингови комуникации в България. Компанията се утвърди като лидер в реализацията на интегрирани кампании, включващи връзките с обществеността, рекламата, медийното планиране, промоционалния и събитуен маркетинг, интернет и дигиталните решения, производство на аудио-визуални продукти. Агенциите от групата имат десетки престижни отличия и награди както от национални, така и от чуждестранни фестивали и конкурси в областта на комуникациите.

Щом говорим за рекламния пазар в България в момента, ключовата дума е интеграция и все по-ясна тенденция за обединяване на ресурси, мислене и компетенции. В групата на Publicis One това се случи на глобално ниво, а последните новини показват, че и други големи комуникационни агенции започват да следват този модел. И тук без излишна скромност ще кажа, че на локално ниво ние работим по този начин още от 2002 г., а резултатите са в многократно увеличаване мащаб на проектите ни. Втори важен елемент е включването на психометриката като част от онлайн маркетинг инструментите и стратегическото планиране. Това е новото предизвикателство пред маркетолозите. През последната година развиваме усилено екип с фокус върху дигиталната антропология. Услуга, която изисква по-детайлен прочит на потреби-

РАЗВИТИЕТО НА ТЕХНОЛОГИИТЕ ПРОМЕНЯ НАЧИНА НА РАБОТА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО ЗА КОМУНИКАЦИОННИТЕ СПЕЦИАЛИСТИ Е ВСИЧКО ДА ЗВУЧИ КАТО В СИМФОНИЯ ОТ ШОПЕН

телското поведение и нагласите сред определени целеви групи. Клиентите търсят симплификация на процесите, но в същото време правилният анализ на данните става все по-водещ фактор при избора на консултант.

В България има добре оформена комуникационна система в лицето на повечето големи вериги, както и някои локални агенции, които имат капацитет качествено да обслужват средни и големи клиенти. Все по-тясна става връзката между бранд индустрията и образователната общност и се търси взаимодействие с водещите университети в страната. Все още обаче няма програми, които да създават готови кадри. Взимайки един завършващ студент, ние започваме да го обучаваме. Стандарти на пазара, очаквания на клиентите, неща, които ги няма в учебниците. Като посочка за развитие отчитаме нуждата от повишаване на творческия продукт. Съседна Румъния ни води в това отношение и дори успя да пробие на международните фестивали. Това е и едно от предизвикателствата пред родните творци.

Publicis One Bulgaria е най-голямата комуникационна верига в страната. За миналата година общият оборот възлиза на над 38,9 млн. лв. и обединява девет специализирани звена, които работят в областта на рекламата (Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, Publicis Sofia), връзки с обществеността (MSLGroup), промоционален и събитийен маркетинг (Publicis Dialog), дигитални решения (Cybermark/Nurun), производство на аудио-визуални продукти (HappyEnd) и медийно планиране (ZenithOptimedia, Equinox, а от ско-

ро и Starcom). Вече над 21 години действаме успешно на българския пазар, обслужвайки някои от най-големите компании и марки. Всяка практика има самостоятелност като методология и начин на работа, но тази организация ни помага да работим интегрирано по различни проекти и да даваме на клиентите си повече за по-малко пари.

Дигитализацията ще бъде един от основните ни приоритети през 2017 г. Предлагаме специализирани решения в областта на мониторинга и анализа на социални медии, които ще продължим да надграждаме и развиваме. Имаме звено, което е експертен център за EMEA (Централна и Източна Европа, Близкия изток и Африка), работи усилено с Германия, Франция, Швейцария и Англия и очакваме ръст от нови проекти, а на локално ниво от клиенти, които търсят качествен анализ на данни.

Развитието на технологиите определя не само нашите лични навици, а целия начин на мислене и работа. Получаваме информация от четири екрана и комуникацията е едновременна през всички тези канали. Всеки елемент трябва да звучи на мястото си като симфония от Шопен и това е едно от предизвикателствата пред комуникационните специалисти. Медийното потребление се променя, съдържанието става водещо, припознаването с ценностите на дадена марка и непрекъснатата интеракция с аудиториите са ключови. Бизнесът търси ефективност, намаляване на разходите за управление на проектите и увеличаване на добавената стойност за продуктите, които създава.



КЛУБ \$ 10 МИЛИАРДА

ТЕ СА ПОРАСНАЛИТЕ „ЕДНОРОЗИ“ - НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ПО ПАЗАРНА СТОЙНОСТ АМЕРИКАНСКИ СТАРТИРАЩИ КОМПАНИИ

автор: Ния Илиева

Динамичното развитие на технологиите донесе нов феномен – компании, които само за няколко години се превръщат от проходящи в гиганти. Корпоративният свят дори създаде специфичен термин за фирмите, които стартират с малко пари, отлична бизнес идея и достигат до пазарна капитализация от 1 милиард долара – еднорози (от англ. - unicorns).

През 2014 г. в Азия са били създадени 13 нови компании „еднорози“, спрямо 30 в САЩ, според данни на Блумбърг. През 2015 г. в Азия са се появили 11 нови стартъпа, които вече струват над 1 милиард долара, спрямо 19 в Северна Америка. Според данни на инвестиционна банка GP Bullhound за 2014 г. в Европа са създадени 12 технологични

„еднорога“.

Но някои от „еднорозите“ продължават своя възход, получавайки нови и нови кръгове финансиране от външни инвеститори, и така няколко години след стартирането си някои от тях струват десетки милиарди долари. Компанията, преминала пазарна стойност от 10 млрд. долара, са наричани „decacorns“ – от гръцката дума за числото 10, в съчетание с „еднорог“.

Кои са членовете на привилегирания Клуб „10 милиарда долара“. Само в САЩ тези стартиращи компании са 8 на брой и са познати на почти всеки човек – ако не сте ползвали услугите им, то поне със сигурност сте чели и чували за тях.



Dropbox

Пазарната стойност на компанията за облачно съхранение и синхронизация на данни, основана от Дрю Хаустън през 2007 г., е точно 10 млрд. долара, и тя е най-малкият

член на престижния клуб. Компанията достигна оценка от \$10 млрд. през 2014 г. след пореден кръг на финансиране от 617 млн. долара. В последните години се е фокусирала върху бизнес клиентите с новата си услуга Dropbox Enterprise.

Pinterest

Тази социална мрежа е създадена през 2010 г. от Бен Силберман и Ивън Шарп. Pinterest е услуга за споделяне на съдържание, която позволява на членовете да маркират изображения, видео и други обекти на тяхната стена - Pinboard.

През май 2015 г. Pinterest набра финансиране от \$533 млн. от инвеститори като Andreessen Horowitz, First Mark и Goldman Sachs, което повиши оценката на компанията до \$10.47 млрд. Платформата има над 100 млн. месечни активни потребители. В последните месеци във фокуса ѝ са пазари извън САЩ като Великобритания, Франция, Германия, Япония, Бразилия.



SpaceX



След набирането на 1 млрд. долара финансиране от Fidelity и Google през януари 2015 г., SpaceX достигна стойност от 12 млрд. долара. По-малко от година по-късно компанията на основателя на Tesla Илън Мъск написа история,



като изстреля ракетата Falcon 9 в Космоса, спусна сателит и я приземи обратно на Земята. Преди това една от ракетите на компанията се взриви при тестовите, бе разрушен и един от сателитите на Facebook, които тя трябваше да достави в Космоса. SpaceX отложи някои от бъдещите си проекти като изстрелване на по-тежка ракета и транспортиране на астронавти на НАСА, което се очаква през 2018 г.

WeWork



Компанията за споделено работно пространство набра пореден кръг от финансиране от 690 млн. долара през октомври 2016 г. и оценката ѝ надмина 16 млрд. долара. Така тя е петата най-голяма стартап компания в САЩ. Нейни основатели са Мигел МакКелви и Адам Нюман. Създадена е през 2010 г. в Бруклин, Ню Йорк, а сред инвеститорите в нея са Fidelity, Goldman Sachs и J.P. Morgan. Компанията създава както физически места за споделена работа, така и виртуални, където специалисти получават възможността да работят заедно. В момента е представена в 19 града в САЩ и в 11 други държави на всички континенти.



Snap Inc.

През ноември 2016 г. Snap Inc. — преди това Snapchat — подаде заявление за първично публично предлагане на борсата, което може да оцени компанията на 25 млрд. долара. В момента оценката ѝ е 18 млрд. долара. Очаква се компанията да стане публична в началото на пролетта на 2017 г.

През миналата година Снар реши да се разшири и от чат-платформа да се превърне в хардуерен играч, пускайки очилата с камера Spectacles. Двамата създатели на приложението Snapchat Боби Мърфи и Ивън Шпигел доскоро бяха най-младите милиардери в света, създали сами своето богатство.

Palantir

Стартъпът за обработка на различни бази данни, създаден от Алекс Карп, работи в доста голяма секретност, финансиран от фонд за инвестиции на ЦРУ.

Твърди се, че компанията е в тясно сътрудничество с американското правителство в политиките за сигурност, тъй като нейният софтуер се ползва за лицево разпознаване на заподозрени, например при залавянето на атентаторите на Бостънския маратон през 2013 г. и дори за откриването на Осам бин Ладен. Оценката ѝ е над 20,5 млрд. долара.



Airbnb

Това е стартъпът, който разби туристическия бизнес. Сайтът за краткосрочно отдаване и наемане на места за отсядане е създаден от Джо Гебия, Нейтън Блечарчик и Брайън Чески.

През август 2016 г. компанията от Сан Франциско получи 850 млн. долара от пореден кръг финансиране и така оценката ѝ достигна 30 млрд. долара. Малко по-късно фирмата бе въвличена в правни битки в Сан Франциско и Ню Йорк относно отдаването на жилища при отсъствието на собственика. В някои градове по света дейността по краткосрочно отдаване бе забранена или ограничена от регулаторите. Добрата новина - през 2016 г. компанията отчете и първа печалба.



Джо Гебия,
Нейтън
Блечарчик
и Брайън
Чески
(от ляво
надясно)



Uber

Uber е най-скъпият стартъп в САЩ и в света, изпреварвайки дори китайския производител на телефони Xiaomi с над 20 млрд. долара и достигайки пазарна оценка от 68 млрд. долара.

През 2016 г. компанията на Травис Каланик за споделени превози набра 3,5 млрд. долара от инвестиционен фонд от Саудитска Арабия и още 2 млрд. долара като заеми. Освен това сключи значима сделка с шефа на китайския си конкурент Didi Chuxing. Didi направи инвестиция от 1 млрд. долара в Uber global и придоби кло-на на Uber в Китай в мегасливане за 35 млрд. долара. Към август 2016 г. услугата по споделено пътуване е достъпна в 66 страни и 507 града по целия свят.

Вярно е, че на много пазари дейността на Uber бе посрещната на нож и дори спряна, включително и в България, заради несъответствие с местни регулации – несклучване на трудови договори с шофьорите, протести на таксиметрови компании, но това изглежда не може да спре възхода ѝ.

В момента компанията от Сан Франциско е фокусирана върху тестовите на самоуправляващи се автомобили и битката с конкуренти от Югоизточна Азия.



ГАРАЖЪТ КАТО ДВИГАТЕЛ НА КАПИТАЛИЗМА

АВТОР: Владимир Митев

Твърди се, че цяло поколение американски граждани е заченато на задната седалка на личния автомобил на някого от родителите. Когато нещо нарее да се случи, в Щатите рядко се чакат най-добрите условия за разгръщането му. Доказателство, че бързината надделява над удобствата, е и раждането на големите технологични компании.

Google, Microsoft, Amazon, Apple, Hewlett-Packard са все корпорации, започнали дейността си в гаражни условия. Обикновено първият офис е в гаража на някой близък приятел или на самия собственик. Началото е ниска точка, но от нея нататък пътят е само нагоре. Към 9 януари пазарната капитализация на създадената през 1997 г. Alphabet (Google) е 561,62 млрд. долара. За основания през 1975 г. Microsoft тя е 502 млрд. долара. Това са космически измерения за бизнеси, които в момента на създаването си имат стойност на активите, изчислявана едва в хиляди долари.

Сергей Брин и Лари Пейдж – основателите на Google, се запознават в Станфордския университет, когато са съответно на 21 и на 22 години. Още първата среща показва, че те имат много какво да си кажат и да спорят по актуални обществени и професионални теми. През 1996 г. започват съвместна работа по търсачка, която се казва BackRub. Идеята е да бъде индексирано и подредено в йерархия по степен на важност и полезност съдържанието на целия интернет. BackRub е проект, подкрепен от ръководството на Станфорд, което не създава проблеми на младежите, независимо, че в един момент 50% от интернет трафика на

Google



Сергей Брин (вдясно) и Лари Пейдж създават компанията в гаража на колежата им Сюзан Уоджиски

университета е свързан с търсачката – прототип на Google.

С времето двамата събират смелост да направят собствена компания. Така през 1998 г. се ражда Google. А първият офис е в гаража на Сюзан Уоджиски – днес вицепрезидент на компанията, в Менло Парк, Калифорния. Тогава тя току-що е завършила висше образование в бизнес училище. Дава им гаража си под наем, за да може да си плаща ипотечните заеми. През септември 1998 г. е нает и първият служител.

В началото на 1999 г. компанията се мести в Пало Алто, Калифорния, и вече има осем служители. Следват огромен брой нововъведения, сред които платформата за онлайн реклама AdSense или придобиването на Pyra Labs – създателите на платформата за блогове Blogger. През 2004 г. е закупена компанията Keyhole, чиято технология ще доведе до услугата за цифрово картографиране Google Earth. От 2006 г. действа услугата за машинен превод през интернет Google Translate. И още, и още услуги и възможности, които изстрелват Google до технологичния връх. В началото обаче бе... гаражът в Менло Парк.

Microsoft

Фото The Seattle Times



Гейтс и Алън местят офиса на компанията в Белею през 1979 г.

В началото на 1975 г. 19-годишният Бил Гейтс и неговият приятел 22-годишният Пол Алън прочитат януарския брой на сп. Popular Electronics, който разказва за персоналния компютър Altair 8800. По онова време двамата живеят в Бостън, където Алън работи, а Гейтс е студент (в Харвард).

Те виждат бизнес възможност – предлагат на компанията производител на Altair 8800, базирана в Албъкърки, да напишат версия на програмния език BASIC за новата машина. Оказва се, че тяхното творение работи без проблеми и това кара двамата да напуснат Бостън, да се установят в Албъкърки и да се отдадат на програмистка дейност.

Windows е големият успех на Microsoft. Към април 2016 г. над 89% от компютрите по света имат операционна система Windows. През 2013 г. компанията закупи бизнеса с телефони на Nokia за 7,9 млрд. долара - маневра, която се смяташе за пренасочване на усилията от създаването на софтуер към правенето на хардуер.

Въпреки че според мнозина сделката е била неизбежна – преди нея Nokia има 90% дял при телефоните с операционна система Windows Phone, днес покупката е считана за провал. През годините Microsoft уволнява голяма част от 25 000-те служители на Nokia, които назначава като част от сливането с финландската компания. Дошлият през 2014 г. нов мениджър – Сатя Надела, не се интересува от бизнес с телефони, а вижда повече възможности за развитие напирмер в новия отрасъл на ботове.

Част от стратегията на Microsoft за бъдещето е купуването на социалната мрежа LinkedIn през лятото на 2016 г. за



От гараж в Албъкърки, щат Ню Мексико, е започнал и гигантът Microsoft

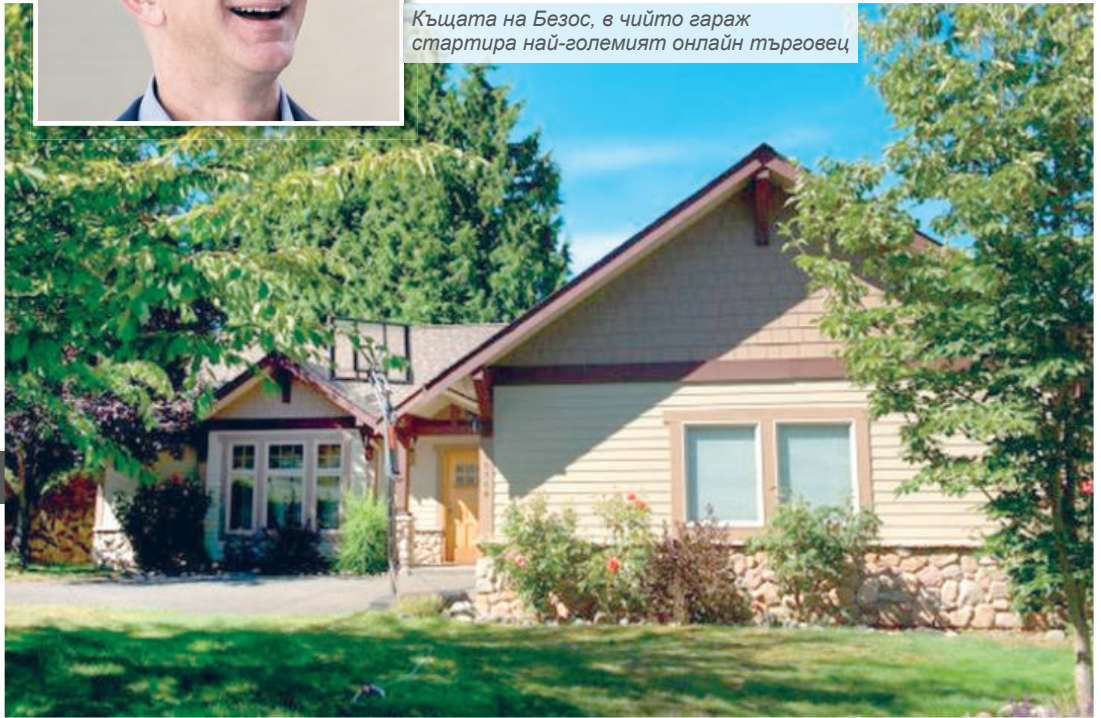
26,2 млрд. долара. В плановете на компанията, базирана днес в Сиатъл, обаче е и първенство в сферата на личните асистенти – компютърни програми, които поддържат диалогичен интерфейс с потребителя и му помагат в неговите желания. Amazon използва своя асистент Alexa, за

• НЯКОИ ОТ НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ТЕХНОЛОГИЧНИ КОМПАНИИ -
• GOOGLE, MICROSOFT, AMAZON, APPLE И HEWLETT-PACKARD,
• СА ЗАПОЧНАЛИ В ТЕСНИ ПРИСТРОЙКИ КЪМ КЪЩИ, ЗА ДА
• ДОСТИГНАТ ДО СВЕТОВНИТЕ ВЪРХОВЕ

да развива онлайн търговията. Google насърчава търсенето онлайн със своя помощник. А Cortana – асистентът на Microsoft, може да се интегрира с Microsoft Office и според компанията да служи за по-голяма продуктивност на потребителя.



Къщата на Безос, в чийто гараж стартира най-големият онлайн търговец



Amazon

Джеф Безос – създателят на „онлайн магазина за всичко“ Amazon, разказва как първата покупка, която е направена от сайта му, е била с дестинация България. А парите за нея били изпратени от купувачите в дискета по пощата. Напълно в духа на тази първа сделка в зората си компанията за онлайн търговия, която днес е и най-големият доставчик на облачни услуги, също е започнала от гараж.

През 1994 г. Безос създава уебсайт, който управлява от гаража си в щата Вашингтон. Американецът инвестира близо 40 000 долара, за да може да се извършват поръчки, продажби и доставки на книги в 48 различни държави. Компанията му първоначално се казва Cadabra, но от 1995 г. до днес е Amazon. Впоследствие асортиментът на артикули рязко нараства. През 2015 г. Amazon се превръща в най-голямата компания за търговия на дребно в САЩ от гледна точка на пазарната капитализация. През есента на 2016 г. тя става и една от най-мощните компании въобще по обща стойност на акциите си.

Това е колосално постижение за фирма, чиито съвърши в момента на основаването ѝ изискват толкова много ток, че Безос и съпругата му не са могли да включат сешоар или прахосмукачка в дома им, без да гръмне бушон в него. И в първите години на компанията, и днес тя е известна с тежки условия за работниците, от които винаги се е очак-

вало да работят много и да не дават приоритет на баланса между работа и живот извън нея.

„Един от първите служители на Amazon се трудел неуморно над 8 месеца, като идвал с колело рано сутринта на работа и си тръгвал много късно през нощта. Той напълно забравил за автомобила, който бил паркирал близо до апартамента си. Работникът никога нямал време да си прегледа пощата и когато най-накрая го направил, открил там голям брой квитанции за паркинг, бележка, че колата му е била преместена от мястото ѝ, няколко бележки от компанията, която я била преместила, и последно съобщение, че тя е била продадена на търг“,
р а з к а з -
ва сайтът Business Insider.

Apple

Apple е може би най-голя-



Возняк и Джобс с първия модел на Apple I през 1976 г. Гаражът на къщата днес е историческа забележителност



мата компания, за която е известна историята с гаража. Стив Джобс и Стив Возняк са съответно на 21 и 26 години, когато създават фирмата през 1976 г. Те правят първия компютър с марката Apple в гаража на къщата на Джобс в Лос Алтос, Калифорния, твърди легендата. Години по-късно обаче Возняк споделя, че историята с гаража е по-скоро мит. „Гаражът отговаря на същността ни повече от всичко друго, но там не сме правили проекти. Закарвахме готовите продукти в гаража и след това ги доставяхме в магазините, които ни плащаха в брой“, обяснява той пред Блумбърг.

Независимо дали продуктите на Apple реално са проектирани в този гараж или не, през 2013 г. той бе обявен за историческа забележителност. Сцените от филма „Джобс“ на режисьора Джошуа Сърн, посветен на създателя на iPhone, са снимани също в гаража. Той е неделима част от историята на компанията и иконично място за всеки фен на Apple.

Днес Apple е най-голямата технологична компания в света, а продуктите ѝ имат легендарен статут. Пазарната ѝ стойност е над 600 млрд. долара и според много анализатори тя може да е първата компания, достигнала капитализация от 1 трилион долара.

Hewlett-Packard

Да започнеш от гаража си и да станеш глобална сила не е запазна марка само на интернет епохата. През 1939 г. Бил Хюлет и Дейв Пакард основават Hewlett-Packard в гаража на



втория, като инвестират във фирмата едва 538 долара. Те правят първия си голям удар с производството на генератор на звукови трептения, който продават на компанията на Уолт Дисни, за да бъде подобрен звукът във филма „Фантазия“.

През следващите десетилетия фирмата се превръща в един от най-големите производители на хардуер в света. Сред продуктите на фирмата са принтери, персонални компютри, сървъри и други. През 2015 г. старата компания Hewlett-Packard се разделя на две – HP и Hewlett-Packard Enterprise. Първото дружество е прав-

ният наследник на легендарния технологичен гигант. То запазва производството на персонални компютри и принтери. Второто се занимава със сървъри, съхраняване на данни, с мрежи, консултиране, финансови и софтуерни услуги.

Всъщност днешната Силициева долина започва съществуването си през 1939 г. с гаража на Хюлет и Пакард. Затова и около американския гараж се конструира определена митология като място на свободния дух, хобитата и иновациите. Неслучайно и рок групата Metallica имат албум на тази тема – Garage Inc. Ако верандата пред американските домове е място за беседи или съзерцаване, то гаражът е територия, в която геният на американеца работи. И очевидно в немалко случаи ражда бизнеси за милиарди долара.



Бил Хюлет (вдясно) и Дейв Пакард и прочутият гараж, който се смята за родното място на Силициевата долина

НЕПОЗНАТИТЕ ТЕХНОЛОГИЧНИ ЗВЕЗДИ

автор: **Александър Александров**

Едва ли някой може да отрече, че днес технологичните предприемачи са новите рок звезди. Имената на Илън Мъск, Бил Гейтс, Марк Зукърбърг, Сергей Брин и Лари Пейдж отдавна са превзели публичното пространство. Те са богати и умни, озовават се във фокуса на всяка конференция, на която се появят, и дори политиците и артистите бързат да си направят селфита с тях. Нещо повече – шоу звезди като Боно и Джъстин Бийбър вече инвестират във Facebook и други ИТ компании, за да не изтърват новата мода. За популярността на ИТ предприемачите в голяма степен сподобства фактът, че много от тях са започнали от нулата – от собствените си гаражи и апартаменти, а днес притежават компании за милиарди долари. И най-вече – те са създали услуги, които са променили живота на милиони и днес всеки, който използва Google или Facebook, оценява това.

Макар и изброените по-горе имена да са сред най-популярните звезди в ИТ сектора, именно по последния показател – полезност на създадените от тях услуги, обаче

те се нареждат далеч след една друга група личности от този сектор, които повечето хора дори не са чували. Става въпрос за един непознат ешелон от ИТ визионери, на които дори самите Зукърбърг и Гейтс в голяма степен дължат успеха си. Хора, които са изградили самите основи на дигиталната екосистема и са направили възможно последващата поява на Facebook, Twitter, Skype или YouTube. Общото между тях е, че въпреки огромното влияние на създадените от тях технологии, днес те не са сред най-богатите хора на планетата, повечето не са направили милиарди от изобретенията си, а са ги „подарили“ на света, превръщайки ги в „отворени“ стандарти. Ако някои от тях бяха избрали да патентоват своите технологии и да ги развият като собствени продукти, вероятно днес щяха да са много по-богати, отколкото Зукърбърг, Мъск и дори Бил Гейтс могат да си представят. Технологичният свят обаче щеше да е много по-затворен и щеше да се развива с много по-бавни темпове, а някои от днешните звезди на ИТ сцената вероятно нямаше да получат шанса да изгреят.

Тим Бърнърс-Лий

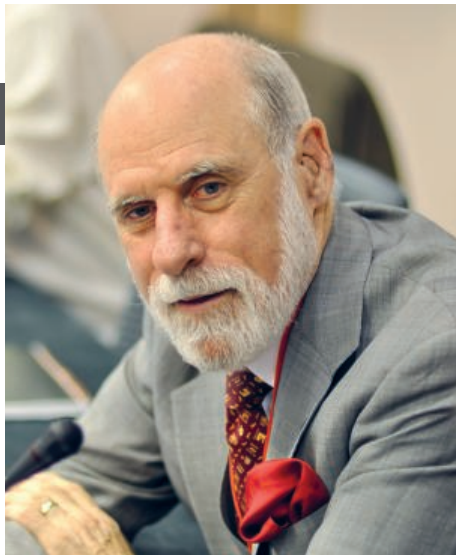
Сър Тимъти Бърнърс-Лий е създател на технологията www (World Wide Web), която за мнозина днес е равнозначна на интернет. Разработва я в края на 80-те години на миналия век, докато работи в Европейската организация за ядрени изследвания CERN, в която е натоварен със задачата да създаде нов интерфейс за достъп до научна информация в реално време. Лий, който е физик и компютърен специалист, използва за целта своята програма ENQUIRE, а помощник му е белгиецът Робер Кайо. Въпреки скептицизма на по-възрастните колеги на англичанина, през 1990 г. той е готов с проекта, а през август 1991 г. е създаден и първият уебсайт в историята. Скоро след това www излиза от научните среди и удобствата на тази технология се оценяват от технологичния бранш, за да се превърне тя в един от най-масовите ИТ стандарти, използван днес от милиарди хора по света. Лий не става милиардер от своето откритие, но днес е сред най-уважаваните ИТ експерти, директор на консорциума W3C (World Wide Web Consortium), поче-



тен доктор в редица университети и е включен от списание Times сред стотте най-значими личности на XX век.

Винтън Сърф

Американският учен Винтън Сърф е създател, заедно с Боб Кан, на друга критична за технологичния бранш технология – протокола TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet protocol), чрез който днес работят почти всички компютърни мрежи и приложения, включително уеб услугите, имейлите и др. Създава TCP/IP протокола през 1973 г., докато преподава в Станфорд и прави изследвания в сферата на пакетните комуникации. За тази своя разработка Винтън Сърф е наричан „баща на интернет“ и е носител на редица награди, сред които американския Президентски медал за свобода, наградата „Тюринг“, както и на българския орден „Св.св. Кирил и Методий“. Днес е вицепрезидент на Google, на длъжност „главен интернет евангелист“, преподава и извършва активна обществена дейност.



Макар и да не е създал нещо толкова важно като www или TCP/IP, Муленвег също се нарежда сред най-влиятелните личности на ИТ бранша с неговата платформа за уебсайтове WordPress, на която днес са базирани над една четвърт от всички сайтове в света. Създава я в началото на хилядолетието на база на един зарязан преди това проект с отворен код - B2 Cafelog.

Днес WordPress е важен инструмент за либерализиране на уеб предприемачеството. Тя е безплатна, свободно достъпна и изключително лесна за използване от неспециалисти, позволявайки на хиляди хора по света да си направят сайтове, без да могат да програмират. А възможността за създаване на разширения към нея (т.нар. плъгини) позволява да се добавят всевъзможни функционалности и да се изработват пълноценни онлайн магазини, корпоративни платформи, медийни сайтове и други специфични проекти. Сред най-популярните сайтове, базирани на WordPress, са тези на сп. Fortune, сп. Time, TechCrunch, Beyonce, Snoop Dogg, Rolling Stones и много други, а ежедневно по света се появяват около 50 000 нови сайта, работещи с тази платформа.

Мат Муленвег



Размус Лердорф

Ако вашата фирма има уебсайт и той е сравнително нов, а не е писан примерно преди десетина години от някое любознателно хлапе, то най-вероятно той е на езика PHP (PHP: Hypertext Preprocessor). Към момента с него работят над 82% от всички сайтове по света, включително и всички, базирани



на описаната по-горе технология WordPress. Затова и ролята на създателя на PHP Размус Лердорф за развитието на глобалната мрежа е колосална. Въпреки това той не е милиардер и е малко вероятно да чуете неговото име в технологичните новини. Лердорф създава първите две версии на езика, след което оставя неговото развитие в ръцете на по-широка общност от програмисти. Разработва го така, че да е максимално отворен и достъпен за използване – като скриптов език с отворен код от сървърната страна (server side). Това го прави безценна технология, която лежи в основата на почти всички популярни уеб услуги днес.

⋮ ЗАБРАВЕТЕ ЗА МЪСК И ЗУКЪРБЪРГ. ЕТО ДЕСЕТ ИТ
⋮ ВИЗИОНЕРИ, КОИТО НЕ СА ТОЛКОВА ИЗВЕСТНИ, НО СА
⋮ ПОВЛИЯЛИ МНОГО ПОВЕЧЕ НА ЖИВОТА НА ВСИЧКИ НИ

Марк Андрийсън

Андрийсън е създател на един от първите уеб браузъри – Netscape, натрупал голяма популярност в зората на интернет и придобил през 1999 г. от AOL за впечатляващата за онези времена сума за софтуерен проект от 4.2 млрд. щ. долара. Може би си казвате; „Браво на него, но какво търси в тази класация разработчикът на браузър, който днес никой не използва?“. Истината е, че това, с което ИТ специалистът се превръща в една от най-влиятелните личности в технологичния бранш днес, е неговата роля на рисков инвеститор чрез създадения съвместно с Бен Хоровиц фонд Andreessen Horowitz.

През годините той става ранен инвеститор в някои от най-популярните онлайн услуги като Twitter, Facebook, Groupon, Foursquare, Zynga, Airbnb и десетки други. Което означава, че много от тях може би нямаше да съществуват днес, ако Марк Андрийсън не беше видял потенциала им на ранен етап от тяхното развитие. И вероятно целият бум на социалните мрежи и уеб 2.0 приложения щеше да изглежда по различен начин, ако той беше избрал след продажбата на Netscape да се пенсионира на някой остров.



Финландският ИТ специалист има ключова роля в създаването на операционната система Linux, както в избора на нейното популярно лого – пингвин. Шегата настрана - от много по-важно значение е, че в процеса на разработка той създава и концепцията за отворения код (open source), която днес има огромно влияние върху софтуерната индустрия.

Докато е студент, Линус създава първоначалната версия на ядрото на Linux, но вместо да го остави в този вид, предприема необичаен ход – публикува свободно кода в университетския сървър и позволява на всички желаещи да го променят и доразвиват. Резултатът е много по-пълноценна операционна система, която днес има десетки различни дистрибуции, развивани от независими общности от програмисти. Самият open source модел пък се превръща в популярен метод за разработка на софтуер и днес е в основата на някои от най-широко разпространените програми, сред които освен Linux са също браузърът Firefox, офис пакетите Open Office и Libre, редакторът на изображения GIMP, споменатата по-горе платформа WordPress и др.

Линус Торвалдс



Фото: Wikimedia.org

Рей Томлинсън



Това е може би най-неразпознаваемото име в нашия списък, което е изключително жалко, защото Томлинсън, който почина в началото на миналата година, е създател на една от най-широко използваните онлайн технологии – електронната поща. Прави го през 1971 г., докато компанията, в която е служител, работи по поръчка на Пентагона. По това време интернет все още не съществува, а първият имейл е изпратен през отбранителната мрежа ARPANET – предшественик на днешната глобална мрежа.

Ейда Лъвлейс



Едва ли свързвате представата си за ИТ визионер с английска графиня, живяла през XIX век и популярна приживе главно като дъщеря на поета Байрон. Именно такава е Ейда Кинг, графиня на Лъвлейс, която е известна днес в ИТ средите като създателка на първата компютърна програма. Става въпрос за математически алгоритъм, написан за машината на Чарлс Бабидж, сочена като един от първите компютри, създавани някога. За значението, което ИТ браншът отдава на нейното дело, е показателно, че на нейно име е наречен езикът за програмиране ADA, както и медал, който се дава от Британското компютърно общество на заслужили личности от сектора.

Джими Уелс

Той е създател на безспорно най-голямото световно хранилище на знание и един от най-полезните прекекти, достъпни по интернет – Wikipedia. Тя представлява безплатна, многоезична енциклопедия,



дия, достъпна по интернет и обхващаща информация от всички обществени и научни сфери. Освен мащабите на самия проект, заслугата на Уелс е и в самия модел на публикуване на съдържанието – чрез общност от независими автори и редактори, пишещи безвъзмездно. Многократно хвалена и критикувана заради това, Wikipedia си остава може би най-добрият пример за ролята, която интернет може да има като глобална инфосфера за споделяне на знание.

Пери Чен



Макар и да съществува от по-скоро в сравнение с някои от останалите споменати тук технологии, създаденият от Пери Чен проект Kickstarter има глобално влияние, налагайки модела на споделеното финансиране (crowdfunding). Както вече сме писали в сп. „Икономика“, през последните години този модел е променил живота на хиляди хора, предоставяйки алтернативен източник на средства за социални каузи, бизнес начинания, авторски проекти и какво ли още не.

В Kickstarter и други подобни сайтове всеки желаещ може да обяви, че събира пари за нещо, след което стотици или хиляди хора, които са харесали проекта му, могат да заделят малки суми (1, 5, 10, 50 или повече долара), събирайки заедно сериозни средства. Именно тази достъпност на финансирането и възможността всеки да се включи с малка сума, правят crowdfunding толкова успешен модел, чрез който днес се разпределят стотици милиони годишно, а перспективни компании като Pebble и Oculus са намерили първоначалното си финансиране.

ДЕСЕТИМАТА НАЙ-БОГАТИ НА ВСИЧКИ ВРЕМЕНА

СРЕД ТЯХ СА КАКТО СЪВРЕМЕНИ ПРЕДПРИЕМАЧИ, ТАКА И
ЛЕГЕНДАРНИ ИНДУСТРИАЛЦИ, БЛАГОРОДНИЦИ И ДОРИ ИМПЕРАТОР

автор: Ния Илиева

Всяка година финансови институции и специализирани бизнес издания правят класации на най-богатите хора за изтичащите 12 месеца. От десетилетия насам Бил Гейтс е най-богатият човек на съвременното, изместван за кратко от мексиканеца Карлос Слим Елу или испанеца Амансио Ортега. И тримата присъстват и в този списък.

Съществува обаче и класация, която подрежда най-богатите хора на всички времена. Богатството на известни личности, живели в древността, се приравнява към днешни стойности, за да се направи сравнението.

Така сред най-заможните хора в света се нареждат не само предприемачи, но и благородници и дори им-

ператори.

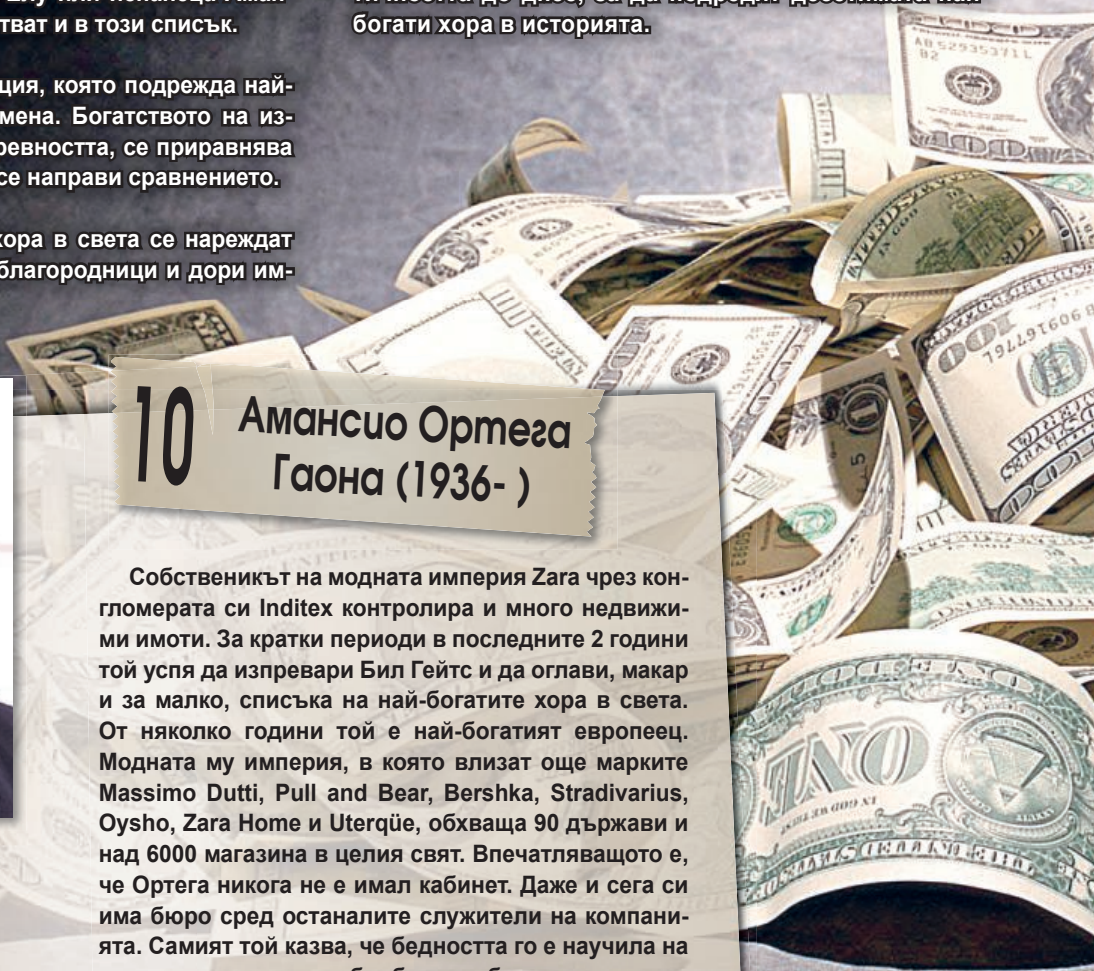
Такова е и подреждането на сайтовете Expandedramblings.com и Justrichest.com, които приравняват стойността на паричните средства от античността до днес, за да подредят десетимата най-богати хора в историята.



10 Амансио Ортега
Гаона (1936-)

Собственикът на модната империя Zara чрез конгломерата си Inditex контролира и много недвижими имоти. За кратки периоди в последните 2 години той успя да изпревари Бил Гейтс и да оглави, макар и за малко, списъка на най-богатите хора в света. От няколко години той е най-богатият европейец. Модната му империя, в която влизат още марките Massimo Dutti, Pull and Bear, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home и Uterqüe, обхваща 90 държави и над 6000 магазина в целия свят. Впечатляващото е, че Ортега никога не е имал кабинет. Даже и сега си има бюро сред останалите служители на компанията. Самият той казва, че бедността го е научила на уважение, както и че борбата да бъде пред конкуренцията му е помогнала да успее.

64,5
МЛРД. ДОЛАРА





9

Уорън Бъфет (1930-)

Наричан Оракула от Омаха, той е един от най-видните инвеститори на съвременното. Уорън Едуард Бъфет е главен изпълнителен директор на инвестиционния фонд Berkshire Hathaway. През 2008 г. е най-богатият мъж на света. Но е известен със скромния си начин на живот, въпреки милиардното си състояние.

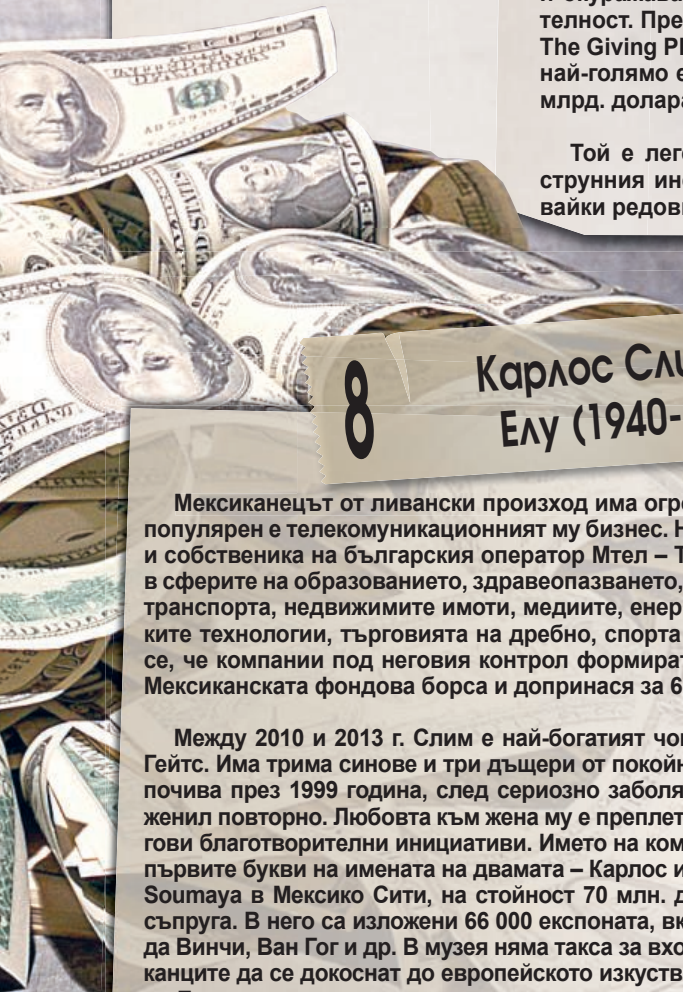
Започва да следи инвестиционния пазар, когато е 11-годишен. Тогава купува и първите си акции. Още на тази крехка ученическа възраст, когато повечето деца мечтаят да са спортисти, учители или космонавти, той е знаел, че иска да стане инвеститор. Като тийнейджър Бъфет изкарва по 175 долара седмично. Тогава за времето си тези пари са повече, отколкото изкарва за същия период неговият учител например. Парите идват от разнасяне на вестници, продажба на пощенски марки и на използвани топки за голф. Още тогава си личи, че той е човек с инициатива.

Милиардерът все още живее в къщата си в Небраска, Омаха, която купува през 1956 г. за 31 500 долара. Днес подобен имот в квартала струва над 2 млн. долара. Бъфет често е сочен като пример за това, че никога не е късно да станеш богат. Той е изкарал над 99% от богатството си, след като е навършил 50 години. Освен това инвеститорът е един от най-големите дарители в света и окуражава и други предприемачи и богати хора да даряват за благотворителност. През 2010 г. заедно с Бил и Мелинда Гейтс той създава инициативата The Giving Pledge (Обет за даряване). През юни 2016 г. Бъфет счупи рекорда за най-голямо единично дарение, който преди това също бе негов, като дари 2,9 млрд. долара за благотворителност.

Той е легенда сред финансовата общност, прочут с изпълненията си на струнния инструмент укулеле и с това, че се храни нездравословно, включвайки редовно в менюто си сладолед за закуска и целодневно кока-кола.

72,7

МЛРД.
ДОЛАРА

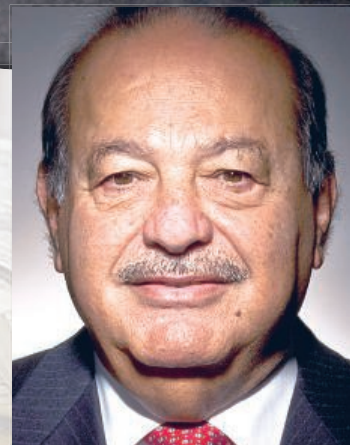


8

Карлос Слим Елу (1940-)

Мексиканецът от ливански произход има огромна бизнес империя, като най-популярен е телекомуникационният му бизнес. Неговата Grupo Carso притежава и собственика на българския оператор Мтел – Телеком Аустрия. Бизнесът му е в сферите на образованието, здравеопазването, индустриалното производство, транспорта, недвижимите имоти, медиите, енергетиката, хотелиерството, високите технологии, търговията на дребно, спорта и финансовите услуги. Твърди се, че компании под неговия контрол формират 40% от пазарната стойност на Мексиканската фондова борса и допринася за 6% от БВП на Мексико.

Между 2010 и 2013 г. Слим е най-богатият човек в света, изпреварвайки Бил Гейтс. Има трима синове и три дъщери от покойната си съпруга Сумая Домит. Тя почива през 1999 година, след сериозно заболяване на бъбреците. Той не се женил повторно. Любовта към жена му е преплетена и в бизнеса му, и в много негови благотворителни инициативи. Името на компанията му Grupo Carso идва от първите букви на имената на двамата – Карлос и Сумая. Слим е построил Museo Soumaya в Мексико Сити, на стойност 70 млн. долара в памет на покойната си съпруга. В него са изложени 66 000 експоната, включително творби на Леонардо да Винчи, Ван Гог и др. В музея няма такса за вход. Слим казва, че е искал мексиканците да се докоснат до европейското изкуство, без да е необходимо да ходят до Европа, а съпругата му го е научила да цени изкуството. И той, като Бъфет, не ползва компютър. Твърди се, че живее скромно – има луксозна къща с 6 спални, но все пак тя е далеч от разточителството, което хората си представят, когато става дума за един от най-богатите в света. Освен това Слим обича да кара лимузината си сам из Мексико сити, следван от охраната си в друга кола.



77,1

МЛРД.
ДОЛАРА

7**Бил Гейтс
(1955-)****78,9****МЛРД.
ДОЛАРА**

Основателят на Microsoft е най-богатият човек на планетата в момента и от дълги години насам, като в последното десетилетие само за кратко е бил изпреварван от Бъфет, Слим и Ортега. Той отдавна се оттегли от управлението на компанията, но като неин акционер продължава да печели, а голяма част от богатството си дарява за благотворителност и социални каузи.

Уилям Хенри Гейтс III и съпругата му Мелинда основаха инициативата The Giving Pledge (Обет за даряване) и дадоха голяма част от богатството си за благотворителни каузи, сред които лечението на заболявания и достъпа до вода на хора в Третия свят. Трите деца на Бил Гейтс ще получат наследство само от по \$ 10 милиона, тъй като 95 % от богатството на милиардера ще отиде за благотворителност след смъртта му. До момента фондация „Бил и Мелинда Гейтс“ е дарила за благотворителност 28 млрд. долара.

Твърди се, че като студент заявил, че до 30-ата си годишнина ще е милиардер. Почти е познал, защото богатството му преминава 1 милиард долара, когато е 31-годишен. Оглавява класацията за най-богатите хора в света през 1996 г. с доходи от 18,5 млрд. долара. За много малко години през този период е изместван от първото място. Днес отново е начело, като цифрите са доста по-впечатляващи – 79 млрд. долара.

Друг любопитен факт за него е, че така и не завършва образованието си и често е сочен като пример за свръхуспешен предприемач без диплома. Все пак през 2007 г. Харвард му връчва диплома „поради неговите особени заслуги“.

6**Корнелиус Вандербилт
(1794-1877)**

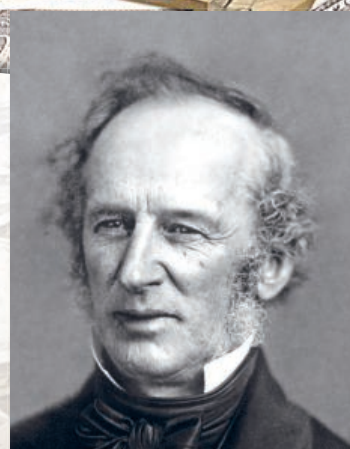
Богатството му идва от предприемачество във водния и жп транспорт. На 11-годишна възраст започва да помага на баща си, който работел като лодкар в пристанището на Ню Йорк. 5 години по-късно със заем от 100 долара от майка си закупува своя лодка и превозва пътници между Стейтън Айлънд и Манхатън и скоро създава цяла флотилия от малки съдове.

През 50-те години на XIX век Корнелиус навлиза и в железопътния транспорт. Контролира множество жп участъци, най-вече намиращи се в североизточните щати. Съвременниците наричат Корнелиус Вандербилт Железопътния крал (Railroad King). На практика той се стреми и постига почти пълен монопол както в земния, така и в морския транспорт, с което си спечелва честта да е считан за един от „бароните-разбойници“ – термин, който в САЩ употребяват за крупните предприемачи на XIX век.

Към края на живота си притежава над 100 милиона долара, които в днешно изражение са 185 милиарда.

Корнелиус Вандербилт се посвещава и на благотворителност. През 1873 г. дарява \$1 млн. за създаването на университет в Тенеси, носещ неговото име. И до днешна дата това е едно от най-големите дарения в американската история. По политически убеждения е бил републиканец.

И до днес фамилията Вандербилт е една от най-богатите и влиятелните в света.

**185****МЛРД.
ДОЛАРА**



5 Алън Руфъс, или Червения Алън (1040-1093)

Той е първият лорд на Ричмънд, племенник на Уилям Завоевателя и негов съратник по време на норманските походи в Англия.

Руфъс е владеел 250 000 акра земя, което му е позволявало да контролира около 7% от brutния вътрешен продукт на тогавашна Англия. Изчислено спрямо БВП на съвременна Великобритания, той се е разпореждал с 81,3 милиарда британски лири.

Руфъс оставя наследство от 11 000 паунда. Тази сума представлява 11 % от brutния вътрешен продукт на Англия по онова време. Преизчислено в днешни пари (към 2014 г.), това прави 194 млрд. долара.

194
МЛРД.
ДОЛАРА

4 Джон Д. Рокфелер (1839-1937)

Джон Дейвисън Рокфелер е петролен магнат, който за времето си контролирал целия петролен пазар в САЩ. Той е считан и за първия в света доларов милиардер. През 1870 г. основава компанията „Standard Oil“ и я ръководи до пенсионирането си през 1890 г. Някои от бизнес практиките на компанията му, която затваря целия цикъл - от производство, през дистрибуция, транспорт на горивата и продуктите от деривати, са считани за неморални и заради тези практики в САЩ е създадено първото антимонополно законодателство и „Standard Oil“ е първата, срещу която се водят такива дела.

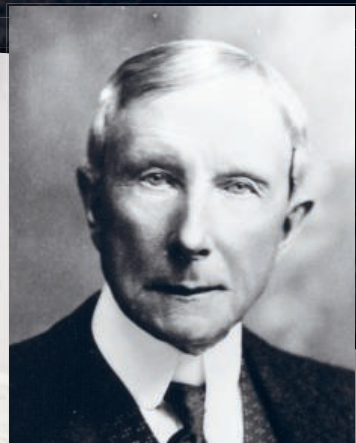
Сутрин Рокфелер закусва хляб и мляко, а вечер яде няколко ябълки. Отива на работа с билет от 5 цента, износва дълго костюмите си и си купува къща в Ню Йорк, като запазва обзавеждането на предишния собственик. Все пак



Рокфелер Център в Ню Йорк, построен по идея на Джон Д. Рокфелер и завършен от сина му

има и своите малки забавления, като например конете, като прави своя собствена конюшня.

Рокфелер обаче си спечелва образ на безскрупулен бизнесмен, наричан дори „най-мразеният мъж в Америка“ и буквално срещу него в медиите се води война. На стари години, след оттеглянето си от бизнеса, той работи усърдно, за да изчисти имиджа си, и се превръща в щедър филантроп. Дарява милиони долари, основава Университета на Чикаго през 1890 г. и университета „Рокфелер“ през 1901 г. Когато умира през 1937 г. на 97-годишна възраст, цялата нация скърби за него, а на некролога му е изписано „милиардер“. И до днес фамилията Рокфелер е една от най-богатите в света.



341
МЛРД.
ДОЛАРА



Семейният дом на фамилията Рокфелер

3

Андрю Карнеги (1835-1919)



372

МЛРД.
ДОЛАРА

Той е роден в Дънфърмлин, Шотландия, в бедно семейство и емигрира в САЩ през 1848 г. Заселва се със семейството си в Питсбърг, Пенсилвания, където по-късно си спечелва името на известен бизнесмен и филантроп.

През 1870 г. построява първата си доменна пещ, а към 1890 г. е начело на бързо растящата американска стоманодобивна промишленост. Негово верую е „Евангелието на богатството“ (на английски: Gospel of Wealth), чиято централна теза е, че богатите имат морален дълг да бъдат големи филантропи. В съответствие с това през 1900 г. създава в Питсбърг Техническо училище „Карнеги“ с цел да обучи майстори и занаятчии и да ги превърне в инженери и учени. Впоследствие то се разширява и превръща в университета „Карнеги Мелън“. Построил е стотици обществени библиотеки и няколко големи научноизследователски центъра и фондации.

Дарява немалка сума за построяването на концертна зала в Ню Йорк, наименувана в негова чест „Карнеги Хол“.

В София, близо до НДК, има улица, която носи неговото име. Причината е една инициатива на фондация „Мир между народите“, финансирана от корпорацията на Карнеги. Тя установява два факта – първият, че единствено българската войска не е извършвала жестокости над чуждото население. Второто - че огромната част от Македония и Беломорска Тракия е била населена с българи и те са били преобладаващ етнос. Анкетата служи за основание в последващите мирни договори да се присъединят поне част от българските земи, освободени от нашата войска през първата Балканска война. Благодарение на нейните изводи земите на юг от Созопол, част от Странджа, Родопите, Пирин и поречието на Струма днес са в родна територия.

2

Манса Муса (1280-1337)

Кралят на Малийската империя е считан в някои класации за най-богатия човек в историята. Земите на Манса Муса са пълни с природни ресурси, предимно злато. Той е бил господар и на световното производство на сол.

През 1324 г. той предприема поклонническо пътуване (хадж) до Мека, като изминава 4000 мили. Пътуването не е никак евтино. Керванът на краля се простирал докъдето стига погледът. Хроникьорите описват антуража му от десетки хиляди войници, цивилни граждани и роби, 500 глашатаи, облечени в коприна и със златни жезли, много камили и коне, носещи тонове злато. Твърди се, че свитата му била от 60 000 души, от които 12 000 роби, и всеки роб носел по едно 2-килограмово кюлче злато.

Свитата носела толкова много злато, че когато спряла в Кайро и кралят започнал да раздава пари на бедните, предизвикал масирана инфлация. На града отнело години да се възстанови от паричната криза.

„Богатото наследство на краля устоя през поколенията и до днес има мавзолеи, библиотеки и джамии, които стоят като негов завет от златните години на малийската история“, казват неговите изследователи.



400

МЛРД.
ДОЛАРА

1 Октавиан Август (63 пр.н.е. - 14 г.)

Октавиан Август, роден като Гай Октавий Турин и осиновен от своя правуйчо Юлий Цезар, по-късно е наречен Гай Юлий Цезар Октавиан, и е първият римски император. Управява Римската империя 41 години – от 27 пр.н.е. до своята смърт през 14 г. от н.е.

Октавиан наричал себе си „любимец на Аполон“ и всячески подчертавал връзката си с това божество, построил нови храмове на Аполон, както и отсичал монети с неговия образ.

Август управлява Рим повече от 40 години и неговата политика още дълго оставя следи върху империята. По негово време римските войски завършват завладяването на Испания, покоряват Швейцария, Галатия (в Мала Азия) и голяма част от Балканите. Към края на управлението му северният край на империята не е далеч от линията Рейн - Дунав, която ще бъде граница през следващите няколко столетия.

Август е изключително способен администратор и има важна роля в изграждането на дейни държавни учреждения. Той ревизира данъчното устройство и финансовата система на римската държава, реорганизира армията и слага началото на редовна флота. Освен това създава лична охрана, т. нар. преторианска гвардия, която в бъдните столетия ще играе голяма роля при избирането и свалянето на императора.

При управлението на Август в цялата Римска империя се изгражда мрежа от превъзходни пътища; в самия Рим се построяват много обществени сгради и градът се разкроява осезателно. Издигат се и храмове, а Август препоръчва да се зачитат и спазват старите римски религиозни обичаи. Приемат се закони, които насърчават браковете и раждаемостта.

На него е кръстен месец август. На практика по време на управлението си той контролира половината свят. Изобилията на Римската империя го превръщат в най-богатия човек на всички времена.



4,6
ТРИЛИОНА
ДОЛАРА

СВЕТОВНО ПРИЗНАНИЕ ЗА ДВЕ БЪЛГАРСКИ МИННИ ДРУЖЕСТВА

„ДЪНДИ ПРЕШЪС МЕТАЛС ЧЕЛОПЕЧ“ И „ДЪНДИ
ПРЕШЪС МЕТАЛС КРУМОВГРАД“ ПОЛУЧИХА ПРИЗА
„СОКРАТ“ НА ЦЕРЕМОНИЯ В ОКСФОРД

ОБОР: Яна Колева

Високо световно признание получиша българските минни дружества „Дънди Прешъс Металс Челопеч“ ЕАД и „Дънди Прешъс Металс Крумовград“ ЕАД. Те бяха отличени с международната награда „Сократ“ в категория „Най-добро предприятие“.

На официална церемония в залата на кметството в Оксфорд, Великобритания, колегията на международните награди „Сократ“ (International Socrates Awards) връчи своите призове в края на декември. За 16-а поредна година елитното събитие събра видни представители на бизнеса, академичните среди, предприемачи и общественици от над 50 държави. Един от тях беше изпълнителният директор на „Дънди Прешъс Металс Челопеч“ ЕАД и „Дънди Прешъс

Металс Крумовград“ ЕАД д-р инж. Илия Гърков. Той получи наградата в категория „Най-добро предприятие“, както и приза „Най-добър мениджър на годината“. Специално изработеният бижутерски плакет, статуетка и сертификат му бяха връчени за модерните стандарти на управление, използвани в дружествата на „Дънди Прешъс Металс“ в България, за направените инвестиции и модернизиране, за високия професионализъм на служителите и за добрите финансови позиции.

Д-р инж. Гърков изнесе реч пред 70 представители на международни компании, академични и образователни общности, в която представи добрите практики на „Дънди Прешъс Металс“ в сферата на мениджмънта, инвестициите в модернизация и в служителите.

Това е поредното международно признание за двете български минни дружества, след като през месец юни „Дънди Прешъс Металс Челопеч“ ЕАД и „Дънди Прешъс Металс Крумовград“ ЕАД бяха отличени с Европейска бизнес награда в категория „Най-добър работодател за 2015/2016 г.“ (Best employer of the year award 2015/2016).

Наградата „Сократ“ в категория „Най-добро предприятие“





Илия Гърков (в средата) получава отличията от генералния директор на Европейската бизнес асоциация Джон Нетинг (вдясно) и от Винченцо Костилиола, почетен президент на Академичния съюз в Оксфорд

Пътят от Златоград до Оксфорд

Д-р инж. Илия Гърков е вицепрезидент на „Дънди Прешъс Металс“ - Канада, и генерален мениджър за България. Той ръководи дейностите на дружества „Дънди Прешъс Металс Челопеч“ ЕАД и „Дънди Прешъс Металс Крумовград“ ЕАД.

Д-р инж. Илия Гърков има 25-годишен международен опит в добивната индустрия, натрупан в България, Австралия и Армения. Започва кариерата си в рудник „Стефан Стефанов“, ГОРУБСО-Златоград. През 1992-93 г. отива в рудник „Елаците“. В рудник „Челопеч“ започва работа през 1994 г. като началник-смяна и последователно заема все по-високи длъжности.

По професия д-р Гърков е минен инженер. Притежава магистърска и докторска степен от Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски“ в София. Има сертификат и диплома по мениджмънт от Свободния университет във Великобритания и магистърска степен по програмата „Мениджмънт за организационно съвършенство“ на Нов български университет.

С цялостната си дейност Илия Гърков допринесе значително за развитието на рудник „Челопеч“ и превръщането му в миннодобивно предприятие от световна величина. Изпълнителният директор на дружеството има основна роля за реализацията на редица важни нововъведения, сред които промяната на системата на разработване на находището, повишаването на безопасността при работа и подобряването на ефективността на добива.

След 2013 г., когато поема и длъжността изпълнителен директор на „Дънди Прешъс Металс Крумовград“ ЕАД, д-р инж. Гърков допринесе за изграждане на добри взаимоотношения с местната общност и за ускоряване на процеса по получаване на необходимите разрешителни за дейността на дружеството.

Илия Гърков: Технологичните новости ни дават сила

„Наградата „Сократ“ е огромна чест за мен и за дружествата на „Дънди Прешъс Металс“ в България. През последните 12 години вложихме сериозна енергия и средства, за да трансформиране производството в Челопеч и да превърнем една дейност, позната и прилагана от столетия, в технологична новост. Постигнахме този успех благодарение на готовността на всички хора за промяна, благодарение на желанието и визията ни за рудник от ново дигитално поколение.

В рудник „Челопеч“ въведохме успешно много иновативни методи на производство и управление, с което направихме крачка към по-доброто бъдеще на минното дело.

С началото на проекта ни в Крумовград ще ускорим иновациите и ще продължим да прилагаме принципите на устойчивото развитие.

Добрите идеи движат
развитието, уверява
Димитър Димитров



Фото: Десислава Веселинова

КОЛКО Е ЧАСЪТ?

автор: Яна Колева

СЪС СВОИТЕ
ТЕХНОЛОГИЧНИ
РАЗРАБОТКИ -
ЧАСОВНИКА
ЗА ДЕЦА МУКИ И
СИСТЕМАТА ЗА
АВТОМАТИЗАЦИЯ НА
ДОМА SHE, „АЛТЕРКО
РОБОТИКС“ Е ВЕЧЕ НА
МЕЖДУНАРОДНИЯ
ПАЗАР

Технологиите превземат живота ни. Те все по-уверено влизат и в нашите жилища. В един умен дом всяко устройство, което се захранва с ток, е интелигентно. То може не само да се управлява с глас, но и да изпълнява предварително зададените изисквания на потребителите. Умният дом значително повишава комфорта на живот, спестява електроенергия и създава по-здравословна атмосфера. Всичко това не е мечта за бъдещето, а възможност тук и сега да си създадем удобство - например чрез разработката She за домашна автоматизация, която българската компа-

ния „Алтерко Роботикс“ продължава да развива и усъвършенства. „Работим с водещи инвеститори и строители за инсталацията на системата в нови домове, като с това поставяме началото на нова тенденция и нов начин на живот“, казва Димитър Димитров, изпълнителен директор на „Алтерко“ АД. За публични сгради специалистите на компанията добавят опции за контрол и наблюдение, което е улеснение при фасилити мениджмънта.

Компас

„Алтерко Роботикс“ участва в Consumer Electronic Show (CES) 2017.

Това е най-голямото изложение за потребителска електроника и иновации в света и тази година то се проведе в началото на януари в Лас Вегас. За втори път българските разработчици имаха възможността да се сравнят с постиженията на известни световни компании и в същото време да усетят пулса и посоката на движението за следващата година. Интерес към продуктите на „Алтерко Роботикс“ е проявен от редица големи компании за мобилни услуги, като T-mobile USA и Verizon. В същото време водещи инсталатори на електрическо оборудване и автоматизация на офиси и домове, сред които Bosh и Helix Electrics, са заявили желание да тестват и да внедрят продуктите на българската технологична компания в свои проекти.

Началото

И в „Алтерко Роботикс“ всичко тръгва от една добра идея. Първо създават прототипа на контролера за автоматизация на дома She. „Осъзнахме потенциала и възможностите, които ни се откриват, успяхме да съберем силен екип, способен да създава иновационни продукти, след което се появи „Алтерко Роботикс“. Реално първият ни масов продукт е интелигентният часовник за деца МуКи, който печели популярност. Така се оформиха двете основни направления на компанията: home automation и wearables“, разказва Димитър Димитров.

Екипът и разработките

В момента екипът е от почти 30 души и продължава да расте. Приличат все повече таланти и иновативни инженери и програмисти, които дават своя принос в развитието на продуктите. В тази компания всеки служител е ключова фигура, тъй като стремежът е да остават максимално близо до ентузиазма на стартъпите, където всеки има право на глас и възможност да се докаже.

Във фокуса на усилията са новите устройства за автоматизация. Към момента проучват и експериментират

Силен старт в голямата надпревара

През погледа на Димитър Димитров

1. *Най-важни са мотивацията и вярата, че можем да създадем нещо много по-добро.*
2. *Когато една компания или човек не слага никакви ограничения пред себе си и с цената на много труд и желание продължава да работи, рано или късно ще постигне желания успех.*
3. *В България има специалисти, цената на труда и на започването на бизнес позволяват продуктите да бъдат конкурентни.*
4. *Вдъхновяващи примери за всички, които започват сега, има навсякъде.*
5. *Има и няколко технологични фонда в България, които предлагат изключително атрактивно финансиране за стартиращи компании.*

технологии за още над 20 устройства, но някои от тях са доста напред във времето си и ще се появят в следващите години. Най-новите им продукти са следващият модел на часовника МуКи, който има цветен дисплей, тъчскрийн, вибрация, няколко мелодии и по уверения на компанията е най-иновативният детски часовник, създаван до момента. Той ще се появи съвсем скоро на пазара. В тази посока разработват и няколко други интересни и полезни устройства.

Пазар

Детският часовник с GSM и GPS с марка МуКи и GPS/GSM тракера за домашни любимци МуКи Pet вече са сбъдната мечта за екипа на „Алтерко Роботикс“. Те намират добър пазар у нас и по света. Списъкът с държави, където децата ползват МуКи, е голям - само към момента имат бизнес отношения или се водят преговори с 62 мобилни оператора и съвсем скоро ще има новини в тази посока. Каналите за продажба са мобилните оператори и дистрибуторите на мобилни устройства и системи за автоматизация. Затова през тази година ще излязат още няколко продукта под бранда на МуКи.

Финансиране

През 2016 г. „Алтерко“ АД излезе на БФБ и получи финансиране от 2,25 млн. лв. „Успяхме да постигнем много добри резултати през минала-

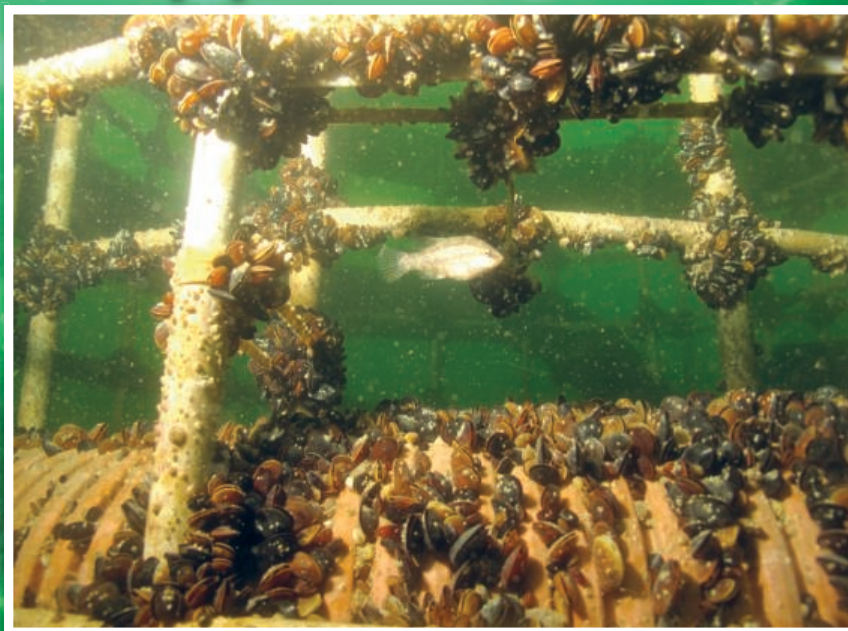
та година, което ни дава възможност да се развиваме все по-добре и все по-бързо да разработваме продуктите, които или са на пазара, или предстои да излязат на него“, посочва Димитров. Компанията в „Алтерко Холдинг“ имат над 10-годишен опит на международните пазари и според него, за да стане дадена компания глобален играч, тя не бива да се притеснява от големите в сферата на същия бизнес по света. „Ние правихме всичко стъпка по стъпка, не смятам, че сме глобален играч, но вярвам, че имаме потенциал за това“, уточнява той.

Накъде

Интернет на вещите (Internet of Things - IoT) в момента е почти навсякъде. Потребителите с всеки изминал ден ползват свързани в мрежата устройства, без дори да го осъзнават. Всеки нов автомобил, пералня, хладилник вече се предлага с такава възможност. Все по-бурно ще бъде навлизането на IoT във всеки един аспект на бита и ежедневието на хората. Конкуренцията също се ожесточава, но според „Алтерко Роботикс“ приложенията на устройствата, свързани в мрежата, са толкова безкрайни, че винаги има място за още и още играчи.

Идеи много, но в крайна сметка пазарът решава кое да има право на живот.

ЕКОБЪДЕЩЕ чрез МИДЕНИ РИФОВЕ



автор: **Божидара Иванова**

Варненската компания Sea Harmony, чийто проект Pisa Reef се класира за финала на третото издание на състезанието на Chivas - The Venture с общ награден фонд от 1 млн. долара, ще се бори с финалистите от още 31 страни и ще представи България на глобалния финал в Лос Анджелис.

Бизнес идеята на Sea Harmony се заражда в далечната 1996 г., когато са потопени първите 22 експериментални рифови инсталации. След редица проведени тестове и експерименти се създава технологията Pisa Reef, която дава възможност за връщане на екологичния баланс в крайбрежните води.

Рифът предлага прекрасни натурални условия за изхранване, укритие и възпроизводство на богато съобщество от морски обитатели – миди, рапани, скариди, червейчета, мекотели, различни коралоподобни прикрепени обитатели на мидените черупки и множество дънни, скални и мигриращи

риби, разказва Арман Саркисян, ръководител на проекта.

Миденият риф представлява многоетажна, решетъчна, многопластова „къща“ с множество кухни. Тя заема малка площ от дъното и се намира на 3 метра от него, като не представлява препятствие за дънните течения. Към момента компанията е доставила 37 инсталации в 4 държави – България, Румъния, Грузия и Търция. Българските се намират близо до с. Кранево.

Уникално при нашата еко-възстановяваща технология ORTO/Ocean Reef-Tower Oases/ е, че тя защитава бреговата ивица от абразия и позволява производството да излезе от все по-заетите и замърсени заливи. ORTO не се влияе от метеорологични условия, морски повърхностни залеждания, UV лъчи и шокови промени в температурите. Височината на Pisa Reef усвоява два пъти повече водни пластовете в сравнение с обикновените мидени ферми и избягва замърсяванията

та от промишлен или битов характер в повърхностните слоеве, допълва той.

Това е първият екологичен риф, подходящ за добив на миди, рапани, скариди и риби. Изцяло потопената поплавъчна технология избягва сблъсъка с основната енергия на вълните в повърхностните слоеве, както и конфликтът с корабоплаването и туризма. При събирането на реколтата позволява висока степен на автоматизация, което оказва допълнително влияние върху рентабилността, мащаба и районите за прилагане. Използваните плътни материали и елементи увеличават няколкократно живота на съоръжението до 20 години, което е от 4 до 7 пъти повече от живота на съоръженията при традиционните въжени технологии.

ORTO предлага интегрирани многосекторни решения и ползи. От екологична гледна точка технологията дава шанс на морето да се самооздрави и създава оазиси от живот, дори и в „Мъртвите зони“, или където е необхо-



От ляво надясно - Атанас Димитров (финансов отдел), Огнян Димитров (инженер), Арман Саркисян (морски еколог и ръководител на проекта) от SeaHarmony и Емил Ундерберге, член на ReefFormers Club

БЪЛГАРСКАТА КОМПАНИЯ SEA HARMONY ЩЕ СЕ БОРИ ЗА ГОЛЯМАТА НАГРАДА ОТ 1 МИЛИОН ДОЛАРА В СЪСТЕЗАНИЕТО THE VENTURE

димо в шелфовите зони на морето или океана. От икономическа гледна точка дава разнообразие на приходите, тъй като освен миди, там се произвеждат още риби, рапани и скариди. Но главното е, че ORTO може да се прилага в открито море, което ще увеличи значително възможностите за местно производство.

Предстои изготвянето на прототип на система за обирание на мидената реколта, както и създаването на експериментална аквакултурна ферма от 1000 подводни рифови съоръжения.

Инвестицията, необходима за стартиране на подобен тип бизнес, е около 6-7 млн. евро, които отиват за пълносистемна мултиаквакултурна ферма от 1000 броя рифови оазиси и всички съоръжения, необходими за обслужването им, споделят Арман Саркисян, ръководител на проекта, инж. Огнян Димитров - отдел иновации и търговия, Атанас Ди-

митров, финансов специалист.

До момента те са инвестирали бизнеса си със собствени средства, проектът „REEFS“ и чрез по-малки частни инвестиции в отделни рифове.

В бъдеще планират изготвянето на прототип на система за обирание на мидената реколта, както и създаването на експериментална аквакултурна дерма от 1000 подводни рифови съоръжения в акваторията на с. Кранево.

В дългосрочен план смятаме да разпространяваме технологията под формата на ноу-хау, лицензи, изграждане и продажба на технологични линии за производство и продажба на цели рифове, или елементи за тях, субпродукти за селското стопанство, възобновяема енергия, туризъм и включване в проекти, изискващи компенсаторни екологични решения, коментират от екипа на стратиращата компания.





Южноафриканският щраус е бегач на дълги разстояния

ТРИКРАКОТО СТОЛЧЕ на УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ

автор: **Татяна Явашева**

Често говорим за устойчиво развитие, но какво всъщност е това? Трябва ли да опазваме комарите и голия охлюв например? С тези въпроси се обръщаме към проф. Нешо Чипев от Института по биоразнообразие и екосистемни изследвания при БАН: „Отговорът на тези два въпроса се крие в „работата“ на природните екосистеми и предоставяните от тях „стоки“ и „услуги“. Екосистемите са своеобразни предприятия, в които има материали и ресурси. Но за да работят, им трябва... работници. Биоразнообразието осигурява „работната ръка“. В еволюцията различните видове животни, растения и микроорганизми са придобили специфични „професии“, които прилагат в екосистемите. Както на един строеж има хора с различни умения и специализация, така и в природата всеки жив организъм има своя задача. Продукцията на екосистемите е производството на биомаса, която минава през веригите на храненето и през икономиката. Почвеното плодородие е важна „услуга“, но тя не се продава, тъй като не е остойностена“, обяснява ученият.

Паничката с боба

Устойчивото развитие има три основни стълба – икономически, социален и екологичен (околната среда и нейните ресурси). Обществото има определени нужди, а икономиката ги задоволява, като ползва ресурси от природата. Същевременно обаче обществото има нужда и от чиста





Тревните съобщества на Южна Африка (Кейптаун) много наподобяват средиземноморските и са дом на сухоземните костенурки



Пингвини „полицаи“ се катерят по склон до българската полярна база на о-в Ливингстън (Антарктика)

∴ ПРИРОДАТА БЕЗПЛАТНО НИ ПРЕДОСТАВЯ
 ∴ „СТОКИ И УСЛУГИ“ И ЗАТОВА ТРЯБВА ДА СЕ
 ∴ ГРИЖИМ ЗА НЕЯ, СЪВЕТВА ПРОФ. НЕШО ЧИПЕВ

околна среда. Получава се трикрако столче, върху което стои „паничката с боба“ на хората. Ако единият крак е по-къс, бобът ще се разсипе. Това ще стане и ако някой крак е по-дълъг. Ето защо е нужно устойчивото развитие. Колкото повече тези три стълба са в равновесие, толкова и качеството на живот е по-добро, уверява проф. Чипев. Природозащитниците се опитват да разтегнат екологичното краче, а икономиката иска нейното краче да е по-дълго. Всичко

това създава дисбаланс, а е нужно равновесие. Добрата работа на екосистемите позволява човекът да продължи да съществува – спрат ли те да работят, човечеството изчезва.

Кръговратът

Планетата Земя е затворена екосистема, веществата не излизат в Космоса. Има кръговрат, който осигурява преработката. Оттам идва и идеята за рециклирането. Всичко, което умре, както и всички отпадни продукти се преработват чрез различни микроорганизми, които всъщност са „работници“ в екосистемата. Енергията на Земята идва само от Слънцето. Ако то угасне, ще спре и животът на нашата планета. Всичко на Земята е свързано и не може дори и без най-досадния паразит. Ролята на организмите в екосистемите е да си взаимодействат и взаимно да се контролират, а това също е екосистемна услуга. С вредител никога не може лесно да се справи и нарушаването на устойчивостта в това отношение има различни измерения, напомня проф. Чипев.

Кошмари в Австралия

Почти 150 години продължила борбата с Бодливата круша в Австралия – вид кактус, чиято родина е Южна Америка. В края на XVIII в. бразилски преселник я засял в градината си заради спомена за любимите плодове, които растението дава. Кактусът бързо превзел пасищата и настанал мор по животните - заради бодлите, които те поглъщали заедно с вкусното растение. Нищо не могло да помогне за унищожаването на Бодливата круша, докато през 1925 г. в Австралия не били пренесени аржентинският кактусов огнен молец и мексиканската кочинила, които за 12 години успели по естествен начин да решат проблема. Тогава в долината на река Дарлинг благодарните фермери издигнали паметник на насекомите, спасили Австралия.

Другият голям проблем обаче са зайците. Вече над век и половина там се води неравна битка с огромната популация на най-бързо размножаващия се бозайник. В средата



Фот. Нешо Чипев

Водопадите Игуасу са световна туристическа атракция на границата на Аржентина, Бразилия и Парагвай



Евкалиптовите гори на о-в Тасмания осигуряват водния баланс

на XIX в. английски заселник, страстен ловец, пренесъл няколко заека, които пуснал в близката гора. Не след дълго зайците се размножили и завладели континента, тъй като стигнали 10 млрд. Това довело до значителни поражения върху околната среда и предизвикало изчезването на някои местни видове. Настъпил екологичен кошмар. Безрезултатни остават опитите за справяне с нашествениците с помощта на огради, отрови и патогени. Благодарение на науката през 90-те години на миналия век се намира смъртоносен заешки вирус, който обаче донякъде решава проблема.

Добрата теория

Справянето с тези два кошмара в Австралия става единствено чрез познание. Затова науката спокойно трябва да си върши своята работа и рано или късно всяко знание намира приложение, обобщава проф. Чипев. Той

Туризм срещу природата

Природната красота, която е резултат от биологичното разнообразие, е екосистемна „услуга“. За нея никой турист не дава пари, но върху нея се крепи цялата туристическа индустрия. Ако се плаща за красотата, тези пари трябва да се върнат за опазването на природата, смята проф. Нешо Чипев. Инвеститорите в туризма добре трябва да осъзнаят, че те не може да разпъват „крачето на столчето“. Факт е, че презастрояването в курортите се обръща срещу бизнеса и у нас не идват най-платежоспособните туристи. Развитието трябва да е устойчиво, иначе „паничката с боба“ се преобръща. Така например когато ски сезонът приключи, оголените писти може да бъдат затревени, за да не отблъскват летните туристи. Но трябва инвестиции. „Услугата“ да се радваме на красива природа трябва да се оцени и да се плаща за нея, за да се поддържа тази красота. Природата също е капитал и за нея важат закономерностите на финансовия капитал, който изисква да се умножава и да се пази. Дългосрочните инвестиции винаги са свързани с устойчивост, уверява българският учен.

ОТ ДРУГ ЪГЪЛ

е убеден, че най-важната роля на учените е да осигуряват обективната информация и когато се вземат важни решения, всичко трябва да се гледа през призмата на устойчивостта - точно в това отношение науката има какво да каже. Проф. Чипев припомня, че навремето бащата на Алберт Айнщайн бил много недоволен, че синът му не се е захванал с бизнес или с нещо практично. Но един ден именитият вече учен стига до извода, че няма нищо по-практично от добрата теория.

Светът използва все повече природни ресурси и затова трябва да държи на устойчивото развитие. Трябва да се грижи и за отпадъка, тъй като „работниците“ в природата вече не са в състояние да се справят с тези огромни количества, които човечеството генерира.



На о-в Ливингстън пингвините папуа отглеждат своите малки в гнезда, построени от камъчета



Дружелюбната коала е символ на Австралия



1892

NAVIGATION
MARITIME
BULGARE

www.navbul.com

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

BŪLGARIYA
BULGARIA

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**



КОНСОЛИДАЦИЯ В РУСКИЯ ИТ СЕКТОР



автор: **Александър Александров**

Големите телеком оператори усилено придобиват онлайн и медийни активи. През отминалата година това направиха два от водещите американски телекоми – Verizon, която събра цяла колекция от знакови в миналото ИТ услуги, включително Yahoo и AOL, както и AT&T, която направи една от най-големите сделки в историята на бранша, закупувайки медийния гигант Time Warner. Причините за това пазаруване могат да бъдат открити в дългогодишните тревоги на операторите, че онлайн корпорациите „изяждат“ все по-голяма част от приходите им, превръщайки ги в доставчик на услуги от ниско ниво в една все по-комплексна дигитална екосистема.

Затова и очакванията са придобиванията на онлайн компании от телеком сектора да продължи и през новата година, а поредното доказателство за това в самия край на декември стана друга мащабна сделка, само че този път в Русия. Най-голямата местна телекомуникационна група MegaFon извади 740 млн. щ. долара за контролния пакет (63.8% от акциите с право на глас) в компанията Mail.

ru Group, която притежава две от най-популярните онлайн услуги в страната – електронната поща mail.ru и социалната мрежа ВКонтакте (vk.com). Сделката е за 33.4 милиона акции на онлайн групата. 640 млн. щ. долара са платени в момента на подписването на сделката, а още 100 млн. щ. долара ще бъдат предоставени година по-късно. Любопитно е, че сред продавачите от страна на Mail.ru Group е милиардерът Алишер Усманов, който е и основен собственик в MegaFon. Или с други думи, бизнесменът и съсобственик в английския футболен клуб „Арсенал“ на практика консолидира своите технологични активи, превръщайки MegaFon в централен хъб за тяхното развитие и в една от най-влиятелните онлайн групи в света.

С какво се сдобива телеком операторът? Портфолиото на Mail.ru Group далеч не се изчерпва само с едноименната имейл услуга и ВКонтакте. Групата притежава още две популярни в Русия социални мрежи - Однокласники и Мой Мир, руския месинджър Mail.ru Agent, портала Mail.ru, дял в платежната услуга Qiwi, онлайн игри, мобилни приложения, „облачни“ услуги и платформи за електронна търговия.



НАЙ-ГОЛЕМИЯТ ТЕЛЕКОМ В СТРАНАТА МЕГАФОН ЗАКУПИ КЛЮЧОВИТЕ ОНЛАЙН АКТИВИ VKONTAKTE И MAIL.RU, КОНСОЛИДАЙКИ ТЕХНОЛОГИЧНИЯ БИЗНЕС НА АЛИШЕР УСМАНОВ.....

Перлата в короната

на компанията обаче си остава позастаряващият американски месинджър ICQ, който беше придобит от AOL през 2010 г. и макар вече да не се ползва толкова активно, си остава една от знаковите онлайн услуги в световен мащаб. По данни на comScore, продуктите на Mail.ru сумарно имат най-голямата рускоговоряща интернет аудитория, достигайки до 86% от потребителите в страната, а компанията е сред петте най-големи онлайн групи

на база на посещенията. Акции на Mail.ru се търгуват на Лондонската фондова борса и от MegaFon вече съобщиха, че не възнамеряват да изкупуват дяловете на миноритарните акционери. Още повече, че сделката не задължава новия собственик да прави оферта за изкупуване на техните дялове. Сред останалите съсобственици в групата са още китайската инвестиционна компания Tencent, която е вторият по големина онлайн играч на азиатския пазар след Alibaba и южноафриканския медиен холдинг Naspers, собственик на редица онлайн услуги и меди.

За MegaFon придобиването ще създаде нови възможности за пакетни оферти за нейните над 60 милиона потребители в Русия и над 1.6 милиона в Таджикистан, Абхазия и други страни и автономни региони. Компанията вече може да включи достъп до мобилни игри, социални мрежи и платежни услуги в своите договори, както и да развива нови услуги на база на тях. Като цяло сделката ще даде на компанията важно конкурентно предимство в битката ѝ за пазарен дял

с другите водещи руски оператори – VimpelCom и Mobile TeleSystems (MTS). Освен това тя ще помогне на Алишер Усманов да монетизира част от инвестициите си в Mail.ru, както и да консолидира

технологичните си активи в рамките на MegaFon, в който съдружник на милиардера е водещият скандинавски телеком Telia. Впрочем придобиването на Mail.ru Group беше окончателно одобрено с почти пълно мнозинство на извънредно събрание на акционерите на MegaFon на 20 януари.

На пръв поглед изглежда, че всички ключови участници са доволни от сделката за едни от най-популярните руски онлайн услуги. За руските потребители пък едва ли нещо ще се промени, предвид че влиянието на Алишер Усманов върху развитието на любимата им социална мрежа и мейл услуга се запазва. Мнозина в Русия обаче вероятно ще одобрят концентрацията, която води до обособяването на една от най-влиятелните технологични компании в света, способна да се бори срещу западните гиганти от бранша. А това има значение за страна, в която стартъп културата не е широко разпространена и не всеки ден се появяват нови обещаващи онлайн услуги като Facebook, Twitter, Snapchat, Airbnb или Netflix.





LENOVO - ЕДНА ГЛОБАЛНА ЛЕГЕНДА

автор: **Владимир Митев**

Когато Китай се превръща в работилницата на света, първоначално произвежда огромни количества продукти и части на електрониката без търговско име. Впоследствие се утвърждават множество китайски брандове, някои от които стават разпознаваеми глобално. Но правенето на продукти, „произведени в Китай“, пречи на международното утвърждаване за някои от фирмите. Една от компаниите, която си е поставила за цел да става все по-глобална и все по-малко свързвана с Китай търговска марка, е Lenovo. Корпорацията е най-големият производител на компютри в света и дължи успеха си на родения през 1944 г. основател и главен мениджър Лю Чуанжи.

Историята на Lenovo започва през 1984 г. Тогава Лю заедно с други 10 компютърни инженери основава компанията в Пекин благодарение на заем от 200 000 юана, получен от Китайската академия на науките, където той се развива като IT специалист. В онзи момент икономическата ситуация е тежка за Лю – раждат му се деца, а заплатата му на изследовател е малка. По онова време Китай отскоко експериментира с пазарното стопанство и държавният

контрол върху икономиката остава изключително силен. Затова и първите години на Lenovo, която тогава се казва Legend (Lianxiang на китайски език), са трудни. Опитите на компанията да внесе телевизори или да предложи на пазара цифров часовник не са успешни.

Лю Чуанжи получава разрешение от китайското правителство да отвори поделение на компанията в Хонконг и се установява заедно с други служители. Неговият баща, който вече живее там, му помага в намирането на заеми и с идеи за бизнеса. Всъщност, Лю е наследник на bankerско семейство. Неговият дядо е имал банка в една от североизточните провинции на страната близо до Шанхай. Бащата на основателя на Lenovo също прави кариера на banker. Това буржоазно минало обаче пречи на младия Лю да преследва мечтите си в комунистически Китай. На него не му е позволено да стане военен пилот. Налага се да се преориентира към компютрите и науката.

В Хонконг служителите на Legend вървят пеша, вместо да ползват градски транспорт. Така пешта пари. През 1994 г. обаче фирмата е листната успешно на Хонконгската фон-



Днес компанията е най-големият производител на компютри в света

Заводът на компанията
в китайския град Уан



дова борса. С набраните пари се финансира отварянето на нейни клонове в Европа. После – през 1997 г., следва сливане на клоновете в Хонконг и в останалата част на Китай и вторично публично предлагане.

Едно от големите постижения на Лю е, че е способен да се учи. Когато акциите на компанията му стават публични, той и неговите мениджъри мислят, че това просто им осигурява капитал. Едва впоследствие те и основателят откриват, че компаниите на борсата са контролирани стриктно за спазването на различни права, че трябва да се отчитат и да се съобразяват с акционерите. Когато Лю за първи път пътува в Европа, за да рекламира акциите на своето дружество, той остава обиден от острите и скептични въпроси на европейските инвеститори. „Преди имах само един началник – Китайската академия на науките. Тя обаче не ме пита нищо никога. Разчитах на своята инициатива, за да правя нещата. Но след листването ни започнахме да мислим за доверието на акционерите към нас. Започнахме да се учим как да станем истинска международна компания“, споделя Лю, който счита едно от ранните си постижения, извоюването на независимост от Китайската академия на науките по отношение на финансите и човешките ресурси.

Развитието на компанията обаче налага постоянно надрастване. През 1990 г. тя пуска на пазара първия си персонален компютър. Три години по-късно влиза в ерата Pentium с първия компютър, базиран на процесор 586. През 1996 г. компанията вече е лидер на китайския пазар. Тогава тя представя и първия си лаптоп.

В продължение на 10 години Legend е дистрибутор на Hewlett-Packard за Китай. През 2005 г. компанията, която вече е изоставила името Lianxiang и в международните връзки се казва Lenovo (от Legend – легенда, и латинската дума за нов – novo), прави огромен удар – купува поделени-



Основателят на компанията Лю Чуанжи

**КИТАЙСКАТА КОМПАНИЯ - ЛИДЕР
В ЕЛЕКТРОНИКАТА, ПОКАЗВА КАК
ЕДИН НАЦИОНАЛЕН БРАНД МОЖЕ
ДА СТАНЕ СВЕТОВЕН**



Лабораторията на фабриката в Уан

ето за персонални компютри на IBM за 1,25 млрд. долара. Това е първото придобиване на голяма американска технологична компания от китайско дружество. За Лю това е ход, свързан с голяма неопределеност – дали клиентите ще продължат да купуват продуктите от новия собственик, дали служителите ще работят за новия собственик, както и дали няма да възникнат вътрешни конфликти между мениджърите от различните държави и култури. Минава известно време, преди американското правителство да допусне Lenovo – китайска компания, до данни, които преди това IBM е можел да ползва без проблем, разказва сп. Time през 2015 г. Тогава компанията на Лю Чуанжи вече е на световния връх.

Но за да стигне до там, Лю е трябвало да преодолее много трудности и то не само технологични, но и такива, свързани с управленската култура и етика. В ранните години той традиционно е използвал диктаторски похвати в мениджмънта. Често се карал на подчинените си. Ако някой закъснеел за среща, той е бил наказван да стои в мълчание пред групата. Лю обаче осъзнава, че трябва да покаже как правилата във фирмата са универсални, т.е. важщи за всеки. Затова той трикратно изтърпява наказанието след свои закъснения. Развитието на корпоративната култура е свързано и с привличането в екипа на чуждестранни мениджъри и с въвеждането на английския език за официален език на общуване в компанията. Това са и първите по-съществени стъпки по отварянето на Lenovo към света.

„Ние не отиваме никъде, представяйки се за китайска компания. Ние искаме да ни считат за глобална компания“, казва Брайън Тинглер – директор на Lenovo за глобалните медийни отношения.

„Когато те казват, че са глобална компания, имат предвид, че са добри колкото всеки друг, а не че са само добри колкото всеки друг в Китай. Китайските потребители искат да чувстват, че купуват най-доброто, което съществува в света“, добавя Джеймс Рой от базираната в Шанхай China Market Research Group. Според Рой така компанията се из-

мъква от по-ниския престиж на китайските брандове и по света, и в най-многолюдната страна на планетата.

Живеещият в Шанхай специалист по маркетинг твърди още, че китайските компании използват купуването на чужди фирми, за да се учат как да изграждат международни брандове. Те усвояват опита в движение. Например, след като придобива компютърния бизнес на IBM, Lenovo запазва в продължение на няколко години логото на американската компания върху лаптопите от серията ThinkPad. Това е знак за приемственост и за постепенно усвояване на промяната.

Тя отвежда Лю към създаването на поделение за финансови услуги, на дъщерно дружество за недвижими имоти, на фирма за търговия с храни и други дейности, които допълват профила на Lenovo. През 2014 г. Lenovo закупи компанията за мобилни телефони Motorola Mobility за 2,9 млрд. долара, което ѝ даде право да ползва хиляди патенти в своя полза в съдилища в Щатите и по света. Преди това компанията на Лю придоби поделението за сървъри на IBM за 2,3 млрд. долара. Тези покупки утвърдиха международния профил на Lenovo.

Днес компанията набира мениджъри за регионалните си поделения от самите страни, в които те се намират. Така тя разбира своята същност на глобална, а не на чисто китайска корпорация.

Според базирания в Хонконг в. South China Morning Post още със сделката с IBM през 2005 г. Lenovo е показала пътя на много от китайските производители на смартфони, които впоследствие „възприемат подобна стратегия и се разширяват агресивно в чужбина“. Оттогава и до днес Lenovo е водена от поколение на амбициозни предприемачи – пионери за останалите технологични компании в Китай. И за тях, както за компанията на Лю Чуанжи, важи максимата, която бе популяризирана след края на Студената война в Източна Европа, че пътят води на Запад (Go West!).

КМЕТА.BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ



ЧЕТЕТЕ ВЕЧЕ И ОНЛАЙН
www.kmeta.bg/e-вестник/



СЪДЕБНАТА БИТКА НА ТЕЛЕКОМ ГИГАНТИТЕ

автор: Александър Александров

Nokia беше абсолютен хегемон при клетъчните телефони в началото на века. Нейна е най-използваната по онова време мобилна операционна система Symbian, а първите модели от серията Nokia Communicator проправиха пътя на смартфоните, демонстрирайки, че телефоните и компютрите рано или късно ще се обединят. Днес в аналогично положение се намира Apple, която е безапелационен лидер по марж на печалбата при смартфоните, има силно присъствие при таблетите и е собственик на една от двете водещи екосистеми за приложения. Откакто продаде своето подразделение за смартфони на Microsoft пък позициите на финландската компания в сегмента на мобилните телефони се свеждат до управление на интелектуална собственост, спомени за предишната хегемония и някои нови разработки, които все още не са се доказали. Като се има предвид колко болезнена може да е тази смяна на лидерството на глобалния мобилен пазар, разбираме защо сблъсъкът беше неизбежен

Двете корпорации символизират две съвсем различни поколения в технологичния сегмент – на старите предимно европейски телеком производители (Nokia, Ericsson, Siemens, Alcatel и Motorola), повечето от които днес не се занимават с разработка на крайни устройства, и на новите технологични фирми от САЩ и Азия, повечето от които са започнали с производството на компютри и постепенно са навлезли при мобилните устройства.

Затова не е изненада, че Nokia и Apple многократно са се срещали в съдебните зали през последните години. Последното им дело за патенти датира от 2011 г., а в самия край на миналата година те подновиха споровете си. Nokia подаде няколко съдебни иска в германските градове Мюнхен, Дюселдорф и Манхайм, както и в САЩ, Азия и други региони за неправомерно използване от страна на Apple на 32 нейни патента. Сред тях са технологии за увеличаване живота на батерията, намаляване броя на хардуерните компоненти в едно мобилно устройство, подобряване на комуникационната връзка, както и гласово разпознаване.

В отговор Apple започна дела срещу трети компании от типа PAE (Patent Assertion Entities), работещи в партньор-



ство с Nokia. След обявяването на новината за съдебната битка, акциите на финландската компания отчетоха краткосрочен спад, вероятно поради притеснения на акционерите, че разходите, свързани с делата, ще се отразят на приходите ѝ.

Защо сега?

В основата на новата патентна война е договорът между двете компании за лицензиране на технологии, който изтече в края на миналата година. От Apple не са оспорили валидността на патентите на Nokia, но са заявили, че догово-



NOKIA И APPLE СИ РАЗМЕНИХА НАСРЕЩНИ ИСКОВЕ ЗА ПАТЕНТИ ВЪРХУ КЛЮЧОВИ ТЕХНОЛОГИИ ПРИ СМАРТФОНИТЕ

изявлението на висшия мениджър.

Приносът на Nokia за развитието на мобилния сегмент през годините безспорно е от ключово значение за бранша и едва ли някой би могъл да оспори това. Въпросът обаче е доколко създадените от нея технологии все още са актуални и в каква степен днес обликът на смартфоните се определя от тях или от иновативните разработки на Apple. Темата е прекалено експертна и без сериозна техническа обосновка е трудно да се каже коя от двете страни има право.

Истината е, че Nokia и днес продължава да инвестира много в развойна дейност, а по данни на компанията общият размер на инвестициите ѝ през последните 20 години достига 115 млрд. евро. Не е без значение и фактът, че тя придоби в началото на 2016 г. производителя на телеком оборудване Alcatel-Lucent. Няколко години по-рано пък корпорацията обедини своя бизнес с разработка на оборудване и мрежови решения с този на Siemens в дружеството Nokia Siemens Networks (NSN), което след това изкупи на сто процента. Всички тези сделки доведоха до безпрецедентна

концентрация на телекомуникационни патенти

в портфолиото на компанията. Така че днес Nokia може и да не е разпознаваема като производител на крайни устройства, а някои по-млади потребители може дори да не са чували, че тя произвежда такива, но нейни технологии се използват от повечето играчи в сектора.

Със сигурност в краткосрочен план съдебните дела ще се отразят негативно и на двете технологични компании, поради допълнителните разходи, както и поради несигурността, която ще съпровожда дейността им докато съдилищата излязат с решение. Затова и фактът, че Nokia все пак е инициирала исковете, както и че двете компании не правят опит да разрешат спора си в арбитражен съд, изглежда показва, че битката ще е жестока, вероятно ще продължи дълго и е възможно да доведе до сериозно преразпределяне на позициите в сектора.

рът не ги устройва, защото компанията заплаща прекалено много за лицензите върху технологии на финландския разработчик. В официално становище на Nokia ръководителят на нейното патентно звено Иика Рахнасто (Iikka Rahnasto) пък отговаря, че компанията е създавала много от фундаменталните технологии, използвани днес във всички мобилни телефони, и е допринесла за създаването на други. И според него, това включва продукти на Apple. „След няколко години на преговори с цел постигане на споразумение за употребата на тези патенти от Apple, днес ние предприемаме действия в защита на нашите права“ - се казва още в



ПОКАЗАХА БЪДЕЩЕТО В ЛАС ВЕГАС

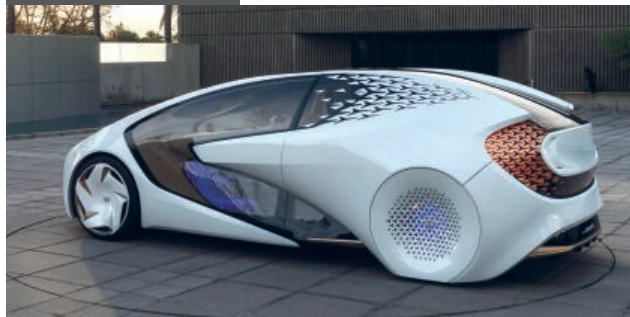
автор: **Александър Александров**

Бъдещето вече е тук, просто не е равномерно разпределено“ - тази сентенция на американския фантаст и създател на понятието „виртуална реалност“ Уилям Гибсън за пореден път беше доказана на провелото се в самото начало на годината изложение за потребителска електроника CES (Consumer Electronics Show). Събитието събра в Лас Вегас водещи технологични корпорации като Microsoft, Samsung, Sony и др., разкривайки как ще изглежда животът ни през следващите години.

CES може и да е възникнало като изложение за електроника (както подсказва и името му), но на тазгодишното издание направи впечатление, че компютрите, телефоните, телевизорите и периферията постепенно отстъпват място на продукти от други сегменти, които традиционно не сме свикнали да наричаме технологични. Автомобилите, хладилниците, пералните машини и дори дрехите са новите звезди в ИТ сектора и много от водещите производители в тези области бяха представени на дигиталното шоу. По всичко личи, че електрониката вече престава да е ограничена до отделни класове устройства, а постепенно се разтваря около нас и се превръща в един технологичен слой, наличен в нашите домове и електроуреди, автомобили и облекло. Тенденция, която е позната и от други водещи ИТ

събития като Световния мобилен конгрес в Барселона и изложението CeBIT в Хановер. Ето и някои от най-интересните акценти от тазгодишното изложение CES, които очертават как ще изглежда животът ни в близко бъдеще.

Автомобили



Toyota привлече вниманието на тазгодишното изложение с новия си концептуален автомобил concept-i. Той разполага с мощен изкуствен интелект, който се обучава от действията на шофьора, създавайки истински „взаимоотношения“ с него. В основата на футуристичната концепция е визията на японската компания, че бъдещето на транспорта трябва да постави човека в центъра, предлагайки сигурност, удобство и цялостно подобрява-

НА ТАЗГОДИШНОТО ИЗДАНИЕ НА CONSUMER ELECTRONICS SHOW ПРЕДСТАВИХА УМНИ АВТОМОБИЛИ, РОБОТИ И ДОРИ ДЖИНСИ, СВЪРЗАНИ СЪС СМАРТФОНА

не на качеството на живот.

Друг от големите производители на коли – Audi – използва технологичното шоу, за да анонсира партньорството си с разработчика на видеокарти NVIDIA. Двете компании обявиха плановете си да пуснат до 2020 г. автономни автомобили, управлявани от бордовия суперкомпютър Drive PX 2 на NVIDIA, който може да се самообучава чрез процес, познат като deep learning. Беше представена и подобрена версия на Audi Q7 с напълно автономно управление. Далеч по-слабо известната фирма Faraday Future пък представи FF 91 – електромобил, способен да ускорява от 0 до 100 км/ч за 2,39 секунди. Може би е време дори Илън Мъск да се почувства застрашен.

Умно облекло

За какво изобщо са ни технологии, ако нямаме „умни“ къси панталони? Вероятно това са се запитали от компанията Spinali Design, която представи по време на CES 2017 своите къси дамски джинси, които разполагат с връзка към мобилния телефон. При това, те дори могат да вибрират в синхрон с предпочитаното от собственичката им навигационно приложение. Налага се да завиете надясно – усещате лека вибрация по дясното бедро. Продължавате наляво – този път и вибрацията е от



лявата страна. С новите дигитални къси гащи повече никога няма да се почувствате изгубени...

„Умната“ тениска, представена от технологичния разработчик Polar на изложението, пък може да проследява физическата активност на своя притежател чрез множество сензори, след което да му дава ценни насоки, както и да изпраща информация на неговия треньор. Дрешката е насочена специално към практикуващите отборни спортове.

Друга любопитна новост, представена на тазгодишното Consumer Electronics Show, беше „интелигентната четка за коса Kerastase Hair Coach, създадена в партньорство от L’Oreal и Withings, част от групата на Nokia. Може и да не ви се вярва, но четката разполага със сензори, жироскоп и дори микрофон, чрез които тя проследява процеса на среване, влажността на косата и други показатели и дава напътствия на своята собственичка чрез специално мобилно приложение.

LG навлиза в сегмента на роботите



LG Electronics, която не успя да се пребори със Samsung, Apple и Huawei за лидерска позиция при смартфоните, е решила да превземе един друг перспективен ИТ сегмент – този на роботите. На потребителското изложение корейската корпорация представи няколко интересни робота за дома, за работа в градината и дори за различни услуги на летищата. Последните функции ще се изпълняват от моделите Airport Guide Robot, който асистира на пътниците и може да отговаря на техните въпроси, свързани с полетите на четири езика – английски, корейски, японски и китайски, както и Airport Cleaning Robot, който е подходящ за чистене на летища, но може да бъде въведен и в други области на индустриалните почистващи услуги.

Hub Robot пък от своя страна представлява пълноценен домашен помощник, който може да се свързва с всички „умни“ електроуреди въщи и дори да получава гласови команди чрез вграденния асистент Alexa на Amazon. Всъщност гласовият асистент беше едно от откритията на изложението. Редица компании представиха устройства, интегрирани с него, а все повече анализатори прогнозираят, че скоро около него ще се оформи новата голяма дигитална екосистема. Прогноза, която в сп. „Икономика“ направихме още преди около година.

Битови електроуреди



Умни хладилници, перални, прахосмукачки и фурни бяха представени от някои от най-големите производители в този сегмент. Новият модел Family Hub 2.0 на Samsung например може да бъде интегриран с различни приложения и устройства. Той разполага и със сензорен LED дисплей, на който всички членове на семейството могат да си оставят бележки и да споделят информация за покупки, графици и др.

LG също представи „умен“ хладилник на тазгодишното издание на CES. Той се нарича Smart InstaView Door-in-Door, интегриран е с гласовия асистент Amazon Alexa и работи с операционната система webOS, а 29-инчовият му сензорен дисплей може да става прозрачен по желание на неговия притежател.

Дронове

Сред най-любопитните и дори странни анонси на шоуто тази година беше подводният дрон за рибари PowerRay, който може да открива къде се крие рибата в една река

или езеро, да изпраща съобщения на телефона на рибаря и дори да осветява мястото, където последният трябва да хвърли въдицата си. Може също да привлича водните обитатели, както и да ги заснема с вградената си камера.

Компанията Polaroid, известна в близкото минало със своите фотоапарати за мигновени снимки, използва CES 2017, за да се представи в новото си амплуа. Тя представи три летящи дрона за снимки - PL2500, PL2300 и PL1000, разполагащи с мощни видеокамери и относително добри летателни свойства. Моделите могат да предават видео и пряко, посредством вграденния си Wi-Fi модул.

Като цяло изводът от изложението е, че сегментът на летящите дронове вече е излязъл от своя „детски“ период и постепенно навлиза в етап на зрялост.



КАК ДА ОЦЕЛЕЕМ В БИЗНЕСА НА БЪДЕЩЕТО

WEBIT FESTIVAL ДАВА ОТГОВОРИТЕ ЗА ЕФЕКТИВНАТА ДИГИТАЛНА
ТРАНСФОРМАЦИЯ НА 25 И 26 АПРИЛ В СОФИЯ



Едва 43% от компаниите в класацията на списание Fortune Top 500 преди 20 години са част от нея и днес. Това означава, че цели 285 от най-големите фирми в света в един момент са паднали зад борда и вече не са в елита на глобалния бизнес.

Причините за такава коренна промяна са две. Първата е превръщането на Китай в двигател на световния икономически растеж, последвано от излизане на китайски компании на глобалния пазар. А втората, че голяма част от тези 285 корпорации не са успели да се адаптират към изискванията на деня и са били изместени от по-ефективни конкуренти.

В наши дни процесът на адаптация се изразява в няколко ключови неща. Способността за извършване на ефективна дигитална трансформация за повишаване на ефективността и качеството на продуктите и услугите, правилно насоченият маркетинг, използването на подходящ бизнес софтуер и работата с големи бази данни и облачни услуги. Все неща, за които можете да научите по време на тазгодишния Webit.Festival в София.

На 25 и 26 април фестивалът в София Тех Парк ще посрещне повече от 5000 участници от 80 държави и над 100 лектори. Сред тях ще откриете някои от компаниите на Fortune 500, топ брандове, политици, създатели на едни от най-инновативните бизнеси и най-интересните стартапи не само в региона, а и в целия свят.

Конференциите ще ви помогнат да научите последното от света на маркетинга и иновациите, дигиталната трансформация, големите бази данни и облачните услуги, финансовите технологии, интернет на всичко, поверителността и сигурността и разработването на софтуер.

За да оцелеят през следващите 10 години, бизнесите ще трябва да продължат да еволюират. В свят на динамика и постоянни пазарни сътресения е по-добре да опитате да се превърнете в този, който създава трусове, и да не оста-

вате сред фирмите, които търпят последствия от тях.

Webit ще ви срещне с хора като Гарет Уилямс (създател и изпълнителен директор на Skyscanner), Виктор Милиган (главен маркетингов директор, Forrester Research), Брус Роджърс (главен маркетингов директор, Forbes Media), Андрей Колодюк (съосновател и управляващ партньор на AVentures Capital), Петер Вюртенберггер (главен маркетингов директор на Axel Springer AG) и други специалисти на световно ниво.

Компаниите на бъдещето ще са непрестанно ориентирани към клиента и ще опитват да разглеждат продуктите и услугите си от негова гледна точка. Те ще бъдат част от икономическа екосистема и работата с останалите участници в нея ще имат конкурентно предимство пред тези, които остават капсулирани.

Ако бизнесът ви има нужда от квалифицирани кадри, за да функционира, то е добре да преосмислите похватите за управление на човешкия ресурс във фирмата си. Защото бъдещото поколение търси не само добро заплащане и коректно отношение, но и все по-голяма мобилност и възможности за работа извън офиса.

Топ мениджърите в света поставят дигиталната трансформация като приоритет за стратегическите си планове. Критични в това отношение са следващите две години, тъй като повечето големи компании очакват да бъдат напълно дигитализирани до края на този период, или да понесат последствията от забавянето си.

Но трансформацията на бизнеса далеч е изключително сложна задача, в която всеки съвет може да се окаже полезен. Ако искате да научите повече за това как да подобрите своя мениджмънт, да подбирате и управлявате кадрите си по-ефективно, да търсите инвестиции за идеите си и да намерите нови партньори за своята работа, то Webit.Festival е правилното място за вас.

ИНОВАТИВНА ИНТЕГРИРАНА СОФТУЕРНА СИСТЕМА

управлява бизнес процесите на ДП „Пристанищна инфраструктура“

Най-модерните технологични решения за управление на бизнес процеси SAP ERP вече са интегрирани със специализираните информационни системи на Държавно предприятие „Пристанищна инфраструктура“ (ДППИ), след като предприятието реализира проект за внедряване на интегрирана информационна система (ИИС) за планиране и управление на ресурсите.

Внедреният софтуерен продукт ще повиши осезателно качеството и ефективността на управление на ДППИ, отбеляза генералният директор на предприятието Ангел Забуртов по време на представяне на напредъка на проекта на 25 януари 2017 г. в хотел „Радисън Блу Гранд хотел София“. Той подчерта, че информационните технологии активно са навлезли във всички сфери на дейност на ДППИ, припомняйки, че предприятието вече успешно е реализирало няколко мащабни ИТ проекта.

Основните предимства на системата са скоростта при обработка на информацията и отпадането на вероятността за грешки. Разработено е и специално мобилно приложение, което позволява дистанционен достъп. Осчетоводяването на всички трансакции вече става автоматично, като се гарантира пълна прозрачност и проследимост на целия бизнес процес в ДППИ. Данните се въвеждат еднократно и автоматично актуализират информацията в свързаните модули на системата. Модулът „Счетоводство“ е вътрешно интегриран в цялата система. Благодарение на това всяко движение в някой от модулите води до автоматични осчетоводявания на база предварително дефинирани правила. Така в момента на въвеждането на голяма част от първичните документи, генерирани в някой от модулите на системата, „се появяват“ и в модул „Счетоводство“.

Благодарение на това вместо да се въвеждат регистрирани трансакции, вече ще се следи за правилно-



то им осчетоводяване. Внедрената ИИС предоставя пълна възможност за проследяване на движението на активи, както и за следенето на натрупаните суми при активи в процес на изграждане. При приключване на изграждането или реконструкцията на дадени активи, системата има механизъм за разпределение на натрупаните разходи по зададен критерий и формиране на крайна стойност на изградените активи. С помощта на ИИС счетоводителят се превръща от регистратор на документи в анализатор на бизнес трансакциите в предприятието.

Автоматичен калкулатор, внедрен и настроен в системата, изчислява пристанищните такси, дължими от всеки кораб. Фактурата също се издава автоматично.

Генералният директор на ДППИ Ангел Забуртов (вторият вляво) представи проекта за интегрирана информационна система. Подробности за системата бяха разяснени от ръководителя на проекта в ДППИ Анна Михнева-Натова (първата вляво), от управителя на филиал София „Стемо“ ООД Димитър Геров и от Елена Николова-Желязкова - ръководител на проекта от страна на „Стемо“ (вдясно)



Това спестява време за обработка, подобрява събираемостта и способства избягването на грешки. Системата се използва продуктивно в цялата структура на ДППИ – Главно управление и всички териториални поделения и специализирани дирекции на предприятието. SAP системата е изградена на сървъри, позиционирани в Главно управление. Всички структури на предприятието работят в реален режим в единна база данни.

Имплементираните в системата бизнес процеси се обслужват от 49 крайни потребители, всеки от които има определени права и роли в интегрираната информационна система. Бизнес процесите се регистрират в момента на тяхното случване, което позволява да се получава на-временна информация в реално време.

В Главно управление на ДППИ са определени ключови потребители, които отговарят за създаването и поддържането на основните данни в системата. Чрез централизираното обслужване на базата данни се избягва дублирането на записи. Справките се генерират без да е необходимо да се правят допълнителни корекции за обобщаване. Централизираното управление на данни помага да има една гледна точка за бизнес процесите в цялото предприятие.

След въвеждане на иновативното софтуерно решение процесите, свързани с цялостното управление на изпълняваните от ДППИ проекти, ще бъдат оптимизирани. Всеки проект се изгражда йерархично от структурирани елементи, разделящи го на фази, дейности и поддейности, според конкретната необходимост от детайлност. За всеки елемент се следят срокове, разходи, бюджет, а посредством изградената йерархичност, тази информация може да се събира на по-горните нива по отделни фази и дейности.

Има две основни групи проекти – европейски и национални. При изграждането на системата са обхванати спецификите на всяка една от двете групи, за да бъде максимално полезна работата на хората, които работят с тях. Чрез подходящите инструменти и справки, които се предлагат от системата, и допълнителни справки, разработени специално за ДППИ, се подпомагат: планирането на сроковете и работата по обектите; извършените разходи по дейности; следене на бюджета и администрирането на проекта. Целият документооборот, отнасящ се към проекта, се класифицира по вид и прикачва към всяко едно ниво – фаза, дейност или поддейност. По този начин всеки един документ е достъпен по всяко време, от всяко едно място, без да се губи излишно време в търсене на документ из папки и класъри.

Проект „Проектиране и внедряване на интегрирана информационна система (ИИС) за планиране и управление на ресурсите в ДП „Пристанищна инфраструктура“ се финансира със средства на ЕС от Европейския фонд за регионално развитие по Приоритетна ос 5 „Техническа помощ“ на ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014–2020 г. Бенефициент по проекта е Държавно предприятие „Пристанищна инфраструктура“. Общата му стойност е 6 418 644,12 лв., като финансирането от Европейския фонд за регионално развитие е в размер на 4 562 473 лв., а националното съфинансиране е в размер на 805 142,43 лв. Изпълнител на проекта е „СТЕМО“ ООД.



ЗАПОЧВА НОВАТА ЛУННА НАДПРЕВАРА

автор: **Александър Александров**

През 60-те години на миналия век, в разгара на Студената война, САЩ и СССР се съревновават за овладяване на космическото пространство. Залогът е поредната победа срещу идеологическия противник, а във фокуса на надпреварата е Луната. Съветският съюз успява да изпрати безпилотен апарат (луноход) на повърхността ѝ на два пъти – през 1970 г. и 1973 година. САЩ обаче вече са спечелили тази технологична битка година по-рано със стъпването на първия човек – Нийл Армстронг – на повърхността на естествения спътник на 21 юли 1969 година. Следват още няколко пилотирани мисии, след което програмата Apollo на САЩ е закрыта и дълги години Луната е позабравена от космическите агенции по света. Така е до септември 2007 г., когато организацията X Prize анонсира състезанието Google Lunar X Prize за изпращане на частен безпилотен кораб до естествения ни спътник. Общият награден фонд, осигурен от Google, е 30 млн. щ. долара, от които 20 млн. щ. долара ще отидат за победителя, а 5 млн. щ. долара – за класирания се на второ място. Освен да достигнат до повърхността на Луната, корабите на участниците ще трябва да извършат и определени дейности там. Те ще трябва да разполагат с роботи, които да изминат поне 500 метра, както и да заснемат изображения и видеоматериала,

които да изпратят до Земята.

Както вече сме писали в сп. „Икономика“, X Prize е организация, създадена от предприемача Питър Диамандис, която се занимава с организиране на състезания за постигане на сложни технологични предизвикателства. Моделът е изключително ефективен за такъв тип задачи, тъй като ангажира множество технически екипи и често биват предлагани по няколко различни решения на поставения проблем, а накрая се заплаща само на един или двама от участващите отбори. Първото състезание, проведено от Диамандис, е Ansari X Prize за създаване и двукратно извеждане в орбита на частен космически кораб. То беше спечелено през 2004 г. от кораба SpaceShipOne, изработен от Бърт Рътан и финансиран от съоснователя на Microsoft Пол Алън. Състезанието оказва значимо влияние върху сегмента на

ЧАСТНИТЕ КОСМИЧЕСКИ ПОЛЕТИ

тъй като Рътан впоследствие беше нает от милиардера Ричард Брансън, а новият кораб SpaceShipTwo - наследник на SpaceShipOne, е в основата на плановете на неговата Virgin Galactic да извежда туристи до границите на космическото пространство. И макар че първите клиенти на Брансън все още не са полетели, а компанията претърпя сери-

ПЕТ ЕКИПА ПЛАНИРАТ ДА ИЗПРАТЯТ СВОИ АПАРАТИ ДО ЕСТЕСТВЕНИЯ ЗЕМЕН СПЪТНИК ПРЕЗ ТАЗИ ГОДИНА В РАМКИТЕ НА СЪСТЕЗАНИЕТО GOOGLE LUNAR X PRIZE

озна катастрофа при един от тестовите си полети, ролята на милиардера за популяризиране на частните космически инициативи е голяма.

Досегашните успехи и опитът, който X Prize има в организацията на сложни технологични състезания, както и участието на Google като спонсор гарантират, че и лунната надпревара ще се развива интересно. А като имаме предвид, че удълженият краен срок за изпращането на безпилотните кораби до естествения спътник на Земята е през декември 2017 г., можем да допуснем с голяма вероятност, че

шоуто предстои да се случи

през тази година. Първоначално за участие в състезанието се записват 31 екипа от САЩ, Канада, Япония, Израел, Индия, Германия, Испания и други страни. Постепенно обаче повечето от тях отпадат. Преди броени дни организаторите анонсираха петте финалиста в състезанието, които са си гарантирали договори с ракетни компании за изпращане на своите безпилотни кораби до Луната. Това са SpaceIL от Израел, Moon Express от САЩ, Synergy Moon (международен екип), Team Indus от Индия, както и Team Hakuto от Япония. Така състезанието на практика се превръща в международна надпревара между някои от водещите технологични нации в света. Компаниите, които ще изведат ко-

рабите в Космоса, пък са небезизвестната SpaceX, Rocket Lab, Interorbital Systems и ISRO.

Успехът на поне един от участниците в състезанието ще бъде поредното доказателство за важната роля на частните инициативи в изследването и усвояването на Космоса

А състезателният принцип, наложен от Питър Диамандис чрез неговите X Prize инициативи, за пореден път ще се докаже като успешен модел за решаване на научни и технологични проблеми, за които държавните институции не са склонни да заделят средства.

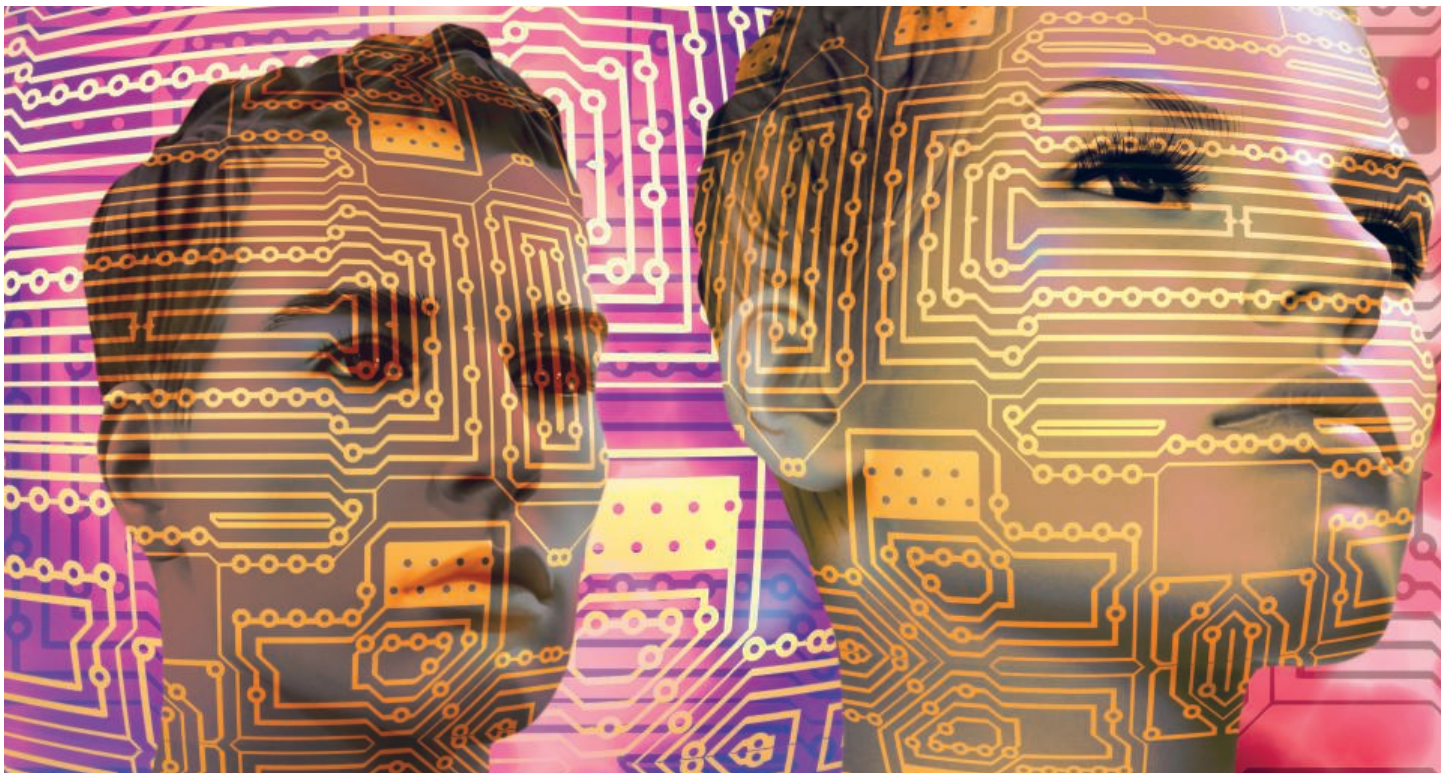
Ако Google Lunar X Prize постигне успех, на практика няма да има ограничения за следващото голямо технологично състезание, което ще впрегне капацитета на частни инженерни екипи. То би могло да е за изпращане на човек до Марс или на безпилотен апарат до най-отдалечените области на Слънчевата система – отвъд Нептун и Плутон; за създаване на реактор, работещ чрез термоядрен синтез, или на пълноценен наноробот. Днес това може и да ви звучи като фантастика, но само си помислете как би ви се сторила идеята за състезание за изпращане на частен космически кораб до Луната само преди няколко си 20 или 30 години.

Апаратът на Team Indus



Фото <http://lunar.xprize.org/>

ИМАТ ЛИ ПРАВА РОБОТИТЕ



автор: **Александър Александров**

Могат ли роботите да имат права? Ако машина създаде авторски продукт, чия собственост е той? Вероятно си мислите, че подобни въпроси все още са ако не налудничави, то поне прекалено пресилени и далеч не са актуални. И вероятно над 90% от гражданите ще са на вашето мнение. Не така обаче мислят депутатите от Европейския парламент, които са се заели с дискутирането на темата за изкуствения интелект и умните машини, както и с подготвянето на цялостна регулаторна рамка в сектора.

В средата на януари комисията по правни въпроси към Европарламента прие с почти пълно мнозинство (17 гласа „За“ срещу 2 гласа „Против“) доклад, предлагащ създаването на набор от регулации в сферата на роботите и изкуствения интелект, включително и въвеждането на своеобразна „електронна самоличност“

на умните машини, която ще им дава определени права и задължения. Добре дошли в света на „Терминатора“ и „Матрицата“, взети заедно. Днес Европейският съюз е в „перфектната буря“ от икономически и политически кризи и мнозина вече се питат – това ли е най-подходящият момент да се обсъждат правата на роботите.

Отговорът е, че едва ли има по-подходящо време за това, предвид етапа, който е достигнало развитието на технологии като „машинното обучение“ днес и експоненциалния им растеж, очакван през следващите години. Според Меди Делво, евродепутат от Люксембург и авторка на обсъдения доклад, днес влиянието на роботите нараства не-

прекъснато, обхваща все повече сфери от ежедневието ни и ние сме длъжни да направим нужното, за да сме сигурни, че те са и ще продължават да бъдат в услуга на хората. А това, според нея, преминава през спешното създаване на надеждна европейска регулаторна рамка в тази област. Призив, който между другото вече повече от година отправят учени и технологични визионери като Стивън Хокинг, Илън Мъск, Стив Возняк и Бил Гейтс. Да се чуят подобни предложения от някои от най-иновативните умове на планетата обаче е едно, а съвсем друго – с темата да се захванат бюрократите в Брюксел и Страсбург.

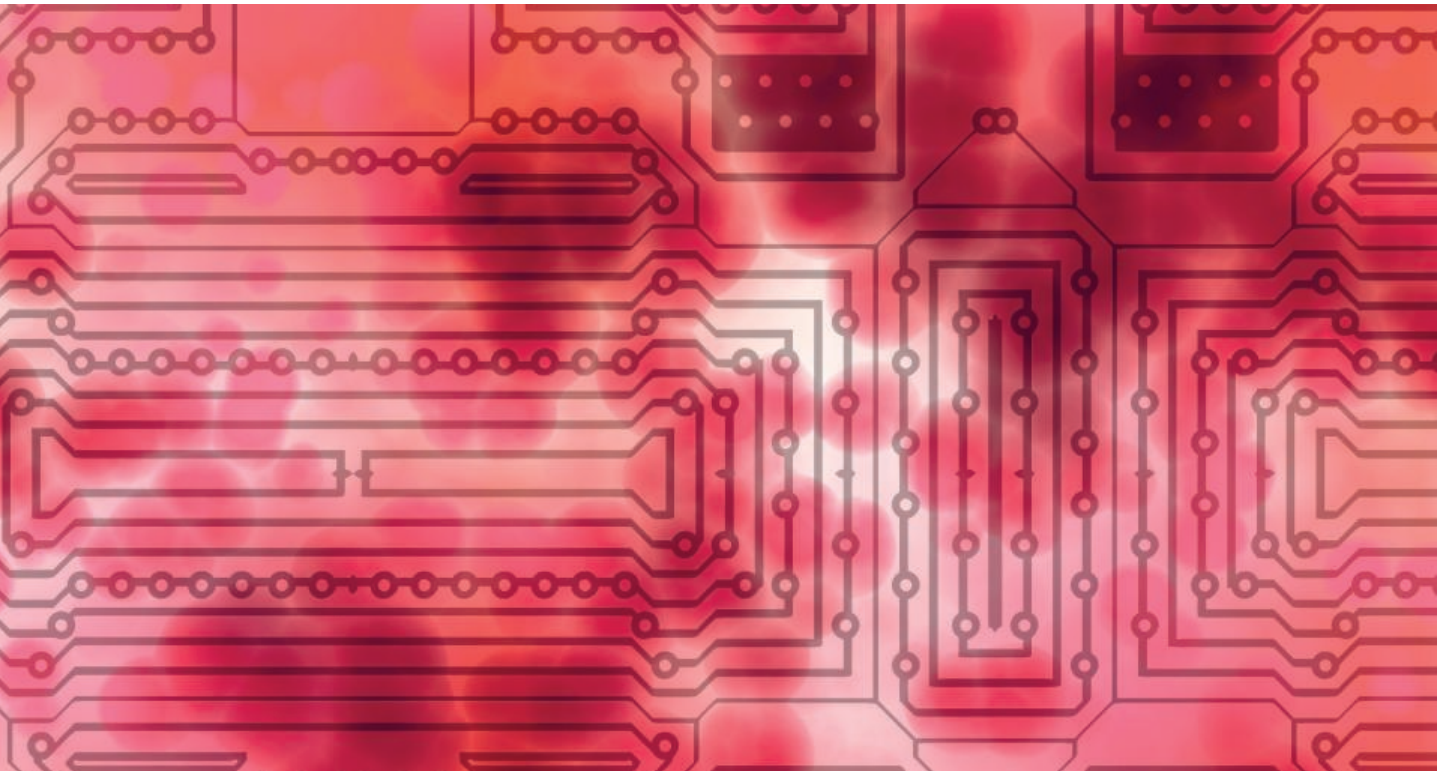
Макар и вероятно да изпреварва времето си, предлаганата регулаторна рамка всъщност не е толкова налудничавата. Тя, разбира се, няма да приравнява роботите към хората, а по-скоро ще им дава статут, сходен с този на корпорациите като юридически лица, които могат да имат задължения и права, както и

да взимат страна

по различни правни казуси. Включително и да бъдат обвинявани. Всъщност, някои от въпросите, които повдига приетият от правната комисия в ЕП доклад, са доста интересни и резонни. Сред тях е например този за създаването на нов тип застрахователни схеми, чрез които компаниите да могат да покриват щетите, предизвикани от техните роботи, както и на набор от правила, които да следват разработчиците на умни машини.

Друг важен въпрос, според авторите на документа, е и този за мащабната безработица, която би могло да предиз-

· ФУТУРИСТИЧНА ЗАКОНОВА РАМКА И НОВА
· ЕВРОПЕЙСКА АГЕНЦИЯ ЩЕ РЕГУЛИРАТ РАЗВИТИЕТО
· НА ИЗКУСТВЕНИЯ ИНТЕЛЕКТ И ЩЕ ГАРАНТИРАТ, ЧЕ
· ТОЙ ЩЕ СЕ ИЗПОЛЗВА ЗА ДОБРОТО НА ХОРАТА



вика навлизането на роботи в много сфери на икономиката. Като едно възможно решение на този проблем се посочва въвеждането на т.нар. безусловен базов доход. Опция, която неотдавна беше спомената и от визионера Илън Мъск, но все още според мнозина е изключително противоречива. Като начало докладът предлага създаването на ясна дефиниция за това що е то „умен автономен робот“ - въпрос, който със сигурност трябва да намери решение в близко бъдеще. Макар и днес в това определение да се включват редица потребителски роботи с антропоморфна или друга форма, които могат да кажат няколко думи, ако бъдат програмирани, и дори да изтанцуват някой танц, те едва ли са достатъчно интелигентни, за да попадат под бъдещата регулация. Редица други проекти, които нямат физическо тяло като Watson на IBM и дори някои от популярните напоследък асистенти на Apple, Google и Microsoft, обаче, може да бъдат включени в нея. Или, с други думи, понятието робот постепенно губи онзи традиционен смисъл на физически обособена машина, често притежаваща крака и ръце, наподобявайки човешко тяло и по-скоро се свежда до

идеята за „умен“ софтуер

Сред предложенията на евродепутатите е също иновативните сред тези машини да преминават през регистрационен режим. С регулацията им пък ще се грижи нова Европейска агенция по роботика и изкуствен интелект, която предстои да бъде създадена. Нейната работа вероятно ще обхваща както проектите в сферата на изкуствения интелект и чатботовете, така и летящите дронове, както и автономните автомобили, които според авторите на доклада вече отдавна трябва да бъдат надеждно регулирани.

Интересни въпроси, поставени от документа, са също:

кой ще притежава авторските права и патентите върху продукти, разработени от роботи, или ако един робот бъде продаден, интелектуалните права върху създаденото от него ще сменят ли своя собственик. Той достига дори до такива футуристични аспекти като потенциалната нужда от система за определяне на приноса на машините за икономическите резултати на компаниите с оглед облагането и осигуряването. Предстои документът тепърва да бъде гласуван в пленарна зала на европейската институция през февруари, а ако това стане, той ще бъде обсъден и от националните парламенти на страните членки.

Някои критици на бъдещата регулация побързаха да обявят, че не е уместно да се дават специални права на роботите, при условие, че днес има много други

по-разумни форми

като маймуни, кучета, коне, делфини, гарвани и т.н., които не са правни субекти. С какво машините са спечелили по-важен статут? Отговорът на този въпрос е, че макар и много животни да са по-умни от днешните роботи, те вероятно ще останат на сегашното си ниво и след стотици години, докато умните машини се развиват експоненциално и с всяка следваща година увеличават своята интелигентност. Само преди месец изкуствен интелект на Google се научи да създава други изкуствени интелекти. „Интелигентни“ програми вече побеждават хората на стратегически игри като шах, го и други. Така че днес те може и да не са по-умни например от кучетата или маймуните, но през следващите години най-вероятно ще станат. И когато този момент дойде, ще бъде късно тепърва да се замисляме за правната рамка на бранша и ще се нуждаем от вече работещи и наложени в обществото ни регулации.



ХОТЕЛСКИ МЕНИДЖЪРИ ТРУПАТ БИЗНЕС ОПИТ В ДУБАЙ

Силен интерес по време на Националната среща на туристическата общност в България предизвикаха планираните събития с международен характер. Още в първото четиримесечие на 2017 година „Хотелиерска лига“ е позиционирала в календара си практически семинари с двама от най-изявените сладкари на световно ниво.

Шеф-сладкар Юри Балталийски ще бъде водещ инструктор през месец март, когато ще покаже на широката аудитория в страната изкуството да се изработват многокомпонентни фигури от шоколад и ръчни шоколадови бонбони. Неговите композиции ще покажат световните тенденции в

шоколатиерството.

Месец април също ще бъде посветен на шоколад, когато специален гост на „Хотелиерска лига“ ще бъде Нина Тарасова – едно от най-популярните имена във висшето сладкарство. Гостуването ѝ в периода 22-26 април 2017 г. ще бъде по няколко повода – на 22.04.2017 г. Нина ще връчи купата на най-добър сладкар на България, по време на Национална кулинарна купа България, организирана от един от основните институти в Центъра и главен готвач на хотел „Маринела София“ – шеф Андрей Стоилов. Ден по-късно, Нина Тарасова ще проведе семинар на тема шоколад и карамел, където всички заинтересовани от сладкарското майсторство ще имат



възможността да научат тънкостите в работата с тях. Кулминацията в нейното посещение ще бъде целодневен майсторски клас в три последователни дни (24-26.04.2017 г.), който ще до-

Как да позиционираме България като успешна туристическа дестинация чрез разрешаване на проблемите в бранша и обединяване на усилията при общественото обсъждане на Закона за туризма, което предстои. По тези теми дискутираха кметовете от цяла България, представители на Министерството на образованието и Министерството на туризма, Центъра за развитие на човешките ресурси, представители на Националния борд по туризъм, хотелиери и представители на браншовите организации. Акцент в Националната среща на туристическата общност в България бе представянето на лицензиращия център за професионално обучение „Хотелиерска лига“. В своята презентация доц. д-р Ася Пенчева - академичен директор на Центъра, подробно очерта основните направления в дейността му, а именно провеждането на професионални групови и индивидуални обучения, корпоративни консултации и обучения на място за хотели и ресторанти, разработване и участие като партньор в европейски проекти.

Повече информация на <http://www.hotel-league.com/bg>.

Доц. д-р Ася Пенчева очерта приоритетите в работата на Центъра за обучение "Хотелиерска лига"



Снимка: Мариана Гугалова/Ателие Гуге

каже, че в креативността не съществуват граници.

Съществено място в календара от събития на „Хотелиерска лига“ заема планираното в края на месец март изнесено обучение в Дубай (30.03 – 05.04.2017 г.). То е предназначено за всички мениджъри на средно ръководно ниво от страната ни, които желаят, излизайки от обичайната си работна среда, да усъвършенстват уменията си за работа с клиенти. В рамките на шестдневното обучение те ще усвоят техники как да повишат ефикасността и полезността на компаниите, в които работят, чрез управление на знанието и как да управляват своята марка посредством успешни PR стратегии, практики и канали. В допълнение, по време на обучението „Хотелиерска лига“ е предвидила информационен тур

в един от най-успешните петзвездни хотели в страната на неограничените възможности, където участниците ще имат възможността да се срещнат с мениджъри, които ще споделят с тях своя опит в хотелиерския бизнес.

Успоредно със събитията си с международно значение, Център за професионално обучение „Хотелиерска лига“ ще продължи да разширява хоризонтите в своята дейност чрез предоставянето на професионално обучение за всички професии в областта на хотелиерството и ресторантьорството. А за всички хотелиери, които желаят да подобрят качеството на обслужване и уменията на своите служители, „Хотелиерска лига“ провежда практически обучения на място, изцяло съобразени и адаптирани към спецификите на обектите.

ЦЕНТЪРЪТ ЗА ПРОФЕСИОНАЛНО ОБУЧЕНИЕ „ХОТЕЛИЕРСКА ЛИГА“ ОРГАНИЗИРА РЕДИЦА МЕЖДУНАРОДНИ СЪБИТИЯ

Йорган Кирилчев:

ВИНОТО ТРЯБВА ДА СЕ ИЗУЧАВА ПОСТОЯННО

автор: Божидара Иванова

Професията сомелиер не е много популярна в България. Можем ли да кажем, че тя е професия на бъдещето и нуждаят ли се заведенията от хора, които да ги консултират за напитките?

- С всяка изминала година ресторантьорството в България се развива, както и виненият бранш. Вината стават все повече, заведенията имат все по-изтънчена кухня, с все по-интересни винени листи и все повече млади хора започват да разбират какво е винената листа в едно заведение. В бъдеще всеки един ресторант, който държи на своя винен лист и продажбата на вино в обекта, ще има нужда от човек, който да се занимава с това нещо, да се грижи за правилното съхранение на вината, организиране на винения лист, за предлагането на виното на гостите и за съчетанието му с храната.

- Какви качества трябва да притежава един сомелиер?

- Един сомелиер трябва да притежава комплекс от качества. Той трябва да бъде с отворено съзнание и да изучава постоянно виното, да може да познава напитките, продуктите, от които се прави храната в заведението, в което работи, да бъде изтънчен и да умее да разговаря с клиентите и да предлага по правилния начин, както и да продава. Освен търговец, сомелиерът трябва да бъде и дегустатор. Трябва да може да предлага на точния клиент, точното вино, така че той да не остане разочарован.

- Как се роди интересът ви към виното?

- Моят интерес към виното се появи по много странен начин. Въпреки че съм отгледан в семейство, в което от дете съм виждал как се отглеждат лозя и как се произвежда вино, интересът ми се появи, четейки задните етикети на бутилките в едно заведение, в което работех. След като възбуди интереса ми, завърших няколко курса по сомелиерство. След което много работа и четене. Истината е, че без образование тази професия се практикува трудно. Най-малкото е да има някой, който да ти покаже как да откриваш ароматите във виното, как се дегустира, етикет при сервиране, да даде насока, в която да работиш.

Важно е да работиш и на място, в което има отношение към виното, за да може да се върви нагоре. В ресторант „Есте“ имаме тези предпоставки.

- Променя ли се винената култура в България? В каква посока?

- Българинът става все по-отворен към различни вкусове и по-екзотични предложения, които вече има в България. Все още не сме на нивото на западните държави и не можем да кажем, че културата на виното е навлязла до такава степен в ежедневието на хората, че да не може да мине ден, без човек да опита чаша вино. Хората започват да се образоват и пътуванията им в чужбина спомагат много за това, тъй като там хората пият вино и на обяд, и на вечеря. Ежедневната консумация на вино води до щастливи моменти – отпуска напрежението и премахва стреса.

- Кое е определящо при избора на качествено вино – цената на бутилката?

- Цената определено има влияние върху това да се прецени качеството на дадена бутилка вино. Разбира се, няма как едно вино, което струва 5-6 лв. в магазина, да има изключителни качества. При българските вина в ценовия клас над 10 лв. можем да очакваме нещо повече от виното и то да има някакви по-специфични качества. При вината над 15 лв. за бутилка можем дори да търсим вино, което има потенциал за отлежаване.

- Какво е отношението ви към домашното вино?

- За домашното вино или хубаво, или нищо (сmee се). Всеки човек, който произвежда домашно вино, по някакъв начин залага на напитката като една гордост, която той е произвел. Аз избягвам да говоря с лошо за което и да е домашно вино, въпреки, че не съм почитател на домашните вина. Голяма част от хората започнаха да спазват много от технологиите, които се прилагат при производство във винарните. В момента пазарът е толкова голям, че човек може да си купи всичко необходимо за производство в домашни условия. Аз срещам все повече хора, които произвеждат виното, както във винарните.

- Кои са най-предпочитаните вина – български или чужди?

- Според мен в момента в България производството на вино се развива с много сериозни темпове и българското вино е на първо място по консумация, което е много радващо. Преди всичко трябва да ценим и да подкрепяме родното производство. В определени ценови класове можем да открием много добри вина, които да отговарят на всеки изтънчен вкус.

- Конкурентно ли е нашето вино?

⋮ БЪЛГАРСКОТО ПРОИЗВОДСТВО ТРЯБВА ДА СЕ
⋮ РЕКЛАМИРА ПОВЕЧЕ И ДА СЕ РАЗВИВА ВИНЕНИЯТ ТУРИЗЪМ



Йордан Кирилчев е сомелиер на изискания ресторант „Есте“ в София и носител на наградата „Сомелиер на годината 2014“. Разговаряме с него за качествата на доброто вино и консумирането му като наука, но и изкуство.

-Изключително конкурентно е като качество и за това говорят и големият брой признания и награди от световни конкурси. Но за мен все още като презентация в световен мащаб не е на подходящото ниво. Няма достатъчно реклама и трябва да се работи много в тази посока. Виненият туризъм все още не е достатъчно развит и тепърва ще се развива. Направиха се много нови именения, които предлагат места за настаняване, дегустационни зали, обиколки, пакети.

- Броят на избите у нас продължава да се увеличава. Смятате ли, че в малка държава като България има пазар за толкова изби?

- Към момента не смятам, че може да съществуват толкова много изби и да бъдат на печалба. Пак стигаме до момента, в който виното ни не е достатъчно рекламирано и ние нямаме традиции във виното. Трябва да имаме по-висока консумация на вино на глава от населението и трябва да се увеличи износът на вино. В Италия например, в отделни винарни 70-80% от цялото производство се изнася. В България този процент все още е много нисък. В това число не влизат големите винарни, които произвеждат нискокачествено вино и изнасят с милиони литри за руските и китайските пазари, но това не е определящо.

- Кое е вашето любимо вино?

- Предпочитам италиански и френски вина. Харесвам много вината от Бургундия. Сорът Шардоне и Пино Ноар се отглеждат в по-голямата част и много ми допада какви различни вина дават различните тероари в Бургундия,

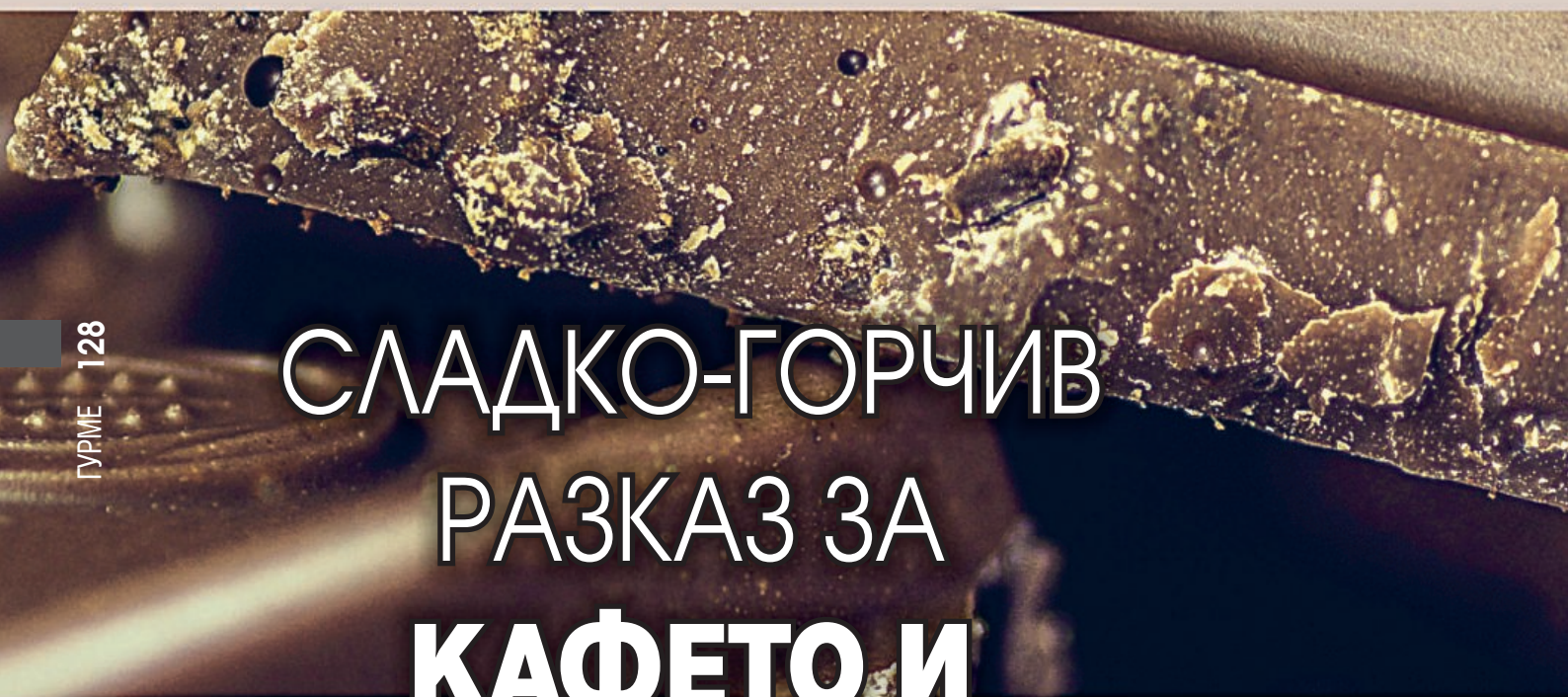
различните малки селца. Много ми харесват и вината от Алто Адидже. Те са много интересни със своите минерални характеристики, които идват от почвите по склоновете на Долмитите, където се отглеждат. Тоскана е любимият ми район в Италия за червени вина.

- Наближава празникът на виното – Трифон Зарезан. Какво вино ще препоръчате на нашите читатели и с каква храна да прием различните видове вина?

- Почитателите на бялото вино, които харесват по-леки бели вина, като Совиньон Блан, Фриуано, Шардоне, което не е отлежало в дъб, бих препоръчал да ги консумират с по-свежи салати, леки предястия, средиземноморски деликатеси, леки риби, аспержи.

Розето е най-практичното вино, защото то може да се комбинира с всички видове храни, като се започне от салатите, основните ястия и се стигне до десерта. В момента е много модерно вината да се правят в стилистиката на Кот де Прованс от Южния бряг на Франция и в повечето си варианти се стремят да достигнат до определен цвят, аромат, плътнос, пикантност, типични за този район. В световен мащаб модата казва, че по-популярни са бледите розета със свежи аромати и с пикантни тонове във вкуса си.

Червеното вино отива много на меса. За сорта Пино Ноар бих препоръчал агнешко гръбче, за сорта Сира – патешко магре, за Тосканско вино бих препоръчал телешки стек с добър плътен сос.



ГУРМЕ 128

СЛАДКО-ГОРЧИВ РАЗКАЗ ЗА КАФЕТО И ШОКОЛАДА





автор: **Владимир Митев**

Как ли би изглеждал животът без кафе и шоколад? Апокалиптичните картини, с които се свързва развитието на съвременния свят, достигнаха и до двата тъй важни за човечеството продукта.

Според анализ от есента на 2016 г. на The Climate Institute кафето би могло да изчезне като вид до 2080 г., ако продължи глобалното затопляне. Докладът посочва: „Все повече природни катаклизми в районите, където се произвежда кафе, ще доведат до недостиг при доставките, а по-топлите условия ще увредят качеството му.“

Не е ясно дали при затопляне кафето няма да може да бъде отглеждано в райони, където в момента е по-студено. Но в Independent изнася важни данни за икономиката на кафето днес. 59% от износа на Бурунди е от кафе. То представлява 33% от експорта на Етиопия и 17% от този на Никарагуа. Освен това голяма част от производителите му са дребни земеделци, които са уязвими при големи ценови колебания на продукта.

Новини за предстоящ дефицит се появиха през 2016 г. и по отношение на шоколада. Повече от 90% от световния добив на какао се извършва от дребни собственици, които са запазили традиционния начин на отглеждане и прибиране на ценното вещество в продължение на столетия, пише News.com.au. „Всички индикатори показват, че светът ще има недостиг от 100 000 тона ежегодно през следващите пет години“, казва експертът по глобалния земеделски бизнес Дъг Хокинс, цитиран от австралийската медия.

Подобно на много други индустрии тази на какаото и шоколада показва как съвременната икономика се разделя на център и периферия. Най-големият производител на какао е Брегът на слоновата кост. За да отговорят на нарасналото търсене на суровината, производителите там са започнали да я отглеждат незаконно в защитени територии.

В същото време европейските държави осигуряват 73% от продажбите на готовия продукт – шоколад, през 2015 г. (18,5 млрд. долара от общо 25,3 млрд. долара продажби в световен план).

Мрачни картини за бъдещето на определени култури са били правени и преди и сигурно ще бъдат правени отново. Кафето и шоколадът обаче имат твърде красива история, за да бъдат оставени да изчезнат.

Кафето

То е втората най-търгувана стока в света след петрола. Смята се, че над 25 млн. дребни производители го отглеждат в 50 държави по света.

Според легендата кафето е открито за първи път в началото на IX век в Етиопия. Утвърждаването на културата на пиенето му е свързано с арабите. Освен че дават на света храненето по три пъти на ден и алкохола (в българския случай ракията, известна при тях с думата „арак“), близкотоизточният народ използва думата „кахве“, значеща и вино, и кафе, за да назовава напитката от кафени зърна.

Разцветът на кафето е свързан със суфистките мистични ордени на исляма. Покрай средищата им като университета „Ал-Азхар“ в Египет се създават кафенета, където хората се събират, за да говорят. За властите в Османската империя това невинаги е било добре дошло. През XVII век те се опитват да го забранят, тъй като води до пълни кафенета и празни джамии. Без успех. Историята помни и други кампании срещу кафето. През XVI век католически духовници смятали, че то е сатанинско в своята същност. Само че

**АПОКАЛИПТИЧНИ ПРОГНОЗИ
ВЕЩАЯТ ДЕФИЦИТИ ИЛИ ИЗЧЕЗВАНЕ
НА СУРОВИНИТЕ, СТОЯЩИ ЗАД
ЛЮБИМИТЕ ПРОДУКТИ. ТЕ ИМАТ
ПРЕКАЛЕНА КРАСИВА ИСТОРИЯ,
ЗА ДА СЕ РАЗДЕЛИМ С ТЯХ**



папа Климент XVIII отпива от него и решава да го кръсти, след което то става напълно приемливо за ползване. От друга страна, пруският крал Фридрих през XVIII век постановява, че бирата, а не кафето, е напитката на неговата страна. Аргументира се с факта, че „Негово височество е бил отгледан с бира“.

Арабските износители на кафе се опитват да запазят монопола си през Средновековието, като умишлено загреват кафените зърна така, че да загубят плодovitостта си. Въпреки това колониалните сили на Европа – Франция и Холандия, започват да отглеждат кафе в своите подопечни райони – например в Индонезия на о-в Ява. Днес кафе се отглежда само в тропични условия.

Политиката на колониалните сили има и други последствия. Британската корона ограничава доставките на чай в колониите, превърнали се после в САЩ, което води до там, че американците масово приемат кафето за своята любима напитка.

Днес обаче 40% от кафето по света се произвежда в Бразилия и Колумбия. Сред водещите потребители пък са Щатите и някои европейски страни – като Финландия и Холандия. В САЩ се консумират ежедневно 400 млн. чаши кафе. 80% от населението го пие.

Какаото и шоколадът

Какаото е познато на човечеството от близо 4000 години. Най-напред е известно на жителите на Централна Америка – ацтеките и майте. За специалната му роля може да се съди по факта, че дори е било използвано за валута между двата народа. Според свидетелства в даден момент един роб можел да бъде купен за 100 зърна какао.

Разбира се, традиционните жители на Централна Америка си правели и напитка от какао. Известно е, че императорът Монтесума е пиел по 3 галона (11,35 л) шоколад, за да има по-голяма сексуална мощ. Всъщност, шоколадът за жителите на Централна Америка е бил само течност. Той става твърд, така както е известен днес, едва в средата на XIX век, когато в западния свят се развива шоколадовата индустрия.

Думата какао идва от „какава“ – съответстващото понятие на езика на олмеките – живели някога на територията на днешно Югоизточ-



но Мексико. Смята се, че „шоколад“ идва от ацтекското „ксокоатл“ (xocoatl) – означаващо напитка от какао. Латинското име на какаовото дърво също е интересно – Theobroma сасао, в превод е „храната на боговете“.

Когато испанците начело с конквистадора Кортес идват да покоряват континента, те търсят злато. Но се завръщат с нещо друго, също ценно – какаото. В продължение на около сто години през XVI век испанските благородници успяват да запазят новото вещество само за себе си. Но в крайна сметка със сватбите между кралския елит на Европа шоколадът напуска Испания и покорява Стария континент. През 1657 г. отваря врати първата шоколадова къща в Лондон.

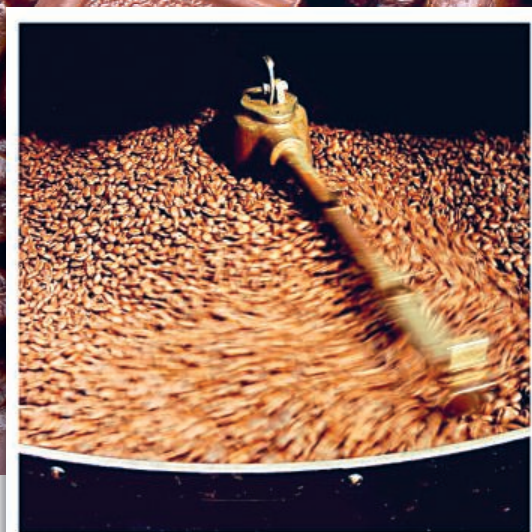
Следват легендарни моменти. През 50-те години на XIX век Джоузеф Фрай прави първия в историята твърд шоколад, като добавя не гореща вода, а какаово масло в своето творение. През 1875 г. швейцарците Даниел Петер и Анри Нестле смесват кондензирано мляко и твърд шоколад и така се ражда известният им млечен продукт. През 1879-а сънародникът им Рудолф Линд създава машина, която смесва шоколада в гладка смес.

Докато кафето расте първо в Африка и по-късно Южна Америка става негов основен производител, при какаото пътят на движение е обратният. Днес 70% от световните доставки на „храната на боговете“ идва от Африка. Само Брегът на слоновата кост осигурява около 30% от световното производство.

Какаовите дървета могат да живеят до 200 години. Но те дават добри какаови зърна само 25 години от своя живот. Затова и възникват проблеми с отглеждането на този вид дървета, които заемат все повече място в усилияето на производителите да отговорят на нарастващото търсене.

Шоколадът е бил любим на Наполеон. По време на Първата световна война е бил включван в хранителните дажби на войниците. Разбира се, това допринесе за разпространението му.

Днес той е единственото ядливо вещество, което се топи при температура, близка до тази на човешкото тяло – 33,8 градуса по Целзий. Това е и обяснението защо шоколадът „се топи в устата“, както гласят реклами за него. И остава в сърцата, разбира се.



КЛОД ЛЕ ТОИК Е
РАБОТИЛ КАТО
ШЕФ ГОТВАЧ В
РЕСТОРАНТ ОТ
ПОПУЛЯРНАТА
ВЕРИГА JOEL
ROBUCHON В
ЛАС ВЕГАС

.....



ГОТВАЧ С ТРИ ЗВЕЗДИ МИШЛЕН ГОСТУВА В ЕСТЕ



Страстта на Клод ле Тоик към кулинарното изкуство започва още в ранна детска възраст. Родителите му били собственици на заведение в Северна Франция, където той от малък се научава да води семейния бизнес. По-късно се записва в кулинарно училище, където усъвършенства уменията и знанията си, а две години по-късно се присъединява към екипа на Chef Ghislaine Arabians' Le Restaurant, ресторант с две звезди „Мишлен“ в Лил, Франция. През 1987 г. Клод ле Тоик среща човек, който завинаги променя живота му – Жоел Робушон, един от най-известните френски собственици на ресторанти.

От 1989 до 1998 г. Ле Тоик работи в някои от най-добрите ресторанти на веригата във Франция. През 2005 г. той се мести в Лас Вегас по желание на Жоел Робушон, за да готви в първия ресторант на веригата в САЩ. Той става единственият ресторант с три звезди „Мишлен“ във Вегас.

През годините Клод ле Тоик печели различни награди и признания за уменията си, а през 2009 г. получава номинация за най-добър готвач на наградите James Beard.

Ако искате да се насладите на интересните ястия в една различна обстановка, можете да направите своята резервация на restaurant@este.bg или на телефоните 0886 700 269 и 0879 814 323!

Готвач с три звезди „Мишлен“ ще гостува в ресторант Este в София на 21 и 22 февруари. Клод ле Тоик е работил като шеф готвач в ресторант от популярната верига Joel Robuchon в Лас Вегас.

Сред специалитетите, на които ще се насладят гостите на Este, са Белуга хайвер с желе от ракообразни и лилав карфиол; Кобе с омар „surf and turf“, хайвер и усаби крем; Миди Сен Жак с бульон от кумкуат с джинджифил, праз лук и хайвер; Котлет от калкан с рагу от селъри и трюфел сок; Патешко магре с гъши дроб и „Вер жу“. За десерт популярният шеф готвач ще поднесе Екзотични плодове десерт и Арабика кафе, тирамису и Какао вкус десерт.



IFP
Bulgaria



МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР
ПЛОВДИВ



Винарлия

• ГРАД НА ВИНОТО •

22-26 ФЕВРУАРИ 2017

МЕЖДУНАРОДНА ИЗЛОЖБА ЗА
ЛОЗАРСТВО И ВИНАРСТВО

www.fair.bg



ЕКСПЕРИМЕНТИТЕ НА ВЪОБРАЖЕНИЕТО

автор: **Татяна Явашева**

Животът е красив, стига да повярваме в това твърдение – казва художникът Свилен Блажев и чрез творчеството гледа живота от свой си ъгъл. Обича експериментите, доставя му удоволствие да флиртува с материи и форми, но и с въображението си. „Живея през изкуството, през рисуването, през правенето, през този занаят“, споделя той. Затова в творбите му се усеща как диша живот. За да въздейства, изкуството трябва да има душа и той влага много емоции, които дават вътрешния заряд на всичко, до което се докосне.

Път

Свилен Блажев е роден в Кюстендил и днес работи там. През 1980 г. завършва стенопис в НХА в класа на проф. Димо Заимов. През 1995 г. печели конкурс на СБХ за творческо пребиваване в ателиетата Сите дез ар в Париж. Има множество самостоятелни изложби у нас и в чужбина и е носител на редица отличия за живопис и рисунка. През 1987 г. получава Гран при на Международното триенале на реалистичната живопис. Голямо признание за уменията му са националните награди за рисунка и за живопис, съответно на името на Илия Бешков и на Златю Бояджиев. Върх във всички отличия за него е Годишната национална награда за живопис „Владимир Димитров – Майстора“, която получи през 2013 г. Тогава той дари цялата сума от 7 хил. лв. на галерията в Кюстендил за рамки на акварели



Свилен Блажев

на Майстора. След реставрацията „забравените“ в депата произведения получиха нов живот и в момента са изложени в галерията.

Посоката

Изкуството е голям риск и никога не трябва да се движиш по вкуса на клиента и по конюнктурата, да се съобра-

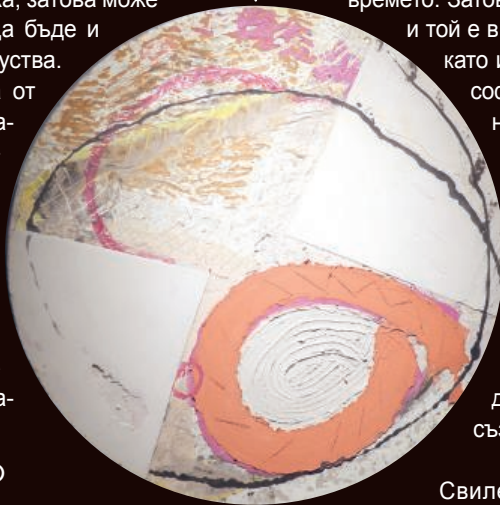


ХУДОЖНИКЪТ СВИЛЕН БЛАЖЕВ РАБОТИ С НАЙ-ПРОСТИ МАТЕРИАЛИ - КАТО ГЛИНА, ПЕПЕЛ, ПЯСЪК, СЛАМА, СОЛ И ЗАХАР ДОРИ - И В ТВОРБИТЕ МУ ДИША ЖИВОТ

заяваш с временните естетически вкусове. Творчеството е дълъг и сериозен път. Но авангардът е винаги пред желанието и очакванията на широката публика, затова може да не бъде одобряван и харесван, да бъде и гладен дори – така е и в другите изкуства. Просто творецът решава какво иска от себе си в този свой път, обобщава Блажев: „Когато един автор решава накъде да върви, той наистина е в неизвестното. Да си представим връх, на който няма обозначения и жалони. Тръгваш, без да знаеш пред какво ще се изправиш и дали ще се справиш. Понякога това катерене може да подхлъзне твореца. Но смятам, че този риск си струва и то без да се правят компромиси“.

Традиция и новаторство

Съвременното монументално изкуство стъпва на традицията, но изисква новаторски подход, нестандартни материали, техника и технологии. Изкуството е непреста-



нен експеримент и особено в XXI в. артистът трябва да е адекватен и да е в синхрон с новостите, но и да изпреварва времето. Затова за Свилен Блажев няма ограничения и той е в състояние да използва всеки материал като изразно средство. За него това е философия и естетика и ето защо работи с така наречените бедни материали - глина, пепел, пясък, слама, ръжда, листа, а дори сол, захар и олио са давали „привкус“ на творбите му. Всичко, което попадне пред погледа му, може да стане част от негово произведение. Но най-важното е, че Свилен Блажев не забравя: „Професионализмът трябва да намери точната художествена мярка, да наложи необходимия вкус, за да не се създаде някоя бутафория.“

Свилен Блажев много-много не говори, а действа. Той усърдно работи на своята „нива“ и резултатите са налице. Наскоро подреди изложба в столичната галерия „Българи“.



Фото: Десислава Веселинова



АРИСТОКРАТИЧНА ВАКАНЦИЯ

автор: Ния Илиева

Да отседне в истински замък днес не е привилегия само за човек със синя кръв. Подобно удоволствие, в автентична средновековна атмосфера, но и същевременно в най-модерен лукс, дори не е съвсем скъпо. Напротив, една разходка назад във времето сред каменни рицарски зали, бойни кули и царски цветни градини е достъпна за всеки.

Днес много от средновековните замъци на Европа предлагат именно подобно аристократично изживяване за туристите, като са превърнати в модерни хотели, някои дори су-

АКО ИСКАТЕ МОДЕРНА И ЛУКСОЗНА ПОЧИВКА, НО В АВТЕНТИЧНА СРЕДНОВЕКОВНА АТМОСФЕРА, МОЖЕ ДА ОТСЕДНЕТЕ В ИСТИНСКИ ЗАМЪК

пер луксозни, съчетавайки хармонично всички съвременни удобства с историческото и архитектурно наследство.

Една ваканция в европейски замък ще ви зарадва с преоткриването на местната история, а изтънчената обстановка сред балдахини и тайници ще ви позволи да се почувствате едновременно като приказен герой и кралска особа.

Предлагаме ви „разходка“ из някои от най-добрите и луксозни замъци-хотели в Европа, за да се насладите на атмосферата, в която са живели благородници и рицари.

Кастело ди Велона, Италия *Castello di Velona*



Фото <http://www.castellodivelona.it/>



От своето орлово гнездо с изглед към долината Орча, това съвършено като картина място в Тоскана датира от XI век, но днес предлага между средновековните си стени всичкият възможен лукс на XXI век. В спа центъра блика естествен минерален извор, откритите басейни сякаш плават над пейзажите на Монталчино, а стаите с каменни стени, широки арки и тавани с дървени греди напомнят на гостите за произхода на замъка от средните векове. Двойна стая със закуска е на цени от 333 евро.

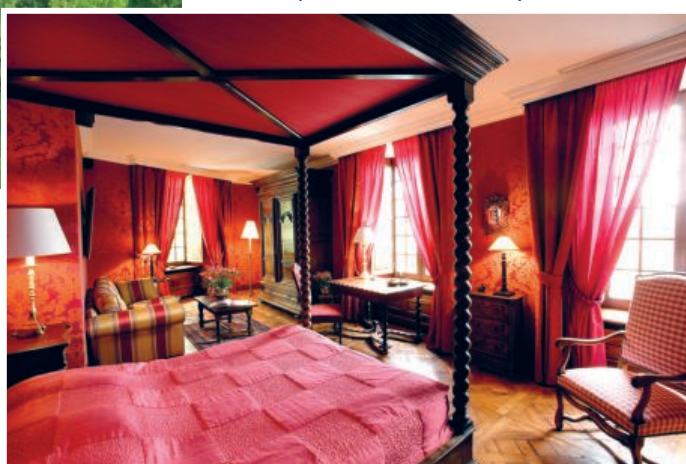


Шато дьо ла Трен, Франция *Chateau de la Treyne*



Фото <http://www.chateaudelatreyne.com/>

Това е типичен дордонски замък, издигнат върху скалите, с изглед към река Дордон в Югоизточна Франция. Палатът има собствен френски парк с гора и розова градина. Ако времето позволява, идеалното място за вечеря на открито е на терасата с изглед към градината, където ще се насладите на блюда от шеф готвач със звезди „Мишлен“. Стайте са в смел галисийски стил, в ярки цветове и палитри. Цената само за стая, без храна, е от 200 евро.



Замъкът Панемуне, Литва *Panemunes Pilis*



Фото <http://www.panemunespilis.lt/>

Замъкът от XVIII век се намира на брега на река Неман и навремето е бил важна отбранителна точка за местната аристокрация. А днес е просто едно прекрасно място за туристи. От 2014 г. отваря врати като хотел. Стайте са изцяло с автентична атмосфера, с гоблени по стените, антична мебелировка и дори легла с балдахин. Цената за двойна стая е от 70 евро със закуска.

Замъкът Уши, Швейцария *Chateau d'Ouchy*



Фото <http://chateau-d-ouchy.lausanne-hotels.com/>



Фото Wikimedia.org

От този нео-готически замък в Лозана може да се радвате на най-прекрасните гледки към езерото и планината. Вътре всичко е бутиков лукс, палитра от кремаво и бежово, с плюшени легла и ефектни бани. Има стаи с изглед към Женевското езеро, но ако отидете само стъпка по-напред, може да наемете апартамент в някоя от кулите на замъка, които предлагат не само гледката, но и атмосферата на оригиналния ексцентричен декор на замъка. Цените са от 235 швейцарски франка (430 лева) само за нощувка.



Фото <http://kokkedalslotcopenhagen.dk/>

Замъкът Кокедал, Дания *Kokkedal Castle*



Датира от XVIII век и е по-скоро в стил не на Хамлет, а на Гетсби, с просторните си земи и на разстояние едно голф игрище от морето. Разполага с 62 стаи, не само в замъка, но и в хижата, до която се стига по подземен проход. Съчетани са скандинавски шик със стени в модерно бяло и спретнат паркет на пода. Двойната стая е на цени от 1395 датски крони (около 370 лева).

Кастел Сон Кларет, Мајорка *Castell Son Claret*



Фото <http://www.castellsonclaret.com/>

Може да се нарече „бебе“ сред замъците, тъй като датира от XIX век. Намира се край Калвия, в планинска местност под защитата на ЮНЕСКО и е превърнат в хотел от 2013 г. Има 7 сгради с 38 стаи, простира се на 326 акра земя, всички на разположение на гостите за разходки сред поляните с дъх на жасмин, рози и бергамот. Тук се намира и единственият ресторант с две звезди „Мишлен“ на Балеарските острови. Двойна стая със закуска струва 295 евро.



Кастел де Селра, Испания

Castell de Celra



Замъкът е на над 1000 години и е истинска находка за любителите на историята, а навремето е бил дом на епископа на Барселона. Днес е доста полъскав, идеално място за почивка в 7 стаи, запазили селската атмосфера и всяка със собствен санитарен възел. Има голям басейн, много места за отдих на открито с изглед към околната земеделска земя и строга трапезария с бели сводове, която може да събере до 20 гости. За 14 души цената за нощувка е 660 британски паунда (малко над 1500 лева), като се изисква резервация за поне 7-дневен престой.

Замъкът Хералец, Чехия

Chateau Heralec Boutique Hotel & Club Resort

Той датира от XIII век, макар че сградата е по-скоро нео-готическа приказка, а не само голи укрепления. Днес замъкът е петзвезден хотел с 20 стаи, включително Кралския апартамент, облицован с мозайки и с тавани с греди. Разполага и със спа на L'Occitane. Заобиколен е от градини в английски стил и парк, намира се във Височинския край на Чехия. Замъкът е на еднакво разстояние с автомобил от Виена, Прага и Бърно, но ако ви се стори уморително да шофирате, може да се възползвате и от хеликоптерната площадка. Двойните стаи със закуска са на цени от 3920 чешки крони (малко над 280 лева).



Фото <http://www.chateauheralec.com>

Хотел льо Шато Фор, Седан, Франция

Hotel le Chateau Fort de Sedan



Фото <http://www.chateau-fort-sedan.fr/>



В този замък в Ардените от XV век има полъх на Каркасон. Считан е за най-големия в Северна Европа със своите 35 000 кв. метра. 4-звездният хотел има 54 стаи. В замъка има и музей, и местен туристически офис. Към една от стаите принадлежи и цялата Южна кула на замъка, така че ако я наемете, ще имате това късче от замъка само за себе си. Някои от стаите са с каменни стени, други са по-модерни. Цената на двойна стая, без включена храна, е от 89 евро.



ТРИСТАН ДА КУНЯ НАЙ-ОТДАЛЕЧЕНИЯТ ОСТРОВ В СВЕТА



ХОРАТА ТУК ЖИВЕЯТ СПОРЕД ПРИНЦИПИТЕ НА ПЪЛНОТО РАВЕНСТВО

единственият населен остров. Оформен като симетричен вулканичен конус, той се извисява на 5500 м от дъното на океана, 2050 м от които са над водата. Вулканът на Тристан е активен и най-скорошното му изригване през 1961 г. причинява сериозни поражения и предизвиква евакуация на населението.

Тук няма лимани или заливи и островът не може да бъде обиколен по брега, тъй като се състои почти изцяло от стръмни скали, достигащи височина 600 м. Селището е разположено на 30-40 м над морското равнище на северозападния бряг, върху плато с площ 8 кв. км.

На около 2 км югозападно са разположени картофените ниви, до които се достига по единствения път на острова. Климатът е влажен, с температури през лятото не повече от 30°C, а през зимата не по-малко от 2°C.

Тристан е дом на 264 британски граждани, обитаващи най-отдалеченото и най-изолираното селище в света, наречено Единбург на седемте морета. Тук живеят 80 семейства с общо 9 фамилни имена, 7 от които могат да бъдат проследени до 15-те първоначални заселници.

Древните откриватели дълго време отхвърляли възможността за заселване на Тристан заради пресечения планински релеф, липсата на естествено пристанище и обработваема земя, както и суровия климат с проливни дъждове и силни ветрове през всички сезони.

Архипелагът бил открит и получил името на португалския мореплавател адмирал Тришау да Куня, който минавал оттам на път към нос Добра надежда през 1506 г. Групата острови започва да се появява на морските карти през 1509 г. и е включена в картата на Меркатор през 1541 г. Откриването на архипелага не е случайно, защото в годините на Великите географски открития оттам минавал предпочитаният от мореплавателите маршрут между Европа и Индийския океан.

Първи на брега стъпват моряците от екипажа на холандския кораб Heemstede през 1643 г., които попълнили тук своите запаси от прясна вода, риба, тюлени и пингвини. Между 1650 г. и 1669 г. холандците изпратили още две експедиции, целящи да проверят възможността за създаване на база за зареждане на кораби, но идеята била отхвърлена заради липсата на сигурно пристанище. В края на XVIII в. започнали да пристигат множество американци, които събирали огромно количество тюленска мас и кожи.

През 1810 г. американецът Джонатан Ламбърт прави първия опит за заселване на острова, като пристига с още три души и идеята да основат тук търговска база. Три години по-късно, когато на Тристан акостира британският кораб „Seiramis“, екипажът открива единствения оцелял от група-

автор: Преслава Георгиева

Архипелагът Тристан да Куня (Tristan da Cunha) е разположен на 2816 км от Южна Африка и на 3700 км от Южна Америка. Най-близката суша – островът Света Елена, се намира на 2415 км. Групата е съставена от четири вулканични острова - Тристан да Куня, Недостъпния остров, остров Славей и остров Гоф, които са част от британската отвъдокеанска територия Света Елена, Възнесение и Тристан да Куня.

Едноименният остров с площ 98 кв. км е основният и



Фото Wikimedia.org

НЕМСКИ КОРАБ ПРЕД БРЕГОВЕТЕ НА ТРИСТАН

та – италианеца Томасо Кори. Той съобщава, че тримата му съратници са се удавили при риболовна злополука, но се подозира, че самият той ги е убил. За Ламберт и огромното богатство, което бил натрупал, и до днес се носят легенди. Те разказват, че съкровището му било заровено някъде на острова и единствено Кори знаел неговото местонахождение. Той често излизал сам и се връщал със златни монети, а в моментите на алкохолно опиянение обичал да разказва истории за заровеното съкровище.

14 август 1816 г., вероятно най-важната дата в историята на Тристан да Куня, бележи пристигането на британските войски на острова. Те създават военната база Форт Малкълм, която има за цел да предотврати евентуален опит от страна на французите да използват острова, за да спасят заточения на Света Елена Наполеон.

Гарнизонът бива оттеглен от острова през май 1817 г., но една малка група, водена от ефрейтор Уилям Глас и семей-

ството му, убеждават командващия офицер на гарнизона да останат на Тристан. Те започват един забележителен проект, наречен „Фирмата“, подписвайки доброволно споразумение за комунален живот през ноември 1817 г., включващо: равни дялове запаси; равно разпределение на печалбата; равно участие в покупката на стоки и социално равенство.

Малката общност нараства бавно и през 1827 г. населението на Тристан е 14 души, от които 5 неженени мъже. Затова островитяните се обръщат към капитан Саймън Ам, който често посещава острова, с молба да доведе 5 доброволки от Св. Елена, желаещи да се задомнят на Тристан. Още същата година той успял

да изпълни задачата, като местните хора му платили за услугата с по един чувал картофи за всяко момиче. Всичките 5 девойки се омъжили на острова и така през 1832 г. на Тристан вече живеели 34 души - 6 двойки и 22 деца. През 1856 г. населението вече е 71 души, но храната системно не достига и същата година 46 от тях заминават за Кейптаун. С тяхното напускане, на острова остават едва 4 семейства и 28 души.

В средата на XIX в. Тристан да Куня става все по-изолиран. С избухването на Американската гражданска война китоловният бизнес почти спира, а с това и пристигащите за запаси китоловни кораби. Откриването на Суецкия канал през 1869 г., от друга страна, осигурява много по-безопасен и бърз достъп до пазарите в Далечния изток.

През 1885 г. един трагичен инцидент поставя малката общност на Тристан пред сериозно изпитание. 15 от местните мъже отплават с лодка в опит да достигнат минаващ покрай острова кораб. Времето е лошо и морето е бурно, но



СЕЛИЩЕТО ЕДИНБЪРГ НА СЕДЕМТЕ МОРЕТА



островитяните не искат да изпуснат една от малкото възможности да търгуват с външния свят. Лодката им се скрива зад скалите и изчезва завинаги. Така населението на Тристан намалява до 92 души, сред които 13 вдовици и само четирима възрастни мъже - двама на по над 70 години.

За да подпомогне общността след инцидента, британското правителство започва да изпраща ежегодно кораби с продукти. В началото на 90-те години на XIX в. други 23-ма души напускат острова, с което населението остава едва 50 души, предимно жени. Както през всички години от основаването на селището, населението варира в зависимост от броя на временно пребиваващите – основно корабокрушеници, чакащи кораби, с които да отплават към дома. По време на пресътия си, те помагат на жените в обработването на посевите от картофи, а някои се женят и установяват тук.

Местните жители се прегрупират и започват да развиват своите умения за самодостатъчен начин на живот. Те разчитат на лова и пътуванията до Недостъпния остров, откъдето събират яйца и месо от албатроси, буревестници и пингвини, за да допълват фермерската си продукция. Новозаселилият се италианец Гаetano Лаварето научава островитяните на дърводелство и те започват да правят собствени лодки.

Първата световна война е периодът на най-голяма изолация на Тристан. Британците спират ежегодните доставки на стоки и храни и в продължение на 10 години до острова не достигат никакви пощенски пратки. През 1920 г. тук се установява Преподобният Мартин Роджърс, който въвежда римокатолическата вяра, организира строежа на църквата „Света

Богородица“ и разширява местното училище.

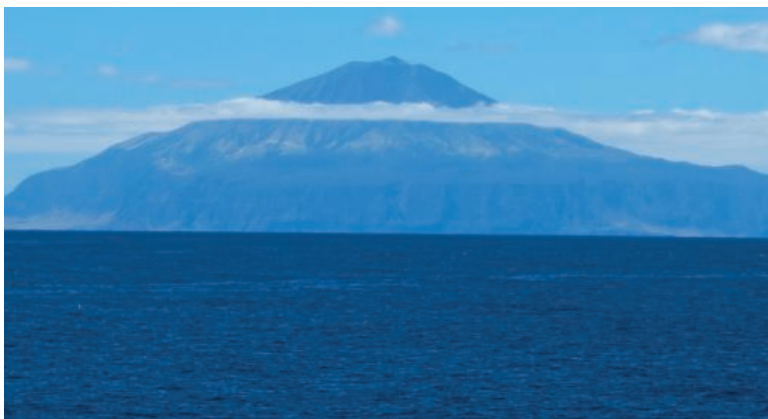
Втората световна война, от друга страна, има много позитивно влияние върху развитието на острова. Британското правителство създава тук супер секретна военноморска база, която има за цел да следи за появата на немски подводни лодки и да поддържа метеорологична станция.

На острова биват построени нови жилищни сгради, офиси, самостоятелно училище, болница и магазин. За първи път местни жители били наети на работа срещу заплащане и могли да пазаруват в магазин. Главнокомандващият базата – лейтенант Уули, възстановил Обществения съвет на острова и станал първият британски администратор на Тристан.

Условията на живот значително се подобрили след инсталацията на течеща вода и канализационна система. След края на войната част от инфраструктурата се запазва, а правителството изпраща на острова персонал за длъжностите администратор, радиооператор, доктор и учител.

Местният свещеник, който бил убеден, че изобилният улов на лангуста и скален омар ще предизвика интерес от страна на гурме ресторантите по света, започнал да лобира за развитието на промишления риболов и през 1949 г. тук се построява рибопереработвателна фабрика.

И наистина, в резултат на продажбите на лангуста и омари, на острова започва истински икономически бум. Платената заетост се увеличава с наемането на рибари и работници във фабриката и правителствените служби. Комуникацията с външния свят се подобрява заради редовното пристигане на риболовни и товарни кораби. Тристан позволява на



ЮАР да поддържа метеорологична станция на остров Гоф срещу споразумение за лизинг, което включва редовна линия между Кейптаун и Тристан, съществуваща и до днес.



КАРТОФЕНИТЕ НИВИ

Фото Wikimedia.org



ЕДИНБЪРГ НА СЕДЕМТЕ МОРЕТА

През септември 1961 г. вулканът на острова започва да изригва и месец по-късно цялото население от 264 местни и 26 чуждестранни жители се евакуира в Саутхемптън, Южна Англия. Въпреки че вулканът разрушава почти всичко на острова, само 2 години по-късно островитяните се завръщат на родния Тристан.

Днес икономиката се базира главно на земеделието, животновъдството и риболова, които осигуряват и прехраната на местното население. Една немалка част от чуждестранните приходи идват от промишления риболов и търговията с рибни продукти, които се изнасят за САЩ и Япония. Останалата част – от продажбата на пощенски марки и монети на филателисти и колекционери от цял свят, както и от туризма, който включва настаняване, екскурзоводна дейност и продажба на сувенири. Благодарение на тези приходи, на острова се предлагат безплатни обществени услуги като здравеопазване и образование.

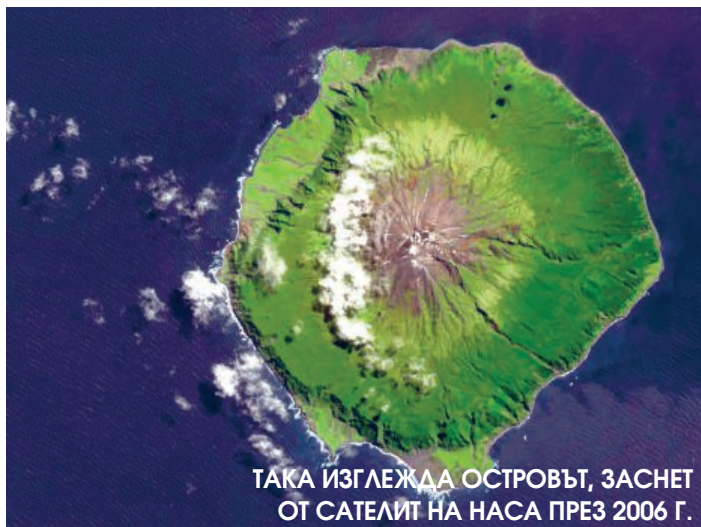
Заради малкия брой жители, браковете между далечни роднини (например втори братовчеди) са неизбежни, а това

причинява някои здравословни проблеми, като астма и глаукома. На острова има само един лекар и пет медицински сестри и по-сериозните заболявания се лекуват в Кейптаун.

Днес на Тристан има магазин, радиостанция, местен вестник, полицейска служба, училище, две църкви, интернет кафене, детска площадка, музей, видеомагазин, басейн и дори голф игрище. Островът вече има постоянна връзка с външния свят посредством сателитен телефон и факс машина. До острова се достига единствено по вода, като пътуването от Кейптаун е 7 дни и се осъществява 9 пъти годишно.

Икономическата и социалната организация на острова са претърпели развитие през годините, но до голяма степен са запазили принципите на равенство, заложили през 1817 г. Всички семейства на острова се занимават със земеделие и животновъдство. Земята на острова е обществена собственост. Всяко семейство притежава земеделска земя за отглеждане на картофи, градини около къщите и добитък, чийто брой е строго контролиран, с цел да се запазят пасищата и да се предотврати натрупването на богатство от определени семейства.

Над 40% от територията на Тристан да Куня са обявени за природен резерват, а остров Гоф и Недостъпният остров са в Списъка на световното наследство. Гоф е и най-голямата, почти непокътната островна екосистема в Атлантическия океан - дом на една от най-важните колонии от морски птици в света.



ТАКА ИЗГЛЕЖДА ОСТРОВЪТ, ЗАСНЕТ ОТ САТЕЛИТ НА НАСА ПРЕЗ 2006 Г.



ПРИСТАНИЩЕТО НА ЕДИНБЪРГ



IFP
Bulgaria

МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР
ПЛОВДИВ



АГРА

БиоАгра



22-26 ФЕВРУАРИ 2017

МЕЖДУНАРОДНА
СЕЛСКОСТОПАНСКА
ИЗЛОЖБА

заедно с



Винария

032 902 180



www.fair.bg



#BEAUTYZONE@ESTE



#LUXURY@ESTE



#RELAX@ESTE



#TOPCLASSFITNESS@ESTE



Магията на СПА...



#BESTSERVICE@ESTE



#5 ★ SPA@ESTE



www.estespa.bg

С номинация
**Най-добър
СПА център**
за 2017 година



WORLD
LUXURY
SPA
AWARDS
NOMINEE
2017

A STAR ALLIANCE MEMBER 

WIDEN YOUR
WORLD

TURKISH
AIRLINES



НОСТАЛГИЧНИЯТ ГРАД: ХАВАНА

TURKISHAIRLINES.COM