

www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 71

март 2017 г. / цена 5 лв.

РИСК
ПЕЧЕЛИ

НЕЖНАТА
СИЛА НА
ПРОМЯНАТА

ИГРА БЕЗ
ГУБЕЩИ

Любомир Минчев:

**СЪЗДАВАМЕ
ИНТЕГРИРАН
ТЕХНОЛОГИЧЕН СВЯТ**



БИЗНЕСЪТ НЕ ЧАКА

Работещи финансови
решения днес



БИЗНЕС БАНКИРАНЕ

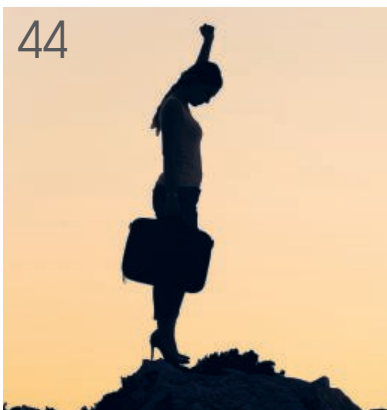
 **Postbank**
Решения за твоето утре

СПИСАНИЕ ИКОНОМИКА ПРЕДСТАВЯ

ПРЕЗ МАЙ



Луксозната книга ще покаже най-добрите компании в България, резултатите от дейността им през последната година и вдъхновяващи истории за пътя, който те са извървели до постигането на успеха.



БРОЙ 71

- 8** РИСК ПЕЧЕЛИ
- 18** ЛЮБОМИР МИНЧЕВ:
СЪЗДАВАМЕ ИНТЕГРИРАН
ТЕХНОЛОГИЧЕН СВЯТ
- 24** ИЗБОРИТЕ - ЩЕДРИ
ОБЕЩАНИЯ БЕЗ ЯСНА ЦЕЛ
- 28** ЩЕ ГИ СТИГНЕМ ЛИ ЕВРОПЕЙЦИТЕ
- 34** ФИНАНСОВИТЕ АКУЛИ
СРЕЩУ МАЛКИТЕ ИГРАЧИ
- 36** СТАБИЛНОСТ НА ПЕНСИОННИЯ
И НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНИЯ ПАЗАР
- 42** ТЕОДОР СЕДЛАРСКИ:
ИКОНОМИКАТА СЕ НУЖДАЕ
ОТ ПОТЕНЦИАЛА НА МЛАДИТЕ
- 44** НЕЖНАТА СИЛА НА ПРОМЯНАТА
- 54** КРАЛИЦИТЕ НА
СИЛИЦЕВАТА ДОЛИНА
- 58** ИГРА БЕЗ ГУБЕЦИ
- 62** БОРИС БОРИСОВ: БЕЗ
ИНОВАЦИИ НЯМА РАСТЕЖ
- 64** ОГНЯН ТРАЙНОВ: НАВЛИЗАМЕ
ВЪВ ВРЕМЕТО НА
ПЕРСОНАЛИЗИРАНИТЕ ИЗДЕЛИЯ
- 66** 4 ТЕНДЕНЦИИ, КОИТО ЩЕ
ПРОМЕНЯТ РАЗПЛАЩАНИЯТА
- 68** АЛЕКСАНДЪР ПУНЧЕВ:
КОМПАНИИТЕ СА ПО-СМЕЛИ
И НЕ ЗАДЪРЖАТ ПЛАНОВЕТЕ
СИ ЗА ИНВЕСТИЦИИ
- 70** АНДРЕЙ ДЕЛЧЕВ: ДДС ВЕРИГИ
И ФИКТИВЕН ВНОС СА
НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ПРОБЛЕМИ
ПРЕД ПЕТРОЛНИЯ БИЗНЕС
- 72** НА ГРЕБЕНА НА ВЪЛНАТА
- 74** ВИДИМАТА И НЕВИДИМАТА
РЪКА НА ПАЗАРА
- 80** ГЕОРГИ ИЛИЕВ: УСПЕХЪТ В
НАМИРАНЕ НА РАБОТА Е
НАЙ-ЗНАЧИМИЯТ ТЕСТ ЗА
КАЧЕСТВЕНА ОБРАЗОВАНИЕ
- 84** ФИНАНСИТЕ КАТО ДЕТСКА ИГРА
- 86** ЦЕНАТА НА ЕДИН
ТЕХНОЛОГИЧЕН „ОСКАР“
- 88** СИНЕРГИЯ ЗА НАНОФИРМИ
- 92** ОВАНЕС И ИЗКУСТВОТО
ДА ОРГАНИЗИРАШ СЪБИТИЯ
- 94** КОНСТАНТИН БОЯДЖИЕВ:
ПАЗАРЪТ НА БИЗНЕС ИМОТИ ЩЕ
ИМА УСТОЙЧИВ РЪСТ



- 96** ВЕНЦИСЛАВ БИЧАКОВ:
ПЕЧАТАРСТВОТО СЛЕДВА
НОВАТА ВЪЛНА НА
ДИГИТАЛИЗАЦИЯ
- 98** ПЛАМЕН И АНИЕЛА РУСЕВИ:
БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА Е ЦЕНТЪР
В РАЗВИТИЕТО НА ДИГИТАЛНАТА
ИКОНОМИКА В ЕВРОПА
- 100** РОБОТИТЕ НАВЛИЗАТ
В ЕЖЕДНЕВИЕТО
- 103** НАЙ-ПОСЛЕ БЕЗ
РОУМИНГ В ЕС
- 106** ЩЕ ПОЛЕТЯТ ЛИ
ЛЕТЯЩИТЕ КОЛИ
- 110** ИНДИЯ - ЗЕМЯ
НА МЕНИДЖЪРИ
- 114** ГУАНДЖОУ - КИТАЙСКАТА
СТОЛИЦА НА ТРЕТИЯ СВЯТ
- 118** МАКАО - ПАРИТЕ
РАЖДАТ ЖИВОТ
- 122** МЪСК, КОЙТО ИСКА
АМЕРИКА ДА СЕ
ХРАНИ ЗДРАВΟΣЛОВНО
- 126** ПЪРВАТА ЯПОНКА МИЛИАРДЕР
- 128** НЕПОСИЛНАТА ЛЕКОТА ДА
ПРОДАВАШ ИЗКУСТВО
- 136** ЦАРСТВО НА НАКИТИТЕ
- 138** НАЙ-СЪРДЕЧНАТА ГАЛЕРИЯ
- 140** НЕПОДВЛАСТНИЯТ НА
ВРЕМЕТО ЦВЕТЕН КОЛМАР



РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА МИРЧЕВА,
главен редактор



НЕЖНА СИЛА

Голямата промяна идва от много малки промени, с твърда увереност, но и с нежна сила, точно както пролетта настъпва през март след зимата. Доказателство за това са българските жени, които уверено навлизат във всички бизнес сектори, ръководят големи компании и са двигател за иновациите и растежа. По традиция през март списание „Икономика“ представя успешните дами в бизнеса, които едновременно покоряват корпоративните върхове, те творят и вдъхновяват, но са и майки.

Свикнали сме често да виждаме България в гръното на световните и европейските класации. Но има и поводи да се гордеем с напредъка си и само един от тях е мястото на жените в бизнеса. Страната ни се нарежда сред първите пет в света по най-голям брой на дамите, участващи в директорски бордове на компании. Според данните на НСИ 30% от работодателите в България са жени, а при самостоятелно заетите дялът им е още по-голям – 36%.

Но жените, както и мъжете, имат своя индивидуалност, затова не се опитваме да търсим линията на разделение, а да открием силата на личността.

На страниците ни ще намерите историите на много вдъхновяващи успели мъже и жени.

Приятно четене!

„Златен бик“ за инвеститорите на 2016 г.

„Сенсата Технолоджис България“ спечели голямата награда „Инвеститор на годината“ за 2016 г. в 11-ите годишни награди на Българската агенция за инвестиции. Дружеството, базирано в София и Ботевград, през м.г. откри и завод в с. Царацово, област Пловдив, като инвестицията е за над 90 млн. лева и ще бъдат разкрити нови 2800 работни места. Наградата връчи служебният министър-председател Огнян Герджиков.

„Осрам“ ЕООД бе отличена в категорията „Инвестиция на зелено“. Тя откри първото си производствено звено в

Източна Европа в с. Труд, област Пловдив. В категория „Инвестиция в иновативен бизнес“ приза получи „Теклас-България“, която откри трети пореден завод в България. „Луфтханза Техник София“ и „България Ер меинтенанс“ получиха наградата в категория „Инвестиция в разширяване на бизнеса“. Наградата „Инвестиция в човешки капитал“ получи „Интегрейтид микроелектроникс България“ - Ботевград, която през 2016 г. разширява и оптимизира технологичните и логистични мощности на завода си. Всички победители получиха статуетка „Златен бик“, изработена от скулптора Сейфетин Шекеров.



„Техностарт 3“ финансира иновациите

Стартира процедурата по изпълнението на проект „Техностарт 3 – Насърчаване на иновационната активност на младите хора в България“. Целта на проекта е да бъдат насърчени младите хора с иновативни и жизнеспособни идеи (студенти, докторанти и завършили висше образование през настоящата година) да реализират тези идеи. Младите предприемачи ще бъдат подпомогнати да започнат собствен бизнес чрез предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за създаване на технологични фирми. Финансирането е в размер на 90% от общия размер, или до 19 800 лева за всеки одобрен бизнес план. По проекта са планирани 300

Техно СТАРТ

000 лева от бюджета на Министерството на икономиката за 2017 г. „Техностарт 3“ финансира стартиращи фирми с бизнес идеи само в сферата на промишлеността и научната и развитата дейност.

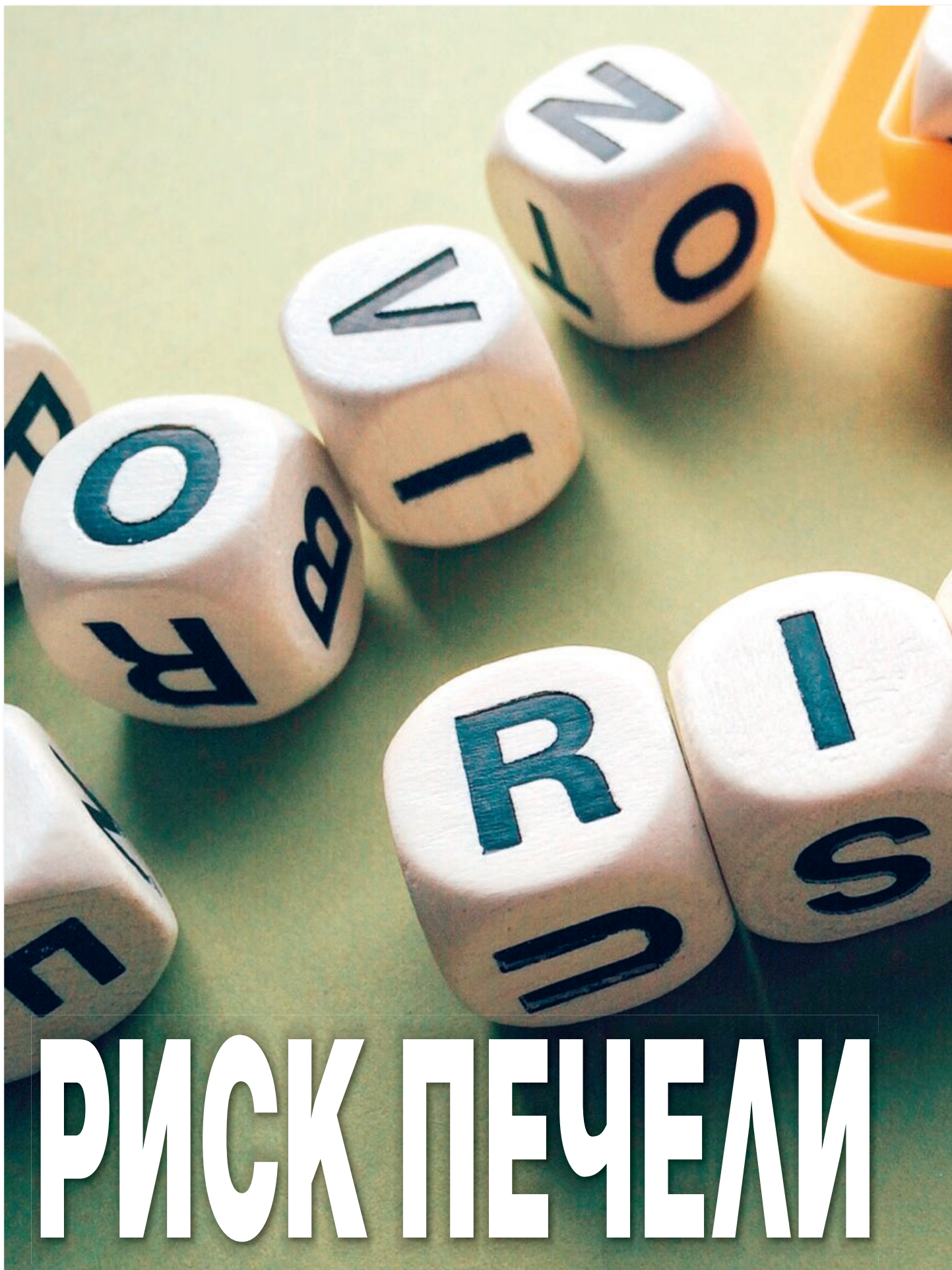
Стартира конкурс „Европейски награди за насърчаване на предприемачеството“

Започна конкурсът „Европейски награди за насърчаване на предприемачеството“. Той ще протече на два етапа - национален и европейски. Кандидатурите за участие ще се при-

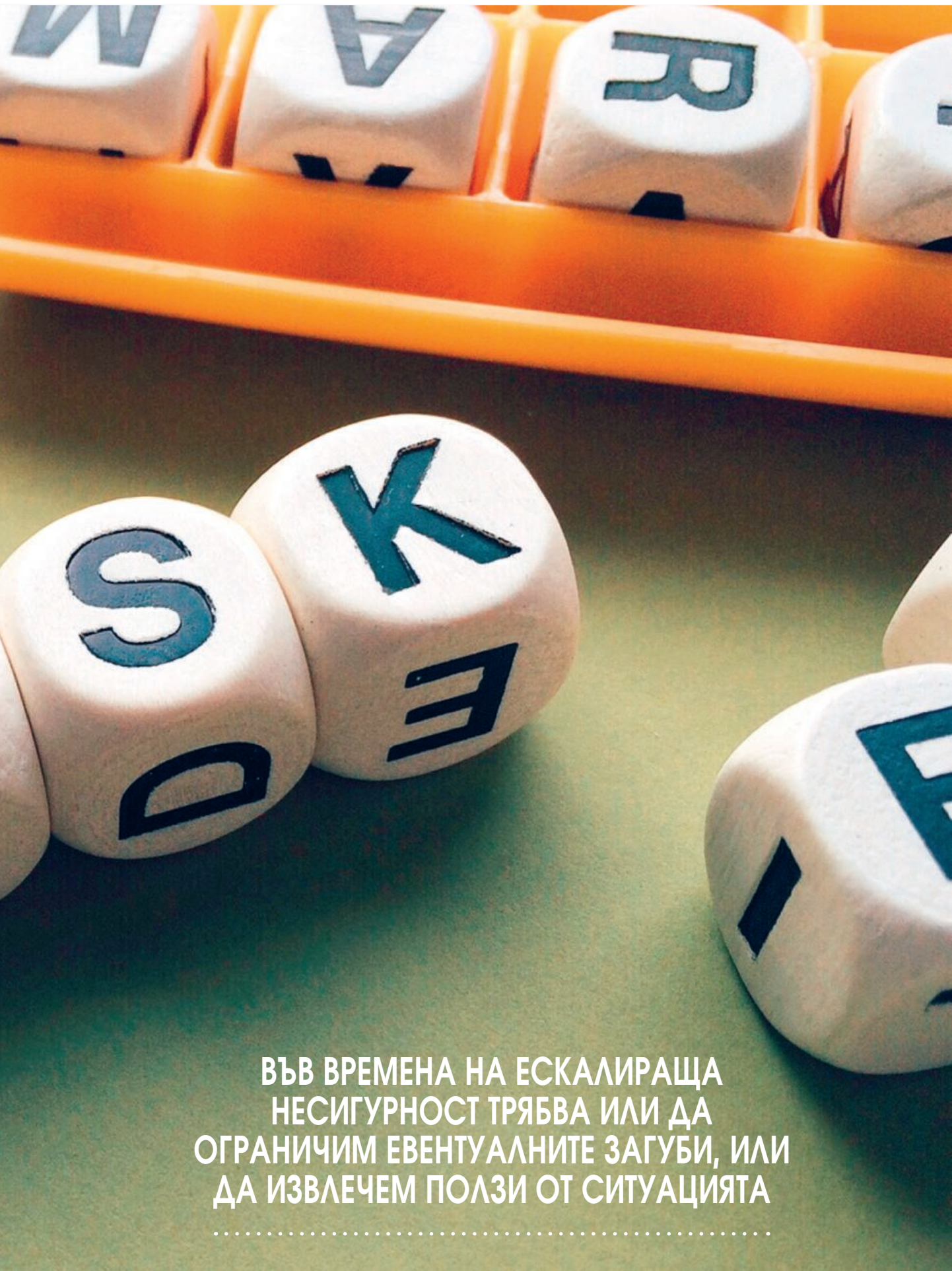
емат в срок до 15 май 2017 г. в Министерство на икономиката. Категориите, в които ще се присъждат награди тази година, ще бъдат пет: насърчаване на предприемаческия дух, инве-

стиране в изграждането на умения, подобряване на бизнес средата, подкрепа на интернационализирането на бизнеса и награда за отговорно и интегриращо предприемачество.





РИСК ПЕЧЕЛИ



ВЪВ ВРЕМЕНА НА ЕСКАЛИРАЩА
НЕСИГУРНОСТ ТРЯБВА ИЛИ ДА
ОГРАНИЧИМ ЕВЕНТУАЛНИТЕ ЗАГУБИ, ИЛИ
ДА ИЗВЛЕЧЕМ ПОЛЗИ ОТ СИТУАЦИЯТА

.....



автор: **Татяна Явашева**

Глобализацията има своите положителни страни, но тя е носител и на все повече риск фактори. Заради тази по-голяма отвореност и свързаност днешното време се характеризира с бърза промяна, силна турбулентност, прекомерна динамика, ескалираща несигурност, нарастваща сложност и непредсказуемост. Стават резки икономически и политически обрати и затова специалистите в тази сфера предупреждават, че е нездравословно компаниите да се оставят рискът да ги управлява, вместо те него.

Опасност или ВЪЗМОЖНОСТ

Има много определения за риска. Според едни той е обективно явление, неизбежен е и не може да бъде премахнат, но може да бъде управляван,

ограничаван, покриван, прехвърлян, вместо просто да бъде приет като даденост. Според други рискът е възможно събитие или процес, който може да окаже негативно въздействие върху даден бизнес. В риска обаче се крият и възможности за печалба, полза и изгода и в такъв случай рискът е всъщност шанс. Прегледът на етимологията на думата риск показва, че някога за арабите *risq* е било нещо, което е дадено свише на човека и от което той може да извлече печалба, т. е. това е благоприятна възможност. В латински преминава като *risicum* - предизвикателство, каквото бариерните рифове поставят пред мореплавателите. В древен Китай думата има аналогично значение и китайците разпределят риска помежду си, като слагат стоката на всеки в различни лодки. В гръцки преминава като случайно настъпване на някакъв резултат. Във френски думата носи главно



негативен смисъл, но не изключва възможността за положително развитие. Така е и в нашия език.

Под контрол

Специалистите препоръчват рискът винаги да е под контрол, като той да не се управлява само от риск мениджърите, а и от всеки един в компанията според нивото на неговата компетентност и отговорност. Риск мениджмънтът не е стратегия, която се стреми да избягва риска винаги и на всяка цена. По-скоро целта е евентуалните загуби да се минимизират, а ако е възможно, и да се извлекат ползи. Понякога добре премереният риск е начин да се постигнат значително по-високи резултати. По-добре да сме готови за лоши времена и да дойдат добри, отколкото обратното. Насим Талеб ни предупреди за феномена „черен лебед“ - събитие, което се случва

изключително рядко, то не следва нормалната логика на процесите, а когато се състои, ефектът от него е огромен. Когато държим под око детайла в промените, ще сме по-малко неподготвени за такива резки турбуленции.

Решение, което не включва риск, вероятно не е решение, казва Питър Дракър. Но всяка компания, всяка организация, всяка държава преценява какво да е отношението ѝ към риска. Въпрос на избор е дали като щраус да си крием главата в пясъка, или да търсим начини да минимизираме евентуалния неблагоприятен ефект, както и варианти, поемайки риск, да извлечем ползи.

Предлагаме професионалния поглед и съвети на трима специалисти с опит в управлението на риска.

Милена Вигенова:

В несигурна среда действайте с хладен ум



Г-жо Вигенова, във времена на динамични промени как бизнесът да управлява промяната?

- Да, промяната трябва да се управлява активно, а не просто да се приема. В „Кофас“, където ежедневно правим оценки на рисковете и следим развитието на компаниите, определено виждаме несъответствие между използваните подходи в управлението и изискванията, наложени от динамичната бизнес среда. Решението е ясно: създаване на стабилна финансова основа. Компаниите трябва да осигурят защита на паричните си потоци, да гарантират максимално добре плащанията от своите контрагенти. В тази бурна среда само това ще даде стабилна база те не само да издържат на промените, а и да се развиват. Останалата работа ще я свърши предприемаческият дух.

- Кой е работещият подход, когато на пазари, на които даден бизнес пристъпва, настъпват негативни промени?

- Важна е навременната информация за страни, сектори и фирми, за да може да се промени стратегията и да се хеджират рисковете. Диверсификацията също помага за устойчив растеж и е необходима прецизна оценка на риска. В „Кофас“ правим и редовно актуализираме оценките на политическите и икономическите рискове за различни страни – т. нар. странови рискове. Правим анализ на рисковете по сектори – глобално и за отделни региони. Можем и стигаме до оценка на ниво фирма. Ако компанията ползва подобна информация, тя ще е много по-прецизна в избора

къде да развива бизнеса си.

- Винаги е по-добре да сме подготвени за нежеланите сценарии, но как да се научим да четем симптомите?

- Или трябва компаниите да са непрекъснато нащрек, или да имат партньор, който да сигнализира, когато такива симптоми се появят. Иначе тези индикатори са ясни – висока задлъжнялост, ниска ликвидност и забавено събиране на вземанията. Пред Европа и в частност България стоят достатъчно рискове за развитието на бизнеса, като част от тях са свързани с финансовия сектор. Факт е, че и в момента близо 80% от компаниите се сблъскват със забавени плащания от техни партньори, като 25% от тези случаи прерастват в несъстоятелност или в трайно неплащане.

- Всъщност за каква 2017-а да се готви бизнесът в България?

- Всички макроикономически показатели дават сигнали, че тази година се очертава като добра за бизнеса у нас. Оценката на страновия риск на България се повишава за първи път от 11 години насам. „Кофас“ я покачва от В до А4, което по класификацията на страновите рискове се определя като „приемливо ниво“. Това е достатъчно ярък показател, че страната ни става по-стабилна и по-нискорискова като бизнес среда. В същото време не бива да пренебрегваме факта, че рисковете в политическата сфера остават и това може да се отрази неблагоприятно върху по-нататъшното развитие. Рисковете от неплащане също са съществени поради високата задлъжнялост на фирмите в България.

Милена Вигенова е управител на „Кофас“ за България от април 2012 г. Професионалният ѝ опит включва редица управленски позиции в банковата и финансовата сфера, сред които съветник „Risk мениджмънт, проектно финансиране и еврофондове“ в Хипо НОЕ Групе Банк АГ- Австрия, директор „Кредитен риск“ във „Финансиа Груп“, ръководител „Еврофондове, публични финанси и банково застраховане“ в УниКредит Булбанк, директор „Регионални корпоративни центрове и продуктово развитие“ в Ейч Ви Би Банк Биохим. От юни 2014 г. е зам.-председател на Асоциацията на колекторските агенции в България.



- **Управлението на риска остава актуална тема, особено когато се очакват големи политически турбуленции. При толкова много неизвестни как да се управлява рискът?**

- В такива времена смятаме, че страновите рискове ще оказват все по-голямо влияние на микрониво, на равнище отделна компания. А като подход в управлението на риска – хладен ум и колкото може по-малко емоции.

- **Как обаче правилно да оценим риска – това е ключов момент, тъй като и надценяването на риска също има цена...**

- Оценката на риска сама по себе си не може да бъде добра или лоша. Въпросът не е в самата оценка, а в мениджърските решения, които се взимат след това – те може да бъдат по-консервативни или по-рисковани, да подценяват или да надценяват факторите от средата. Няма нещо като „препиване“ с оценката на риска, тя винаги е полезна. Затова и съветът ни към мениджърите е да взимат решения въз основа на повече данни и информация, а какви ще бъдат самите решения, зависи от бизнеса, целите на компанията, склонността за поемане на риск. Ето защо е недостатъчно да се познават основните видове риск, необходимо е също така правилно да се оцени рисковата ситуация, с цел да се набележат мерки

за нейното подобряване. Важно е да има системен подход по управление на риска и ясни процеси и политики. Ако ние като застраховател на търговски кредитен риск сме прекалено консервативни, то губим премиен приход и намалява застраховаемият оборот.

- **Кои са някои от правилата при управлението на риска, валидни, независимо от спецификата на бизнеса?**

- Важно е да се отчита и анализира колкото е възможно повече информация и да се действа превантивно. В „Кофас“ виждаме тенденциите много по-рано. Един пример - както си спомняте в Китай миналата година имаше сривове на борсата. Близо 6 месеца преди това поради голямата ни експозиция в Китай ние наблюдавахме как големите фирми в различни сектори увеличиха просрочените плащания. Около един месец преди борсовия срив рискът се увеличи съществено. Предупредихме нашите клиенти и променихме лимитите.

- **Според вас кои бизнеси ще са под най-голям риск през тази година?**

- За България като рискови се очертават няколко сектора и това са строителство, търговия с метали и горива, както и търговията с торове и селскостопански продукти. Това, което е ви-

сока степен на риск в България, в други държави може да не е. На 19 април в София предстои да направим петата Кофас конференция по управление на риска, където ще дадем детайлен преглед на рисковете по сектори и страни. Темата на събитието е „Индустриална революция и нови конкурентни стратегии“.

- **Като управител на „Кофас“ за България как управлявате риска, пред който организацията може да се изправи?**

- Ние сме финансова институция, регулирана от Френския пруденциален надзор за застраховане и с поддържащата роля на КФН в България. Компанията е специализирана в оценяването на риска и имаме групови правила, които няма как да не следваме. Ключът към успешното управление на големия портфейл от застраховани вземания – на годишна основа над 12 млрд. лв. – българският риск се крие в добрите процеси и експертизата на екипа ни. Също така имаме специализирани отдели, които се занимават с оценката и управлението на риска както в България, така и в групата на „Кофас“. Но най-важна е нагласата да гледаме колкото е възможно по-далече напред и то на базата на факти. От тази перспектива, с точно този оптичен инструмент, оценката на рисковете в конкретния момент като че ли става по-прецизна.

∴ КОМПАНИИТЕ ТРЯБВА ИЛИ ДА СА НЕПРЕКЪСНАТО НАЩРЕК,
∴ ИЛИ ДА ИМАТ ПАРТНЬОР, КОЙТО ДА СИГНАЛИЗИРА
∴ ОЩЕ ПРИ ПОЯВАТА НА НЕБЛАГОПРИЯТНИ СИМПТОМИ

Наско Йорданов:

В „мъглата“ се крият опасности, но и възможности

Н-н Йорданов, Брекзит и новият американски президент определено ще продължат да имат силно влияние върху процесите в световната икономика. Как да се оценява то, как да се предвиди?

- Със сигурност тези два фактора ще влияят на курса на световната икономика през следващите години и „мъглата“ около тях прави оценката и предвидимостта им трудна и неясна. Това допълнително вдига нивото на риск в системата. За успешното позициониране в тази обстановка и управлението на риска на първо време бизнесите трябва да са готови на гъвкавост и прилагане на бързи тактически решения. Впоследствие с разсейването и вдигането на „мъглата“ стратегията ще може да се доизглади.

- Във времена на динамични промени как бизнесът да управлява промяната, която влияе на неговата пряка работа?

- Промяната става част от ежедневието на бизнеса и той трябва да я приеме, но и да се възползва от нея, а не да ѝ се противопоставя. Бизнесите, които усетят пулса на новото и своевременно се приспособяват, са тези, които са успешни. Но адаптирането към промените не значи развитие без стратегия. Начертването на визия - доста-

тъчно силна, за да издържи на натиска на промените, е рецепта на бизнесите да станат лидери. Ето как Apple има визията да е иновативна технологична компания и от създател на иновативни компютри и лаптопи в края на ХХ век се превръща в производител на иновативни смартфони и планшети в началото на ХХІ век. По този начин компанията запазва своите лидерски позиции и доминация на пазара.

- Винаги е по-добре да сме

Наско Йорданов поема през 2016 г. длъжността изпълнителен директор на Карол Инвестмънт - българска консултантска компания в областта на инвестиционното банкиране и корпоративните финанси. Професионалният му опит до връщането му в България включва мениджърски позиции във водещи финансови институции в Ню Йорк и Лондон. От 2008 г. работи в отдела за стратегически сделки към Barclays Investment Banking, а преди това от 2003 г. е бил Transaction Manager в отдела Mortgage Trading & Structured Products на инвестиционната банка Goldman Sachs. Кариерата си в САЩ започва от 2002 г. като стажант в Private Banking & Wealth Management на инвестиционната банка Morgan Stanley.

• ДА ГЛЕДАМЕ РИСКА ПРАВО
• В ОЧИТЕ, БЕЗ СТРАХ, ДА НЕ
• БЯГАМЕ ОТ НЕГО, А ТРЕЗВО
• ДА ГО ОЦЕНЯВАМЕ

... УСЕТЪТ НАКЪДЕ ДУХА ВЯТЪРЪТ ЧЕСТО Е
... ПО-ТОЧЕН И ОТ НАЙ-СЛОЖНИТЕ РИСК
... МЕНИДЖМЪНТ МОДЕЛИ, А ТОЙ НЕ СЕ
... КОДИРА В СОФТУЕРНА ПРОГРАМА

подготвени за нежеланите сценарии, но как да се научим да четем симптомите?

- Разпознаването на симптомите на кризата е едно от важните умения на риск мениджърите и то се придобива изключително в практиката. Усетът накъде „духа вятърът“ често е по-точен и от най-сложните риск мениджмънт модели. Този усет се придобива с опита и не може да се кодира в софтуерна програма. Поради тази причина бизнесите не трябва да се отчайват като попаднат в тежки ситуации, а напротив,

това трябва да ги мобилизира да намерят решение и в крайна сметка да си вземат поука, която ще им е от полза занапред. Често в такива случаи намесата на консултант с експертиза се оказва доста полезна, защото използването на натрупания чужд опит заедно със свежия поглед отстрани може да даде отговор на проблема и тласък на решението.

- Всъщност за каква 2017-а да се готви бизнесът в България?

- 2017-а ще мине под мотото на политическите избори и съпровож-

дащата ги несигурност. Това ще се отрази най-вече на чуждестранните инвестиции и на новите играчи, навлизащи в икономиката на страната ни. Но наложилият се бизнес, преминал успешно през стихийните времена на 90-те години и глобалната криза през 2009 г., е доказал своята устойчивост и СЕО-офисите им са се превърнали в универсални войници, калени да работят в подобна обстановка.

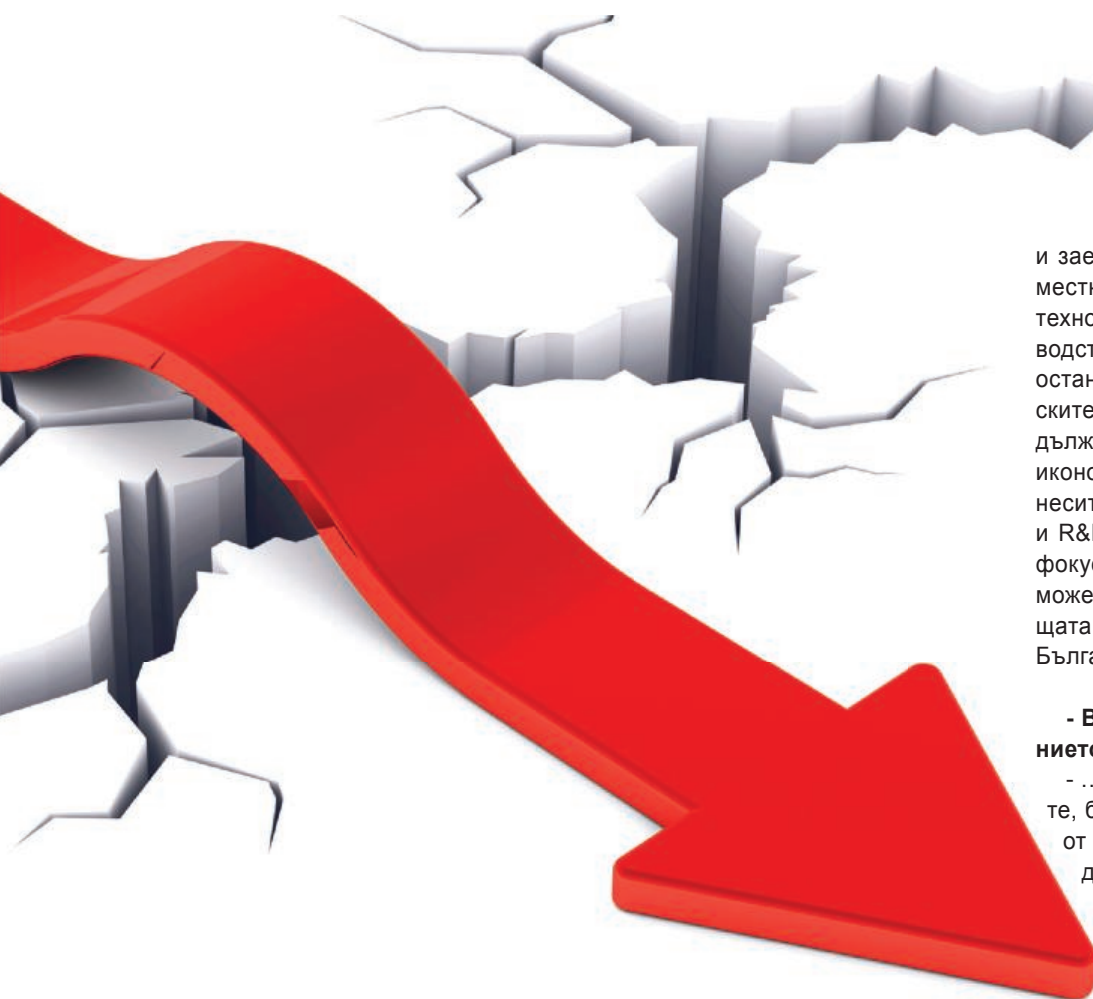
- Според вас какви ще са трендовете в България през тази година?

- През 2017 г. в България ще продължи да се наблюдава излизане на чуждестранни инвеститори

и заемането на техните позиции от местни играчи. Информационните технологии, аутсорсингът, производството и инфраструктурата ще останат силни сектори. Европейските политики и фондове ще продължат да играят движеща роля в икономиката на страната ни. Бизнесите, които залагат на иновации и R&D, ще попадат все повече във фокуса на инвеститорите и това може да се оформи като следващата вълна на развитие и растеж в България.

- В крайна сметка при управлението на риска най-важното е да...

- ... погледнем риска право в очите, без страх. Не трябва да бягаме от него, а да го оценим трезво и да се възползваме от възможностите, които ни предоставя, за да изградим силен и успешен бизнес.





Теодора Петкова:

Искаме ли победи, нужна ни е смелост

Т-жо Петкова, рискът е основен момент във вашата работа. Какво е вашето определение за риск?

- Рискът е основна част не само в работата ми, но и извън нея. Дори бих казала, че по-лесно се справям в служебната роля на риск мениджър. При управлението на рисковете в личен план като че ли дефинициите, моделите и експертизата помагат. Всъщност всички сме изложени на редица рискове и действат като риск мениджъри съзнателно и несъзнателно. Свързваме риска с негативен резултат, с реализирането на загуба, с неконтролиран изход от дадено действие, събитие или решение. И се опитваме да избягваме ненужни рискове. Но е нужен и риск, нали? На мен повече ми харесва позитивният прочит на думата „риск“. Етимологията е от староиталиански език - *risicare* означава дръзвам, имам смелостта. За мен рискът е именно смелостта, която ни е нужна, за да влизаме в битките, изходът от които си струва да се водят. Искаме ли победи, трябва да се борим. А преди да влезем в битката, трябва да проверяваме колко ни е добро снаряжението, имаме ли натрупана умора от предходни битки, трябва да съберем достатъчно информация за противника и за бойното поле.

- От какво най-често се влияе бизнес рискът и какво е добре да имаме предвид, преди да търсим начини по-добре да го управляваме?

- Всяко бизнес начинание е изложено на комбинация от рискове, които в различна степен влияят на резултатите. Някои от рисковете са вътрешни за компанията - например избрана капиталова структура за финансиране на бизнеса, подходяща оценка на силните страни на компанията и имплементирането на правилна стратегия, свързането на целите на служителите със стратегията на компанията, взимането на информирани решения. Други идват от външната среда - обща икономическа обстановка, промяна в правната рамка, промяна в потребителските предпочитания. Колко-

то по-комплексен става бизнесът, толкова по-важно е да сме сигурни, че сме изградили правилните механизми и контроли в организацията, така че да се поема само добре премерен и предварително оценен риск. Важно е компанията да е адаптивна, тъй като средата е динамична и всеки работен ден е различен от предходния. В бизнеса, както и в природата, оцелява по-силният. А силата идва от правилни решения и умело управляван риск. Ако не управлявате риска във вашия бизнес, независимо с какво се занимавате, трябва да знаете, че това е рисков бизнес. Много популярна е професията *enterprise risk manager* - това са хората, които поставят правила за управление на риска. Тоест всички ние, които сме риск мениджъри по дух и професионално призвание, можем да сме спокойни - ще има професионални възможности и достатъчно предизвикателства.

- На какво е функция кредитният риск? Ако вашите клиенти умело управляват риска, то вероятно и за вас ще е по-добре...

- При оценката на кредитния риск се имат предвид редица компоненти - индустрия, конкурентно позициониране, управленска структура, технологично ниво, прозрачност и качество на информацията, която ни се предоставя. Разбира се, кредитният риск е в пряка връзка с финансовата стабилност на компанията, оценката на устойчивост на стратегията. Кредитният риск нараства силно, когато се инициират идеи, които не са свързани с основната дейност на компанията, когато не се вижда ангажираността на собствениците на бизнеса и когато бизнес решенията са твърде хазартни.

- Каква очаквате да е 2017-а за бизнеса в България и откъде може да дойдат най-големите рискове?

- Вярвам, че 2017 г. ще бъде вълнуваща и наситена с възможности. Основната част от колегите ми от банковите среди също са с положителни очаквания, което неминуемо е намерило отражение в банковите кредитни политики за тази година.

Теодора Петкова е главен риск директор и член на УС на УниКредит Булбанк. Започва работа в Булбанк през 2002 г. като кредитен анализатор, след което като старши кредитен анализатор отговаря в продължение на три години за оценката на кредитите за корпоративни и ключови клиенти. През 2007 г. става мениджър, а впоследствие старши мениджър на „Анализ на кредити на корпоративни клиенти“. От 2009 до 2015 г. е директор на управление „Кредитен риск“, а от септември 2015 г. е директор на Център Международни клиенти в „Корпоративно, инвестиционно и частно банкиране“.



: РИСКЪТ НЕ СЕ
 : УПРАВЛЯВА
 : САМО ОТ РИСК
 : МЕНИДЖЪРИТЕ,
 : А И ОТ ВСЕКИ
 : ЕДИН В
 : КОМПАНИЯТА

Правила при управлението на риска

Следователно на пазара ще има възможност добрите бизнес идеи да получат бързо банкова подкрепа за финансиране. В макроикономически план прогнозите са трендът на положителния ръст да се запази, като основен двигател ще е местното потребление. Тук отново местните банки ще са катализатор на потреблението чрез предлагането на потребителско кредитиране. Надявам се 2017 г. да радва със съществени преки чуждестранни инвестиции, както и с нови инвестиционни начинания от действащите предприятия. Бизнес климатът, предимствата на местните ресурси, еврофондовете са важни предпоставки. Ето защо е важно да се създадат условия за политическа стабилност, за да не е и това външен риск, който действащите компании и потенциални инвеститори да оценят твърде негативно. Факт е, че основни рискове, на които са изложени секторите, са растящата социална нестабилност, евентуалните промени в енергийната рамка, рискът от невъзможността да се намерят квалифицирани кадри. Сходни са и рисковете, посочени в Доклада за глобалните рискове на Световния икономически форум.

- Според вас кой бизнес ще е под

1 Да работим при минимална информационна асиметрия. Успешният бизнес разполага с максимално количество информация.

2 Да е ясна стратегията и да се знае какъв е инструментариумът, който ще гарантира нейното реализиране.

3 Да не се правят отклонения от зададената крайна цел, но същевременно бизнесът да е адаптивен към динамичната среда.

4 Да се търси възможност за постоянно разрастване, като ходовете са добре премерени и възвръщаемостта е добре оценена.

5 Да се мисли в перспектива и да се ползват периодите на

ръст в икономиката и добрите финансови резултати, за да се търсят нови възможности, които да дадат конкурентни предимства и да осигурят устойчивост на бизнеса и в неблагоприятни икономически периоди. Икономиката се характеризира с цикличност и е важно да имаме сценарии и при стресови ситуации. Непланирани бизнес действия доказано не дават добър резултат.

6 Да се знае докъде е премереният риск и откъде започва хазартът.

7 Ключово е съблюдаването на морал в бизнеса и в отношенията с контрагентите.

най-голям риск през тази година?

- Като цяло при ръст в икономиката и потреблението всеки бизнес може да бъде успешен при прилагането на адекватни мерки за адаптиране. Транспортът и текстилната индустрия ще имат предизвикателна година. Основен риск при тях е липсата на работна ръка. Всъщност това се превръща в основен проблем за много икономически сфери на производство и все по-често се среща явлението предлагането да се определя не от търсенето, а от наличието на човешкия фактор. Има и сектори, които са съществено зависими от инфраструктурната стратегия и рамка. В най-голяма степен това важи за строителството. В условия на намалени инвестиции за инфраструктура очакваме годината

да е нелека за този сектор.

- Средата е непостоянна, но как вие управлявате риска?

- При нас управлението на риска е един от основните фундаменти, на които стъпваме. В индивидуалните цели на всеки служител на компанията има такива, които са ясно дефинирани, измерими и свързани с управлението на риска. Вярваме, че всеки, който работи в УниКредит Булбанк, е риск мениджър. Затова ще кажа, че управляваме риска задружно. Опитваме се пряко да свързваме риска с очакваната възвръщаемост и да не пропускаме възможности. Управлението на риска не е изолирана дейност, а е ясно интегрирана във всичките ни процеси, услуги, взаимоотношения. Бизнесът ни е много регулиран и имаме стратегии, които следваме, ясно предписана рискова рамка, в която се движим.

- Кое е най-важното при управлението на риска?

- Управлението на риска да не е самоцел, а да е част от общото управление на бизнеса и от бизнес културата на организацията. Рискът не се управлява от дирекция „Управление на риска“, а от всеки един в компанията. ■



Любомир **Минчев**:

СЪЗДАВАМЕ ИНТЕГРИРАН ТЕХНОЛОГИЧЕН СВЯТ

Любомир Минчев е изпълнителен директор на групата „Телелинк Холдингс Би Ви“ от 2001 г. Основател е на компанията „Телелинк“ в България и е председател на Съвета на директорите. От 1998 до 2000 г. работи последователно като старши анализатор и главен изпълнителен директор в „Глобал Секюритис България“. От 1997 до 1998 г. е инвестиционен мениджър в „Глобал Файненс“ в София. В периода 1995-1997 г. работи като асистент в катедрата по финанси в университета Съфолк Юниверсити Бостън, Масачузетс, в САЩ, като преди това придобива магистърска и бакалавърска степен по бизнес администрация в същия университет. Учил е в Американския университет в България между 1993 и 1995 г. През декември 2010 г. завършва програмата Executive MBA в INSEAD във Фонтенбло, Франция.

„ТЕЛЕЛИНК“ ТЪРСИ
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА
СТРАТЕГИЧЕСКО
РАЗВИТИЕ НА
ИНТЕЛИГЕНТНИТЕ
ТРАНСПОРТНИ
СИСТЕМИ И НА
КИБЕРСИГУРНОСТТА

.....

Л-н Минчев, за какъв свят на бъдещето се готви „Телелинк“?

- Готвим се за интегриран свят, свързан с все по-бързо навлизане на нови технологии във всички сфери на живота. Някои от тях са изкуствен интелект, роботизация, виртуална реалност, нано- и биотехнологии. Технологиите вече не са отрасъл в икономиката, а са движеща сила във всички сектори и тази тенденция ще се разраства.

- Каква линия следва „Телелинк“ в промяната чрез информационните технологии?

- „Телелинк“ е системен интегратор - предоставяме бизнес услуги и решения, базирани на продукти на водещи технологични вендори. Постоянно следим технологичните тенденции, за да можем да предлагаме на клиентите си най-актуалните решения. За тази цел имаме компетентен екип, който е фокусиран върху тенденциите на няколко водещи световни производители като Cisco, IBM, Microsoft, EMC2.

- Много от информационните решения у нас се правят на парче и интеграцията между различните системи е ключов момент. Вашата препоръка как да се осъществява тя?

- Според мен би било хубаво, ако във всяка сфера се направи програма, която да се състои от по-малки стъпки за нейното изпълнение. Тогава дори и в един период да няма инвестиции по тази програма, на следващ етап продължава да се върви по предварително начертан път. Понякога програмите се спират и се подновяват изцяло или частично, защото никой не може да предвиди съвсем точно развитието на всички технологии за години напред.

- Умните градове и дигиталното гражданство – каква конкретика според вас ще стои зад тези две понятия след 10 или 20 години?

- Според мен до 10 години ще можем да взаимодействаме с всички участници в тази среда - община, бизнес и граждани. Това ще става чрез личните или чрез обществените устройства за над 90% от нуждите ни. Ще попълваме и ще получаваме документи, ще си плащаме задълженията, ще задаваме въпроси и ще получаваме отговори. Ще пътуваме в градския транспорт, ще ходим на опера и на театър, ще запазваме и ще плащаме билети, ще се идентифицираме навсякъде с телефон или друго устройство, като електронен часовник, гривна или огърлица. След 20 години ще изчезнат личните автомобили и ще ги ползваме при нужда, т.е. ще задаваме дестинация и личното ни устройство ще дава няколко варианта за придвижване със съответната цена. Те ще се движат без шофьори, ще се управляват от мрежата и ще комуникират както помежду си, така и с останалата градска среда. Ще има и летящи, дори и в градовете. Всички те ще бъдат наблюдавани от съответния център, за да бъде осигурявана сигурността на гражданите.

- Нека обаче да разкажем историята на „Телелинк“

- как беше създадена и през какви трансформации преминава компанията, следвайки бързия ход на технологичните промени?

- „Телелинк“ беше създадена през юни 2001 г. с цел да се включи в изграждането на втория мобилен оператор в България, тогава „Глобул“, сега „Теленор“. Трансформациите са свързани с ръста на компанията, с развитието ѝ в международен план и решенията, които предлага. Преминахме и през трансформация в собствеността - чрез няколко вътрешни придобивания аз достигнах близо 80% от акциите в холдинга в Холандия, а останалите са собственост на финансови инвеститори, които са ми помогнали да осъществя тези трансформации. Холдингът е базиран в Холандия, защото е най-удобната територия, за да държи собствеността в дъщерните дружества в близо 10 държави.

- Кои са някои от ключовите моменти, в които се решаваше кой път да избере компанията в своето развитие?

- Много са и са свързани с избор на технологии и теории на развитие, с придобивания на други фирми, продажби и затваряне на дружества. Мисля, че повечето фирми, оцелели и проспериращи след 15 години, минават през такива процеси. За съжаление не всички решения може да бъдат правилни или безупречни.

- Как числата говорят за „Телелинк“ днес?

- През 2015 г. „Телелинк“ реализира най-високото ниво на продажби от създаването си - 100 млн. долара в 10 държави. За 2016 г. имаме лек спад на приходите, но се надяваме през тази и следващата година отново да постигнем и дори надхвърлим тези 100 млн. долара. Фирмата има над 600 служители, от тях 350 са в България. Нашата страна продължава да бъде „мозъкът“ на компанията.

- Българският пазар е малък, как разширихте пазарното си присъствие и коя засега е най-далечната територия, на която работите?

- Факт е, че стартираме от малък пазар и това ни накарва да разширяваме гамата на услуги и решения, които предлагаме, за да можем да растем. Опитваме се да постигаме растеж чрез някои традиционни услуги, които предлагаме за телекомите, например сега работим в Германия за „Дойче телеком“ и във Великобритания за „Водафон“. С някои от другите решения имаме реализации в Близкия изток. В Саудитска Арабия е и последното подписано партньорство. Имаме надежди, че някои от услугите ще успеем да продаваме и в световен мащаб.

- Растежът чрез придобиването на компании какви възможности дава и какви рискове крие?

- Растежът с придобивания има и предимства, и недостатъци. Предимствата са по-бързо стъпване на нови пазари и придобиване на определени познания в някоя област, която да подпомага стратегията и визията на компанията. Рисковете са най-вече в интеграцията и там понякога се получават негативни ефекти. Ние натрупахме

∴ ТЕХНОЛОГИИТЕ ВЕЧЕ НЕ СА ОТРАСЪЛ В ИКОНОМИКАТА,
∴ А ДВИЖЕЩА СИЛА ВЪВ ВСИЧКИ СЕКТОРИ





СЕГА ОСНОВНО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО Е ДА ПРИВЛИЧАМЕ И ДА СЪЗДАВАМЕ КАДРИ НА СВЕТОВНО НИВО

много положителен опит, но имаме и негативен опит. Ще продължим да разглеждаме такива възможности, когато те се появяват, и ще използваме натрупаната практика, за да избягваме грешки.

- „Телелинк“ работи в три направления – Мрежова инфраструктура, Системна интеграция, Сигурност и автоматизация. С какво е важно всяко от тези три направления?

- Всяко от тези направления на практика е една фирма. Има синергия в някои проекти, в които използваме познанията на инженери от всички направления, но в много случаи те работят с относителна самостоятелност.

- В крак със световния технологичен развой, виждате ли близка перспектива за създаването на ново направление в компанията?

- Да, разглеждаме възможности основно в две стратегически направления - в сферата на интелигентните транспортни системи и в областта на киберсигурността.

- С какви предизвикателства се справя „Телелинк“ – къде са трудностите, в какво са успехите?

- Предизвикателствата са да продължаваме да привличаме и да създаваме кадри на световно ниво и познания в широка гама от технологии. Затова постоянно се опитваме да вземаме студенти на временна работа, за да усетят същината на бизнеса. Мисля, че това е предизвикателство за целия бизнес. Училищата ни са изостанали в много отношения. Липсват кадри във всички сектори и ако не променим системата, това ще е най-голямото препятствие за постигане на бърз и траен ръст на икономиката в дългосрочен план.

- Кои от технологичните решения на „Телелинк“ в момента са най-върховите ви постижения?

- За радост или за съжаление ние сме сървис ориентирана компания, която се стреми да поддържа най-модерните технологични решения. Нашият модел е да следим новите технологични тенденции и да ги внедряваме в решения. Имаме идеи за свои продукти, но те са все още в инкубационна фаза.

- Как беше създадена медицинската маса за виртуални дисекции и какво развитие има тази технология, на какъв интерес се радва?

- Масата за виртуални дисекции е технологично решение на доставчик, с който работим. Отново екипът се опитва да вижда нуждите на определен сектор и да създава решения. Радва се на сериозен интерес.

Цялостното предлагане на решения в този сектор възникна от вътрешна идея на хора от екипа в системна интеграция, която ние подкрепихме.

Това е модел, който следваме, и се опитваме да стимулираме хората да идват с идеите си за развитие и да растем в още вертикали чрез решения, които са подходящи за съответната индустрия. По този начин разрастваме сферите, в които „Телелинк“ присъства с услугите си.

- Подкрепяте младите предприемачи и ги стимулирате да се развиват в България. Разкажете за тези ваши усилия.

- Аз съм един от членовете на борда на „Ендевър България“ и съм сред основателите на поделението на тази световна организация в България. Тя се опитва да помага на вече успели фирми с добри продажби да постигнат още по-бърз ръст на развитие в регионален или световен план. За 20 години „Ендевър“ е помогнала на над 1000 предприемачи в 25 държави, които са постигнали над 8 млрд. долара приходи и са създали над 500 000 нови работни места. До момента са одобрени 5 български фирми и работим с още 10-ина да станат част от програмата. Нашите цели са за 5 години да помогнем на 30-ина фирми да станат част от програмата или да помогнем за създаването на 1500-3000 нови работни места, и то в най-високо платения сегмент на икономиката. За мен предприемачеството и стимулирането му дават най-трайния ефект в развитието на обществото.

- „Телелинк“ има и своя инициатива за подготовка на кадри. Говори се доста за недостига на специалисти за IT индустрията, но как според вас може да се реши този въпрос?

- Мисля, че недостиг на кадри има във всички сфери на икономиката. Според мен трябва да се приеме решение от всички политически сили за реформа в образованието. Крайно време е да се въведат нови технологии във всички училища, да се направи програма за таблет за всеки ученик, да има обучение на учителите и да се предвиди промяна на целия процес на средно образование от възпроизвеждане на заучени фрази до развитие на мисловните умения. Мисля, че ако се изготви програма съвместно с КРИБ, която да отразява всички нужди на индустриалците и работодателите, и тя бъде приета от всички политически сили, то може да има реформа.

- В това непрестанно технологично състезание какви цели си поставяте?

- На първо място, да не изоставаме. Надявам се да успеем в определени сфери дори да бъдем по-напредничави и да създаваме по-висока добавена стойност в продуктите и услугите, които разработваме и предлагаме.

- Кои качества са най-важни за всеки бизнес лидер в сферата на информационните технологии днес?

- Според мен те са еднакви за всички сфери и са основно насочени към възможностите на лидера да мотивира екипа си по по-добър от конкурентите начин и така да осигурява по-висока добавена стойност за клиентите си.

- Какво обичате да правите във времето, което решихте да посветите на себе си?

- Да играя голф, да се разхождам в планината или просто да съм сред приятели и съмишленици.

- Как мерите успеха в тези времена на бърза трансформация и промени?

- Успехът за мен е да постигна баланс между работата, семейството и себе си - това е непрестанен процес за постигане на вътрешно щастие.

ИЗБОРИТЕ ЩЕДРИ ОБЕЩАНИЯ БЕЗ ЯСНА ЦЕЛ

ПАРТИИТЕ СМЕЛО
СЕ АНГАЖИРАТ С
РЪСТ НА ДОХОДИТЕ
И РЕФОРМИ В
ОБРАЗОВАНИЕТО И
ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО.
**НО БЕЗ ОЦЕНКА
НА ЕФЕКТИТЕ,
КАКВИТО И МЕРКИ
ДА ПРЕДПРИЕМАТ
В УПРАВЛЕНИЕТО,
ТЕ ПО-СКОРО ЩЕ
НАВРЕДЯТ**



автор: **Калоян Стайков**,
Институт за пазарна икономика

Традиционно изборите в България на национално ниво са доминирани от желанието за промяна и протестен вот срещу последните, които са управлявали. От 1989 г. няма правителство, което да е спечелило два последователни мандата, а на фона на 16 редовни и служебни кабинета само три успяват да завършат 4-годишния си мандат, което се случва в периода 1997-2009 г. За последните четири години сме свидетели на трети поред предсрочни парламентарни избори, като продължителността на мандатите е около 1-2 г., колкото е и преди 1997 г. В същото време състоянието на икономиката на страната и благосъстоянието на населението са несравнимо по-добри в сравнение с периода преди 20 г.

На фона на постоянния стремеж на гласоподавателите към нещо различно, изразяван чрез протести (2013-2014 г.) или чрез протестен вот на изборите за Европейски парламент (2014 г.) и президент (2016 г.), предизборните програми изглеждат учудващо подобни както в сравнение с предходни години, така и между отделните партии. Въпреки че се наблюдават известни вариации в предизборните обещания, основното сходство е неясното дефиниране на целите и средствата за постигането им, както и липсваща оценка на ефектите от предлаганите промени.

Един от най-ярките примери за това е политиката по до-



ходите – всички партии обеща-
ват

ПО-ВИСОКИ ДОХОДИ

но не става ясно дали обще-
ството като цяло ще живее по-

добре. Фокусът на обещанията обикновено са минималната работна заплата (МРЗ) и минималната пенсия, които обхващат сравнително малка част от населението – около 800 хиляди пенсионери с лични пенсии до 200 лв. (едно от предложенията в предизборните кампании), по данни на НОИ, и около 63 хиляди работещи на пълен работен ден на минимална работна заплата, по данни на НАП. Тези предложения не само че няма да помогнат на работещите и на тези, които са извън работната сила, но могат и да им навредят.

Увеличаването на минималните пенсии на 200 лв. би струвало между 320 и 480 млн. лв. годишно над всяко друго осъвременяване съгласно действащото швейцарско правило,

което включва инфлацията и ръста на средния осигурителен доход. Ако увеличението е на 300 лв. (друго предложение), то допълнителният годишен разход би бил около 1,6 млрд. лв. Този разход може да бъде покрит по следните начини:

- за сметка на други разходи в бюджета чрез подобряване на ефективността на публичните разходи или намаляване на други плащания, включително капиталови;
- за сметка на увеличаване на приходите чрез повишаване на събираемостта или увеличаване на данъците, което води до изтегляне на жизненоважен ресурс от икономиката (живи пари, както политиките обичат да го наричат), което влияе негативно на развитието на икономиката;
- увеличаване на дефицита, което може да има известни негативни ефекти в краткосрочен план, но по-големият проблем е в дългосрочен план, тъй като задълженията се прехвърлят на бъдещи поколения.

Не е много по-различна ситуацията на пазара на труда – увеличаването на МРЗ облагодетелства тези, които я получават, но е за сметка на създаването на нови работни места, като ограничава възможността за намиране на работа. От години местни и чуждестранни експерти, включително Европейската комисия, обръщат внимание на това, че МРЗ се превръща в пречка пред намирането на работа за млади и нискоквалифицирани работници. Нещо повече – необходим е ясен и гъвкав механизъм за определянето ѝ, който да отговаря на развитието на икономиката, а не да зависи от настроеността на управляващите в даден момент. Заявките за стръмното ѝ увеличение от повечето партии навеждат на мисълта, че дори и да има механизъм, изготвянето на който се бави повече от две години, той едва ли ще е обективен и автоматичен, а настоящите проблеми няма да се решат.

Като цяло това са мерки с т.нар. нулева сума – за да спечелят едни групи от обществото, други групи ще трябва да загубят. Така че ако целта на тези подоходни политики е обществото като цяло да забогатее и да живее по-добре, то ефектът от тях ще е малко по-различен – някои ще живеят по-добре, а

Други ще платят цената за това

И докато по отношение на политиката по доходите целта е по-скоро неясна, то при други политики целите направо липсват. Такъв е примерът с предлаганите промени в образованието, които в голямата си степен се изчерпват с предложения за повече разходи. Но, както всеки много добре знае от личен опит, високата цена (например за коли, жилища, почивки и т.н.) не гарантира високо качество (същото важи и при публичните услуги).

Тук откровено се бъркат целите с мерките за изпълнението им: целта следва да е по-добро образование, а мерките за постигането ѝ могат да включват увеличаване на възнаграв-

денията на учителите, атрактивни пакети за млади учители и т.н. Нещо повече – целта трябва да е лесно измерима и да е ясно в какъв срок се очаква постигането ѝ. Не може целта да е просто по-добро образование, защото това може да означава всичко и заедно с това ... нищо. Такава цел може да са резултатите от матурите в България, резултатите в международното изследване PISA, реализацията на висшисти по специалността и др. След като е ясна целта, може да се мисли и за мерки.

Сходен пример са предложенията в здравеопазването, които варират от разбиване на монопола на Националната здравноосигурителна каса до безплатно медицинско обслужване. Тук отново не става ясно каква е целта на предложението и как ще се измери постигането ѝ. Един възможен индикатор, който се използва за изготвяне на ежегоден индекс от информационната агенция Bloomberg, е средната продължителност на живот и нейното годишно изменение. Ако това се приеме за цел, възниква следният въпрос – демонополизацията на НЗОК и/или безплатното медицинско обслужване ще повишат ли средната продължителност на живот в страната? Ако да, как?

Както споменахме в началото, предизборните програми си приличат помежду си и преповтарят стари обещания – повисоки доходи, по-високи публични разходи в редица сфери, по-добра събираемост на данъците и т.н. В същото време обаче се наблюдава

ЛИПСА НА ПРИНЦИПНА ПОЗИЦИЯ

в самите партии по някои въпроси. Така например правителството на Тройната коалиция, където водеща роля има БСП, увеличава здравните осигуровки с 2 пр.п. от началото на 2009 г. с цел да се натрупа резерв, който впоследствие да послужи за разбиване на монопола на НЗОК. Оттогава социалистите и дума не са обелили по въпроса, като темата липсва и в настоящата предизборна програма. Изглежда нагласите са променени, но няма обяснение на какво се дължи това.

Промяна се наблюдава и при ГЕРБ, които, управляващи с кабинет на малцинството, през 2010 г. национализират натрупания резерв от гореспоменатото увеличение на осигуровките и на практика убиват възможността за създаване на частни здравноосигурителни каси (в момента съществуват

частни здравнозастрахователни дружества, които работят по различен начин). В настоящата си предизборна програма обаче предлагат разбиването на монопола на НЗОК чрез дефиниране на основен и допълнителен пакет. И тук не става ясно на какво се дължи промяната в отношението към демонополизацията на касата, а още по-малко - защо не е било направено по-рано.

Класически пример за когнитивен дисонанс (противоречие между вътрешни нагласи и информация от заобикалящата ни среда) е отношението на социалистите към подоходното облагане. От началото на 2008 г. (по време на Тройната коалиция) е въведен плосък данък от 10% върху доходите на физическите лица, който води до повишаване на събираемостта и изсветляване на доходите, а след кризата от 2009 г. е единственият приходоизточник, чиито приходи растат всяка година. Въпреки доброто му представяне, социалистите, при чието управление е въведен, в момента водят кампания за отменянето му чрез различни схеми – увеличаване на ставката над определен доход, семейни данъчни облекчения за деца и т.н. Отново не става ясно на какво се дължи промененото отношение.

Липсата на цели в предизборните програми е болезнено очевидно от присъединяването на страната към Европейския съюз, което беше последната голяма цел. За постигането ѝ България трябваше да отговори на редица условия, да приеме нелеки реформи и да покаже постоянство. До април 2007 г. страната все още обслужва заем към Международния валутен фонд, а заедно с него бе длъжна да провежда и определени политики, т.е. целите отново се внасят отвън. След това обаче управляващите в страната получават пълна свобода да определят своите цели, приоритети, мерки за постигането им и т.н., и, както виждаме, не изпъкват с особено въображение.

Като цяло предизборните обещания до момента много наподобяват сцена от книгата „Алиса в страната на чудесата“ – изправена пред кръстопът, героинята пита Чеширския котарак накъде да тръгне, а след като не може да му отговори къде точно иска да отиде, той ѝ казва, че няма значение кой път ще поеме. Същото може да се каже и за предизборните програми – ако не е ясно какви цели преследват, няма голямо значение какви мерки предлагат.



Кмета.bg ПРЕДСТАВЯ

Луксозното издание на български и английски език ще разкрие родните общини и региони с всичките им възможности за привличане на българския и международен бизнес.

Какви са условията по общини, какви планове имат местните власти за развитието на регионалните икономики, за подобряване на инфраструктурата, за разкриване на нови работни места.

Всичко това събрано на едно място – в специалното издание „Инвестиции и региони“.

Книгата ще достигне до хиляди компании, които са елитът на българския и международния бизнес.



ЩЕ ГИ СТИГНЕМ ЛИ ЕВРОПЕЙЦИТЕ



автор: Георги Георгиев

**МОЖЕ ДА
„ВЪРЖЕМ“
МИНИМАЛНАТА
РАБОТНА
ЗАПЛАТА, НО НЕ
И ХОРАТА, КОИТО
ДА РАБОТЯТ
ЗА ТАКОВА
ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕ**

Размерът на минималната работна заплата (МРЗ) отново стана обект на спорове и темата нажежи страстите. Работодатели и работодателски организации настояват за по-голяма прецизност в определянето на МРЗ и посочват начини как това да стане. Те имат своите основания за по-нисък размер на тази административно фиксирана сума. Управляващите пък имат основания да настояват за по-висок размер на минималната работна заплата – колкото по-високи доходи имат хората, толкова повече данъци ще влизат в хазната. Работниците и служителите също имат основания да настояват за по-висока МРЗ – по-високи доходи, по-висок стандарт на живот. Неотдавна Европейската комисия даде знак, че е склонна да приеме постановление, с което да задължи страните членки да фиксират минимална работна заплата в размер на 600 евро. Месечно! Та това е повече и от средната работна заплата за страната, която в частния и в държавния сектор в България за първи път надхвърли 1000 лв. едва преди месец.

Ясно е, че административната принуда, дори на европейско ниво, няма да реши проблема с нивото на доходите в България. Следователно, преди да говорим за доходите и за размера на минималната работна заплата, разговорът трябва да се фокусира върху икономиката. Само производства с висока добавена стойност осигуряват високи доходи на своите работници и служители. Иначе се влиза в спиралата надолу - ниските доходи водят до отлив на кадри, те карат все повече българи, независимо от квалификацията им, да търсят реализация в чужбина. Някои от тях после са склонни да се върнат по покана на компании в България, но само ако им се гарантира съпоставим стандарт. Недостигът на кадри расте и вероятно ще расте, защото пазарът на труда е отворен към ЕС и света. Може да „вържем“ минималната работна заплата, но става все по-трудно да „вържем“ хората да работят за минимална работна заплата. МРЗ от 235 EUR в България срещу 1999 EUR в Люксембург – цифрите показват колко бързо трябва да тичаме, за да догоним онези, които бягат най-бързо.

Списание „Икономика“ събра мнения по темата от председателите на три работодателски организации и от лидера на един синдикат.

Кирил Домусчиев:

Високите доходи са във високотехнологичните компании

Минималната работна заплата трябва да е свързана с определени индекси и неслучайно работодателските организации настояват за приемане на Конвенция 131 на Международната организация на труда (МОТ). Там ясно е посочено каква трябва да е формулата за определяне на минималната работна заплата, като трябва да се съобразяват и два фактора – социален и икономически. Икономическият растеж и производителността са важни елементи. Минималната работна заплата не може да се формира само въз основа на потребностите, без да се отчитат икономическите елементи. Неприемливи за нас са административните увеличения на принципа „дайте да качим минималната работна заплата“.

За съжаление, българската индустрия не е толкова конкурентоспособна, колкото ни се иска да е. Тя няма нужната производителност на труда, за да гарантира по-високи доходи. Трябва да произвеждаме продукти с висока добавена стойност, за да може да плащаме по-високи заплати на по-квалифицирани кадри. В моите предприятия може да си го позволим, но не навсякъде имат нашето технологично ниво. Затова и мисията на КРИБ е да помогне на индустрията в България да стане по-конкурентоспособна, с повече продукция с висока добавена стойност.

Ако Европейският съюз приеме минималната работна заплата в целия ЕС да е не по-ниска от 600 евро, каквото предложение вече има, за моите предприятия това не е проблем. Но то ще е непосилно за много малки и средни фирми, които не са високотехнологични. Това ще ги върне към сивия сектор. Подобно решение силно ще засегне България. Разбираемо е желанието на европейската администрация в държавите членки хората да са с по-високи доходи, но преди да се предприема по-



Кирил Домусчиев, председател на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България

добна стъпка, трябва да се съобразява каква е икономиката и какви са нейните възможности.

Да, има трудности с човешките ресурси и естествен приоритет е сами да си създаваме кадри, липсват ли обаче, трябва да привличаме специалисти отвън. Това на първо място трябва да са българи, които преди време са напуснали страната и вече са натрупали опит. Този е пътят. Не може страната да е износител на кадри, а при недостиг да не внасяме необходими човешки ресурси.

МИСИЯТА НА КРИБ
Е ДА ПОМОГНЕ НА
ИНДУСТРИЯТА В
БЪЛГАРИЯ ДА СТАНЕ
ПО-КОНКУРЕНТО-
СПОСОБНА,
С ПОВЕЧЕ
ПРОДУКЦИЯ С
ВИСОКА ДОБАВЕНА
СТОЙНОСТ

Божидар Данев:

Административната намеса е неприемлива

СЕРИОЗНИТЕ
ПРОМЕНИ НА ПАЗАРА
НА ТРУДА НЕ БИВА
ДА СЕ ПРАВЯТ КАТО
„С НАСАПУНИСАН
ПРЪСТ“ СЕ ГЛЕДА
КЪДЕ Е ВЯТЪРЪТ



Божидар Данев, изпълнителен председател на Българската стопанска камара

ДЕБАТИ 30

Необходимо е драстично да бъде ограничена административната намеса на пазара на труда, включително при определянето на минималната работна заплата, класовете за прослужено време и минималните осигурителни доходи, което от години се осъществява без необходимата методология и без оценка на въздействието. Трябва да има механизъм, който да се основава на Конвенция 131 на МОТ и да е ясно при каква производителност и при какъв БВП каква МРЗ можем да си позволим. А не „с насапунисан пръст“ да видим къде е вятърът и така да нанасяме сериозни промени на пазара на труда. Откакто

работодателите започнаха да плащат трите дни по болест, болничните листи нараснаха от 7 млн. на 13,5 млн. Това показва какво следва от административната принуда. Освен това са необходими радикални промени в Кодекса на труда (КТ), който е от 1985 г. и вече не отговаря на съвременните тенденции за цифровизация на икономиката. Той не само е остарял, но е и „брадясал“. Ако искаме да станем част от цифровото общество, трябва да пристъпим към генерални изменения на КТ. Ако искаме да просперираме като нация и да имаме високи доходи, трябва да следваме промените, които светът предприема.





В НЯКОИ СЕКТОРИ
МИНИМАЛНАТА
РАБОТНА
ЗАПЛАТА
ТРЯБВА ДА БЪДЕ
НАМАЛЕНА,
ИНАЧЕ ЩЕ ВЛЯЗАТ
В СИВАТА ЗОНА

*Цветан Симеонов,
председател на Българската
търговско-промишлена
палата*

Цветан Симеонов:

Расте ли икономиката, ще растат и възнагражденията

При минималната работна заплата със сигурност има възможности за движение, но то не е еднопосочно нагоре. Има сектори, в които няма проблеми тя да расте, например в ИТ индустрията. Има обаче и сфери, в които трябва да бъде намалена, за да не влязат в сивия сектор хора с ниска производителност на труда. Затова спасението е в някои сектори минималната работна заплата да бъде намалена. Ето защо трябва да приемем Конвенция 131 на МОТ и по този начин ще разполагаме с обективни критерии за определяне на реалния размер на МРЗ. И сега е позволено в колективните трудови договори в някои сектори да се предвиди друг размер на МРЗ. При определянето на заплата трябва да се изхожда от обективни критерии, а не само от желанието хората да имат по-висок стандарт. Ние ще продължаваме да настояваме МРЗ да не е измерител за други плащания, което досега не беше възприето.

За 2017-а очаквам средната работна заплата да надмине 1000 лв. за България. Тя ще продължи да расте, но едва ли драстично, както някои политически лидери обещават. Размерът на доходите ще зависи от развитието на българската икономика. Европейските фондове няма да помогнат доходите тук механично да се увеличат, нужен е високопроизводителен труд от страна на всеки, който работи.



Пламен Димитров:

Ниското заплащане е причина за недостига на кадри

Нервенствата са съвременният бич на социалното развитие, а България е крещящ пример за социално разделение. Нашата бедност е отчайваща, тя е африканска. Затова увеличението на доходите няма алтернатива.

Мантрата, че нямаме производителност, не е вярна. Винаги ще се намери предприятие, което не може да се справи, но не бива по него да равняваме цялата държава. Ако тази година няма увеличение на заплатите поне със 100 лв. на човек, или поне с 10%, това значи, че някой си играе с българския работник, с неговото търпение и желание да остане в страната.

Ключовият въпрос е как да запазим хората в България. Според данни на социалното министерство над 30 000 души са заминали в чужбина през миналата година. Бизнесът признава, че основният проблем сега е липсата на работна ръка. А причината за това са ниските доходи.

В КНСБ сме наясно, че увеличението на доходите не трябва да бъде за сметка на икономическата стабилност. Нашите разчети към момента сочат, че брунтната добавена стойност на един зает е 45% от средната за Евросъюза, а компенсацията за наеман труд е 40%. Тези проценти отварят доста сериозна дупка и показват, че към 2017 г. минимум 888 евро годишно е допълнителната възможност за доплащане на един зает. Това прави брутен ръст от над 140 лв. на месец за нает.

Няма особен смисъл да сравняваме нашите доходи с тези на другите европейци. Показателна е Румъния, където в последните 10 години ни изпревариха по доходи. Средната заплата там днес е 668 евро, докато у нас тя е 479 евро (937 лв.). МРЗ в северната ни съседка е 275 евро, в южната – 684 евро, а в България е едва 235 евро месечно. В сравнение с цяла Европа МРЗ е по-ниска единствено в Албания.



Пламен Димитров, президент на Конфедерацията на независимите синдикати в България

Също както и бизнесът, и ние не искаме никакви измислени стойности на минималното възнаграждение. Искаме механизъм, който да определя възходящия ѝ ръст през следващите години. Настояваме и за нова философия на данъчното облагане. Партиите, които влизат в предизборната битка, трябва да се ангажират с въвеждането на необлагаем минимум. Това ще струва еднократно 1 млрд. лв. на бюджета, но ще бъде силен стимул за повишаване на доходите на всички, като най-много ще се повлияят приходите на работещите „бедни“, които по данни на Евростат са около 1/3 от всички наемни работници в България.

НЕ БИВА ПОВЕЧЕ
ДА СИ ИГРАЕМ
С ТЪРПЕНИЕТО
И ЖЕЛАНИЕТО
НА БЪЛГАРСКИЯ
РАБОТНИК ДА
ОСТАНЕ
В БЪЛГАРИЯ

КМЕТА.BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ



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



ФИНАНСОВИТЕ АКУЛИ СРЕЩУ МАЛКИТЕ ИГРАЧИ

АВТОР: Бисер Манолов

Знаете ли какво означава „Wall Street versus Main Street“? За хората, които се занимават активно с анализ и търговия на финансовите пазари, изразът не е нов. На български може би би звучал по следния начин: „Финансовите акули срещу малките играчи“. Та, кои са големите играчи? Безспорно това са инвестиционните банки, фондовете, мегакорпорациите и други от този ранг. Може би към тази група е редно да причислим и големите централни банки с оглед на политиката им през последните години. Към групата на малките играчи спадат индивидуалните инвеститори, малките компании и други от този калибър. Нали нямате абсолютно никакво съмнение, че всеки участва на финансовите пазари, и по-точно на фондовите борси, за да спечели? Това, както сами разбирате, е практически невъзможно. На фондовите пазари става единствено и само преразпределение на финансов ресурс. В този смисъл печалбите за едни са загуби за други, макар че в това има и известна доза условност.

Практически финансовите акули могат да направят стойността на една акция точно такава, каквато поискат. Доколкото си спомням, в края на миналата година легендарният Уорън Бъфет държеше кеш над 50 млрд. долара. Това е сума с потенциал за уникални манипулации, макар че манипулациите не са неговата игра. Винаги, абсолютно винаги най-големите загуби търпят малките играчи. Те традиционно научават последни за новините и събитията, които движат финансовите пазари, и в този ред на мисли са винаги след тях. Противопоставяне „Wall Street versus Main Street“ обаче винаги ще има.

Разбирате ли колко важно е да правите това, което правят големите момчета, а не това, което ви казва разумът, особено ако става въпрос за инвестиции в акции на фондовите пазари. В дългосрочен план, ако сте притежател на акции на солидна компания, винаги ще спечелите, но това е друга история.

През последните месеци борсите отново полудяха. Накои инвеститори търгуват идеите на Тръмп за намаляване на данъците, други търгуват исторически най-ниските лихвени нива, трети инвестират просто защото нямат какво да правят парите си. Еуфорията е тотална. Кои обаче са най-големите играчи на фондовите пазари през последните години? Пригответе се за изненада... това са самите компании.

След 2011 година американските компании започнаха масово да изкупуват собствените си акции. Според анализатори до края на 2016 година сумата на това обратно изкупуване възлиза на колосалните 2.7 трилиона долара. За този период най-представителният индекс на фондова-

та борса в Ню Йорк S&P 500 се покачи над 90%. Логичен е въпросът дали с толкова се е увеличила и печалбата на компаниите, включени в този индекс?

Финансовият анализатор Ерик Парнел дава следния пример: През септември 2011 г., когато индексът се търгува на ниво от 1200 пункта, американските компании обявяват печалба от началото на годината в размер на 792 млрд. долара. Ако работим със средни стойности, това прави средно по 86.98 долара печалба на акция. За третото тримесечие на 2016 г. индексът S&P 500 се търгува вече на ниво от 2170 пункта. От началото на 2016 г. до месец септември компаниите са генерирали печалба в размер на 774 млрд. долара, т.е. с 18 млрд. долара по-малко, и то в номинално изражение. Ако вземем под внимание и инфлацията, макар и минимална, резултатът ще бъде още по-лош. Какъв е изводът? Той е, че компаниите печелят по-малко днес, отколкото преди 6 години. Точно поради тази причина се заговори за процеса, наречен „рецесия в печалбите на компаниите“.

Защо тогава американските компании толкова активно изкупуват собствените си акции. Първо, това е изключително елегантен начин да бъдат възмездени акционерите им. Ще го обясня по следния начин: когато компаниите изкупуват собствени акции, това намалява количеството на свободните акции в обращение и по този начин се увеличава печалбата на една акция. Забележете, финансовите резултати не са подобрени, ефектът се получава единствено от по-малкото количество на свободно търгуваните акции. Казано в прав текст – това е финансова манипулация. Точно поради тази причина акциите хвърчат, превземайки поредния рекорден връх.

Какво правят малките играчи? Ако инвестираме на база технически или фундаментален анализ, сигналите категорично ни показват, че е време за продажби. Да, но пазарът се качва.

Това, което ще обърне колата обаче, е следното: През 2000 г. съотношението собствен капитал към заемаен капитал е било 20%, т.е. срещу всеки 100 единици собствен капитал имаме 20 единици заемаен. В края на 2016 г. обаче това съотношение се е повишило на 40%. Казано с други думи, за последните 16 години средната задължнялост на американските компании се е увеличила двойно. Къде отива този дълг? За разширяване на производството ли? Категорично не. Отива за обратно изкупуване на собствени акции. Но както всеки дълг, така и този трябва да се връща. Безплатен обяд няма.

За да продължи движението на фондовите пазари нагоре, компаниите ще трябва да продължат с политиката си по обратно изкупуване на собствени акции. Малките



играчи ще продължават да гледат с недоумение. Със сигурност трябва да се знае, че няма такова нещо като безкрайно покачващ се пазар. Точно преди голямата криза от 2008 година си спомням, че имаше такова разбиране за цената на недвижимите имоти в САЩ, че тя ще се понижава непрекъснато.

В момента става въпрос за едно тотално изкривяване на основните финансово-икономически принципи. И какво от това? Големите акули винаги изяждат малките рибки. И този път нещата ще се развият по абсолютно същия начин. Какво да се прави тогава ли? Понякога най-добрата инвестиция е да нямаш изобщо такава.



**КОМПАНИИТЕ ПЕЧЕЛЯТ
ПО-МАЛКО, НО
АКЦИИТЕ РАСТАТ И ТАЗИ
ЕУФОРΙΑ Е ТРЕВОЖНА**



СТАБИЛНОСТ

НА ПЕНСИОННИЯ И НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНИЯ ПАЗАР

автор: Тони Григорова

Прегледът на активите на пенсионните фондове в България и на балансите на застрахователите и презастрахователите, както и проведените стрес тестове показаха устойчивост. Проверките бяха направени в периода от 15 юли 2016 г. до края на януари 2017 г. Данните за резултатите от прегледите на застрахо-

вателите и презастрахователите и на пенсионните фондове са предоставени от независимите външни експерти и обобщени от международната консултантска компания „Регионален консорциум Ърнст & Янг“. Ангажирани в този процес са Комисията за финансов надзор, Министерството на финансите, Българската народна банка, а също наблюдатели от

Европейската комисия, от Европейския орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване – ЕЮРА, както и от Европейския орган за ценни книжа и пазари - ESMA.

Високи изисквания

Нормативната уредба на „Платежоспособност II“, която е в сила от 1 януари 2016 г., въведе по-високи ка-



питалови изисквания за застрахователната индустрия, както и различна нормативна уредба за отчитане и оценяване на рисковете. Уверенията са, че прегледът повишава надеждността в индустрията и позволява на дружествата и на КФН да насочат по-успешно усилията си към преодоляване на слабостите. За 13 дружества общата стойност на допустимите собствени средства към 30 юни 2016 г. е била недостатъчна. Тези дефицити обаче са сравнително ниски по отношение на капиталовите изисквания в застрахователния сектор, а и повечето от дружествата предприеха необходимите действия за увеличаване на собствените си средства до изискуемото ниво.

Без отклонения

Резултатите показват устойчивост и на допълнителното пенсионно осигу-

ряване. Прегледът на активите обхваща всички 18 фонда за допълнително задължително пенсионно осигуряване (универсални и професионални) и всички 9 фонда за допълнително доброволно пенсионно осигуряване. Активите на пенсионните фондове са налични и се съхраняват от банките попечители в съответствие с нормативните изисквания. Не са установени отклонения от приложимата регулаторна рамка по отношение на прегледа на инвестициите в свързани лица.

След като издържах и този стрес, дружествата обявиха, че е крайно време да бъдат оставени да се фокусират изцяло върху пряката си работа.

Предлагаме мнения от представители на двата сектора.

ДРУЖЕСТВАТА
ОБЯВИХА, ЧЕ
ВЕЧЕ ИСКАТ ДА
ИМ СЕ ДАДЕ
ВЪЗМОЖНОСТ
ДА СЕ
ФОКУСИРАТ
ИЗЦЯЛО ВЪРХУ
ПРЯКАТА
СИ РАБОТА



ЖАНЕТА ДЖАМБАЗКА,
ЧЛЕН НА УС И ИЗПЪЛНИТЕЛЕН
ДИРЕКТОР НА „ДЖЕНЕРАЛИ
ЗАСТРАХОВАНЕ“ АД И „ДЖИ
ПИ ПРЕЗАСТРАХОВАНЕ“ ЕАД

Проверките свериха часовника

Прегледът на балансите на застрахователните дружества се извърши на база на утвърдена методология и независимите одитори бяха задължени да проверят и да гарантират, че допусканията и техниките на оценяване на активите и пасивите са адекватни. Видно от публикувания доклад на сайта на КФН и на сайта на ЕЮРА е, че дружествата прилагат различни подходи при оценките си, но това е принципен подход при изискванията на „Платежоспособност II“ и Международните стандарти за финансово отчитане и по този начин може да се получат и различни крайни резултати. За специалистите в сферата на застраховането не е изненада идентифицирането на несъответствия в две основни области: оценката на ценни книжа и третирането на квотни презастрахователни договори на чиста база (Clean-cut Reinsurance treaties). Проверката показва, че компаниите са добре резервирани и в крайна сметка резултатът от прегледа и общата оценка за пазара са очаквани от бизнеса. След оповестените агрегирани показатели за пазара на капиталовото изискване за платежоспособност - 157%, и минималното капиталово изискване -313%, можем да приемем, че секторът е стабилен и надежден.

Приемам проверките като възможност за сверяване на часовника при управлението. Притесненията ми са свързани основно с поведението на неполярна и дъмпингова конкуренция в сектора, записването на рискове на всяка цена от част от компаниите в условията на вече действаща директива с изисквания за финансово състояние и платежоспособност на застрахователните компании. Компаниите, които са част от международни групи, се контролират не само от надзорния и регулативен орган, но и от самата група по отношение спазването на груповите

политики за управление на риска и на риск апетита, в резултат на което все по-често се налагат рестрикции при записване на 100 % от бизнеса. Всичко това води до различно пазарно поведение на компаниите на пазара и според мен трябва много сериозно да се оценява от мениджмънта им. Поради това напълно подкрепям и извършения преглед на балансите на застрахователите.

**ИЗИСКВАНИЯТА КЪМ
СЕКТОРА ТРЯБВА ДА СА
ВИСОКИ И НА ПАЗАРА
ДА РАБОТЯТ САМО
КОМПАНИИ, КОИТО СА
В СЪСТОЯНИЕ
ДА ПРЕСКОЧАТ
ТАЗИ ЛЕТВА**

Личното ми мнение е, че изискванията към сектора трябва да бъдат високи и на пазара трябва да работят само компании, които са в състояние да прескочат тази висока летва, тъй като нашият бизнес е свързан с поемането на различни по вид и големина рискове и управление на портфейли за десетки и стотици милиони левове.

За всеки клиент, когато избира своя застраховател, водещ принцип трябва да е възможността на компанията да покрива рисковете, които застрахова, т.е. нивото на платежоспособност, а не цената, която се предлага – особено за т.нар. корпоративен бизнес и рискове, свързани със застраховката на големи обекти, и застраховки, които покриват отговорности. Клиентите, които купуват застрахователни полици по т. нар. масов бизнес, също не трябва да подценяват тези резултати и да са наясно, че секторът е надежден.





ДАНИЕЛА ПЕТКОВА,
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА УС
НА ПОК "ДОВЕРИЕ"

Наяве излезе една очевидна истина

За ПОК „Доверие“ прегледът на активите премина нормално и приключи още през септември 2016 г. Каква беше причината за забавянето на доклада, не зная. Данните бяха публикувани и на сайта на Европейския орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване (EIOPA) и там видяхме неща, които тук не бяха оповестени. Някои от тях ни изненадаха. Оказа се, че одиторите, провеждали стрес тестовете, не са правили предложения само за обезценки на някои активи, но и за оценяване с по-висока стойност.

Не сме изненадани от казаното, че пенсионният пазар и пенсионните фондове са стабилни, активите са в наличност, съхранени и отразени от банките полечители. Ние отдавна обобщаваме информацията от публикуваните портфейли на пенсионните фондове и дори с просто око е видно, че на този пазар няма проблеми. Препоръчаната обезценка на недвижими имоти в размер на 0,3% от активите е измерима със среднодневното движение на доходността на пазара. Има дни, в които доходността е доста по-висока от този размер. Това е незначителна корекция, която говори за здрав пазар и за здрави портфейли. Някои очакваха да излязат страшни новини, че ще се отнемат лицензи и ще се затварят дружества. Това дълго време се използваше за атака срещу целия пазар и за враждебно говорене срещу нашата дейност, което притесни някои от нашите клиенти.



ОТ ЦЕЛИЯ ЕС ЗА ПЪРВИ ПЪТ В БЪЛГАРИЯ СЕ ИЗВЪРШИХА СТРЕС ТЕСТОВЕ НА ПЕНСИОННИ ФОНДОВЕ, ВРЕМЕ Е ДА СЕ ПРОВЕРИ ПАЗАРЪТ И В ДРУГИТЕ СТРАНИ ЧЛЕНКИ

Затова след тази поредна проверка нека тези хора сега да замълчат. Ще припомня, че през миналата година цяла парламентарна комисия се занимаваше с пенсионните фондове и там също беше отчетено, че няма проблеми. Въпреки това обаче се проведеха и стрес тестове, в които за разлика от банките, се включиха и представители на европейския

регулатор EIOPA. За първи път в ЕС бяха извършени стрес тестове на пенсионни фондове. За целта беше изработена методология, която не беше безплатна. После пенсионните дружества платиха на одиторите и то немало пари. Срещу всичко това наяве излезе една очевидна истина, която и преди това не трябваше да подлежи на съмнение. Ние бяхме използвани като опитни зайци и затова нека европейските регулатори да са така добри да използват същата

методика, платена от България, за да проверят пенсионните фондове във всички други страни в ЕС. За нас ще е удоволствие да се сравним с колегите си в другите страни членки.

Не зная от какво беше провокирана тази проверка, но ние в крайна сметка сме доволни от резултата. Прави впечатление обаче, че има обезценка на всички недвижими имоти във всички портфейли на всяко дружество, което управлява директни инвестиции в недвижими имоти. Странно съпада препоръчаната обезценка на недвижимите имоти от страна на всички одитори, за всички пенсионни фондове с едно необяснимо за нас желание за поправка в Кодекса за социално осигуряване, която предвиждаше да се забрани на пенсионните фондове директно да инвестират в недвижими имоти, а това да става чрез дружествата със специална инвестиционна цел. Всъщност в момента се наблюдава разлика между оценката на специализираните независими оценители на недвижими имоти, която ние по закон отразяваме в портфейлите си, и тази на одиторите.

След тези проверки ни се иска само едно - да ни оставят да работим на спокойствие, без да се налага постоянно да отбиваме атаки и да оборваме измислени аргументи.



АНДРЕЙ ШОТОВ,
ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
НА ПОД „БЪДЕЩЕ“ АД

Всички съмнения за сектора окончателно се разсеяха

Извършеният преглед на активите е значимо признание, че капиталовият стълб в пенсионната система работи стабилно и че пенсионните компании в България се отнасят към своите ангажменти към осигурените лица с грижата на добри и лоялни доверители на техните спестявания за пенсия. Проверката беше извършена от водещи международно признати одиторски компании и под наблюдението на Управляващ комитет с най-високо международно участие, което само по себе си изключва възможността за субективизъм при прегледа и констатациите в доклада. Одиторите ни провериха по най-консервативните критерии и методи за оценка, което още повече потвърждава, че секторът работи добре.

Извършените корекции във фондовете са нищожна част от техните активи - едва 0,3% от всички активи. Специално тези при универсалния пенсионен фонд на нашата компания в размер на 4,5 млн. лв. бяха компенсирани на две трети още през второто полугодие на

2016 г. с продажбата на две облигационни емисии, които причиняваха корекциите. По този начин корекциите няма да се отразят върху доходността на осигурените лица.

Резултатите от прегледа на активите на пенсионните фондове не биха могли да са други, освен такива, каквито са. Браншът е сред най-стриктно регулираните във финансовата ни индустрия. Във всеки момент всяка стъпка

и всяка инвестиция на пенсионните фондове се докладва на регулатора и публично се оповестява. Вярваме, че с направения преглед на активите ще се разсеят създаваните от определени кръгове в обществото съмнения и спекулации за работата на пенсионните фондове. Пред нас има сериозни предизвикателства, но те са в съвсем друга посока и са свързани с пропуски

СЪЗДАВАНЕТО НА Т. НАР. МУЛТИФОНДОВЕ ЩЕ ДАДЕ ПОВЕЧЕ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОСИГУРЕНИТЕ ЛИЦА

в нормативната уредба - уреждането на фазата на изплащане на пенсиите от втория стълб и разширяването на възможностите за инвестиции на пенсионните фондове посредством създаването на т.нар. мултифондове.





КИРИЛ БОШОВ, ГЛАВЕН ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР НА „ЕВРОИНС ИНШУРЪНС ГРУП“ АД

Проверката помогна да отстраним някои слабости

Прегледът на балансите на застрахователите ни коства значителен паричен, човешки и времеви ресурс. Цената, която платихме за този преглед, надхвърли значително тази за традиционните годишни одити, които изготвяме всяка година. В продължение на 4 месеца 30 служители на групата бяха ангажирани с работата по прегледа и това да съдействат на екипите на независимия външен проверяващ. Отделеният от нас ресурс в хода на проверките вероятно ще се отрази на резултатите на дружествата ни. В крайна сметка проверката ни помогна да отстраним някои слабости в групата, което от своя страна ще ни донесе по-устойчив бизнес занапред.

Резултатите от проверките и финалният доклад ясно показаха, че застрахователният бранш в България е

стабилен. Извършените корекции в сектора към 30 юни 2016 г. са минимални, а предприетите впоследствие от застрахователите капиталови мерки компенсираха установените дефицити, при което ако се направи „снимка“

към 31 декември 2016 г., картината би била още по-добра. „Евроинс Иншурънс Груп“ АД и неговите дъщерни дружества в България покриха напълно констатираните от одиторите корекции на групово и индивидуално ниво.

ПРЕЗ ТАЗИ ГОДИНА ЩЕ СЕ ФОКУСИРАМЕ ВЪРХУ РАЗРАСТВАНЕ НА ПАЗАРНИТЕ НИ ПОЗИЦИИ

Специално бизнесът на „Евроинс Иншурънс Груп“ в Югоизточна Европа се разрасна силно през последните 2-3 години, което породило необходимост от допълнителен капитал. С предприетите мерки успяхме да го набавим в срок, далеч преди изисквания от закона, който е до края на 2017 г. Така през тази година ще можем да се фокусираме върху утвърждаване и разрастване на пазарните ни позиции.

Теодор Седларски:

ИКОНОМИКАТА СЕ НУЖДАЕ ОТ ПОТЕНЦИАЛА НА МЛАДИТЕ

автор: Георги Желязков

Министър Седларски, какво реално може да свърши един служебен министър, за да подпомогне българската икономика?

- Мисията ми в този кратък мандат е да покажа, че има много важни неща, които могат да бъдат направени в Министерството на икономиката. Всички разговори, които провеждаме с представителите на бизнеса, са в посока не само къде и как да се привличат повече инвестиции в страната, но и как да се привличат и задържат хора, които да се чувстват добре в България.

Българите, които в момента са в чужбина, са необходим ресурс за икономиката и липсата им се усеща все по-остро. Много професионалисти от Западна и Централна Европа вече откриват преимуществата на работата и живота у нас. Друг перспективен източник на хора са българските общности в Украйна, Молдова и други близки страни.

- Липсата на кадри ли е основният проблем пред бизнеса?

- Да, това е проблемът. И чак след това идват другите проблеми, които са по-лесно решими. Тази негативна тенденция вече се забелязва от чуждите инвеститори. Те знаят, че в България има качествени хора, образовани са, има добра традиция в IT сектора и иновативните производства, но хората няма да бъдат достатъчни за последващите разширения на производството.

- Има ли решение на проблема с квалифицираните специалисти?

- Едно от решенията е т.нар. „дуално обучение“. От срещите ни в промишлените предприятия се вижда, че самите те започват да го въвеждат. На много места бизнесът организира местни академии, дават се стипендии на деца от регионите, за да могат да се осигурят необходимите кадри. Процесът на въвеждане на дуалното обучение вече трудно може да бъде спряно.

При висшето образование решението отново е в по-тясното обвързване на бизнеса с учебните заведения. Положителният опит на техническите университети в страната или на Минно-геоложкия университет в София са известни примери за това. В Стопанския факултет на Софийския университет, на който съм декан, инициативите с бизнеса са традиционно сред приоритетите на ръководството.

- Бизнесът готов ли е да подпомага учебните заведе-

ния и материално?

- Те вече го правят много активно – подпомагат се множество отделни програми, оборудват се лаборатории, модернизират се учебни зали. Стига да види от отсрещната страна нормално отношение, бизнесът е готов да помага – едно посещение във факултетите, които обучават студенти, непосредствено необходими на бизнеса, е достатъчно, за да се убедим в това.

- През 2015 и 2016 г. икономическият растеж в България е твърдо над 3%. Но можеше ли и по-добре?

- Със сигурност е можело и по-добре, но растежът се влияе от много фактори. Някои събития извън България са повлияли негативно. Други, като растежа при държавите в Евророната, позитивно. Икономиката там расте, а нашата следва тази тенденция. Особено за износа това е много важно, защото когато техните пазари растат, тогава нашите износители продават повече. А знаем, че износът е основен двигател на растежа. Вече има умерен темп на инфлация, който се появява за първи път в Европа и у нас след кризата. Пазарите се съживяват, загрява се икономиката, има по-голямо търсене, хората харчат по-голяма част от доходите си за потребление, т.е. това са оптимистични сигнали.

- Устойчив ли е икономическият растеж, след като голяма част от него се дължи на европейските средства?

- Вече има икономически анализи за това каква част от растежа се дължи на еврофондовете. Предстои да се изследва каква част от тези инвестиции са устойчиви. Наистина голяма част от растежа е постигната с помощта на европейските средства, няма как да се отрече. Въпросът е какво остава дългосрочно, довели ли са фондовете до създаването на устойчиви бизнеси.

- Ако бяха осъществени по-бързо реформите в съдебната система, в образованието, можехме ли да постигнем и по-голям растеж?

- Отговорът е категорично да. Но аз вярвам, че голяма част от решението на проблемите се крие в привличането на потенциала на младите хора и на новите идеи, които те могат да донесат със себе си. Идеята на Министерството на икономиката е заедно с тях да излъчим посланието, че България в действителност е отлично място за инвестиции, работа и живот.

Смятам, че това вече се възприема и от западните ин-



Теодор Сегларски е роден през 1978 г. в гр. Бургас. Завършва средното си образование през 1997 г. в Немската езикова гимназия „Гьоте“ в града. Учи бизнес администрация във Виенския икономически университет от 1998 до 1999 г., завършва Софийския университет „Св. Климент Охридски“ със степен бакалавър по стопанско управление и магистър по бизнес администрация/организационно развитие. От 2005 г. е щатен преподавател в катедра „Икономика“ на Стопанския факултет на Софийския университет, а от 2011 г. - доцент. От 2015 г. заема длъжността декан на Стопанския факултет на СУ. От 27 януари 2017 г. е министър на икономиката в служебния кабинет, назначен от президента Румен Радев.

веститори, въпреки краткото време, през което работим. Когато се срещаме с представители на германски, френски или италиански компании, те казват, че вече чуват добри отзиви от всички свои партньори, работещи тук. Те искат обаче да бъдат обгрижвани повече от държавата. Да има персонално внимание. Когато дойдат тук, те да бъдат съпроводени от представители на министерството. Да им бъде гарантирано, че са добре дошли. И се оказва, че тези малки жестове на внимание към инвеститорите оказват много голямо влияние върху решението дали да се осъществи дадена инвестиция.

- Голямата мечта на българската икономика е да се строят автомобили. Наближава ли нейното събъждане?

- Това не е мечта, а по-скоро въпрос на конкретни стопански изчисления. У нас има проспериращ аутомотивен клъстер, който произвежда основни компоненти и високо-технологични автомобилни системи. Добре е да затворим този цикъл и да започнем да сглобяваме автомобили в България. Според мен много скоро ще видим българско решение, по примера на Dacia в Румъния или Skoda в Чехия.

- Може ли Министерството на икономиката да стимулира въвеждането на иновации в икономиката?

- Иновациите идват отдолу нагоре. Не държавата, а хората правят успешните иновации. Държавата има за задача да създава добри рамкови условия, които да поощряват иновативността и предприемчивостта. Тя може да подкрепя тези, които ги правят. Един практичен вариант е държавата постоянно да насочва вниманието към добрите примери, а компаниите бързо да се ориентират в новостите.

- Кои са трите приоритета, които сте си поставили за цел в рамките на мандата ви?

- На първо място това е развитието на предприемачеството, включително като инструмент за намаляване на регионалните различия в страната. Второ, представяне на България като атрактивна дестинация за инвестиции и работа. Трето, промяна на имиджа на България и на капацитета на националната икономика пред самото българско общество. Защото когато хората повярват, че нещата се случват, те откриват бизнеси, правят инвестиции и искат децата им да останат. Икономиката е в голяма степен именно успешно управление на очакванията.



НЕЖНАТА СИЛА НА ПРОМЯНАТА

автор: Яна Колева

Промените днес стават все по-бързо и в това никой от нас не се съмнява. Но колко бързо стават промените, имаме ли измерител? Неотдавна 15-годишна девойка констатира, че се почувствала като човек от друго време, когато видяла 4-5-годишно дете да си играе със смартфон: „На неговите години аз нямах GSM“. Да, промените наистина вече идват много по-бързо. Умеем ли да вървим в крак с промяната, тя ли нас води или ние нея...

По традиция през март сп. „Икономика“ представя жени на върха в управлението. Това е своеобразен тест за развитието и за промяната в нагласите и в предубежденията. Дамите уверено навлизат във всички сектори, в това число и в такива, които само допреди години се смятаха за обетована територия за мъже – например банковото дело, информационните технологии и инженерните специалности. Точно в такива сфери все повече стават жените на върха и като цяло расте броят им на най-висока позиция в компаниите. Голямата част от тях не са се издигнали внезапно в йерархията, а са следвали естествения ход на своето кариерно развитие. Жените, както и мъжете, имат своя индивидуалност и по-добре да не търсим линията на разделение, а да откриваме силата на личността.

Жената като носител на промяната и на иновативността – това е темата, която фокусира опита и вижданията на няколко дами, които работят в различни сектори. ■

ПО ТРАДИЦИЯ ПРЕЗ МАРТ
СП. „ИКОНОМИКА“
ПРЕДСТАВЯ ЖЕНИ НА
НАЙ-ВИСОКА ПОЗИЦИЯ В
УПРАВЛЕНИЕТО И ТОВА Е
СВОЕОБРАЗЕН ТЕСТ
ЗА ОБРЪЩАНЕТО
НА НАГЛАСИТЕ

Диана Стефанова, управляващ директор на VMware България:

Нужна е висока степен на адаптивност към новото

Г-жо Стефанова, как жените успяха да променят нагласата, че информационните технологии са сфера за мъже, че инженерната професия е мъжка работа?

- Трудно е да се разчупи стереотипът, че инженерните специалности са запазена зона на мъжете. Липсата на информираност сред деvojките какво точно представляват компютърните технологии и колко е важна ролята на дамите в света на иновациите и ИТ са основни фактори за техния по-слаб интерес. В края на миналата година в България открихме представителство на Women Who Code - една от най-активните и влиятелни световни организации, подпомагащи кариерното израстване на жените в софтуерната индустрия. Включването на жените в технологичния сектор ще помогне за решаване на проблема с недостига на кадри. Според глобалното проучване на Peterson Institute for International Economics компаниите с жени, заемащи високи управленски позиции, са по-печеливши и с по-добри финансови резултати.

- Как в съвременната динамика на технологиите и бизнеса лично вие управлявате промяната и как самата сте носител на промяната?

- Динамиката в ИТ индустрията е голяма и трябва внимателно да се следи какво се случва в света. Нужна е висока степен на отвореност и адаптивност към новото. Благодарение на технологиите ежедневно се раждат иновативни подходи, решения и бизнес модели. Обогатявам знанията и уменията си постоянно, като не се страхувам да предприемам нови и непознати предизвикателства.

- Какви иновативни модели прилагате в управлението на компанията?

- Екипът ни в България е голям, имам страхотни колеги. Моята философия е, че само „небето е лимитът“ и постоянно поставям по-амбициозни и на пръв поглед „невъзможни“ цели не само за себе си, но и за целия екип в София. Моят модел на управление се гради върху двустранна открита комуникация, въвличане на колегите не само в процеса по изпълнение, но и в процеса по самото целеполагане. Важни елементи са даването на навременна обратна връзка, както и на кредит на доверие и признание на екипните и индивидуалните успехи. Нашата цел е чрез мотивиран и сплотен екип VMware България да генерира 1 млрд. долара приходи за компанията.

- Как се създават иновациите във VMware България и каква е вашата роля в този процес?

- Екипът ни в България е в основата на иновации с глобално значение. Пример е решението Business Continuity and Disaster Recovery, което представлява цялостна облачна услуга за възстановяване на информационни системи при бедствия. То заменя остарелите системи в тази сфера и вече се прилага широко от наши клиенти в цял свят. Друг пример е революционното решение за автомобилната индустрия, направено от български инженери, насочено към сигурността и управлението на IoT платформи. Нашите решения в тази област включват свързаността на IoT устройствата с облака, както и управлението на тези софтуерни устройства чрез



ВКЛЮЧВАНЕТО НА ЖЕНИТЕ В ТЕХНОЛОГИЧНИЯ СЕКТОР ЩЕ ПОМОГНЕ ЗА РЕШАВАНЕ НА ПРОБЛЕМА С НЕДОСТИГА НА КАДРИ

нашите технологии. Пазарът на IoT е огромен и този проект представлява възможност не само за екипа ни в България, но и глобално за VMware.

- Пред какви нови предизвикателства се изправяте през 2017-а като управляващ директор на VMware България?

- Залагаме амбициозни цели и прилагаме стратегия за изграждане на портфолио от продукти, решения и услуги, генериращи приходи от 1 млрд. долара за VMware. Вярваме, че чрез иновативното мислене, тясната връзка с клиентите и професионализма на екипа ще постигнем целите си до няколко години. Ще се фокусираме върху софтуерно дефиниран център за управление на данни и върху разработването на решения за управление на мобилни устройства, данни и приложения. Планираме инвестиция в развитието на целия офис в България, разширяване на портфолиото от специализирани и от разработвани продукти от инженерите тук.

Валентина **Диканска**, изпълнителен директор на Съвета на жените в бизнеса в България:

Насърчаваме лидерството сред жените

Гжо Диканска, каква е ролята на жените в бизнеса днес?

- Бизнесът отдавна вече не е запазена територия само за мъжете. Днес все повече жени заемат високи мениджърски позиции в доскоро преобладаващо мъжки бизнес сфери.

- Има ли предразсъдъци, които дамите не са успели да стопят? Има ли вече равенство на половете?

- Все още много жени се сблъскват с предразсъдъци и неписани ограничения в професионалното си развитие. Така че е трудно да говорим за постигнато равенство на половете и за окончателно преодоляване на стереотипите. Предразсъдъци има и те не са само сред мъжете, но и сред жените. Редица изследвания показват, че дори жени на мениджърски позиции имат предпочитания към мъжете при подбор на ключови служители, очаквайки по подразбиране те по-добре да се справят с предизвикателствата на ръководна позиция. Съветът на жените в бизнеса в България (СЖББ) показва ролеви модели на успели жени и наред с обученията в лидерски умения вдъхваме увереност на дамите да повярват в своите качества и сили.

- Как в съвременната динамика на живота, технологиите и бизнеса жената на върха успява да е в крак с промените, нещо повече - да управлява промяната и самата тя да е носител на промяната?

- Управлението на промяната е част от мениджърските умения и е от ключово значение за всеки успешен ръководител. Това изправя бизнеса в глобален мащаб пред силен натиск да използва максимално потенциала на своите мениджъри, независимо от техния пол, и дава възможност на жените да бъдат сред носителите на промяната.

- Какво се очаква лично от вас днес - повече промяна или по-малко промени? Кои са здравословните промени?

- Мисията на СЖББ е да подпомогне промяната в общественото мислене и реалната ситуация у нас с цел по-пълноценно използване на лидерския потенциал на жените. Стратегическите ни цели имат фокус върху насърчаването на лидерството сред жените. Темата за необходимостта от промени в обществените нагласи в това отношение бе и в центъра на Глобалния форум на жените лидери, който организирахме заедно с ЮНЕСКО през май 2016 г. Имаме инициативи за привличане и задържане на младите таланти в България чрез най-мащабната стажантска програма в страната, сътрудничество с администрацията и академичните среди в областта на образованието и подпомагане изграждане на законовата рамка за създаване на условия и постигане на напредък в областта на равенство на половете.

- Какво е мястото на иновациите и иновативността в сферите на дейност, в които вие работите?

- В динамична среда иновациите са жизнено необходими за всяка компания и организация. Неправителственият сектор не прави изключение. Затова се стремим да насърчаваме иновативното мислене чрез различни инициативи. През миналата година проведохме конкурс в рамките на стажантската ни инициатива „Иноватори на бъдещето“. Младите хора представиха свои концепции за решения на реални



СТЕРЕОТИПИТЕ И ПРЕДРАЗСЪДЪЦИТЕ НЕ СА ОКОНЧАТЕЛНО ПРЕОДОЛЕНИ, НЕПИСАНИ ОГРАНИЧЕНИЯ ВСЕ ОЩЕ СЛАГАТ ПРОФЕСИОНАЛНИ ПРЕГРАДИ

проблеми на бизнеса и обществото. Иновативни методи и подходи използваме както при обученията в Лидерската академия, така и в Лидерската академия за директори на училища - проект, който цели изграждането на тесни контакти и обмяна на опит между директори на образователни институции и мениджъри от реалния бизнес.

- Какви са някои от най-големите предизвикателства, пред които вие и дамите в Съвета на жените в бизнеса се изправяте?

- Търсим фокус в области, в които виждаме необходимост от промяна и възможност с нашия опит да провокираме тази промяна. Изграждаме партньорства, с които да поставим в дневния ред на обществото важни теми като равенството на половете, насърчаване на лидерството сред жените, привличането и задържането на младите таланти в България, сътрудничеството между бизнеса и образованието. Работим за реална и устойчива промяна.

Лидия **Шулева**, бивш вицепремиер и собственик на консултантската компания „Бизнес интелект“:

Умението да слушаш е ценно качество

Л-жо Шулева, бързата промяна е характерна за днешния ден. Но как да управляваме промяната, вместо да се оставяме тя да ни носи по течението?

- Голяма е опасността, когато човек не знае какво иска от живота, да се „понесе по течението“. В този случай човек се оставя да бъде повлиян от обстоятелствата и те започват да контролират живота му. Ако не се реагира адекватно на промените, които животът ни поднася, то е много голяма вероятността да се понесем по течението и това да стане навик. Умението да се ориентираш в бързопроменящата се среда, да си поставяш ясни цели и да предприемаш навременни действия за реализацията им е едно от най-ценните качества на съвременния човек.

- Новата динамика налага постоянно развитие и усъвършенстване. По какъв начин надграждате професионализма си?

- Много често се говори за учене през целия живот. Мога да дам себе си за пример, тъй като аз през целия си живот непрекъснато съм се стремяла да се развивам в съответствие с динамично променящата се среда. Промените в страната наложиха да завърша второ висше образование, а след него множество специализации и квалификации в зависимост от необходимостта, която работата ми налагаше. Последните години посветих на специализация в коучинга с курсове в Харвард, Калифорния и Лондон. Освен това посещавам текущо уебинари, непрекъснато следя новостите в професията. Хората на днешния ден трябва да имат нагласата, че не средата трябва да им предоставя възможност за реализация в зависимост от квалификацията, която имат, а те трябва да бъдат готови да се квалифицират и адаптират към изискванията, които съвременното налага.

- Как като коуч помагате на бизнеса да е в крак с динамиката на промените, но и да е носител на промяната?

- Когато говорим за бизнес, трябва да слагаме човека в центъра. Защото хората са най-ценният ресурс и техният потенциал според едно изследване се използва едва на 23%. Ето защо коучингът като партньорство между клиент и коуч е насочен изцяло към развитие на личния потенциал. Различна е необходимостта от такова сътрудничество, но все по-често говорим за развитие на лидерски умения. Ако доскоро главното ударение беше да се усвояват мениджърски умения, свързани по-скоро с управление на процеси, то сега фокусът на лидерските умения е върху управлението на хора, върху уменията да мотивираш, вдъхновяваш и да бъдеш най-добър.

- Имате ли свои иновации в дейността, която упражнявате? Как помагате на клиентите ви да правят иновации, които да повишават качеството на дейността им?

- Един от най-честите проблеми при професионалистите е т. нар. „влизване в коловоза“. Решаването на текущи проблеми, следване на начертана веднъж стратегия и изпълнение на планове пречи понякога да се види по-голямата и вече променена картина на заобикалящата ни среда. Ето



ЕДИН ОТ НАЙ-ЧЕСТИТЕ ПРОБЛЕМИ ПРИ ПРОФЕСИОНАЛИСТИТЕ Е „ВЛИЗАНЕТО В КОЛОВОЗА“, КОЕТО ИМ ПРЕЧИ ДА ВИДЯТ ВЪЗМОЖНОСТИТЕ

защо при коучинга провокацията в добрия смисъл на думата, е това което помага да излезеш от коловоза и да видиш нови възможности.

- Какви качества са нужни на коуча, а и на днешните бизнес лидери, за да са във върхова форма?

- Умението да слушаш с разбиране е нещо изключително важно както за коуча, така и за лидера. Много често лидерите са подвластни на вътрешния си глас, на собственото мнение и само дават вид, че чуват за предложенията, които им се правят, но подсъзнателно въобще не ги допускат до съзнанието си. Това в много случаи пречи да се развие някаква полезна идея или да се направи необходима промяна, защото колкото и добър управленец да си, винаги има какво да научиш, стига да притежаваш уменията да слушаш.

Весела **Илиева**, съсобственик и управляващ партньор на Unique Estates:

Придържам се към най-високите стандарти за качество

Г-жо Илиева, чувствате ли се в плен на луксозните имоти, или това е само професия?

- Луксозните имоти са не само моя професия, но и моя страст. Ценя високо възможността да участвам активно във възраждането на красивите градски части, съхранили много история, културни и архитектурни ценности. Когато някоя старинна сграда с централна локация бъде реставрирана и върната към живот, а след това я реализираме успешно на пазара на ексклузивни имоти, тогава сме изпълнили мисията си да облагородяваме и развиваме нашите красиви градове с богата историческа стойност. Високите стандарти за качество, които имат нашите клиенти, ни карат непрекъснато да повишаваме изискванията си към строители, проектанти и архитекти. Така влияем позитивно на пазара.

- Каква е динамиката в този пазарен сегмент?

- Пазарът на луксозни имоти е стабилен. Отличната локация, перфектното изпълнение, ексклузивните преимущества и красивата гледка са устойчиви във времето параметри и стойността на луксозните имоти не се влияе особено от тенденциите на пазара. Колкото по-уникален е един имот, толкова по-вероятно е той да съхрани своята цена и дори да я повиши във времето с намаляването на имотите от такъв клас в даден район. Основното, което правим в работата си, е да представим неповторимите предимства на всеки имот, да открием неговите впечатляващи качества. През годините изградихме портфолио от имоти във високия сегмент, с което спечелихме доверието на нашите клиенти и това на международните ни партньори. Ето защо през есента на 2016 г. Unique Estates стана ексклузивен представител за България на най-голямата мрежа за луксозни имоти в света Luxury Portfolio.

- Работите с луксозни имоти. Това също е динамична величина. Какво отличава лукса днес?

- Луксът днес е стандарт за високо качество и изискване за уникалност, комфорт и сигурност. Ексклузивен е имотът, който разполага с неповторима локация, социална среда и гледка, чиито единствени по рода си характеристики остават непокътнати във времето. Луксът е стандарт на живот, в който клиентът не прави компромис със себе си и търси най-доброто за своето семейство.

- Имате ли свои иновации в дейността, която упражнявате?

- Разбира се, развитието и усъвършенстването са част от процеса ни на работа. Създадохме изключително добра онлайн платформа, чрез която показваме в детайли предимствата на нашите имоти – техни неповторими ха-



КЛЮЧОВО ЗА ВСЕКИ БИЗНЕС ЛИДЕР Е ЖЕЛАНИЕТО ДА УЧИ ОТ НАЙ-ДОБРИТЕ И ДА ТРУПА ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОНТАКТИ

рактеристики и богат набор от снимков материал. Развиваме активно нашия екип чрез голям брой професионални обучения и сертифицирани курсове, с които инвестираме в потенциала на нашите колеги и в разгръщането на нашата клиентска политика.

- Какви качества са ви нужни като бизнес лидер, за да е компанията ви водеща на имотния пазар?

- За мен най-важни са отдадеността, последователността и активността. Ключово е желанието да учиш от най-добрите и да трупаш знания, умения и контакти. Способността да организираш работата си и да мотивираш своя екип са също от основно значение за успешното развитие на всяка компания.

Елза Маркова, изпълнителен директор на „Белла България“:

Намирам правилните решения



ЗА ДА ПОВИША
ЕФЕКТИВНОСТТА НА
ОРГАНИЗАЦИЯТА,
ВИНАГИ СЕ СТРЕМЯ
ДА СЪЗДАВАМ
ЕКИПИ ОТ ХОРА С
ВИСОК ПОТЕНЦИАЛ

Г-жо Маркова, какъв лидер се стремите да сте?
- Лидерството е водачество. Вярвам, че всеки притежава специфични умения в определена сфера и може да бъде движеща сила за успеха на конкретен проект. Затова винаги се опитвам да създавам екипи от хора с висок потенциал. Това е начинът да поддържаш стабилността на една успешна организация, като я развиваш и повишаваш ефективността ѝ.

- Кои предизвикателства в работата ви карат да вземате нестандартни решения?

- Преодоляването на всяко предизвикателство изисква специфичен подход. В този смисъл няма нестандартни решения, има правилни решения.

- Как вие управлявате промяната и какъв тип промени инициирате като ръководител?

- Днес промяната е част от ежедневието на организации. Затова е много важно да има вътрешна среда на доверие. Само така една организация може да устои на динамичността на външната среда и да преодолява предизвикателствата, запазвайки или дори засилвайки позициите си.

- Технологиите се променят бързо, но кой е препоръчителният темп, с който и компания като вашата да ги следва?

- „Белла България“ е сред лидерите в хранителната индустрия в България и Югоизточна Европа, продуктите ни са добре познати на пазарите на четири континента. Конкуренцията ни както на местния, така и на международните

пазари се дължи на модерните технологии. Всички наши фабрики са оборудвани с най-новите технологични линии. Непрекъснато инвестираме в модернизация и инсталиране на ново оборудване. Гордеем се с нашите производствени мощности.

- Какъв вид иновации насърчавате (с цел да не се преиграе и с това в едно сериозно производство)?

- Водещи за нас са предпочитанията на потребителите. Вече 20 години продуктите на хранителния холдинг „Белла“ се радват на доверието на потребителите. Защото ги създаваме с уважение към традициите и предпочитаните вкусове от потребителите на различните пазари. Фокусиранни сме върху очакванията на клиентите и потребителите за продукти с постоянно качество на конкурентни цени, които предлагат и добавена стойност – бързо и лесно приготвяне на храна. Иновациите са наш приоритет. Водещата ни марка BELLA е синоним на иновациите. BELLA разработи и пусна на българския пазар популярните удобни продукти – замразените готови за употреба баници. Така създадохме нов стил в приготвянето на храна в българското семейство. Днес кошницата ни е пълна с иновации не само по отношение на категориите, в които сме активни, но също и при новите категории и пазари, за да допринесем още повече за повишаването на качеството на живот на потребителите.

- Какво е предимството да си жена на върха в управлението?

- Не полът има значение, а професионалната експертиза и лидерските умения.

Дарина Стоянова, изпълнителен директор на „Престиж-96“ АД:

Търся успешните подходи за управление

Л-жо Стоянова, как в съвременната динамика жената на върха успява да управлява промяната и самата тя да е носител на промяната?

- Преди години промяната в бизнеса беше събитие. Днес промяната като че ли се превърна в начин на живот. Не само правим повече промени, но трябва да ги осъществяваме по-бързо, за да имат смисъл като конкурентно предимство. Опитът ме е научил, че когато хората вярват в смисъла на промяната, самият екип става двигател на промяната. Затова се стремя да изграждаме доверие вътре в екипа и да гледаме на промяната като на възможност да ставаме още по-добри в това, което правим.

- Какво се очаква лично от вас днес - повече промяна или по-малко промени? Кои са здравословните промени?

- Промяната не може да бъде цел, тя е средство и път за постигане на дадена цел. Здравословните промени са тези, които не просто водят до успех днес, а се отразяват върху начина, по който правим бизнес и ще ни помагат да постигаме успех и утре. Вярвам, че най-устойчивата промяна е промяната в културата, в духа на екипа.

- Лично вие прилагате ли иновативни модели на бизнес управление?

- Изкушавам се да отговоря: „Да, следя най-модерните теории за управлението и се опитвам да прилагам иновативни подходи.“ Но често разговарям с моя дядо, който почти през цялата си кариера е бил ръководител на организация и се оказва, че много от тези успешни модели за управление са били практика и преди петдесет години (е, той използва други думи, за да ги обясни). Затова явно не всички подходи са иновативни, но важното е да бъдат успешни.

- Какво е мястото на иновациите в бизнеса, който ръководите?

- Иновациите са една от четирите корпоративни ценности на „Престиж-96“. Стремим се към иновации и съвършенство във всяко нещо, което правим – в развойната ни дейност, производството, логистиката, контрола на качеството, проучването и тълкуването на пазара и потребителските нужди, а също и в нашите комуникационни и маркетинг стратегии. Работим с най-добрите във всеки бранш. Новите продукти са много важни за нашия бизнес. Така например само през миналата година в нашите категории на българския пазар са лансирани близо 700 нови продукта от различни производители. В „Престиж-96“ разработваме продуктите си с из-



НАЙ-СЛАДКИ СА МОМЕНТИТЕ, В КОИТО УСЕЩЕМ ЕНЕРГИЯТА НА ЕКИПА, ДУХА И ХЪСА ЗА ПОБЕДА

ключителна експертиза и внимание, сътрудничим си с международни експерти и водещи производители на суровини в света.

- Като ръководител, кога денят ви е „сладък“? Кога най-силно „горчи“?

- Вечер, когато се кача в колата на път от офиса към къщи, имам навика да си правя ретроспекция на деня, да „прехвърля лентата“ и да спра на най-важните моменти за бизнеса и за хората ми. „Най-сладки“ са моментите на дискусия с екипа, в които се е родила добра идея и интуитивно усещаш, че тази идея е била от значение не просто за конкретната дискусия, а за нещо много по-голямо. „Най-сладки“ са и всички онези моменти, в които съм усетила енергията на екипа, духа и хъса за победа. Не спирам лентата на „горчивите моменти“ - ние сме в сладкия бизнес.

Д-р Венета Павлова, собственик и управител на Дентални клинику ЕО Дент:

Виждаме възможност и в невъзможното

Д-р Павлова, как се стига до върха в денталната медицина?

- Не мисля, че някой е стигнал до върха в денталната медицина, защото всичко е толкова динамично и бързоразвиващо се, че това е най-големият стимул и предизвикателство за нас и за всички зъболекари непрекъснато да се развиваме и усъвършенстваме и да вървим напред. Мисля, че за да си успешен, трябва да носиш работата в сърцето си и да влагаш сърцето в работата си. И още нещо много важно, убедена съм, че хора, обединени в екип, могат да постигнат всичко онова, за което нито един човек сам не може и да мечтае.

- Партньорство в живота, но и успешно партньорство в бизнеса имате с д-р Валентин Павлов. Каква е вашата роля в този бизнес тандем?

- Партньорството в живота и в работата с д-р Павлов за мен е съдба. През тази година ЕО Дент ще навърши 15 години от своето създаване и с него успяхме да създадем най-голямата верига дентални клиники и да докажем, че сме невероятен тандем. Нашите усилия обаче не биха се увенчали с успех, ако няхаме подкрепата и опората от нашия екип вече от над 300 човека, вдъхновени и заредени с идеи и каузи да бъдем полезни и да предлагаме най-добрата съвременна профилактика и лечение в денталната медицина.

- Технологиите и новите научни открития преобразяват денталната медицина. Как те влизат във вашите клиники, как самата вие стимулирате промяната?

- Съвременната дентална медицина е немислима без иновациите и непрестанната квалификация на екипа. Винаги сме инвестирали в най-новата апаратура – разполагаме с 3D рентгени, всички видове лазери, микроскопи, 3D принтери, интраорални скенери, ултразвукова диагностика на става и т. н. Всичко това позволява затворен цикъл на комплексна диагностика, профилактика и лечение за нашите пациенти. При нас се правят всички видове изследвания и екип от специалисти поема лечението. Имаме специализирана дентална клиника за деца и деца със специфични потребности. В най-новата ни Българо-немска имплантологична клиника се предлага съвременен имплантологично и хирургично лечение. За нас най-голямото удоволствие е щастливата усмивка на пациентите. С тях изграждаме емоционална връзка и взаимоотношения на доверие и приятелство.

- Коя според вас е здравословната доза промени?

- Промяната, развитието, квалификацията, виждането на възможност и в най-невъзможните неща, позитивизмът, вдъхновението на екипа и може би още много други неща са двигател на промяната.

- Кое според вас би довело денталната медицина до революционна промяна в близко бъдеще?

- Дигитализирането продължава. Съвременните софтуерни програми до голяма степен заместват човешкия фактор, но най-важното е, че онзи финес в работата все още остава в ръцете на зъболекаря и зъботехника. Лечението със



СЪВРЕМЕННАТА ДЕНТАЛНА МЕДИЦИНА Е НЕМИСЛИМА БЕЗ ИНОВАЦИИТЕ И НЕПРЕСТАННАТА КВАЛИФИКАЦИЯ НА ЕКИПА

съвременните лазери всъщност е безболезнена дентална медицина и може да запазим зъби, които преди години бяха обречени. Има съвременно лечение за пародонтит. Зъбните импланти вече са правилният избор за по-качествен живот. Интраоралните скенери и 3D принтери позволяват вече изпиленият зъб да се сканира и информацията да се пренесе в CAD/CAM апаратите и 3D принтерите и така няма отпечатък и гипс.

- Има ли новост, която заедно с д-р Павлов сте набелязали да въведете през тази година?

- През март в Кьолн е най-голямото световно изложение, където се представят всички техники и новости на най-големите фирми производители в нашия бранш. Точно там сверяваме часовниците и вземаме решения да инвестираме в най-иновативните технологии.

Доротейя **Николова**, изпълнителен директор и ръководител на направление „Финанси и планиране“ в Банка ДСК:

Скоростта на промяната се диктува от клиентите

Г-жо Николова, на върха в банките вече има много жени. Как дамите правят този важен пробив?

- Аз не мисля, че има пробив. Първо, според мен жените в България винаги са били с добра позиция в обществото и в бизнеса. Много дами мениджъри, които наблюдаваме в момента, са отдавна в кариерата, а не са новоиздигнали се в йерархията. По-скоро бих казала, че този факт не е бил в такава степен във фокуса на медиите и обществото до този момент.

- Как в съвременната динамика на промени в технологиите, на потребностите и на нагласите лично вие управлявате промяната и как самата сте носител на промяната?

- Промените в технологиите променят живота ни. Промени се начинът, по който общуваме, пазаруваме, банкираме. Аз самата се опитвам да съм достатъчно информирана, за да мога да долавям посоката на промяната и да подпомагам осъществяването ѝ за Банка ДСК.

- Коя е здравословната доза промени в банките, които по природа са консервативни, но клиентите очакват да са гъвкави и винаги да са в крак с най-новите им потребности?

- До голяма степен дозата промяна е свързана със скоростта на промяната. Скоростта на промяната трябва да се диктува от потребностите на клиентите. Всеки бизнес има за основна цел да обслужва клиентите и банковият не прави никаква разлика в това отношение. Затова здравословна е промяната, която клиентът търси. Ние сме длъжни да я обезпечим по бърз, ефективен и сигурен начин.

- Вие сте ръководител на направление „Финанси и планиране“ в Банка ДСК. Как развитието на технологиите променя вашата работа?

- За съжаление развитието на технологиите променя моята работа далеч по-бавно отколкото ми се иска. Искане ми се автоматизацията и дигитализацията да е повсеместна. Но тъй като нуждите на клиента винаги са първи, дигитализацията на финансовата и оперативната функция са с по-нисък приоритет. Това, което е несъмнено и може би най-осезаемо за промяната при нас, е, че усещаме ползите от анализа на big data, което по някакъв начин отново е с цел полза за клиента.



РАЗВИТИЕТО НА ТЕХНОЛОГИИТЕ
ВЛИЯЕ НА МОЯТА РАБОТА
ДАЛЕЧ ПО-БАВНО ОТКОЛКОТО
МИ СЕ ИСКА

- Кои качества са нужни на днешния лидер, за да се справи успешно с предизвикателствата за банките?

- За лидера във всяка една област е най-важно да работи добре с хора – да дава ясни послания и изисквания, да мотивира и увлича, да коригира. Лидерът трябва да е пример за ентузиазъм, отдаденост и лоялност.

- Кой е водещ за вас принцип?

- Колективност, взаимопомощ, съдействие, добронамереност.

КРАЛИЦИТЕ НА СИЛИЦИЕВАТА ДОЛИНА

ТЕХНОЛОГИЧНИЯТ СЕКТОР ТРАДИЦИОННО Е МЪЖКИ СВЯТ, НО НЯКОИ ОТ НАЙ-ГОЛЕМИТЕ КОМПАНИИ В БРАНША СА РЪКОВОДЕНИ ОТ ДАМИ

Технологичният свят е населен изключително с мъже. В Щатите едва 28% от специалистите с висше компютърно образование са жени. Дами са собственички на 5% от стартапите. Само 11% от мениджърските позиции в Силициевата долина са на жени. Според доклад от 2015 г. на Института за регионални изследвания на Силициевата долина мъжете получават 61% повече от жените във високотехнологичния регион. Жените по-трудно успяват да убедят компаниите за рисков капитал да инвестират в техните хай-тек проекти. Потискащ е и фактът, че според изследване от 2016 г. 60% от жените, работещи в Силициевата долина, са били жертва на сексуален тормоз.

Трудностите, с които дамите се сблъскват в технологичната сфера на Щатите и по света, от години предизвикват медийно внимание и водят и до техни контрадействия. През 2015 г. Newsweek разказва как жени се организират в изграждането на инвестиционни фондове, които да инвестират само в начинания на нежния пол.

Големите технологични компании, държащи и на своя имидж на социално отговорни дружества, са наясно с проблемите. В опита си да покажат, че при тях половете са равнопоставени, те издигат на преден план жени мениджъри. Силициевата долина все още не е дала женски аналози на Бил Гейтс, Марк Зукърбърг или Стив Джобс. Но има своите водещи ръководителки в лицето на главния мениджър на YouTube Сюзън Войчички, колежката ѝ начело на HP Мег Уитман, ръководителката на IBM Джини Ромети, старши вицепрезидентът на Apple Анджела Арендс, съуправителката на Oracle Сафра Кац, главният финансов мениджър на Alphabet Рут Порат, главният управител на Xerox Урсула Бърнс или шефката на Yahoo Мариса Майер. Засега те са малко като брой, но имат своето важно влияние и глас в делата на Силициевата долина.

Сюзан Войчички, Google

„Не съм толкова добра в следването на инструкции. Предпочитам да откроя как мога да направя нещо самата аз“, казва Сюзън Войчички. Тя определя своя управленски стил като „даващ подкрепа“ на подчинените. Войчички е 16-ият служител в историята на Google. Всъщност днешният технологичен гигант започва дейността си от нейния гараж в Менло Парк. Мениджърката израства в еврейско семейство от полско-руски произход.



Първоначално тя учи история и литература в Харвардския университет. Впоследствие се насочва към технологиите и управлението. Има магистратура по икономика от Университета на Калифорния в Санта Круз и магистратура по бизнес администрация от Училището по мениджмънт към Университета на Калифорния в Лос Анджелис.

Войчички помага в разработването на много от услу-

гите на Google. Може би най-важните ѝ приноси са два. Тя ръководи създаването на Google Ad Sense – платформата за онлайн реклама, която се превръща във втория по големина източник на приходи за корпорацията. Освен това по идея на Войчички е закупен YouTube за 1,65 млрд. долара през 2006 г. Както подобава на бизнес дама, мениджърката не пропуска да изтъкне в разговори с медиите, че полага усилия да има достатъчно време за своето семейство. Тя е майка на 5 деца.

Мег Уитман, HP

Родена в Колд Спринг Харбър, щата Ню Йорк, Уитман завършва Принстън и Харвардското бизнес училище. Следва блестяща кариера на върха на компании като The Walt Disney, Dreamworks, Procter & Gamble и Hasbro. Между 1998 г. и 2008 г. Уитман е президент и главен мениджър на eBay. През това време тя управлява разрастването на компанията от 30 служители и 4 млн. долара годишни приходи до 15 000 заети и 8 млрд. долара оборот.



Фото HP

През 2011 г. Уитман става главен мениджър на HP. За ради спадналата с 30% цена на акциите на компанията две години по-късно в медиите ѝ лепват етикета „мениджър с най-ниски резултати“. Само че към края на 50-те си години Уитман има ново предизвикателство – да раздели HP на две. От 2012 г. до 2015 г. тя съкращава близо 50 000 служители.

Сила или слабост е подобна мярка? Със сигурност се вижда нещо друго – Уитман ще има изключително щедро обезщетение, ако бъде изгонена от управителния пост – 51 млн. долара. Конкурентката начело на IBM Джини Ромети също ще бъде компенсирана щедро при подобно развитие. Но тя ще получи „едва“ 14 млн. долара.

Подобно на Войчички, Уитман също е и майка – на две деца. Мъжът ѝ е неврохирург. Особеното при мениджърката на HP е, че политиката също я изкушава. През 2008 г. нейното име бе спрягано като възможна първа жена президент на Щатите. През 2010 г. тя неуспешно се опита да стане губернатор на Калифорния от името на Републиканската партия. В бизнеса очевидно си тежи на мястото, но животът ѝ показва, че главен мениджър е по-скоро отправна точка на кариерата, а пътят общо взето може да е само „напред и нагоре“.

Джини Ромети, IBM

През лятото на 2016 г. Уитман публично изрази неприязънта си към тогавашния кандидат за президент, а днес вече действащ държавен глава на САЩ



Фото IBM

Доналд Тръмп. Според главния изпълнителен директор на IBM Джини Ромети обаче обещанията на милиардера в полза на бизнеса срещат все по-добър прием сред мениджърите в Щатите. И това нейно изказване, и медийното присъствие на Ромети показват прагматичност и рационалност.

През последните няколко години изпълнителната директорка утвърждава последователно „вълшебния“ израз „когнитивна епоха“, означаващ, че човечеството навлиза в момент, когато умението да разбира сложни масиви информация е решаващо във всякакви сфери. Мениджърката е убедена, че именно суперкомпютърът на IBM Watson вкарва света в нея.

Ромети има 35-годишна кариера в служба на IBM, а от 2012 г. е на върха на компанията. Започва през 1981 г. като системен инженер в офиса в Детройт. И става свидетел на многобройни технологични успехи, на продажби за милиарди долари, но и на финансови сътресения и продажба на цели отдели от компанията. Ромети обаче вижда именно в когнитивните компютри и изкуствения им интелект бъдещето и неуморно промотира Watson, който може да бъде полезен при анализ на данни и в болниците, и в университетите, и в бизнеса.

Технологичната експертиза на Ромети е без съмнение. За разлика от конкурентката си начело на HP обаче шефката на IBM няма деца. Женена е за Марк Антъни Ромети – инвеститор в нефтена компания.

Мариса Майер, Yahoo

Откакто Майер оглавява интернет гиганта Yahoo, акциите на компанията поскъпват от 15 долара до над 40 долара за бройка. Въпреки това оценките за опитите ѝ да съживи закъсалата компания често са негативни. Приходите на компанията намаляват. Майер съкрати стотици служители. Купи над 50 компании за обща сума над 2 млрд. долара. И въпреки това акционерите недоволстват.

„Дали главният изпълнителен директор на Yahoo Ма-

риса Майер се провали? Или просто ѝ бе дадена сизифовска задача? „И двете“, казва Асуат Дамодаран – преподавател в Бизнес училището Стърн към Нюйоркския университет. „Беше ѝ дадена непосилна задача. И в същото време тя я прие, каза, че ще промени нещата, и се провали“, писа през януари в „USA Today“.

От първия месец на тази година Майер вече не е в борда на директорите на Yahoo и е „само“ главен мениджър. В момента тя е едва 41-годишна. Има вече 12-годишен стаж в Google на различни длъжности, свързани с продуктите на компанията. В Yahoo обаче мисията е



Фото Yahoo

наистина трудна. На Майер не ѝ помага и че през последните години на два пъти срещу нея и сегашната ѝ компания бяха завеждани дела за сексизъм от недоволни служители мъже.

Дали няма да дойде някой ден и моментът, когато все по-овластените жени в технологичния сектор ще тръгнат да си отмъщават за десетилетната доминация в него на мъжете?



HUVEPHARMA®

We add performance to your business



- Medicated Feed Premixes
- Anticoccidials
- Feed Enzymes
- Veterinary Pharmaceuticals
- Active pharmaceutical ingredients

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



ИГРА БЕЗ ГУБЕЩИ

автор: Яна Колева

Наша крилата фраза гласи: „Пари ми дай, акъл не искам“. Все повече обаче се убеждаваме, че консултантските услуги си струват - когато са професионално направени във всеки детайл, те имат висока добавена стойност. Но тъй като все още съществува недоверие към ролята на консултанта, то всеки, който работи в тази сфера, трябва да доказва във всеки конкретен случай, че направеното от него наистина

си заслужава. Само така ще се разсее нагласата, че парите са нещо много повече от добрия ум. И ще се стигне до разбирането, че добрият консултантски бизнес е игра без губещи.

Къде сме ние

В световен мащаб тази дейност се развива с бързи темпове, тъй като услугите на консултантските компании са



КОНСУЛТАНСКИЯТ БИЗНЕС БАВНО, НО УВЕРЕНО СИ ПРОПРАВЯ ПЪТ В БЪЛГАРИЯ

търсени. В България това е сравнително нов бизнес и едва в последните десетина години нараства разбирането, че консултантската подкрепа е от значение за развитието на компаниите. До голяма степен то е свързано със самата същност на икономическия процес в страната и е необходимо време всичко да си отиде по местата. Ето защо едва след достигането на известна зрелост предприемачите започват да търсят външен коректив за своя бизнес, обяснява Стоян Ставрев, управител на „Българска консултантска организация“. Според него осъзнаването на необходимостта от консултантска помощ е естествен процес, в който важен принос има и европейското финансиране. Добър знак е, че все по-широк става спектърът на консултантските услуги и те далеч не се изчерпват само в сферите, свързани

с европроекти и финанси.

Ползи

По правило консултантските услуги пестят ресурси: финансови, човешки, времеви. Добрият професионалист ще свърши работата по-бързо и по-качествено. Използването на консултант дава и още едно предимство – възможност за страничен експертен поглед. Консултантът може да инициира промени, които екипът дори не смее да предложи. Въвлечането на външен специалист в решаването на конкретен казус дава възможност компанията да излезе отвъд своите ограничения. Често консултантската намеса е катализатор за трансформациите в една организация, тъй като тя само провокира служителите и ръководството на компанията сами да стигнат до идеите за необходимата промяна. Практиката показва, че именно доброто сътрудничество между вътрешния екип и външните консултанти дава най-успешни резултати. Мит е, че консултантите предлагат сложна теоретична информация, която не е приложима. Добрите консултанти умеят да изготвят полезни практически решения, специално проектирани за конкретните нужди на своя клиент, посочва Стоян Ставрев.

Добавена стойност

В България културата на търсене на консултантски услуги все още не се е наложила трайно на пазара, смята и Наско Йорданов, изпълнителен директор на „Карол инвестмънт“. По негови наблюдения фирмите, които се решават да наемат консултант, предпочитат той да е по-скоро партньор, предоставящ препоръки за развитие на бизнеса им, отколкото чисто финансов съветник. Но вече се наблюдава тенденция за търсене на финансови консултации с цел оптимизиране на разходите и повишаване на финансовата ефективност на бизнеса. „Добрият финансов консултант се отличава по това, че той може да допринесе добавена стойност, която иначе би била пропусната възможност за бизнеса. Така се налага моделът за удовлетвореност и на двете страни (win-win model): клиентът ще може да види директно в своите финансови отчети положителния резултат от предоставените услуги, а консултантът ще получи възнаграждението си като процент от добре свършената работа. Добрият консултант е също доверен съветник (trusted advisor), който често дава препоръки, които клиентът може и да не иска да чуе. Но тези съвети понякога са най-ценни, защото те идват от привлечения опит на консултанта и предпазват клиента от бизнес рискове, които иначе може да не бъдат забелязани“, уверява Наско Йорданов.

Доверие

Ограниченията пред консултантите са свързани най-вече с преодоляването на естествената съпротива на соб-

КОНСУЛТАНТСКИТЕ УСЛУГИ В БЪЛГАРИЯ

Силни страни

+ Отваря се по-широка ниша за консултантските услуги, тъй като бизнесът започва да осъзнава необходимостта от високопрофесионална подкрепа

+ Има консултанти, които оправдават доверието на своите клиенти

+ Това е бизнес, в който и двете страни печелят, когато са били максимално ангажирани със задачата, за която консултантът е помагал да се реши

Слаби страни

- Дефицит на доверие към консултантската професия

- Все още пазарът на консултантски услуги е слабо развит

- Недостиг на опитни експерти при формирането на професионални екипи

ствениците на компании да споделят детайлна информация за дружеството си. Ето защо според Стоян Ставрев изграждането на доверени отношения е първата стъпка в развитието на отношенията с клиента. Лекарят също едва ли ще успее напълно да излекува пациента, ако той не му се довери изцяло. Липсата на доверие в България до голяма степен се дължи и на факта, че през годините немалко хора видяха в консултантския бизнес възможност за бързи и лесни пари и се ориентираха към такава дейност, често без да имат нужната компетентност. Това доведе до появата на многобройни „консултантски“ фирми, които обещаваат онова, което усещат, че клиентът им търси, макар че това невинаги е в техните реални възможности, коментира Ставрев.

В повечето български компании обикновено не се заделят средства за консултантски услуги. Така бизнесът се лишава от възможността да има външната гледна точка и не се обръща внимание на проблемите, които са спирачка в развитието, посочва Димитър Филипов, консултант по бизнес развитие. Според него не се иска двете страни сякаш да си вярват, тъй като има метрика, която сочи какви са резултатите от съвместните усилия.

Посоката

Мащабът на българската икономика слага таван на мно-

го сектори в бизнеса, включително и на консултантския. Но с развитието на страната ни този таван все повече се вдига и предоставя възможност за разрастването и на пазара на консултантски услуги. За разлика от развитите държави фирмите в България търсят консултантски услуги не в процеса на изграждане на бизнеса, а това най-често става, когато проблемът е налице и е належащо намирането на спешно решение.

В България навлизат практиките на добрите консултанти от световен мащаб, но все още на българските консултантски фирми им липсват добрите екипи и натрупаният опит за приложението на тези практики и за доставянето на качествен

продукт, казва още Наско Йорданов. Добрата новина е, че както клиентите, така и консултантите вече осъзнават тези проблеми и се правят опити за преодоляване на тези слабости, което е добър сигнал за бъдещото развитие на консултантския бизнес в страната.

Според едно шеговито определение консултантът е човек, който сваля часовника от ръката ти, казва колко е часът и след това ти издава фактура. Не на шега обаче компаниите имат нужда някой да им дава „точно време“ и да им сочи верния път, за да не губят ориентир в нарастващата сложност на бизнеса.



Стоян Ставрев:

Компаниите търсят дългосрочни резултати

Вкомпаниите стремежът към усвояване на средства все повече отстъпва на желанието за постигане на конкретни дългосрочни резултати. Натрупа се и сериозен опит от изпълнението на проекти, финансирани с европейски средства, които заради лошо проучване и работа на принципа „за това дават пари – това ще правя“ завършиха със сериозни загуби от финансови корекции, най-вече заради неустойчиви инвестиции.

Всички сме чували слухове за уреждане на европейски проекти. Но „уреждането“ на проект не е консултантска услуга, а и практически то не е възможно. Един проект може да спечели финансиране само когато е добре подготвен – подкрепен с финансова информация, добре планиран, пряко обвързан с целите на финансираща програма и покриващ всички формални критерии. Умелото консултиране означава да навлезеш в бизнеса на клиента, да анализираш нуждите му, възможностите за финансиране и най-вече да оцениш шансовете за успех, без да създаваш свръхочаквания, че проектът със сигурност ще получи одобрение.

Научили важни уроци от опита си досега, компаниите започват да прилагат различен подход към инвестициите и вземат решения за развитие на база на детайлна информация за ситуацията и очакваното развитие на пазарите. За тази промяна важна роля имат и добрите консултантски компании – онези, които се стремят да помогнат на клиента си да

се развива, а не просто да усвои пари.

Битува мнението, че българската икономика е станала зависима от европейското финансиране, като не се дооценява фактът, че то помага на компаниите да се развиват, но и да натрупват опит. Европейското финансиране все повече ще е в посока намаляване на безвъзмездната финансова помощ и ще се върви към по-широко прилагане на финансовия инженеринг като форма на подкрепа за бизнеса. След 2020 г. кохезионната политика ще се промени и финансовите инструменти ще придобият още по-голямо значение. Това не само не отменя нуждата от консултанти, а все по-сериозна ще е специализираната помощ при изготвянето на обосновка за финансирането на всеки проект, защото финансиращите институции ще търсят жизнеспособни идеи.

Консултантите предлагат експертиза, с каквато компаниите не разполагат. Ето защо консултантските услуги в България ще се развиват все по-активно, а пазарът сам ще отсява добрите консултантски компании. Предизвикателство и пред този бизнес е липсата на кадри – все по-трудно става намирането на добри експерти със специфичната комбинация от професионален опит и знания в конкретна област и в същото време с умение за работа с хора, координация и организация.

Бизнесът ще продължи да добива увереност в ползите от консултантската подкрепа и заедно с нашите клиенти ще се учим да градим доверие.



ВОДЕН ОТ ПОСТИЖЕНИЯТА, ПАЗАРЪТ САМ ОТСЯВА ДОБРИТЕ КОНСУЛТАНТСКИ ФИРМИ

Борис Борисов:

БЕЗ ИНОВАЦИИ НЯМА РАСТЕЖ

автор: **Татяна Явашева**

Опитът ми като финансов директор ме научи, че тайната на доброто управление е способността да си информиран детайлно за бизнеса, за да подбереш най-същественото, да съумееш да се фокусираш върху приоритетните задачи и проблеми, да подходиш структурирано и гъвкаво към тяхното решение. Като ключов фактор мога да посоча умението да сформираш добър екип от мотивирани професионалисти, чийто потенциал и умения да развиеш, за да можеш да разчиташ на тях във всякаква ситуация.

От финансовия директор на публична компания, която оперира на външни пазари, се очаква да дава представа за общата картина. Да предвижда глобалните икономически процеси с цел правилно управление на бизнеса.

Когато се изпълнява дълготрайна финансова стратегия, основана на рентабилност и растеж на ключови пазари, ролята на финансовия директор е да направи анализ на ключовите показатели, свързани с реализацията на продукцията в пазарна конкурентна

среда, за да може да се постигнат предварително заложените финансови цели. Да осигурява аналитични данни с цел правилно планиране на бизнеса.

Спецификата на финансовия мениджмънт на бизнес от фармацевтичната индустрия е, че тази индустрия се развива в условията на държавна регулация, което е свързано с необ-

ходимостта постоянно да си информиран за пазарната конюнктура и всички аспекти на бизнеса.

Най-голямото предизвикателство за „Софарма“ АД е да излезе на световните пазари с иновативни продукти, които са собствена разработка.

Ефективното използване на средствата се постига чрез интегрирана система за управление на бизнеса, която ориентира към комплексно решаване

на задачите за въвеждане на контрол и планиране на приходите и разходите. Това позволява компанията гъвкаво да използва собствените средства и привлечения капитал, за да повиши като цяло управляемостта на бизнеса, рентабилността и конкурентоспособността си.

Моята гледна точка на финансов директор към иновациите е, че в съвременния свят без иновации няма растеж, защото няма да си конкурентен и в резултат на това те изместват от пазара.

Правилата, които винаги спазвам, са:

- ✓ Стремение към точност и коректност при представяне на финансовите резултати и постижения на компанията;
- ✓ Честна бизнес игра, почтеност и лична отговорност – „Не блъфирам“;
- ✓ Инициативност и постоянен стремеж към развитие.

Управлението на риска е една от основните дейности на финансовия директор при операции на международните пазари, като се има предвид спецификата на фармацевтичните продукти на всеки отделен пазар, правната рамка, финансовите и държавните регулации.

Промените са навсякъде и във всичко. Новото в работата на финансовия екип е интегрирането и използването на нови управленски информационни системи, с помощта на които се управляват и контролират бизнес процесите в компанията. Те също така служат за основа при вземане на навременни мениджърски решения.

Зад кадър остава балансът между личния и професионалния ми живот.

Станах финансист, защото ме мързеше да уча за инженер.

Добрите резултати зависят от добрата подготовка – успехът е на страната на подготвените.

Моят измерител за успеха е базиран на успеха на хората, които ръководя, на партньорите, с които работим, и не на последно място - на финансовите резултати, които „Софарма“ АД показва през годините.

**ЧЕСТНА БИЗНЕС ИГРА,
ЛИЧНА ОТГОВОРНОСТ,
ИНИЦИАТИВНОСТ И
ПОСТОЯНЕН СТРЕМЕЖ
КЪМ РАЗВИТИЕ -
ТОВА СА НЯКОИ ОТ
МОИТЕ ПРАВИЛА
ЗА ПОСТИГАНЕ НА
ВИСОКИ РЕЗУЛТАТИ**



Борис Борисов е финансов директор на „Софарма“ АД от април 2006 г., като преди това от 2002 г. е директор за връзка с инвеститорите в дружеството. В периода 1999-2002 г. работи като търговски пълномощник в „Инжстрой“ ЕАД, натрупал е предишен опит и като главен счетоводител в банковата сфера. Завършил е специалността „Финанси и кредит“ в УНСС. Има докторантура по здравен мениджмънт. Зам.-председател е на УС на Международната търговска камара в България.

НАВЛИЗАМЕ ВЪВ ВРЕМЕТО НА ПЕРСОНАЛИЗИРАНИТЕ ИЗДЕЛИЯ

ЧРЕЗ ТЕХНОЛОГИИТЕ
ЧОВЕЧЕСТВОТО ЩЕ ИМА НЕ
САМО ПОМОЩНИЦИ, КОИТО ДА
ГО ИЗБАВЯТ ОТ РУТИНЕН ТРУД,
НО И ПАРТНЬОР ЗА ТВОРЧЕСТВО
И НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

Свикнахме технологиите непрекъснато и ускоряващо да се развиват, създавайки възможности да сме по-продуктивни и да живеем по-добре. Но в следващите години ще сме свидетели на бурно развитие, което обобщаваме като Четвърта индустриална революция. Моето виждане е, че тя надхвърля развитото компютърно интегрирано производство, върху което фокусира понятието Industry 4.0. Тя ще промени почти всички сфери на човешкия живот с три отличителни черти: достъпност, персонализация и интелектуализация.

Достъпност

Достъпният 3D печат дава възможност за лесна реализация на много творчески личности, а 3D принтерите, освен че работейки с изграждащ и поддържащ материал, който след принтиране се отстранява лесно и по този начин се произвеждат наведнъж сглобени единици - няколко сглобени движещи се детайла, добави и четвърто измерение (4D) – чрез задаване на пропорции от няколко изходни контейнера с материали се формира материал с желани свойства. Този пример не е от бъдещето, такива принтери вече инсталираме тук и сега в България. От друга страна, достъпността, излизайки от унификацията на масовото производство, дава възможност да се съобразим със спецификите на конкретния потребител, да персонифицираме изделието. Например няма да има само възможност за стандартизирана големина (номер) и ширина (в някои страни) на обувката. Тя ще се изработва по ходилото на потребителя след сканиране. Ще има възможност да сканираме с 3D скенерите, които са все по-достъпни, и поддържаме аватар със спецификите на тялото и с него да пробваме чрез виртуална реалност и да поръчваме персонализирани изделия. Това е само пример за персонализация. Ще имаме персонализирани столове, възглавници, всичко, което потребяваме.

Втората индустриална революция с характерната ѝ унификация и масово производство е донесла достъпност на стоки, които преди това не са били по джоба на обикновените хора. С новите адитивни - с прибавяне на материал като например 3D печата и за разлика от типичните предишни отнемачи технологии, производственият цикъл рязко се скъсява и дава възможност за гъвкавост - производството на персонализирано изделие поевтинява поради липсата на

необходимост от специални инструменти, екипировка и подготвителни процеси.

Умни вещи

Проектирането и управлението на производството отдавна са цифровизирани. Персонализацията ще обхване и услугите – персонализирано здравеопазване, персонализирано образование, ще навлезе в много области на живота ни. Колкото до интелектуализацията, тя ни освобождава от рутинен труд, за да имаме повече възможности за творчество и самоусъвършенстване. Обхванала е развитието още от предишната, третата индустриална революция, която е свързана с цифровизацията. Сега обаче се ограждаме с умни вещи (IoT), които възприемат и предават информация. Роботи, които изпълняват и по-сложни операции и разполагат с изкуствен интелект (AI). На този етап AI се учи от знанията и поведението на хората и вече изучава и обслужва по интернет клиенти на онлайн магазини, банки, туристически и други фирми, управлява автомобили. Получава се среда, която е предпоставка за нещо ново, нещо много голямо.

Изкуствен интелект

Преди около 700 хил. години човекът започнал да говори и да обменя информация с другите хора. Вълната от информация като данни, споделени опит и знания го заляла и неговият мозък удвоил размера и теглото си. Това е и бъдещето на изкуствения интелект, което очаквам – AI 2.0, тогава той ще е способен не само да анализира огромни масиви от данни, идващи от умни вещи, натрупани и споделени знания от хора и други представители на AI, но ще може да издига хипотези (елемент на творческа мисъл), да ги анализира чрез симулационни модели и да възлага за тестване. Човечеството ще има чрез технологиите не само помощници, за да го избавят от рутинен труд, но и партньор за творчество и научни изследвания. Тези технологии не са родени вчера. Занимавах се с изкуствен интелект като научен работник в Интерпрограма още през 80-те години на миналия век, с 3D принтери - от 20 години. Още тогава имаше бум на свръхочакванията, а сега технологичното им развитие достигна зрелост. Това е още един пример на закономерното изпреварване и размиване между свръхочаквания и готовност за приложение, което от „Гарднър“ описват като hype cycle (англ. - цикъл на



пиковите) в очакванията и приложението. Сега натрупванията в свързани области на технологиите формират огромна вълна, която ще промени живота ни и няма място за страхове от новите технологии. Тяхното развитие е било в основата на развитието на цивилизацията. Технологиите правят живота ни по-лек, а творчеството и културата го осмислят.

Разум

Разбира се, както винаги, има и морални аспекти на приложението на научните и технологични достижения. Въпреки постиженията и продължаващите разработки в лабораториите не се изнася информация за разширителите на човешките сетива и други бионични органи. Има информация за 3D принтиране в медицината, правят се човешки органи - например пикочен мехур, нанасяне на стволови клетки за бързо възстановяване след изгаряния. Ние вече имаме клиенти за специализирани 3D дентални принтери у нас. Но не се обсъждат разширителите на сетива и рисковете от злоупотреба с тях. Избягват се сложните теми. Дори и по-лесни и ясни теми, като например тази за роботите и работните места, не се насочва вниманието към важните и основните изводи – трябва да се подготвим за учене и преквалификация през целия живот, науката и технологиите се развиват все по-бързо, нови знания и умения са необходими все по-често, образователната система трябва да се пренастрои, ние също трябва да се пренастроим. Вместо това се привлича вниманието чрез апокалиптични картини и заплахи за човечеството. Роботите не обричат човечеството на глад, те са освободители. Откриват възможности за намаляване на работната седмица, което ще разкрие милиони работни места, дават свобода за творческа реализация. А именно във формиране на общественото мнение по тези теми е ролята и шансът на Европа – да бъде камертон и метроном кое и докъде е моралното, къде е границата на личното пространство, да подготвя човечеството за бързо, но разумно използване на технологиите.

Огнян Траянов е собственик и изпълнителен директор на българската софтуерна компания ТехноЛогика. Той е председател на Българската мрежа на Глобалния договор на ООН и член на Контролния съвет на Българската асоциация по информационни технологии. Инициатор е на програмата „Инженерното образование - солидно и работещо“. Огнян Траянов е отличен с първата награда в категорията „За принос в развитието на информационните и комуникационните технологии“ в конкурса „Мистър Икономика“ през 2012 г. и е финалист в конкурса „Менеджър на годината 2014“. Почетен консул е на Република Филипини в България.

СЕКТОРЪТ НА FINTECH ПЛАТФОРМИТЕ НАВЛИЗА В СВОЯТА ЗРЯЛА ВЪЗРАСТ С ВСИЧКИ ПОСЛЕДСТВИЯ ЗА ПАЗАРА НА БАНКОВИ И РАЗПЛАЩАТЕЛНИ УСЛУГИ



4 ТЕНДЕНЦИИ, КОИТО ЩЕ ПРОМЕНЯТ РАЗПЛАЩАНИЯТА

ФИНАНСИ 66

автор: **Александър Александров**

Представте си, че можете докато се разхождате в парка да си купите сладолед и да заплатите за него чрез просто насочване на телефона към машината. Или да правите плащания към контрагентите си в почивните дни, отвсякъде и през всякакви устройства. Много по-бързо и по-евтино в сравнение с цените на традиционните банкови услуги. Точно това се стремят да направят компаниите от един бързо развиващ се нов сегмент, наречен fintech.

Най-общо той обхваща всички нови платформи за онлайн и мобилни разплащания, както и други дигитални финансови канали. Сред участниците са както стартиращи фирми като шведската услуга за мобилни плащания iZettle, така и гиганти като Apple (с Apple Pay), Google (с Google Wallet), Samsung (със Samsung Pay), а също и платформи като Square, които вече трудно могат да бъдат наречени стартъпи, но и все още са далеч от мащаба на най-големи-

те в бранша.

Какво предстои?

2016 г. по всеобщо мнение беше доста бурна за развитието на този технологичен сегмент и редица анализатори прогнозираха, че през настоящата година ще станем свидетели на сериозен ръст в сектора, свързан с цялостна промяна на представата ни за финансови услуги. Компаниите, които доскоро бяха определяни като стартъпи с неясно бъдеще, днес са устойчиви дружества с милиони потребители, а броят на fintech фирмите с пазарна капитализация над 1 млрд. щ. долара (т.нар. „еднорози“) вече е над 20. Все повече банки от своя страна престават да игнорират бранша и търсят начини да инвестират във фирми от сектора, както и да тестват нови модели. Резултатът може да бъде само от полза за крайните потребители, които ще получат по-голям избор, по-ниски такси, по-лесни и удобни услуги. А по-долу можете да се запознаете с някои от основните тенденции, които се



очаква да оказват влияние на сегмента през тази година.

Нови възможности

Ако през миналата година липсваха големи придобивания в този сегмент, то има сериозни причини да очакваме, че 2017 г. ще предложи повече възможности за екзит или стратегически инвестиции в стартиращите фирми. През третото тримесечие на 2016 г. дяловите инвестиции в бранша са достигнали 900 млн. щ. долара в световен мащаб и все повече рискови инвеститори се насочват към него.

От друга страна, и традиционните банки през последните месеци започнаха да проявяват по-голям интерес към сектора. Дълги години банковите мениджъри игнорираха fintech стартъпите с мотива, че ако поискат, те и сами лесно могат да създадат нови технологични услуги с огромните ресурси, с които разполагат. Изключително бързият ръст на някои платформи обаче им показва, че изглежда са подценили развитието на бранша.

Възходът на р2р финансовите услуги

Това е една бързо развиваща се сфера, която обединява финансовите технологии и т.нар. „икономика на споделянето“ (sharing economy). Мислете си за Uber, Airbnb и подобни услуги, но в сферата на разплащанията и кредитирането. „През следващите години очакваме моделът, част от икономиката на споделянето, да промени изцяло потребителските финанси, предоставяйки истинска алтернатива на банките и прескъпите „бързи кредити“ - заяви по този повод Лоик льо Пишу, изпълнителен директор на българския стартъп Klear Lending. Той стартира своята peer-to-peer платформа за финансиране и инвестиране в края на 2016 г. и към момента има отпуснати кредити за над 1 млн. лв., при средна лихва, по-ниска с 20% от тази на банките.

Пишу представи платформата си в рамките на провела се през февруари в София среща на fintech компаниите с меди-

те под надслов „Развитието на FinTech индустрията в България през погледа на пет от водещите компании“, в която взеха участие още компаниите ePay, Paysera и iuvo. Последната също работи в областта на p2p финансовите услуги и вече е успяла да привлече над 1000 инвеститори от няколко континента за шест месеца. „Очакваме fintech услугите да стават все по-близки на хората, като започнат да се ползват от масовата публика – както във Великобритания, Германия и Франция“ - убеден е оперативният директор на дружеството Ивайло Иванов. - „Като цяло нашите наблюдения са, че доверието към fintech услугите постоянно се покачва.“

Според мениджъра тенденциите в сектора през 2017 г. са трицифрен ръст в Европа, Америка и Азия и пренасочване към по-неразвитите пазари. „Там потенциалът е голям, защото fintech може да бъде първата им среща с финансови услуги като цяло и възприемането им може да бъде дори по-бързо, отколкото в развитите икономики, където хората са свикнали да ползват традиционни услуги“ - добави Иванов. - „Забелязва се, че компаниите от традиционните финансови услуги започват да вземат ноу-хау от технологичните, навлизащи в тяхната сфера, най-вече в областта на потребителското изживяване, както и на анализа на данни.“

Интеграция със системите за управление на бизнеса

Част от бъдещето на финансовите технологии минава през по-тясна интеграция с ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management) и други класове бизнес софтуер. Първата българска компания за електронни плащания ePay например, планира въвеждането на единна система за управление на плащанията, която да изпълнява функциите на ERP и CRM за финансите. Тя ще позволи единното и по-лесно управление на разплащанията на юридически лица, сподели Георги Маринов, основател и изпълнителен директор на дружеството. Съвместно с MasterCard то е разработило и система, която позволява автоматично захранване на сметките на кредитни карти. „Fintech индустрията се развива с все по-агресивни темпове. Поведението на потребителите и очакванията им се променя все по-динамично в резултат на въвеждането на новите технологии“ - заяви Георги Маринов.

Интеграция с трети страни

Една от характерните особености на fintech стартъпите е, че много от тях предлагат своите услуги като слой от други типове приложения и платформи. Неотдавна например PayPal представи чатбот, позволяващ разплащания през популярната платформа за сътрудничество Slack. Компанията вече е интегрирала своята платежна система и с Facebook Messenger, транспортното приложение Uber и сайта за споделяне на имоти Airbnb. Преди броени дни пък MasterCard пушна и в Европа своята нова услуга за плащане със селфи. Fintech постепенно се налага като важен слой от съществуването на много други приложения и проекти в дигиталната икономика, двигател за развитието на редица начинания от други ИТ подсегменти и ключов механизъм за монетизацията им.

Александър Пунчев, началник-отдел
„Средни корпоративни клиенти“ в Пощенска банка:

КОМПАНИИТЕ СА ПО-СМЕЛИ И НЕ ЗАДЪРЖАТ ПЛАНОВЕТЕ СИ ЗА ИНВЕСТИЦИИ



ПРЕДЛАГАМЕ ЦЯЛАТА ПАЛИТРА ОБОРОТНИ И ИНВЕСТИЦИОННИ КРЕДИТНИ ПРОДУКТИ ЗА ФИРМИТЕ

Г-н Пунчев, разкажете ни повече за кредитите за оборотни средства, които предлагате на бизнес клиенти. Какви са техните предимства?

- Кредитите за оборотни средства покриват цялата палитра от краткосрочни кредити, които финансират трансакционния цикъл на фирмата в различни етапи. Като започнем от най-простите форми на финансиране като овърдрафт и кредитна линия за оборотни средства, през по-структурирани продукти, които следват целия „живот“ на продукта или на услугата в дадена фирма, от нейната изработка и подготовка до нейната реализация, и периода на отложено плащане, в случай че има такова. Предлагаме на нашите клиенти и финансиране на вземания под формата на факторинг или кредитната му форма – финансиране, преди да възникнат самите вземания. Също така като обратно финансиране е редно да се споменат и формите на така наречените некешови лимити - за банкови гаранции и за акредитиви, които може да са оформени както като лимити, така и като еднократни инструменти.

- За всякакъв тип фирма ли е подходящ банковият овърдрафт, който вие споменахте?

- В общи линии няма ограничения от гледна точка на предмета на дейност на фирмите, които биха могли да го ползват, но този вид финансиране е с краткосрочен характер. Той е приложим в случаите, в които се появяват непланирани разходи, които не са покрити с други по-предсказуеми форми на финансиране. Структурата на този тип кредит предполага ежедневно погасяване с вече наличните средства, които има компанията. Идеята при него е за покриване на по-непредвидени и краткосрочни нужди от оборотни средства при разминавания в паричните потоци, изходящи и входящи, т.е. във фирми с много персонал, с много разплащания, с много контрагенти, било то доставчици или клиенти, е по-вероятно да възникне нужда от ползване на овърдрафт. Характерно за овърдрафта е, че там се очаква бързо усвояване, в общия случай не се търсят разходооправдателни документи, които да доказват за каква цел се използва кредитът. Дори биха могли да се покрият и някои кешови плащания.

- Към настоящия момент предимно краткосрочни форми за финансиране ли са по-търсени от вашите клиенти или пък има компании, които са по-смели и планират по-дългосрочни инвестиции?

- Трудно е да се определи тенденцията в конкретен тип финансиране. Търговските компании и тези с по-бързооборотен характер на дейността са по-склонни да търсят предимно обратно финансиране, докато производствени-

те компании или дружествата от преработвателната промишленост обикновено търсят по-дългосрочни форми на кредитиране. Чисто като статистика в Пощенска банка в момента има баланс в търсенето на инвестиционни и оборотни кредити, какъвто не беше случаят преди 3-4 години, когато дори и компании, които планираха да правят инвестиции и имаха нужда от такива, бяха по-скоро притеснени и ги задържаха за един по-следващ момент.

- Кои са тези компании, които споменахте, че вече не се въздържат и са по-смели – от кои сектори са и за какво са предназначени инвестициите?

- В момента виждаме множество компании да реализират инвестиционни проекти. До голяма степен трябва да отбележим, че това е насърчено и от активните програми с различни европейски институции и средства, в които Пощенска банка всъщност участва активно.

Голямо оживление имаше в последните години в секторите, свързани със земеделието и животновъдството, и то не толкова в самото производство на такава продукция, а в последваща преработка и добавяне на стойност към вече произведени земеделски продукти. Доста от земеделските производители инвестират в модернизирани на техниката. Това вече е ясно изразена тенденция в последните няколко години. Отделно от това, имаме клиенти търговски вериги, които са с инвестиционни намерения за тази година за изграждане на нови търговски обекти както в София, така и в страната. Също така има и сериозно оживление в големите градове по отношение на строителството на жилищни имоти. Традиционно имаме добри позиции в хотелиерския бранш. И в София има доста значими по обем нови проекти, които се реализираха. Забелязваме и оживление в туристическия сектор по Черноморието.

- Можем ли в тези тенденции да причислим и фирмите, които са иновационно настроени? Можем ли да говорим за иновационни компании с интерес към финансиране?

- Разбира се. Иновационните компании с доста широкото понятие за иновации, което залегна и в някои от европейските програми, които са активни в момента, са насърчени, както и тези, които имат проекти в посока модернизация на дейността си или въвеждане на нови продукти и производства. Новите програми по инициатива на Европейския инвестиционен фонд изключително насърчават отпускането на кредити именно за иновативни start up компании. До момента те имаха доста ограничен достъп до банково финансиране и прибъгваха до други, неизгодни за тях форми на финансиране.

Андрей Делчев, изпълнителен директор на Българската петролна и газова асоциация:

ДДС ВЕРИГИ И ФИКТИВЕН ВНОС СА НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ПРОБЛЕМИ ПРЕД ПЕТРОЛНИЯ БИЗНЕС

Сивият сектор в търговията с горива е най-сериозният проблем пред индустрията. Въпрос, който от доста време е водещ за бранша, но усилията на държавата да се пребори с него продължават да не дават желаните резултати. Но той остава от особена важност и за приходните органи, тъй като свиването на сивия сектор ще доведе до повече приходи за бюджета.

Няколко са основните схеми, използвани от нелоялните играчи на пазара – измами с ДДС, нелегален внос и спестени задължителни запаси за кризисни ситуации. През последните месеци източването на ДДС е може би най-често срещаният начин за спестяване на налози и предоставяне на горива на по-ниски цени на пазара. По неофициални данни укритият ДДС за 2016 г. е достигнал 200 млн. лв. Четири са базовите начини за заобикаляне на Закона за данък добавена стойност. На първо място това са т.нар. „липсващи търговци“, което се изразява в честа регистрация на фирми, извършващи фиктивна дейност – покупки и препродажби. Впоследствие се трупат фиктивни обороти и значителни обеми горива. След поредната голяма операция фирмата изчезва или се прехвърля на малоимотни или неграмотни лица. Втора голяма измама се извършва чрез разходоо-правдателни документи от фиктивни доставчици на услуги. Обикновено те не изпълняват договорената дейност, но тя е фактурирана и е приспаднал данъчен кредит. Естествено, подобни компании са неоткриваеми на адресите си на управление. Фиктивният износ също представлява сериозен проблем. В този случай количества горива напускат територията на страната, но единствено по документи и без да има реална физическа трансакция. Данъкът се приспада, а

горивата се разпространяват в България. Не на последно място е и казусът с документалното прехвърляне на енергийни продукти по изключително дълги доставни вериги. Принципът е да се регистрират множество фирми, зад които стоят свързани лица. По веригата се приспада данъчният кредит и в момента, в който нещата започват да предизвикват вниманието на контролните органи, фирмите бушони се закриват и се регистрират нови.

Във връзка с тези проблеми миналата година бяха приети промени в Закона за данък добавена стойност, които налагат обезпечение на ДДС при определени сделки. Все още е твърде рано да бъде дадена ясна оценка за резултата от тях, но по данни на Българска петролна и газова асоциация известно подобрене в ситуацията вече е налице, особено по отношение на вложителите в данъчните складове. По информация на Националната агенция за приходите близо 70% от операторите в този сегмент са рискови компании. Все пак към настоящия момент ДДС измамите продължават да представляват основна част от проблема „сив сектор“. В тази връзка са необходими допълнителни мерки, като например увеличаване на капацитета на приходните администрации, за да могат да извършват повече проверки и ревизии, както и включване на горивата в списъка със стоки под фискален контрол. Особено последната мярка би била изключително полезна, тъй като ще може да обхване и транспортния сегмент от бранша. Това, от своя страна, ще доведе и до изчезване на цистерни, в повечето случаи опасни, разнасящи на територията на страната горива с неясен произход.

Вторият основен метод за заобикаляне на заплащане-



СПЕЦИФИЧЕН ЗАКОН ЗА БРАНША БИ РЕШИЛ МНОГО ОТ НАБОЛЕЛИТЕ ВЪПРОСИ

54 танкера, които са разтоварили неясни обеми енергийни продукти с неизяснен произход. По данни на пристанищните власти повечето кораби имат странни маршрути, преди да пристигнат в страната. Голяма част от тях преминават през Турция и докове, обслужващи малки рафинерии, които не произвеждат горива, отговарящи на българските стандарти за качество.

Този проблем може да бъде разрешен изключително лесно, а именно чрез въвеждане на изисквания за монтиране на измервателни уреди в митническите складове, входни точки на енергийните продукти, както и включването им в БАЦИС. За съжаление, въпреки че петролната асоциация изисква подобно решение от няколко години, то до момента не се приема.

Не на последно място следва да се постави и въпросът за неспазването на нормите, свързани със Закона за запасите от нефт и нефтопродукти. Множество фирми фантоми, осъществяващи внос и доставки от ЕС на горива, не спазват изискванията да поддържат запаси за извънредни ситуации. Поради спецификата на нормативните текстове задължението за съхранение се изчислява и влиза в сила близо година след извършването на вноса или доставката, което дава достатъчно време на фирмата да изчезне или да бъде прехвърлена на малоимотно или неграмотно лице. Неизпълнението на това задължение води до намаляване на стойността на предлагания продукт с 5-7%. Като имаме предвид, че това често се комбинира с измами, свързани с укриване на ДДС, ценовото предимство може да достигне до 30% от стойността на продукта. Сдружението многократно е предлагало мерки за решаване на този проблем.

Както е видно, все още съществуват сериозни пробойни в законодателството и контрола, които дават възможност за развитието на сивия сектор. Макар и да се взимат законодателни и други нормативни мерки за справяне с проблема, то те се правят „на парче“ и в кратки срокове нелоялните играчи на пазара намират нови начини да „спестяват“ данъчните задължения. В тази връзка от сдружението сме убедени, че единственото реално решение на въпроса „сив сектор“ минава през въвеждането на регулация в бранша чрез специфичен закон за сектора, който да постави точни правила и да допринесе за равно третиране на икономическите оператори.

то на данъци е вносът, извършван в митнически складове. Производителите, както и лицата, извършващи доставки на горива от Европейския съюз, са длъжни да използват в складовете си метрологично одобрени и контролирани от Агенция „Митници“ измервателни уреди, които предават данни за преминалите през тях количества енергийни продукти в реално време към Българската акцизна централизирана информационна система (БАЦИС). Това осигурява сериозен контрол върху компаниите, извършващи споменатите дейности. За разлика от тях фирмите, занимаващи се с внос на горива, могат да доставят горива на територията на страната, използвайки митнически складове, които нямат задължение да бъдат оборудвани с уреди за измерване и връзка със системата на Агенция „Митници“. Присъствието на митнически служител не е задължително. Освен че подобна ситуация поставя в неравнопоставено положение операторите, най-малкото поради огромните инвестиции за изграждането и монтирането на БАЦИС, липсата на контрол е идеална среда за развитието на контрабандна дейност. По данни на БПГА през изминалата година през пристанища в Бургас и Варна – митнически складове – са преминали

НА ГРЕБЕНА НА ВЪЛНАТА



автор: **Татяна Явашева**

ИНОВАТИВНИТЕ МЕТОДИ НА THE ALPHA GROUP ПОМАГАТ НА БИЗНЕС ЛИДЕРИ И МЕНИДЖЪРИ ДА НАМИРАТ ВЕРНИТЕ РЕШЕНИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО

Светът се движи с все по-бясно темпо. Една „мениджърска глава“ вече не успява да обхване всички промени, които стават по цялата йерархия на бизнеса. Електронизацията ни държи на един „клик разстояние“, конкурентите „никнат като гъби“ и постоянно се появяват нови участници в състезанието. Клиентите са все по-информирани – те могат да проверят всичко и навсякъде по земното кълбо и освен това са свързани. Един недоволен потребител чрез дигиталната среда може да срине цял бизнес. Така се стига и до тенденциите, които показват последните статистики – служителите пренасочват своята лоялност от работодателя към себе си. Следователно мениджърите и бизнес лидерите

имат да решават все по-сложни задачи, за да са успешни компаниите, които ръководят. Но как да управляват този процес на постоянна адаптация към промените и да намират верните стъпки? Един от вариантите се съдържа в иновативните методи на The Alpha Group.

Фокус

The Alpha Group (TAG) е всъщност „общност от алфа профили“ – това са хора, които стоят начело и водят след себе си своята общност. Организацията предлага модерен инструмент за бизнес управление – правят се срещи на равнопоставени собственици и мениджъри на среден бизнес от различни браншове, по време на които се работи по различни теми, като се споделя опит и се търсят решения на ключови предизвикателства от работното им ежедневие. Сформира се група от 7 до 12 мениджъри, в която всеки

Надежда Обесникова е дипломиран коуч към Noble Manhattan и лицензиран регионален директор на The Alpha Group България. В периода 1990-2009 г. е участвала в създаването и развитието на 16 фирми. Има и 7-годишен опит в държавната администрация, свързана с управлението на еврофондовете. Това ѝ помага да види „цялостната картина“ на българската фирмена култура. Фокусът на нейното внимание винаги е бил насочен към управлението на процесите и хората. Според нея героите на нашето време са ръководните кадри и те се нуждаят от подкрепа, независимо от сферата - бизнес или държавна администрация. Приела е като своя професионална кауза да помага на предприемачи и мениджъри да се справят с предизвикателствата.



работи фокусирано върху растежа на собствения си бизнес. В този процес участниците стигат до идеи и до прозрения за реални промени и за необходими действия, които да направят, като всички взаимно се обогатяват, разказва Надежда Обесникова, лицензиран регионален директор на The Alpha Group България. Участници в такава общност определят този формат като мозъчен тръст за осмисляне и сътрудничество между мениджъри от различни браншове. Това, според тях, е начин всеки ръководител по най-бързия път да стигне до работещите решения в своя бизнес. Събитията са месечни, ползва се структура и ноу-хау на Noble Manhattan Group - британска компания, която е академия за коучери. Тя е от 25 години на пазара и има представителства в над 27 държави.

Без готови формули

Човекът на върха в бизнеса често е твърде самотен в тази своя роля и много мениджъри „потъват“ поединично във водовъртежа на оперативните задачи, разкъсвайки се между всички и всичко. И губят хоризонта. В същото време те носят бремето на чужди и собствени очаквания, че ще се справят с всякакви проблеми, които възникнат по пътя. Всеки е на своя хълм и в мъглата на своите трудности и грижи не вижда брод. Именно в това е силата на сформираниите от TAG бизнес общности, тъй като в

този формат „дефектът“ се превръща в „ефект“ и вместо вълната на промените да ги „разбие“ поединично, всички заедно се понасят върху нея. Всеки постига по-бърз финансов напредък за своя бизнес, защото обединява с останалите участници знанията от своя бизнес опит, придобит обикновено чрез „проба-грешка“, и заедно намират решения, за които няма готови формули, уверява Надежда Обесникова.

Доверие

Част от успеха е създаването на напълно доверена среда, подписват се и документи за конфиденциалност. Друг позитив е комбинирането на младите мениджъри, които са по-напористи, дават хъс и креативност на аудиторията, а предприемачите с дългогодишен опит добавят към това по-комплексни и по-разнообразни оценки на казусите. Така се постига баланс между прибързаността на едните и рутината и умората на другите. Към това се добавя комбинирането на целеустремеността и прагматичността на мъжете с гъвкавостта и интуитивността на жените, които са на ръководна позиция. Ползност носи и фактът, че всеки бранш си има свой подход към дейността и фразата „Това не е прието при нас, но защо пък да не пробвам“ е показателна за взаимното им обогатяване и надграждане на знанията и идеите.

Добрите идеи

Срещите носят индивидуални преживявания на всеки мениджър. Понякога се случва някой импулсивно да признае: „Ако преди няколко години знаех за съществуването на тази възможност, нямаше да фалирам част от бизнеса си“. Практиката показва, че една „осенена глава“ помага на поне още пет да намерят своето решение. Когато някой сподели прозрение или идея, още няколко човека си казват: „О, това е невероятно“. Често такива идеи стават инструмент за повишаване на ефективността или за увеличаване на продажбите, твърди Надежда Обесникова.

Във върната посока

Този формат е насочен към мениджъри и бизнес лидери, принудени да се справят с „пожарни“ ситуации в работата и постоянно търсещи информация и полезен ход. В тази общност се получава безкористна помощ от хора, които също са на ръководна позиция. TAG е добър вариант за мениджъри, които търсят отговори и решения и чийто бизнес е в процес на някаква промяна и трансформация.

Срещите с алфа общността дават възможност поне един път в месеца да изключите телефона, да отложите за малко имейл кореспонденцията, да проверите „накъде духа вятърът“ и да хванете гребена на вълната. ■

ВИДИМАТА И НЕВИДИМАТА РЪКА НА ПАЗАРА



автор: **Татяна Явашева**

На пазара на труда все по-отчетливо започва да действа „невидимата ръка на пазара“, тъй като „видимата“ все по-видимо бездейства. Уж има силен недостиг на кадри в най-различни сфери, а не виждаме онези политики, които трябва да водят до бързо и адекватно решаване на възникващите дисбаланси. Очертава се тенденция безработицата да намалява, заетостта да расте, но компаниите все по-трудно намират точните специалисти в необходимия им брой. Гладът за таланти се увеличава - заради демографския срив и изтичането на кадри в чужбина. Затова все по-видимо работодателите изпитват все по-големи трудности при намирането на подходящата работна ръка.

Има ли решение

В България има нефункциониращ пазар на труда и това е свързано с демографската структура – много хора, които излизат да работят извън страната, и малко, които влизат.

Прогнозата е, че ще се задълбочава тенденцията работодателите у нас все по-трудно да намират подходящи кадри. Експерти, които добре познават ситуацията, уверяват, че дългосрочното решение включва преквалификацията на по-възрастното население и вноса на професионалисти от чужбина. Ако не се приведат в действие целенасочени усилия, фокусирани и върху привличане на хора с умения от други страни, това може да се окаже пагубно за икономиката. Решението обаче не може да се намери само с административни мерки. Цената на труда е важен фактор в свободното движение на хора.

Ключов фактор

Компаниите за подбор на кадри помагат на работодателите да се справят с трудностите, но, за съжаление, не са факири с магическа пръчица. Те обаче може да са полезни в намирането на верните стъпки за пречупване на негативните тенденции. Растежът на всеки бизнес ще зависи от



ПРОБЛЕМЪТ С НЕДОСТИГА НА КАДРИ НЕ МОЖЕ ДА СЕ РЕШИ САМО С АДМИНИСТРАТИВНИ МЕРКИ, ТЪЙ КАТО ЦЕНАТА НА ТРУДА Е ФАКТОР В СВОБОДНОТО ДВИЖЕНИЕ НА ХОРА

качеството на специалистите, които е успял да привлече, да мотивира и да задържи. Технологиите се развиват. Но все по-видимо се откроява, че човекът е ключовият фактор, от който зависи и развитието на технологиите, и конкурентоспособността на всеки бизнес.

Предлагаме гледната точка към пазара на труда от две дами, които управляват компании за подбор на персонал. ■

Надя Василева:

Талантите изместиха капитала

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



Надя Василева, „Ние вярваме в таланта“ е мотото на „МенпауърГруп“? Талантите ли са двигателят на успеха на всяка компания?

- Талантите изместиха капитала като основна различителна икономическа характеристика за успех и така човечеството навлезе в т. нар. Човешка ера. Сега оптимизирането на човешкия потенциал ще бъде най-определящият фактор за растеж на бизнеса и за бъдещ успех и всички управители и ръководители трябва да преразгледат начина, по който отключват и използват ефективно човешкия потенциал в един все по-неустойчив и променящ се свят. Настъпването на Човешката ера ще има редица дълбоки последици върху пазара на труда,



докато светът се адаптира към факта, че нищо няма да е както е било преди. Квалифицираните кадри, чието предлагане непрекъснато намалява, ще диктуват условията си на работодателите за това как, къде и кога да работят. Намирането и задържането на подходящите таланти ще бъде двигателят за успех на всяка компания.

- Какво е днес разбирането за успех, пречупено през вашето добро познаване на пазара?

- Успех е да изградиш адекватна стратегия за талантите (човешкия ресурс) и да внедриш системи за анализиране на информацията, която да е в полза за намирането, развиването и задържането на подходящите хора в организациите. Компаниите трябва да са сигурни, че разполагат с най-добрата среда, която да отключи креативността, иновативността, съпричастността, страстта и интелектуалната любознателност, които са в сърцевината на понятието „човек“.

Успех за търсещите работа е да поддържат и непрекъснато да развиват качествата и уменията си, за да останат по-дълго време релевантни на пазара на труда.

Тази година се налага един изключително важен термин – ученост (learnability), което всеки трябва да развива и поддържа в унисон с развиващите се технологии и промените на пазара. Свидетели сме на една постоянна несигур-

ност, която очаква да развиваме качества като гъвкавост, постоянство, дисциплина, издръжливост, комбинативност и смелост. Това са качествата, които ще дефинират успеха занаяпред.

- По отношение на човешките ресурси пред какви предизвикателства се изправят бизнес лидерите в този момент в България?

- Сред най-важните ще открия:

- ✓ Увеличаващата се бездна между търсене и предлагане;
- ✓ Липсата на избор от налични таланти;
- ✓ Нежеланието на младите поколения да са част от пазара на труда на 100%;
- ✓ Неадекватните за времето си законодателство и регулации.

- Задържането на таланти и откриването на нови ще са от решаващо значение за всяка компания. Но как поумело да се управлява този процес?

- Единственият начин е да се използва професионална помощ и определени системи за анализ на информацията, които рядко се ползваха досега. Работодателите трябва да са много по-отворени за нетрадиционни канали за подбор. Даже едва ли може вече да се говори за възможен подбор. Сега по-скоро е важна бързината на работодателите да грабнат появилите се на хоризонта таланти, защото иначе би бил привлечен от конкуренцията. Налага се работодате-

лите да се съобразяват с наличните таланти.

- Пазарът на труда все по-силно страда от липсата на необходимите кадри. Как се отразява това на вашия успех като компания?

- И ние, както и другите компании, страдаме от липса на повече подходящи кадри. Сега компаниите трябва да се фокусират в обучения и разнообразни модели за задържане и развитие на хората. Това, на което залагаме, е правилен подбор и разнообразие от начини за задържане и мотивиране на нашите таланти. Непрекъснато увеличаваме броя на персонала си и това ще продължи и в близките 3 години. За целта най-правилната стратегия е разнообразието на талантите както като образование, така и като възраст, насоченост, интереси. Колкото е по-разнообразен един екип, толкова по-успешен е той, тъй като се раждат по-креативни идеи.

- Защо обаче се появи този толкова силен дефицит за квалифицирани кадри?

- Обемът от налични таланти е малък в сравнение с търсенето, а и има огромен брой хора, които не търсят работа, плюс такива, които напускат страната... Много са причините и една от тях е липса на имигранти, които да идват да работят в България.

- Какъв фактор се явяват на пазара на труда - може ли бизнесът да се справя и без вас?

- Тези, които не са ни ползвали досега, си мислят, че могат и без нас. Тези, които обаче са ни пробвали – не могат без нас. Така или иначе, с нас всичко става много по-бързо и качествено. Ние разполагаме с кандидати, които сериозно си търсят работа и са мотивирани за промяна. Тъй като имаме десетки отворени позиции, кандидатите имат доверие в нас и работят с нас в намирането на следващото си предизвикателство.

- Какви са „върховете“, които през тази година сте си поставили за цел да покорите?

- Всяка година растем значително, така ще бъде и тази година със сигурност. Нашата цел е да помагаме на клиентите и кандидатите ни да са успешни в непрекъснато променящата се среда на пазара на труда. В края на миналата година се преместихме в по-голям нов офис и очакваме всеки, който търси нови върхове в своята кариера, да ни посети или да се регистрира в новия ни уебсайт www.manpower.bg.

**КВАЛИФИЦИРАНИТЕ
КАДРИ, ЧИЕТО ПРЕДЛАГАНЕ
НЕПРЕКЪСНАТО НАМАЛЯВА, ЩЕ
ДИКТУВАТ НА РАБОТОДАТЕЛИТЕ
КАК, КЪДЕ И КОГА ДА РАБОТЯТ**

Дарина Пенева:

Компаниите търсят начини да задържат хората

Дарина Пенева е изпълнителен директор на българския офис на „Стантън Чейс“ - американска компания за директен подбор на персонал със 75 офиса в 45 страни. Поема ролята от стартирането на бизнеса в страната през 2006 г. Има над 20 години опит в областта на набиране и подбор на персонал за мениджърски позиции, както и значителен опит в бизнес консултирането, оценяване на компетенции, провеждане на обучения и идентифициране и развиване на личностен и мениджърски потенциал.



Д-жо Пенева, проучването на Стантън Чейс Интернешънъл в края на 2016-а показва, че се търсят иновативни и креативни лидери, които да водят компаниите към промяна и успех. Към каква промяна обаче?

- С навлизане на технологиите, с глобализацията на света и с мобилността на хората съществуват все по-мал-

ко бариери пред бизнеса и нас, като индивиди, и все повече предизвикателства и възможности. Промяната, за която говорим, е проактивна, а не реактивна. Успяват онези лидери и компании, които могат да видят няколко стъпки напред и да са пионери в промените, адаптиране на бизнес модели или на подходи към пазара или към потребителите. Това е възможно единствено ако имат кураж, смелост и вяра в способностите си и готовност да поемат риска от неизвестното.

- Откриването на таланти и задържането на служителите ще са от решаващо значение за всяка компания. Но как ще става това?

- Откриването и задържането на таланти си остава приоритет номер едно за компаниите, наред с поддържане на стабилни парични потоци, както и изграждане на позитивна работодателска марка. Борбата за таланти кара компаниите да намират алтернативни мотиватори и методи за задържане на хората. Инвестира се в модерни и удобни офиси, предлагат се гъвкави пакети от придобивки, адаптирани според нуждите на конкретния служител, възможност за работа от вкъщи или за гъвкаво работно време. Липсата на професионалисти провокира компаниите да започват да работят за подготовка на специалисти със специфични знания и умения още в училищата.

- Пазарът на труда се задъхва от липсата на необходимите професионалисти. Как се отразява това на вашия успех като консултантска компания за директен подбор?

- В среда на недостиг на професионалисти, необходимостта от ползването на фирми за директен подбор нараства, тъй като този подход позволява да се открият и мотивират както доказани професионалисти, така и хора с потенциал за бъдещо развитие. Компанията ни се развива последователно и през миналата година имахме най-успешната си година, откакто стартирахме бизнеса през 2006-а.

- Какъв фактор се явяват на пазара на труда? Улеснявайки един бизнес, не създавате ли затруднения на друг, който е загубил ценен мениджър или ръководител на най-високо ниво?

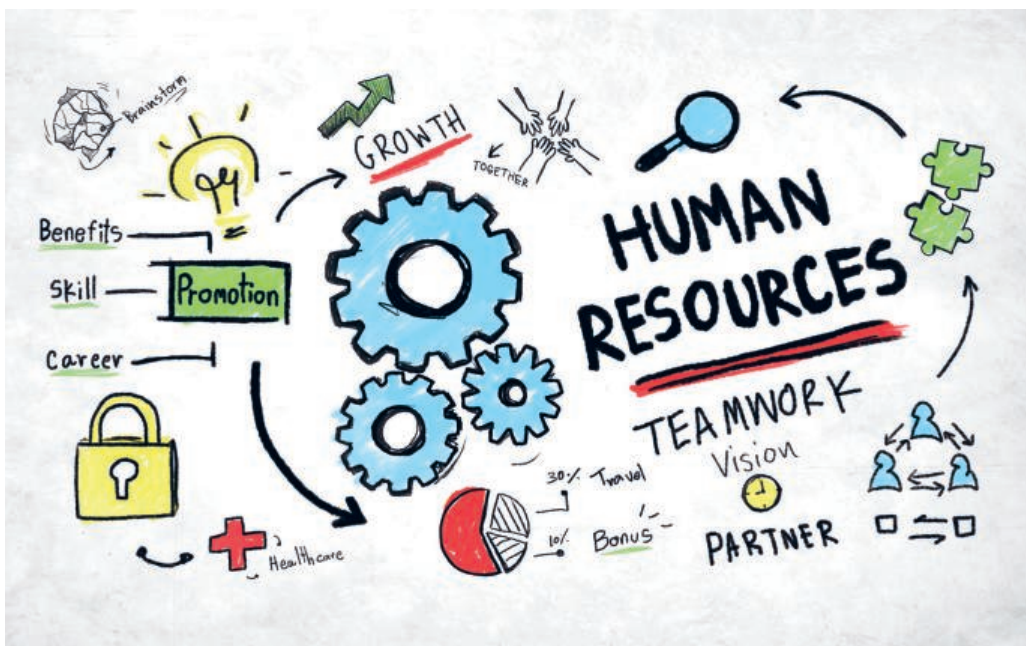
- Ние вярваме, че нашата роля на консултанти е да споделяме с професионалистите информация за нови професионални възможности. Всяка личност е в правото си да потърси по-добри възможности или нови предизвикателства, които да ѝ носят удовлетвореност. Може да се изненадате, но понякога напускането е „здравословно“ и за двете страни. И все пак напускането на ключов мениджър е болезнено, но в същото време дава и нови възможности на работодателя да преосмисли приоритетите на ролята, да развие или да промени обхвата ѝ, както и очакванията към новия служител.

- Какво е днес разбирането за успех? Към какъв успех се очаква лидерите да водят компаниите?

- Успехът има много и различни дефиниции и включва множество компоненти. Днес са важни не само традиционните измерители за успех, като приходи от продажби, печалба, пазарен дял, статут и т. н. Все повече се търсят лидери, които да развиват бизнеса с мисъл за следващите поколения, да реализират „зелени“ проекти, да вдъхновяват, да реализират инвестиции в подкрепа на каузи със социална значимост за обществото.

- Кой е хоризонтът, към който вие „бягате“?

- Винаги съм се водила от идеята, че искам да съм добра в това, което правя, да си поставям високи цели, като всичко това да ми носи и удоволствие. Когато стартирахме бизнеса на Стантън Чейс, мечтаехме да сме познато име и пазарен лидер. След повече от 10 години, когато това е факт, аз тичам към следващия хоризонт и той е свързан с това да споделям опита и знанията, които съм натрупала, и ако мога, макар и с нещо малко, да помогна на другите да са успешни. А в личен план следвам мечтата си да стъпя на всички континенти.



ЛИПСАТА НА ПРОФЕСИОНАЛИСТИ ПРОВОКИРА БИЗНЕСА ДА СЕ АНГАЖИРА С ПОДГОТОВКАТА НА СПЕЦИАЛИСТИ СЪС СПЕЦИФИЧНИ ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ ОЩЕ В УЧИЛИЩАТА

КАМПАНИЯ

организирана от КРИБ
и списание “Икономика”

БИЗНЕС *на* СВЕТЛО

С подкрепата на:



Георги Илиев:

УСПЕХЪТ В НАМИРАНЕ на РАБОТА Е НАЙ-ЗНАЧИМИЯТ ТЕСТ ЗА КАЧЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ

автор: Мая Цанева

Г-н Илиев, в България се говори много за иновативно училище, дуално, неформално обучение. Как тези нови подходи и форми на образование запълват пропастта между чина и работата?

- Фокусът на моята работа са бизнес училищата (т. е. бизнес факултетите на университетите), които по дефиниция са тази част от висшето образование, която е най-директно свързана със света на бизнеса. Но иновативността и ориентираността към бизнеса варират в зависимост от региона и типа институция.

Водещите европейски и американски университети поддържат контакти с бизнеса на национално и международно ниво. Като цяло, повечето частни (не-публични, не-университетски) бизнес училища са с по-силни връзки с бизнеса.

В миналото беше просто: първо учиш, после работиш. Сега студентите карат стажове в реални компании, учат се от реални бизнес казуси, пишат консултантски проекти и бизнес планове вместо магистърски тези, представят пред корпоративната общност и т.н.

Движението в обратната посока също е осезаемо: компаниите участват в съвещателните съвети на университетите, допринасят към ежегодното обновяване на учебните планове, изпращат гост-лектори.

Съществува прост метод, чрез който можете да прецените колко иновативна е културата на дадена институция, базиран на дизайна на класните стаи. Традиционните университети са с банка за професора отпред и с много редици чинове. Класните стаи в по-иновативните училища са с амфитеатрална форма, което позволява обсъждането на бизнес казуси, при което студентите (а не професорът)

имат водещата роля. А най-иновативните институции са с плоски класни стаи с подвижни маси и столове, които могат да се групират във всевъзможни варианти.

- По какво се различава гледната точка на академичната общност и на бизнеса за това от какво има нужда реалната икономика? Къде са пресечните им точки?

- Двете общности имат много споделени интереси. Компаниите са крайният потребител на продукта на университетите, така че нуждите им от актуални професионални знания и умения са сходни с нуждите на другия краен потребител, студентите. Но има и разминавания. Затова бизнес училищата са крайният арбитър какво трябва да се преподава.

Пример: от педагогическа гледна точка е по-ценно да се преподават казуси на провал, отколкото на успех. От историите за провал обикновено можем да си извадим по-правилни и практични заключения. Подемът на предприемаческата активност в Европа в последните години до известна степен се дължи на масовото медийно представяне на успешните нови компании. Това, за съжаление, често прави лоша услуга на начинаещите предприемачи.

- Може ли предприемачеството да се преподава?

- Преди две години срещнах Питър Тийл в Лондон. Той нашумя покрай подкрепата си за Доналд Тръмп, но преди това стана известен с програмата си за обещаващи младежи, които напускат университета и създават свои компании. Участниците в неговата програма (внимателно подбрани и с неговата подкрепа) имат големи шансове за успех и бързо ще се поучат от грешките си. Но останалите студенти, които решат да зарежат образованието си, най-вероятно ще се сблъскат с повече трудности. Накратко, предприемачеството не само може, но и трябва да се преподава. А за



останалото животът ще се погрижи. Предприемачеството е хибрид, който изисква умения на всички нива и комуникация с всички участници на пазара, което прави преподаването му по-сложно.

- В България се появиха много възможности за академично и неформално образование по предприемачество, дигитален бизнес, високи технологии. Как работодател или обикновен човек може да разпознае качествено образование?

- Доброто образование е многоизмерно. От една страна, е нужна широка база от знания и умения – социални и комуникативни способности, лидерски умения, етика и обществена отговорност. От друга, образованието трябва да създава дълбоки специализирани умения в съответната сфера. В крайна сметка успехът в намиране на работа е най-значимият тест за качествено образование.

- Как се изгражда функционираща връзка между университет и реален бизнес?

- В миналото се смяташе, че ако преподаваш на студентите казуси от реални компании, това ги подготвя достатъчно добре за бизнес света. Но казусите опростяват реалността и дават информация наготово. В реалната икономика ситуацията са много по-сложни, а информацията, нужна за

Георги Илиев е директор по акредитацията на бизнес факултети в нововъзникващи пазари. Той работи в базираната в Лондон световна Асоциация на магистрите по бизнес администрация и пътува за акредитации на университети в 70 държави. Работил е с около 150 бизнес училища както в развиващи се пазари (Китай, Русия, Латинска Америка, ЮАР, Турция, Индия), така и в развити региони (Европа, Япония, Хонконг, Сингапур, Австралия, Нова Зеландия). Георги Илиев е завършил магистратура в Софийския университет и магистратура в London School of Economics.



Георги Илиев по време на презентация в Нагоя, Япония

вземането на решение, в повечето случаи липсва.

Затова в образованието е нужно студентите да бъдат подлагани на предизвикателствата на реалния свят. Световното бизнес училище INSEAD (в Париж и Сингапур) например дава на своите студенти по бизнес администрация да работят с учени, направили научни открития (напр. в медицината или физиката), като целта е тези открития да бъдат комерсиализирани и да доведат до създаването на продаваеми продукти и нови бизнеси (spinout/spinoff). Във водещите американски и европейски университети има цели звена за комерсиализиране на научните открития, като някои от тези структури дори се търгуват на фондовата борса (напр. Imperial Innovations в Лондон).

- Как се разпознават иновативните университети?

- Студентите (особено на магистърско ниво) работят по „интегриращи проекти“, които съчетават знания и умения в множество области (напр. маркетинг, финанси, стратегическо управление). Кариерните звена в университетите търсят интегриращите проекти в постоянна връзка с корпоративната общност. В иновативните институции преподавателите не са организирани в катедри, а в тематични сфери, като един професор може да принадлежи към повече от една сфера.

Други интересни новаторски практики са например преподаването на лидерство чрез театър или на бизнес етика чрез срещи с осъдени за финансови престъпления.

- Как се променя академичната среда в Европа, особено след Брекзит? Кои университети са най-адаптивни към динамичната обществено-политическа и икономическа ситуация?

- Доста британски университети се интересуват от създаване на европейски кампуси. На INSEAD им отне 15 години, за да създадат успешен кампус в Сингапур.

В сферата на бизнес училищата Франция е страната, където се случва най-много. Там водещите бизнес училища са собственост на регионалните търговско-промишлени палати (HEC, ESCP, EMLYON). От една страна, те постоянно създават нови програми, които се преподават на английски. От друга, бизнес училища се сливат, за да станат наднационални играчи (напр. Kedge и Neoma).

Европейските училища са много по-активни в чужбина и имат редица задморски кампуси в Китай, Малайзия, Сингапур и Близкия изток. Тече и обратният процес - първите две китайски институции също наскоро отвориха европейски кампуси (CEIBS от Шанхай придоби швейцарското училище Лоранж близо до Цюрих, а университетът Джъдзън в Ханжоу отвори съвместен кампус с Imperial в Лондон.)

- Имате богат опит като съветник на ръководството на много университети. Кои са най-предизвикателните ви случаи?

- Постигането на уникална специализация и репутация е почти непосилно за съвременните университети. Професорите в различните дисциплини „дърпат чергата“ към своята област и в резултат повечето университети и бизнес училища предлагат много специалности, вместо да се наложат като световна сила чрез специализация. Малкото бизнес училища, които успяват да постигнат това, са известни в света: напр. Келог/Kellogg (Чикаго) в маркетинга и Бабсън/Babson (Бостън) в предприемачеството.

Понякога предизвикателството е да се намери баланс между качество и финансов успех. Ако една институция с известна репутация реши да снижи летвата при набирането на студенти, следват краткосрочни финансови успехи, които са пагубни за престижа ѝ в дългосрочен план.

- В кой свой съвет вярвате безусловно?

- Съветът ми е да не се страхувате да бъдете различни. Диференциацията е конкурентно предимство.

25-26 АПРИЛ 2017



СОФИЯ ТЕХ ПАРК

WEBIT FESTIVAL EUROPE

ENTERPRISE | POLICY | STARTUPS

СЪБИТИЕТО, КОЕТО ЩЕ ВИ ПОДГОТВИ
ЗА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ
НА БИЗНЕСА И ПРОФЕСИЯТА ВИ!

WWW.WEBIT.BG

код за 10% отстъпка: **wficonomica**



Президента на Р. България
г-н Румен Радев



Под патронажа на



Кмета на София
г-жа Йорданка Фандъкова

ФИНАНСИТЕ КАТО ДЕТСКА ИГРА

LEADSTREET РАЗВИВА ЛИДЕРСКИ УМЕНИЯ И ПОДГОТВЯ
ЗА САМОСТОЯТЕЛНИ РЕШЕНИЯ НАЙ-МАЛКИТЕ



автор: **Божидара Иванова**

LeadStreet е мобилна и бордова игра, създадена от LeadersPlay – компания, което се занимава с обучението на деца от 1-ви до 12-и клас. Мобилната версия на играта може да бъде свалена безплатно и е насочена към сферата на предприемачеството и финансовата грамотност. Тя помага на децата да взимат самостоятелни решения и да управляват финансови средства. Зад разработката ѝ стои екип от четири човека, които тепърва планират да се разрастват.

„Планираме да създаваме все по-мощни игри, които ще могат да се играят както в семейна обстановка, така и в училище“, разказва изпълнителният директор на LeadersPlay Гергана Грънчарова.

В играта има шестима герои, всеки със собствен характер и определени цели, които трябва да постигне. Основните ресурси са бизнес, обучение, време и забава. При избирането на даден герой всеки от играчите определя сам своята стратегия чрез картите, които избира. В играта има и банка, в която е заложено депозирание на пари.

Децата на тази възраст не знаят какво е депозит и лихва, но те могат да изберат колко от личните си пари да сложат за 3, 5 или 7 хода, които в реалния живот представляват месеци. Те могат да видят колко пари ще получат накрая, пояснява създателката на LeadersPlay.

Компанията стартира своята дейност през 2015 г. Обученията се различават много от това, което до този момент се предлага на българския пазар. Те се провеждат чрез метода на игровизацията и децата са главни действащи лица по време на самото обучение. Още на крехка възраст малчуганите придобиват различни умения, като се научават да работят в екип, да бъдат уверени, да могат да презентират идеите си и да изразяват свободно мнението си.

В по-голяма част от децата се забелязват лидерски умения, които е добре да бъдат развити. Много е важно те да научат от малки, че лидерството се постига на база на резултати. Ние ги учим да бъдат толерантни и да не се налагат. Повечето от преподавателите ни са практики от бизнеса, за които това не е основна професия. Те просто искат



да допринесат по една или друга причина за бъдещето на България, обяснява Гергана Грънчарова.

Предметите, по които LeadersPlay преподава, са предприемачество, финансова грамотност и личностни умения. Обучението по личностни умения е подходящо за деца от 1-ви до 4-и клас, по предприемачество и финансова грамотност – от 10 до 13 г., а за деца над 14 г. има Академия по лидерство, предприемачество и финанси, която обхваща целия процес по придобиване на умения за създаване на бизнес. В курсовете за по-големи деца има определена теория, която се учи чрез дискусия.

Обученията са в рамките на 3 месеца, като са разделени по два астрономически часа на седмица. Цената на един такъв курс е 399 лв. за три месеца, като има възможности за разсрочено плащане.

За момента LeadersPlay са ситуирани в София, но пла-

нират да се развиват и на регионално ниво под формата на франчайз. Разговаряме с Пловдив, Варна и Бургас за закупуване на обученията. За нас е много важно какъв е човекът отсреща и как приема обученията на деца в сферата на образованието. Това е много важно и нашият партньор трябва да държи на качеството и да бъде морален, категорична е изпълнителната директорка на LeadersPlay.

В момента компанията води преговори с български печатници за пускане на бордовата игра LeadStreet. Също така преговаря с различни фондове за инвестиции, тъй като разработва нови и по-мощни проекти, свързани с технологии за виртуална реалност. Освен в България, LeadersPlay са се насочили към пазарите на Великобритания, САЩ, Канада и Финландия. Този месец стартираме кампания в Indiegogo, с която искаме да запознаем света с LeadStreet и да съберем предварителни поръчки за играта от България и чужбина, казват нейните създатели.

CHAOSGROUP

V-Ray



Имаме сериозна конкуренция и това ни дърпа напред, казват Владимир Койлазов (едясно) и Петър Митев

ЦЕНАТА НА ЕДИН ТЕХНОЛОГИЧЕН „ОСКАР“

автор: **Татяна Явашева**

Владимир Койлазов, Петър Митев и Chaos Group имаха шанса да станат твърде познати имена, след като на 11 февруари получиха „Оскар“ от американската Академия за филмови изкуства. След задълбочено проучване наградата е присъдена на Владимир Койлазов за цялостен принос в категория „Наука и инженерни технологии“ за оригиналната концепция, дизайн и прилагане на технологията V-Ray. Този софтуер за 3D визуализация значително допринася за качеството на кинопродукциите. Над 160 филма - от „Аватар“

до „Игра на тронове“, използват V-Ray, който пресмята и превръща компютърния модел във фотореалистично 3D изображение с необходимата светлина, текстура и цвят. Но това е само едно от приложенията на софтуера, който се ползва още в продуктивния дизайн, рекламата, архитектурата, телевизията и в други области.

Път

В светлината на прожекторите всичко изглежда примамливо и красиво. Но цената да фокусираш вниманието на

: CHAOS GROUP ДОПРИНАСЯ : БЪЛГАРИЯ ДА СТАНЕ : ПО-РАЗПОЗНАВАЕМА КАТО : ВАЖНА IT ДЕСТИНАЦИЯ

медиите и на технологичната общност е платена в продължение на над 15 години с много труд, „кръв и сълзи“. Зад разработката и нейното непрестанно усъвършенстване стоят и много знания. Бърз успех не е възможен, искат се постоянство и търпение, тъй като това е софтуер с изключително висока степен на сложност, за да се осигури и неговото бързо действие. „Благодарен съм на всички творци и студия за прекрасните произведения, които създадоха през годините чрез V-Ray. Бих искал да поздравя и останалите носители на наградата за наука и технологии, тъй като техните усилия разширяват границите на визуалните ефекти в киното“, споделя Владимир Койлазов, главен технически директор и съосновател на Chaos Group.

ЕТАЛОН

Chaos Group е световен лидер в технологиите, свързани с компютърната графика, и вече е стандарт на пазара, потвърждение за което е високото отличие. Когато преди години започват да разработват V-Ray, от всички тогавашни конкуренти те като че ли са били с най-малък шанс да се наложат. Но усърдието дава резултат. Компанията е създадена преди 20 години от Петър Митев и Владимир Койлазов с намерението да правят иновативни разработки в сферата на рекламата. Но в онези трудни години рекламният пазар силно се свива и този план пропада. Започват да търсят други възможности и в един момент се стига до идеята за V-Ray. Още през 2002 г., когато пускат продукта, намират клиенти. През 2003 г. излизат филми, сред които „Последният самурай“, в които за визуалните ефекти се ползва тяхната технология. В първите години е много трудно да пробият, тъй като в тези среди на новите играчи обикновено се гледа с недоверие, особено когато в обработваното на изображения вече има утвърден софтуер. Първоначално им обръщат внимание по-малки фирми, склонни да експериментират.

С изглед към „Дружба“ 2

Ние, зрителите, разпознаваме филмите, но вече ще мислим и за технологията, с която са правени. Тази награда е постигната от хора, които не гледат небостъргачите в LA, а виждат „Дружба“ 2 от терасата на офиса си. „Може да задържим хората в България, като им покажем, че тук има друга среда и друга реалност, която е добра за развитие и високи постижения. Писането на софтуер не изисква големи капиталовложения, а членството ни в ЕС улеснява продажбата на софтуер и няма причина да сме някъде другаде в света, освен в България“, казва Койлазов. А управителят на Chaos Group Петър Митев добавя: „Ние сме една от най-успешните компании в тази индустрия в световен мащаб и

ако някой от колегите ни иска да развива подобна технология, той няма причина да отиде в чужбина, тъй като вече работи в най-добрата фирма. Апелирам IT компаниите да се фокусират върху разработката на уникални технологии, които да налагат в световен мащаб, а не толкова да се занимават с аутсорсинг.“ Според двамата разработването на уникални продукти е и начин хората да се задържат тук.

Хоризонт

„Тази награда съвсем не е най-високото постижение, към което се стремим. Не преставаме да се развиваме и да разкриваме нови хоризонти в индустрията за визуализация“, сподели Петър Митев. В разрастването купуват американска фирма и създават свой офис в Лос Анджелис. В Япония и Корея също отворят офиси с малък екип, който да продава. Двете развойни звена са в София и Балтимор. В момента екипът на Chaos Group в България наброява над 200 души, още 30-ина техни представители са в чужбина. За 2015 г. българското дружество „Хаос софтуер“ има приходи от 26 млн. лв. и е на печалба от близо 5,5 млн. лв. В края на миналата година компанията обяви, че инвестира 2 млн. евро в испанския стартъп C3zveg, който прави възможни интерактивни визуализации в реално време.

Ползват над 250 дистрибутори, с които стигат до своите над 100 хил. клиенти по света. „Нашият бизнес модел не е да участваме в големи и скъпи проекти, а да обслужим много хора на много ниска цена, тъй като софтуерът ни е по-скоро евтин“, посочва Петър Митев.

Бодра смяна

„За програмирането е важно да се разбере, че по-голямата част от работата не е свързана с успеха или с някакъв резултат, а със собственото ти образование. Голяма част от труда ти изобщо няма да види бял свят, но това помага да се развиеш. Великият продукт е резултат от огромно количество изхвърлен код“, обяснява Петър Митев. Продължават да търсят нови специалисти от различни сфери – програмисти, продуктови мениджъри, 3D специалисти, специалисти по осигуряване на качеството, хора с мениджърски опит за управление на дивизии в компанията, специалисти по маркетинг и продажби. Имат и стажантска програма, с която дават шанс на млади таланти в програмирането и 3D визуализацията да се развият и да останат в България.

Много може да се говори за Chaos Group, но най-важното е, че с усилията си екипът на компанията направи България разпознаваема на технологичната карта на света.



Изложба-панаир на продукти и изделия, произведени от членове на "Green Cluster", по време на организираното от мрежата първо в Кипър състезание за бизнес партньорство



СИНЕРГИЯ за НАНОФИРМИ

автор: **Бранислава Бобанац, Кипър**

Какъв общ бизнес може да свърже... билки и магарета? Отговора дават две от най-популярните и интересни компании в Кипър - единственият по рода си на острова парк CyHerbia (Cyherbia Organic Herb Gardens), където се отглеждат различни билки в 9 тематични градини и се произвеждат различни продукти от тях, и най-известната ферма за магарета и добив на магарешко мляко „Златни магарета“ (Golden Donkeys). С програмата „Магарета и билки“, която осъществяват заедно, те спечелиха голямата награда в проведеното през септември м.г. първо в страната състезание за „най-добра синергия в бизнеса“. В него за първи път в Кипър бяха отчитани постиженията не на отделни компании, а на съвместната работа между тях. Иновацията за такъв нов тип „конкуренция“ е на организатора на конкурса - новата платформа за сътрудничество между кипърските малки предприятия „Зелен клъстер“ (Green Cluster).

Само за година и половина - бизнес мрежата бе създадена през ноември 2015 г., тя надхвърля 180 участници и

техният брой постоянно се увеличава. Членовете ѝ са от 14 сектора на икономиката - селско стопанство, хранително-вкусова промишленост, туризъм, информационни и комуникационни технологии, строителство, енергетика, транспорт, образование...

Новата платформа е насочена да обедини и подпомогне кипърските малки и средни предприятия и най-вече нанофирмите, стартиращите бизнеси (start-ups), групи от хора и индивидуални предприемачи, които споделят общите ценности за

УСТОЙЧИВОСТ НА РАЗВИТИЕТО

„Целта е да се използва по-ефективно потенциалът на едно динамично междофирмено сътрудничество, за да се насърчи увеличаването на иновациите и растежът на малките компании, да се стимулира износът на техните продукти и услуги на международния пазар. Искаме да утвърдим културата на синергия в бизнеса“, подчертава Ксения Лоизиду,



НОВАТА ПЛАТФОРМА НА КИПЪР „ЗЕЛЕН КЛЪСТЪР“ КАНИ БЪЛГАРСКИ МАЛКИ И СРЕДНИ КОМПАНИИ ЗА БИЗНЕС ПАРТНЬОРСТВО

„На живо“: как се прави прочутото традиционно кипърско сирене халуми

президент на неправителствената организация за проекти и проучвания АКТИ (AKTI Project and Research Centre), която е инициатор за учредяването на „Green Cluster“.

Самото създаване на такъв тип клъстър е новост в условията на Кипър, смята финансовият министър на страната Харис Георгиадис, под чийто патронаж протече първото състезание за бизнес синергия. Според него това е „иновация в обществения диалог за развитието на дребното предприемачество“.

За Кипър то е изключително важно, тъй като икономиката му е почти изцяло доминирана от малките и средни компании. Според статистиката 96% от кипърските предприятия представляват нанофирмите – компаниите, в които са заети по-малко от 10 души.

Новият клъстър е специално ориентиран към кипърските нанопредприемачи не само заради големия мащаб на най-малкия бизнес, но и заради особеностите на финансовата среда, в която те са поставени. Данъчният режим в страната е благоприятен към тях, като им дава възможност да работят легално без регистрация по ДДС и без да плащат ДОД. Практиката показва, че техният годишен доход обикновено е под 19 500 евро (колкото е необлагаемият минимум за данъчното облагане), те не достигат и границата от 15 600 евро за регистрация по ДДС. В същото време тези облекчения ги оставят „извън“ основния икономически поток, извън вниманието на министерства, банки, подпомагачи програми. Откъдето пък идват техните проблеми и очаквания.

От какво основно се нуждаят тези фирми показват резултатите от изследване, проведено от екипа на АКТИ в продължение на 9 месеца, което помага на инициаторите на „Green Cluster“ да избистрят концепцията и структурата му. Над 2/3 от анкетиранияте повече от 200 малки компании посочват, че най-много им е необходима „работа в мрежа“. Втората област, за която те търсят помощ, е „иновации“ – според 37% от участвалите в проучването. „Достъп до източниците на финансиране“ е от интерес за 31% от фирмите. За „сътрудничество без бюрокрация“ се обявяват 27% от тях, а „разширяване на международните пазари“ и „раз-

витие и/или използването на общи инфраструктури“ желаят 23% от представителите на малкия бизнес.

„Това, което се опитваме да правим с клъстъра, е да насърчаваме синергията между компании с различни сфери на дейност, от различни икономически сектори. Ние търсим нови възможности и по-нестандартно сътрудничество между тях, а не конвенционалните бизнес контакти, каквито съществуват между доставчици на стоки, производител-търговец. Ние казваме - ако вие имате 1-2 работника и се кооперирате с още няколко такива предприемачи, всички заедно в един момент ще имате общо 20 работника и възможност за разширяване на бизнеса с нови пазари и продукти. При това –

без допълнителна бюрокрация и разходи

за регистрации, счетоводители, адвокати“, обяснява Ксения Лоизиду.

Новата бизнес платформа се стреми да обхване специално селските райони на острова, където малките предприятия срещат по-големи трудности за популяризиране на техните продукти, излизане на пазари, финансиране, контакти с други фирми и бизнес сдружения. Практиката показва, че много от нанопредприемачите в Кипър са жени именно в тези части на страната. Те произвеждат различни видове традиционни кипърски сладка, сладкарски изделия и други типични продукти от местната гастрономия, а също изделия на кипърските художествени занаяти, или развиват други локални дейности. От малкия си бизнес те имат доход, който, макар и неголям, подпомага семейния им бюджет и ги удовлетворява. Много от жените-предприемачи са заявили, че искат да разширят и развият компаниите си, но без да стават „големи бизнес дами“, защото държат да запазят начина си на живот с повече свободно време за семейството си, показват наблюденията на екипа на клъстъра. Според него точно в такива случаи различните форми на синергия са особено ефективни, защото могат да подпомогнат по-широко присъствие на пазара без начинът на живот да се променя към кариерно ориентиран, на принципа „как да стана милионер“.

Само за последната една година новата платформа е провела 33 семинара за

интерактивно обучение

посочва Кула Аристодему, неин координатор. Чрез тях експерти от различни области предоставят на членовете на клъстъра информация за пазара, за възможностите за финансиране, консултират ги как да подготвят документацията за кандидатстване по различни програми, насърчават ги да участват по-активно в социалните медии и да използват техните възможности, за да популяризират продуктите си, изброява Кула основните направления, в които нанопредприемачите търсят помощ.

Една от основните задачи на „Green Cluster“ е да стимулира повече компании да работят заедно, за да създадат продукт или услуга, които биха могли да бъдат експортирани, което е особено важно при ограничения пазар на малката островна държава. Благодарение на „връзките“ на АКТИ с международни мрежи и организации, клъстърът вече може да финансира и пребиваване на свои чле-

зехтин и етерични масла, както и на напитки на основата на кипърски билки и магарешко мляко, които се продават и в двата парка.

Сред гордостите на клъстъра е и кооперирането между трима техни членове - собственичка на малка компания, развиваща агротуризм в едно от живописните села на острова, производител на мед и фирма за организация на събития и тържества. Резултатът е нов маршрут за сватбен туризм – празничните церемонии се провеждат в старите красиви селски къщи, като за закуската на сватбарите и като сувенирни изделия за младоженците и гостите им има различни видове мед и продукти от мед.

Въпреки че клъстърът активно работи в подкрепа на дребните производители на традиционни кипърски продукти в селските райони, той е срещу „фолклорното“ представяне на този бизнес. „Ние не подкрепяме тази форма на фолклор, на показност, на атракция – туристи да отиват в селото да видят как жените правят конфитюр, хляб, сладкиши. Тези хора работят това, те се борят за живота си, те са много активна част от нашата икономика и искат съ-



Победителите в първото в Кипър състезание за синергия в бизнеса

нове – в рамките на 1-2 седмици, в други страни, за да се запознаят с опита на сродни компании и евентуално излизане на външния пазар. Макар и млада, мрежата вече има своите

успешни примери

за сътрудничество. Първото голямо представяне на „добра практика“ ще направят билковият парк СуHerbia и фермата „Golden Donkeys“ в последния уикенд на март - победителите в първото състезание за бизнес синергия канят на двудневен фестивал „Магарета и билки“ в магарешката ферма. Сътрудничеството в областта на туризма и съвместното организиране на фестивали, семинари и други мероприятия е част от общата им програма. Двете компании си партнират вече много ползотворно в производствения сектор. Резултатът е нови продукти - комбинация на

ответното отношение, всеки очаква уважение за труда си“, разграничава се от популярните практики Ксения Лоизиду.

Успехът на платформата се дължи и на факта, че самата тя е подпомагана от големия бизнес. Под общата „шапка“ на „Green Cluster“ е и „подкрепящата мрежа“ от големи кипърски компании, банки и бизнес организации като Кипърската търговско-промишлена палата, Федерацията на работодателите и индустриалците в Кипър.

Третият „стълб“ на клъстъра е международната мрежа, която съдейства за контактите на фирмите извън острова и синергията между пазарите. В нея могат да се включат и фирми от България, отправя поканата екипът на клъстъра. Членството в него е безплатно, а кандидатстването става чрез неговия сайт www.greenclustercy.org.



1892

NAVIGATION
MARITIME
BULGARE

www.navbul.com

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

BŪLGARIYA
BULGARIA

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**



ОВАНЕС И ИЗКУСТВОТО ДА ОРГАНИЗИРАШ СЪБИТИЯ



автор: **Мая Цанева**

Ованес Ованесян е съсобственик на Weemss и Web & Events. Той е организатор на международната конференция и награди за организатори на събития - Eventex. Заедно със Симона Харизанова управляват и онлайн платформата за управление на събития и продажба на билети Weemss.

Запознах се с Ованес Ованесян случайно и отдавна, но едва преди около две-три години опознах неговото иновативно аз - Weemss – онлайн платформата за организиране на събития, която без излишен шум завладя света. За хората, които са извън този бизнес, е редно да отбележа, че Web & Events, компанията на Ованес и неговата половинка Симона Харизанова, не е проходяща фирма, а развиваща се, и то с бързи темпове. 2018 г. ще бъде десетата юбилейна година за компанията. Тази година в Дъблин, Ирландия, бе деветото издание на конференцията Eventex. Екипът на фирмата работи дистанционно, от 3 различни държави - България, Франция и Испания.

Но нека се върнем няколко години назад. „Всичко започна като на шега. Не сме мислили да се занимаваме дългосрочно със събития. Weemss се роди от нашата нужда като организатори на събития и липсата на такава платформа. Повечето софтуери и системи тогава, а и сега, са правени от хора извън бранша, които нямат представа за голяма част от процесите и спецификите. Най-голямото преимущество беше, че когато започнахме, имахме сериозен опит както със събития, така и с IT проекти“, казва Ованес.

И ако сега успехът на компанията му изглежда блестящ, началото е с нулев бюджет и без никакви контакти. От шега събитията се превръщат в сериозно бизнес начинание с „амбиции, насочени към световния пазар, където възможностите, но и конкуренцията са много по-големи“. „Няма голяма разлика в пазарите, особено когато става въпрос за Европа, САЩ и Канада. При събитията най-трудните пазари са азиатските, тъй като комуникацията там протича по различни канали, и маркетинг стратегиите, които работят в САЩ и Европа, не работят в повечето страни в Азия“, по-

Ованес Ованесян и Симона Харизанова работят с екипа си дистанционно, от три държави



Фото Юлиан Христов

СЪЗДАТЕЛЯТ НА EVENTEX И WEEMSS ЗАЛАГА НА УСПЕШНИЯ ЕКИП И РАБОТАТА ОТ ВКЪЩИ

яснява Ованес.

През 2009 г. организират първата конференция Eventex, а две години по-късно и едноименния конкурс. Идеята е да съберат на един форум професионалистите от събитийния бранш в България. Постепенно привличат и чуждестранни лектори и гости и така стигат до последното издание в Дъблин. Предизвикателството? „При такива проекти най-трудно е да излезеш от сянката на малкото местно събитие и да докажеш, че си достоен световен играч“, допълва предприемачът.

Той и екипът му работят свободни като граждани на света. От близо година фирмата не поддържа физически офис, а всички работят от къщи, засега на територията на три държави – България, Испания и Франция. Ованес твърди, че продуктивността се е покачила с поне 50% и добавя, че само спестеното време от трафик (около 90-120 минути в София) може да окаже невероятен ефект върху живота на всеки един от нас.

Екипът му, засега изцяло български, няма официално работно време, но спазва крайните срокове за задачите си, макар и от уюта на дома. За да се случи това, е важен подборът – на хора, които работят добре, на първо място индивидуално, и после в екип. Успехът идва единствено с яка работа, затова предпочитаме да запретнем ръкави и да работим. „За нас успешният екип се изразява в това да можем да отсъстваме за 2 месеца и работата да си продължи успешно и без нас. Смяя да твърдя, че до голяма степен сме постигнали това“, пояснява с гордост Ованес.

Той е един от малкото български предприемачи, които рядко дават съвети от екрана на медиите, макар и да създава събития с голям размах. Не го прави от скромност. Още в началото на кариерата си научил един от най-трудните си уроци – да преглътне егото си, защото то най-много пречи да се взимат правилните решения. Твърди, че е фокусиран върху работата си и че е достатъчно хората да ха-

ресват продуктите и проектите и да ги оценят по качество.

Мнението му за динамичните общности на начинаещите предприемачи си струва да се цитира точно: „Мисля, че стартър средите са страхотни за първите няколко месеца. Те дават голяма сила на стартиращия бизнес. Същевременно вярвам, че след този първи етап бизнесите трябва максимално бързо да се откъснат от тези среди, за да не навлязат в кръговрата на вечните стартъпи“.

Ованес е практик и не употребява думата „иновация“ напразно или в изобилие. Както пояснява, „в по-голяма част от случаите не е нужно иновацията да е нещо ново, изключително или нещо, за което никой не се е сетил. Дори малко подобрен процес може да удвои и утрои продажбите“. Иновативен е Weemss, „нашият най-любим проект“. Платформата поддържа събития в света на над 40 езика и всички (над 160) валути.

И като стана дума за събития, оказва се, че модерните събития не се правят със скъпи специални ефекти. Високите технологии се отдръпват леко и отстъпват на по-„човешки“, уютни, холистични формати. Разбира се, бюджетът има значение. Колкото е по-консервативна аудиторията, толкова по-голям бюджет е нужен. В Близкия изток се набляга на качествената храна, отличното обслужване, скъпата шоу програма. В държави като Белгия и Холандия например участниците ценят интерактивността и личния контакт.

След почти десет години в бизнеса, Ованес е убеден, че не би променил почти нищо от това, което са взели като решения. „И двамата със Симона сме практики и не бихме изразходвали време и енергия да мислим кое как би могло да стане, ако... Важното е човек да гледа напред, отвъд границата на настоящето. Миналото ни служи единствено за компас“, казва той. Стреми се да изгради бизнес среда от доволни клиенти и доволни служители. Иска устойчив бизнес, който да се развива прогресивно.

Константин **Бояджиев**,
управител на „Галакси Инвестмънт Груп“:

ПАЗАРЪТ НА БИЗНЕС ИМОТИ ЩЕ ИМА УСТОЙЧИВ РЪСТ

Г-н Бояджиев, как бихте коментирали изминатата 2016 г. от гледна точка на развитието на имотния пазар?

- И през тази година пазарът на имоти запази устойчивото си развитие, като особено силен интерес имаше от страна на инвеститорите в посока развитие на сегмента на офис сградите. Сериозното търсене от новонавлизащи и разрастващи се компании повиши увереността на инвеститорите да развиват нови и завършат стари проекти. През 2016 г. се затвърди тенденцията големите градове извън София да стават все по-атрактивни за компаниите от IT и аутсорсинг индустрията и това доведе до засилено строителство на офиси в тях. Все повече офисни проекти се отдават под наем още на етап строителство.

За пример бих посочил нашия проект Офис Парк Пловдив, който беше отдаден на 80%, още преди сградата да има разрешение за ползване. Това оживление и интересът на потенциалните наематели доведе до стабилни наемни нива, които гарантират сигурност на инвеститорите.

- Град Пловдив се превърна в предпочитана дестинация за инвестиции от страна на IT и аутсорсинг компаниите. На какво се дължи този интерес?

- Пловдив е най-бързорастящият пазар на офис площи, като градът е предпочитан от редица инвеститори заради университетския му профил и квалифицираната работна ръка за технологичните индустрии. Голяма част от работещите в града компании се разраснаха, а

все повече са и новите компании, които започват бизнес тук. Големите световни брандове в IT и аутсорсинг сектора търсят офиси от високо качество и имат редица изисквания за офисното пространство, на които може да отговори само една нова сграда. Търсенето е основно за широкоформатни офиси. Приемам тези тенденции като доверие от страна на бизнеса към града. Това показва, че икономическата среда е предвидима и стабилна. Нека не забравяме, че България се конкурира с другите държави от Югоизточна Европа и трябва да положим усилия, за да запазим високото ниво на страната и да продължим да се налагаме като най-доброто място за аутсорсинг.

Развитието на този сектор доведе до ръст на търсенето и на жилищни площи. „Галакси Инвестмънт Груп“ планира да стартира атрактивен проект и в тази посока и съвсем скоро ще обявим подробностите по него.

- Какви са вашите прогнози за 2017 г.?

- През 2017 г. се очаква растежът в индустрията на изнесените услуги да продължи, като все по-сложни бизнес процеси с висока добавена стойност да бъдат изнасяни в България. Прогнозирам добра година за градовете извън София, като Пловдив ще остане инвестиционна дестинация номер 1 за повечето компании. Очаквам тази тенденция да направи инвеститорите по-смели и да се реализират още проекти в строителството на офис сгради. Все пак решението за такава инвестиция не се взема лесно и е необходимо сериозно технологично време за проучване, проектиране, финансиране и, разбира се, изпълнение. Инвеститорите ще продължават

GALAXY INVESTMENT GROUP



ОЧАКВАМ И ПРЕЗ НАСТОЯЩАТА ГОДИНА ОСНОВЕН ДВИГАТЕЛ ДА БЪДЕ IT И АУТСОРСИНГ ИНДУСТРИЯТА

да се насочват към сгради, които имат потенциал за висока доходност. Това са вече завършени сгради или такива, които предстои да бъдат завършени, с добро местоположение и възможност за дългосрочни наемни договори.

По отношение на жилищния пазар предвиждам стабилен ръст на продажбите на зелено и интерес от страна на купувачите към качествени проекти, изпълнени от доказани инвеститори.

- България, и в частност Пловдив, се позиционираха като предпочитано място и от индустриалните инвеститори. Новините за разкриване на нови производства са все по-чести. Каква е вашата прогноза за развитието на пазара на индустриални площи?

- При индустриалните имоти, както и при всички други, важи максимата, че най-важна е локацията. Големите

инвеститори, които вече имат производства в България, сами по себе си са добра реклама и силен мотивиращ фактор за другите компании също да дойдат и да проучат отделни региони в нашата страна и възможностите за изграждане на производствени бази. Динамичното развитие в този сегмент съживява и имотния пазар. Изискванията на новите компании са за добра инфраструктурна обезпеченост, оптимални производствени разходи, високо качество на човешкия капитал. Наличието на тези фактори в Пловдив и региона привличат големите световни производители. Превръщането на града в индустриалната столица на България от своя страна е магнит и за други бизнеси и е в основата и на развитието на други сектори на икономиката. Така че аз оставам оптимист и прогнозата ми е за умерен ръст във всички сегменти на имотния пазар.

Константин Бояджиев е управител на „Галакси Инвестмънт Груп“ ООД от началото на 2016 г. Работи в компанията от 12 години, като е заемал позициите мениджър „Продажби“, директор „Бизнес развитие“ и директор „Маркетинг и продажби“. Завършил е „Международен бизнес“ в САЩ през 2005 г.



„АЛИАНС ПРИНТ“ ЗАЛАГА НА ИНВЕСТИЦИИ В ИНОВАЦИИ И СИЛЕН МАРКЕТИНГОВ ПОДХОД

Г-н Бичаков, „Алианс Принт“ отбеляза своята 15-а годишнина. Каква е равносметката за тези 15 години – какво постигнахте?

- Хубаво е да се позоваваме на цифрите. Когато влязох в бранша, по отношение на приходите печатницата беше след 370-о място. Сега сме на едно от първите места по оборот. Казвам го с радост от добре свършената работа, но цената на това постижение е много висока. В България трудно се прави бизнес, особено когато разчиташ на собствените си усилия. Специално нашият успех е резултат от постоянни инвестиции в иновации и адекватен на пазарната ситуация маркетингов подход.

- Кои са технологиите в печатарството, в които сте лидер и имате конкурентни предимства?

- „Алианс Принт“ е една от фирмите, инвестирани в много иновативни технологии. При нас има нови машини, които са рядкост дори в Европа, и това е продиктувано от стремежа ни да работим с техника, която ни дава възможност да създаваме конкурентни продукти с висока добавена стойност. Например, ние първи в България въведохме хибридната печатна технология, пуснахме първата в София осемцветна печатна машина с обръщач, въведохме нови за бранша организационно-производствени методи и т.н. Като мащаб и оборудване мощностите на „Алианс Принт“ са доста над средното европейско ниво.

- Какво предстои в печатницата като нови инвестиции, технологично обновление и иновации?

- Мога да бъда съвсем конкретен: последната голяма инвестиция, която направихме, беше производствената линия за лепене на WOHLENBERG VENTO. Възползвахме се от всички екстри, вложени в машината от производителя, и това ни даде възможности за значително увеличение на изработваните от нас книги.

Венцислав Бичаков:

ПЕЧАТАРСТВОТО СЛЕДВА НОВАТА ВЪЛНА НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ

- Как се развива печатарският бизнес в България и какви са очакванията ви?

- Фирмите с добра пазарна и инвестиционна стратегия в българския печатарски бизнес са сравнително малко. Има свръхинвестиции, за които няма пазар, а традиционните ценови войни са всекидневие. Ниските цени са най-елементарният, най-лесният начин за водене на „пазарна политика“ от много фирми, а това създава неблагоприятна пазарна среда като цяло. „Алианс Принт“ произвежда активно за българския пазар, но при умерен ръст, тъй като такъв е размерът на пазара. През последните години печатницата се специализира главно в печата на книги и рекламни продукти – специализирани каталози, брошури с по-специфични изисквания към качеството на печат и формата на продукта.

- Има ли достатъчно добре подготвени кадри за печатарския бизнес и как от бранша помагат да се случи това?

- Едва ли за някого е тайна, че в момента липсата на кадри е безпрецедентна - от общи работници до директори. За средните ръководни позиции в производството няма добре подготвени кадри и това е сериозен проблем. Няма и ефективни формати на обучение, така че не е въпрос на научна фантастика да се мисли за специалисти от чужбина. За разлика от повечето печатници, които преди време срещаха трудности с намирането на пазар, при нас се търси кой да свърши работата. В момента едни от най-добрите специалисти в бранша са от школата на „Алианс Принт“. Много от хората, с които сме се разделили, в момента са на доста добри – в това число и ръководни позиции, в други печатници.

- Имате много клиенти от чужбина. Планирате ли разрастване и на други външни пазари?

- Експортът е приоритетна дейност на „Алианс Принт“. Изнасяме основно за Франция, Англия, Германия, Бенелюкс. От 2014 г. насам удвояваме, дори ут-

рояваме на годишна база обема печатна продукция за външния пазар.

- Какви са световните тенденции и следва ли ги българският бизнес и в частност „Алианс Принт“?

- Днес полиграфическият бранш изживява етап на зрялост от жизнения си цикъл на развитие. Конкуренцията става все по-сериозна и немалко печатници, дори и в страни от Западна Европа с традиции в полиграфията, фалират. Това ясно показва, че печатането вече не е просто боядисване на хартия, а много по-сложен маркетингов процес. В този контекст от печатниците се очаква да предлагат добавена стойност към услугите, които предоставят, а те са именно в областта на маркетинга. Секторът на полиграфията се развива в няколко посоки, като на първо място е дигитализацията. „Алианс Принт“ също следва новата вълна на дигитализация в бранша. Световната тенденция за намаляване на тиражите също способства за развитието на този процес. Това засяга също и производителите на машини, тъй като все повече се използват дигитални технологии. Те дават възможност да се персонализират изделията както индивидуално, така и за по-малки или специализирани групи потребители.

- В епохата на интернет заплашено ли е печатането от новите технологии? Как влияе технологичното развитие на печатарския бизнес – повече положително, или повече отрицателно?

- Определено съм оптимист. Сериозните и стабилни компании в бранша ще намерят своето място в една все по-динамична среда. Като отрасъл в световен мащаб полиграфията ще продължи да съществува в крак с тенденциите в икономиката и с напредъка на технологиите. Започналата 4-та научно-технологична революция ще промени и печатарския бизнес на базата на дигитализацията. Всъщност, този процес е вече факт, както вече стана дума.

Пламен и Аниела Русеви:

БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА Е ЦЕНТЪР В РАЗВИТИЕТО НА **ДИГИТАЛНАТА** **ИКОНОМИКА В ЕВРОПА**

Разкажете ни повече за Webit Festival.

- Webit е глобален бранд, който работи на пет континента за създаването на интензитет от възможности за правене на бизнес и насърчаване на регионалната и световната предприемаческа екосистема. Разбира се, наред с Истанбул, Дубай, Сингапур и Ню Делхи, Webit никога не напусна и родния си град - София. Webit Festival помогна на града да си спечели титлата дигитална столица на новите пазари, а тази година продължаваме да работим за това София да бъде свързвана с иновации и новата дигитална икономика.

На 25 и 26 април София Тех Парк ще посрещне стотици инвеститори, които могат да дадат допълнителен тласък на българския бизнес и предприемаческа екосистема. Събитието ще даде възможност предприемачите да се срещнат със световни бизнес лидери и инвеститори. Мотото на форума ни тази година е re:Inventing Europe's Future.

- Увеличават ли се интересът към събитието?

- През годините Webit изгради световна общност от над 100 000 иноватори, предприемачи, инвеститори, политици и експерти с подчертан интерес към технологиите и насърчаването на дигиталната трансформация в бизнеса и обществото.

От година на година интересът към това, което правим, расте, а в Истанбул посрещнахме повече от 15 000 души от 110 държави. Webit Festival е един от малкото световни фо-

Д-р Пламен Русев е изпълнителен председател на Webit Global Series, сериен предприемач и инвеститор с доказан успех в развитието на бизнес начинания в мултикултурна среда, автор и лектор, доктор хонорис кауза на ВСУ

руми, които напълно прозрачно споделят списъците с посетители с целия свят. Регистрираните до момента посетители за събитието в София са около 3000 души от очакваните 5000. Всички присъстващи на събитието идват в София, защото вярват в бранда Webit и знаят, че бидейки на Webit Festival ще сключват договори, ще правят инвестиции, ще се срещнат с топ политически лидери от цяла Европа и ще получат пълната подкрепа на нашия екип за осъществяването на бизнес целите си.

Особено сме щастливи, че президентът Румен Радев демонстрира приемственост и продължи започнатото преди години от президента Плевнелиев партньорство с Webit Foundation. Особена чест е, че госпожа Фандъкова през последните седем години е патрон на Webit Festival в София и ние работим много близко с нейния екип, за да създадем възможности за град София и България в посока натрупване на дигитални умения, привличане на инвестиции и развитие на интелигентна специализация за града.

Не на последно място, работим близко с правителството като институция и се радваме, че и служебният кабинет оценява ролята на глобалната ни платформа, като досега сме били домакини на вицепремиери и министри от България през годините. Така работим във всички дестинации

Аниела Русева е магистър по право от Софийския университет, вицепрезидент на Webit Global Series и директор за бизнес развитието на организацията





и всички държави, в които оперира Webit Foundation.

Сред лекторите ни са едни от най-успешните предприемачи, основатели на стартапи, директори на корпорации, учени и лидери, а и световни модели на подражание. Те дават на местните бизнес и предприемачески общности не просто отлични примери за личностно развитие, но и насоки как да създадат неограничен извор на възможности за града и бизнеса в него.

Поставяме особен фокус върху общините, развитието на умните градове и развитието на малките и средни предприятия в България, за да повишим тяхната конкурентоспособност. Работим с Министерството на икономиката и ще предоставим специални възможности за представителите на малкия и средния бизнес в България, които искат да бъдат на Webit.

- Какъв е шансът България да се превърне в технологичен хъб?

- Вярвам, че България е прекрасно място, в което иновациите и технологиите имат потенциала да се развият и да водят страната към позицията на лидер в региона. Тук не говорим за конкуренция между държавите, а за превръщането на България в координатор и модератор на ново течение за развитието на дигиталната икономика в Европа.

Това може да спаси европейския проект, който в момента е изправен пред невероятни предизвикателства. В тази посока съм развил цялостна доктрина за интелигентната специализация на Централна и Източна Европа и превръщането на региона в двигател на икономическия растеж на континента, която можете да прочетете на сайта ми Russev.com.

- Има ли достатъчно подготвени кадри и как ще се реши този проблем?

- Нуждата от квалифицирани кадри в технологичния сектор е пословична и това не е проблем, който можем да решим за ден или два в икономика, която не е насочена към привличането на работна ръка от чужбина.

Важно е да поговорим за по-дългосрочна стратегия за развитието на българското образование и потенциала на следващите поколения. Само след няколко години огромна част от настоящите професии няма да съществуват в този вид, а тези, които ще бъдат създадени на тяхно място, ще изискват изцяло нов набор от умения.

Имаме нужда от нова образователна доктрина, която да вдъхновява критично мислене, креативност и работа в екип, защото това ще са уменията, които бъдещата индустрия ще търси най-много. Тази година даваме своя принос за развитието на бъдещите поколения, като каним 1000 ученици и студенти да присъстват безплатно на Webit.Festival.

- Всяка година иновативен проект печели финансиране от 200 000 евро. Откъде намирате ресурс за подобна инвестиция?

- Годишно Webit осигурява над \$1 милион на стартапи от цял свят под формата на рекламни площи, възможност за представяне на дейността си пред инвеститори и публикации в медиите.

Чрез инициативата ни Funders Games даваме възможност на иновативни компании да се състезават за инвестиция от €200 000. Миналата година осигурихме наградата с помощта на трима от водещите български предприемачи - Васил Терзиев, Иво Евгениев и Любомир Минчев.

WEBIT.FESTIVAL
НА 25 И 26
АПРИЛ В
СОФИЯ СРЕЩА
ПРЕДПРИЕМАЧИ,
ИНОВАТОРИ
И СЕГОВНИ
БИЗНЕС ЛИДЕРИ



РОБОТИТЕ НАВЛИЗАТ В ЕЖЕДНЕВИЕТО

автор: **Владимир Митев**

Роботите все повече напускат заводите и навлизат в ежедневието на хората в различни краища на света – особено в индустриално развитите държави. Различни изследвания посочват един от най-осезателните ефекти на комбинацията от роботи и изкуствен интелект – задълбочаване на неравенството в обществото и закриване на работни места в името на ефективността.

Според Световния икономически форум развитието на технологиите ще доведе до съкращаване на 5 млн. работни места до 2020 г. Най-вече ще страдат хората в обслужващия сектор. Може да се стигне дотам, че консултантите, обслужването на клиенти или дори продажбите в магазини да бъдат извършвани от роботи.

През есента на 2016 г. Royal Bank of Scotland уволни 550 мениджъри-консултанти, като работата им бе поета от машини. Отново миналата есен руската Сбербанк обяви, че ще инвестира 150

млн. рубли в компания за „умни“ роботи, които да разказват на клиентите за офертите на финансовото дружество и дори да дават съвети.

Робитите са бъдещето, но то идва и с добро, и с лошо за човека. От една страна, футуролозите прогнозироват появата на обществена класа от „ненужни хора“, изключени от трудови отношения, които са неспособни да развиват нови умения с темпа на технологичен прогрес и затова остават задминати от хода на времето. Но от друга, има

ТЕ СА ВЕЧЕ
БОЛНОГЛЕДАЧИ,
УЧИТЕЛИ, ЗАМЕСТВАТ
ПЧЕЛИТЕ, А
ЕВРОПЕЙСКИЯТ
ПАРЛАМЕНТ ОБМИСЛЯ
ДАЛИ ДА НЕ ИМ ДАДЕ
ЮРИДИЧЕСКИ СТАТУТ
НА „ЕЛЕКТРОННИ
ЛИЧНОСТИ“



различни „нестандартни“ случаи, в които роботите могат да бъдат полезни.

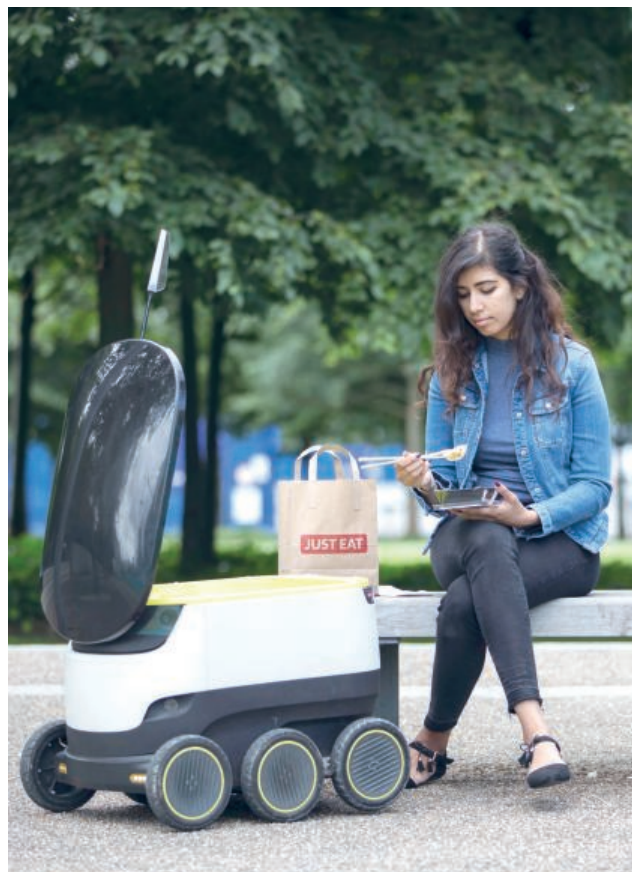
Грижа за болни и възрастни

Япония се оказва едно от местата за изследване на отношенията между роботи и хора. Тя е високотехнологична страна. В същото време е сред държавите с дълга продължителност на живота и със застаряващо население. Именно затова тук е в по-напреднал стадий използването на роботи за грижа към стари хора, болни от деменция. Машините помагат в придвижването на страдащите, наблюдават техните жизнени показатели, служат за общуване и др. Някои от тях – като PARO, приличат на минитюлени, а други – като Sato и Romeo, наподобяват малки хуманоиди.

Роботите могат да са много полезни – например, ако подсещат пациент, страдащ от загуба на памет, да си вземе хапчетата или да вечеря. Интелигентните машини могат и да бъдат другар в игри, танци, пеене. За разлика от хората, които могат да се грижат за някого само определен брой часове – дали заради физическа възможност, или заради покриване на дневната норма работно време, роботите могат да работят постоянно, не изпитват стрес и не се уморяват.

Но навлизането на роботите в личния живот на хората поражда различни проблеми от етичен характер. Когато те наблюдават поведението на стопанина си, неговия говор или биологични индикатори, възниква въпросът за контрола върху данните, събирани от машините. Отсъствието на междуличностен контакт при грижите би могъл да е потискащ за болните, да ги накара да се самосъжаляват или да изпитват по-остро самота.

Независимо от тези проблеми работи с



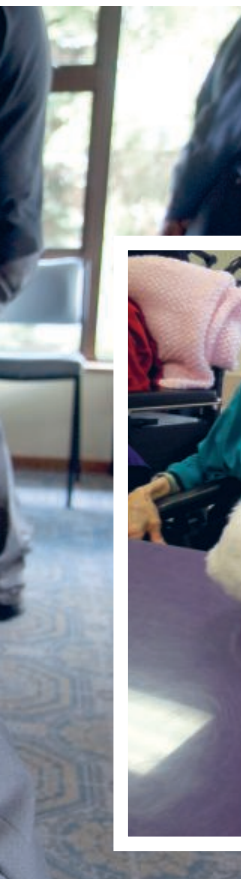
Минироботи на колела сами доставят храна

формата на плюшено мече или друга играчка, предполагаща нежност и събуждаща позитивни мисли, може да имат своята роля в грижата за застаряващите японци. Към 2012 г. 22% от населението на Япония вече е над 65-годишна възраст. Две години по-рано 30 млн. възрастни или болни хора са били в състояние да получават грижи, но за тях е имало много по-малко от необходимите 2 млн. болногледачи. Тенденцията е до 2060 г. хората над 65-годишна възраст да достигнат 40% от населението. Тези статистики работят в полза на роботизирана грижа за човека.

Доставки по домовете

Британската компания Just Eat предлага доставки на храни по домовете... с роботи, пише CNet. Това са машини на шест колела, които използват камери и сензори, за да се навигират през улиците до адреса на получателя на купената стока. Веднъж стигнали до него, той използва код, осигурен му от компанията, така че да отключи отделението с това-

Роботът PARO, който изглежда като мило плюшено тюленче, се грижи за възрастни хора



ра на машината. Така може би отпада пореден социален елемент в обществените отношения заради технологиите. Но няма нужда и да се оставя бакшиш на рободоставчика.

Съдия - машина

Екип от University College в Лондон е създавал изкуствен интелект, който може да взема съдебни решения на базата на проучване на текстовете на пледоариите на страните по делото. В 79% от 584 случая неговата „присъда“ е съвпадала с тази на Европейския съд за правата на човека (ЕСПЧ).

Още през 60-те години на ХХ век учените предсказват, че компютрите един ден ще могат да познават изхода на съдебните процеси. „Ние не мислим, че изкуственият интелект ще замени адвокатите и съдиите, но се надяваме, че те ще го считат като полезен за бърза оценка на картината в случаите, които заслужават размисление. Той може да стане безценен инструмент за дела, в които преди всичко е нарушавана Европейската конвенция за правата на човека“, казва Никълъс Алетрас от изследователския екип пред сп. Computer Science.

В хода на изследването си учените заключават, че съдиите от ЕСПЧ по-скоро са реалисти, отколкото формалисти, тъй като за тях е важно най-вече описанието на фактите от страните, а не използването на сложни юридически термини. Подобни изводи са правени и по-рано по отношение на други съдилища, сред които Върховният съд на САЩ. Според изследователите съдиите по-скоро отчитат моралната страна на делото, а не стриктно формалната, свързана с буквата на закона.

Роботът като учител

В лиця към Томския политехнически университет в Русия от есента на 2016 г. уроци „преподава“ робот-учител (мобиробот). Той е създаден от млади учени и може да преподава по математика, физика, химия и информатика.

По същество това е устройство с колела, чийто „мозък“ е смартфон. Педагози от лиця са създали образователните програми, по които мобироботът предава знания. Той ползва система от датчици, чрез които може да разкрие на студентите принципите на оптиката, лазерната физика, механиката, термодинамиката и други дялове на физиката.

Истинските учители могат да зададат на електронния си еквивалент темата на урока. Роботът започва да дава на учениците от лиця теорията, а после провежда с тях онлайн тестове и упражнения. Връзката с центъра за управление на мобиробота може да стане със смартфон, таблет или компютър – по USB, Bluetooth, Wi-Fi или интернет. През 2016 г. роботът е бил признат за една от най-добрите иновационни разработки, представени на Общоруския конкурс за разработки на млади учени от форума U-NOVUS, проведен в Томск през пролетта на миналата година.

Робоопрашване

Изследователи от Националния институт за напреднала индустриална наука в Цукуба, Япония, за първи път в света са експериментирали опрашване с минидронове на японски лилии. Новият метод все още не може да замени естественото опрашване, извършвано от пчелите. Според Джо Трейнър – търговец на пчели от Калифорния, индустрията за добив на бадеми в неговия щат изисква 1,8 млн. кошера с 35 млрд. пчели, които да опрашат 900 000 акра бадемови дръвчета с три трилиона цвята. „Не виждам технология, която да замести пчелите“, казва Трейнър.

Въпреки това в различни краища на света има намаляване на броя на пчелите. Тоест, проблем с естественото опрашване има. В някои части на Китай след изчезването на тези насекоми овощните градини са опрашвани ръчно от работници, които се катерят по дърветата с дълги четки, за да докоснат всяко цвете.

Японската технология за опрашване с дрон не е толкова ефективна, колкото човек, опрашващ с четка. Но казусът с „робопчелите“ като че ли очертава поредна технологична тенденция. Природата бива възпроизвеждана технологично и дигитално. А роботите все повече ще стават част от човешкото ежедневие. Бъдещите войни е много вероятно също да са сблъсък на роботи. Затова и обсъжданията от тази година в Европейския парламент дали на роботите да не им се признае юридически статут на „електронни личности“ (за това сп. „Икономика“ писа в предишния си брой 70 – б.р.), също показват какво ще е бъдещето. Според Бил Гейтс роботите, които изместват хората от трудовата дейност, трябва да плащат данъци. Най-важното следствие от навлизането на роботите и автоматизацията е отварянето на пространството за преустройство на обществата.



Мобиробот преподава в лиця към университета в Томск

НАЙ-ПОСЛЕ БЕЗ РОУМИНГ В ЕС

автор: **Александър Александров**

Някои по-стари потребители на мобилни услуги си спомнят доста курioзни случаи от зората на развитие на клетъчните комуникации у нас. Като този с българина, живеещ близо до границата с Гърция, който беше задлъжнял на своя мобилен оператор с хиляди левове, защото телефонът му се е свързвал по-често с базова станция на гръцка мобилна мрежа и съответно разговорите му са били таксувани като такива в роуминг. Или как някои потребители на BlackBerry смартфони е трябвало да заплатят големи сметки, защото, пътувайки в друга страна, са оставили своята мобилна имейл услуга активирана и всяко входящо и изходящо писмо беше таксувано като международен пренос на данни.

Роумингът дълги години беше източник на притеснения и тревоги сред мобилните потребители и дори след значителното намаляване на цените в Европейския съюз през последните години това усещане се запази. Затова и новината, че в Европейския съюз роуминг тарифите ще отпаднат през това лято, предизвика толкова позитивни коментари в социалните мрежи. Считано от 15 юни жителите на Общността ще говорят в чужбина при същите цени, при които го правят и в своята държава. Това става ясно от сключеното в началото на февруари споразумение между различни заинтересовани страни, включително Европейския парламент и националните правителства. „Днес ние изпълнихме обещанието си“ - заяви по повод подписването на споразумението вицепрезидентът на Европейската комисия Андрус Ансип, визирайки, че победата за потребителите идва след близо десетгодишна битка, в която мобилните оператори многократно се обявяваха срещу отпадането на роуминг таксите.

Как започна всичко

Началото на войната за по-ниски роуминг тарифи беше поставено още от Вивиан Рединг в качеството ѝ на европейски комисар по информационно общество и медии при председателството на Жозе Мануел Барозу. Тогава Рединг предложи пакет от регулации, целящи превръщането на европейския телеком сектор в единен пазар, а идеите за премахване на роуминга бяха дискутирани като част от този пакет. Днес тя е европейски депутат, а основният двигател за падането на роуминг таксите от страна на ЕК е Андрус Ансип.

Какво включва споразумението

Предложението, което все още предстои да премине през одобрението на Европейския парламент и страните членки, предвижда също намаляване на международните тарифи за мобилен интернет. Предстои таксите на мобилните услуги да бъдат преразглеждани на всеки две години, започвайки от 2019 година. Все още не е ясно и докога ще могат да се възползват от ценовата реформа гражданите на Великобритания, както и потребителите от други страни, посещаващи Великобритания. Предполага се, че след пролетта на 2019 г. Обединеното кралство ще напусне ЕС и вероятно ще престане да бъде страна по споразумението.

Споразумението включва и промени в цените за взаимен достъп до мрежите на операторите, което в известна степен ще ги компенсира. През последните години мобилните оператори на няколко пъти излизиха с критични становища срещу отпадането на роуминг таксите, посочвайки, че то

ще застраши техните инвестиции

в развитието на телеком мрежите им и предлагането на нови услуги. В подобна посока беше и позицията от преди няколко години на Световната GSM асоциация, която обединява повечето големи оператори от сектора и чието ръководство неведнъж публикувало критични изявления срещу плановете на Европейската комисия да премахне по-високите такси за международни разговори. Може да се каже, че и двете страни имат известно право. От една страна, в основата на Европейския съюз са залегнали принципите на единния пазар и свободното движение на хора, стоки и услуги. И в този контекст по-високите роуминг тарифи представляват известно изкривяване. От друга – в условията на свободен пазар компаниите сами определят своите цени и тяхната централизирана регулация би могла да застраши хармоничното им развитие.

За някои оператори отпадането на роуминг тарифите може да донесе и още един проблем – възможността потребителите от една страна да се откажат от услугите на местните телекоми и вместо това да закупят SIM карта от оператор от друга страна. Вече се обмислят мерки за ограничаване на подобно поведение, като например невъзможност даден потребител да използва по-ниските цени за международни услуги за период, по-дълъг от 90 дни. Засега обаче не е сигурно дали тази мярка ще бъде приета.

- ОТПАДАНЕТО НА ПО-ВИСОКИТЕ ТАКСИ ЗА МЕЖДУНАРОДНИ РАЗГОВОРИ
- ОЗНАМЕНУВА ПОБЕДА ЗА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ЕДНА ДЕСЕТГОДИШНА ВОЙНА



АТАКАТА СРЕЩУ „ТЪМНАТА МРЕЖА“

автор: **Александър Александров**

Докато си сърфирате спокойно в интернет, използвате Facebook, Google или пазарувате онлайн от многобройните електронни магазини, вероятно дори не допускате, че под радара на добре познатите ви браузъри и търсачки съществува цял един паралелен виртуален свят. Той се нарича dark web (тъмна мрежа) или deep web (дълбока мрежа) и както вече сме писали в сп. „Икономика“, според някои данни обхваща много по-голям обем информация, отколкото „официалната“ мрежа. Връзката със сървърите в този „паралелен интернет“ се осъществява посредством криптирана комуникация и за целта най-често се използват браузъри като TOR (The Onion Router). Повсеместно се използват пароли и предварителна регистрация.

Тази потайност не е случайна

В „тъмната мрежа“ може да бъде намерено всичко, което

официалните власти и правителства забраняват. От наркотици и други нелегални субстанции, през оръжия и масиви от лични данни, до всевъзможни извратени услуги, свързани с насилие, детска порнография и т.н. (списъкът е наистина дълъг). Най-често потребителите на този виртуален черен пазар заплащат с bitcoin или други криптовалути, а доставките се извършват по всевъзможни нелегални канали.

А новината от февруари е, че някой е успял да хакне един от най-големите хостинги на страници в dark web, в който се съхраняват около 20% от сайтовете, използващи браузъра Tor. Става въпрос за Freedom Hosting II, а хакерската атака временно е свалила всички сървъри, хоствани на него. Общият брой на свалените сайтове вероятно надминава 10 000.

За причините за атаката се знае малко. На 3 февруа-



КОЙ СТОИ ЗАД ХАКВАНЕТО НА 20% ОТ САЙТОВЕТЕ В Т.НАР. DEEP WEB

извършител е откраднал и 74GB данни, намиращи се на сървърите. Предполага се, че става въпрос за доказателствен материал, който удостоверява наличието на незаконно съдържание в сайтовете, включително примери за детска порнография, както и хиляди непотвърдени електронни адреси на американски правителствени институции.

Историята на атаките срещу „тъмната мрежа“ всъщност далеч не датира от вчера. Организацията Anonymous вече веднъж е атакувала оригиналния Freedom Hosting хостинг портал още през 2011 г. и е продължила действията си в тази посока, разгръщайки мащабна операция, наречена Operation Darknet. Обект на инициативата е именно детската порнография. Отделни атаки като продължение на тази операция се извършват и до днес. Въпреки че борбата с незаконното сексуално съдържание, включващо деца, стои в страни от основната цел, прокламирана от Anonymous – защита на свободата за достъп до информация, „хактивистите“ всъщност през годините разгръщат мащабна дейност срещу сайтове и мрежи за детска порнография, което допринася отчасти за позитивния ореол на тази тайна организация. Сред останалите обекти на нейните операции напоследък са както терористични формирования като „Ислямска държава“, така и националистически инициативи като Ку-клус-клан и дори новоизбраният американски президент Доналд Тръмп, на който Anonymous обявиха война неотдавна.

Трябва ли да ни безпокои

атаката срещу dark web? В конкретния случай свалянето на сървърите на Freedom Hosting II вероятно ще има по-скоро позитивен ефект. Ако действително на сайтовете, хоствани там, е имало забранено съдържание, включващо насилие над деца, обществото може само да бъде благодарно на извършителите на атаката.

Като цяло обаче нападенията срещу сайтове в „тъмната мрежа“ трябва да бъдат следени внимателно и не бива винаги да бъдат оценявани прибързано. Причината е, че dark web е не само „територия“, обитавана от наркопласъори и престъпни организации. Криптираните услуги на „дълбоката мрежа“ се използват също и от огромен брой дисидентски организации, борци срещу тоталитарните режими по света, журналисти, разследващи престъпна дейност, и др. Затова и на този феномен във виртуалното пространство трябва да се гледа многопластово. А при всяка бъдеща атака срещу dark web сървъри е важно да бъде взета предвид и вероятността зад нея да стоят тайните служби на някоя мощна държава, потъпкваща човешките права.

ри (петък) всички посетители на страници, намиращи се на Freedom Hosting II, са видели съобщение „Здравейте, Freedom Hosting II, вие бяхте хакнати“, както и пространно обяснение, в което извършителят е посочил, че причината е в наличието на множество сайтове за детска порнография в хостинга. От самия Freedom Hosting II са посочили, че имат нулева толерантност към разпространението на такова забранено съдържание по сървърите си. Изглежда обаче, че хакерът, който вероятно е свързан с неформалната хактивистка организация Anonymous, не е на същото мнение. „Разтревожени сме. Докато разглеждахме сървърите ви, открихме, че 50% от съдържанието в тях е детска порнография. Освен това вие хоствате и много сайтове за измами, някои от които очевидно се развиват от вас с цел да си покривате разходите за хостинг“ - пише неизвестният извършител на атаката в съобщение, което сам е публикувал на сайтовете в хакнатия хостинг.

Той твърди, че първоначално е открил десетина уеб-сайта със сексуално третиране на малолетни, свързани с Freedom Hosting II. Впоследствие обаче е установил, че са много повече и е решил

да сваля всички сървъри

на хостинг компанията, заменяйки сайтовете с предупредително съобщение. Едновременно с това неизвестният

ЩЕ ПОЛЕТЯТ ЛИ ЛЕТЯЩИТЕ КОЛИ

ЕДНА ФУТУРИСТИЧНА КОНЦЕПЦИЯ НА
БЛИЗО СТО ГОДИНИ НАЙ-ПОСЛЕ Е НА ПЪТ
ДА СЕ ПРЕВЪРНЕ В ДЕЙСТВИТЕЛНОСТ



Фото www.pal-v.com

ЛЕТЯЩАТА КОЛА ЛИБЪРТИ

АВТО 106

автор: **Александър Александров**

С идеята за летящи коли са свързани едни от първите целенасочени опити на човечеството да си предста-ви бъдещето. Мнозина може и да си мислят, че тази концепция е нова, но всъщност тя съществува от поне сто години и с времето дори се е превърнала в нарицателно за неуспешно прогнозиране на бъдещето. Не че няма експериментални модели, но те никога не са достигнали до етап на серийно производство. Самият Хенри Форд се е опитвал да създаде своеобразни прототипи на летяща кола преди близо век и е бил уверен, че скоро ще дойде времето на превозни средства, комбиниращи възможностите на автомобилите и самолетите. И днес, десетилетия по-късно, изглежда сме на път най-после да видим мечтата му осъществена.

Или поне в това се опитват да ни уверят специалистите от холандската инженерна компания PAL-V, които обявиха преди броени дни, че пускат в производство първата комерсиална летяща кола в историята. Тя се нарича Либърти и представлява малко триколесно превозно средство с хеликоптерна перка отгоре, която в нормална ситуация стои сгъната на покрива и заема не повече място от поставка за сърф например. Може да се използва като пълноценен автомобил, а когато е в задръстване или има други физически ограничения на пътя, може да

разгъне перката си

и просто да полети. От екипа зад проекта уверяват, че са използвали множество патентовани технологии за стабилизира-

не на возилото, за да улеснят неговото управление, в сравнение с това на вертолетите, да го направят по-безопасно и да намалят турбуленцията. И всичко това ще се предлага на цена, започваща от 399 000 щ. д., което не е най-достъпната цена за автомобил, но за летящо превозно средство ситуацията е съвсем различна. Мислите си, че това е фантастика? Е, от PAL-V съобщават на своя сайт, че доставките на първите 90 бройки от новото превозно средство ще започнат догодина. Очакванията са повечето от тях да бъдат продадени в Северна Америка. Бъдещите собственици ще могат да модифицират возилото според своите предпочитания, а съвсем скоро ще бъде пусната и специална спортна версия, наречена Либърти Спорт.

На практика PAL-V влиза в този зараждащ се нов пазар малко изненадващо и изпреварва компанията Terrafugia, която вече от няколко години разработва подобен модел, но все още не го е пуснала в серийно производство. За разлика от Либърти, той е четириколесен. Основното различие между двете концепции обаче е, че моделът на Terrafugia е със сгъваеми крила и мотор на опашката. Междувременно няколко други анонса от последния месец показват, че макар в този бранш все още да няма реални продажби, вече сме на път да станем свидетели на

сериозна конкуренция

Един от интересните участници в нея ще бъде и екипът зад компанията Jetpack Aviation, която пусна на пазара първите в света летящи раници. Нейният създател Дейвид Мейман също наскоро представи собствена концепция за



Фото <http://www.airbusgroup.com>

летяща кола, задвижвана от четири въртящи се перки, по подобие на популярните дроне – тип quadcopter. Превозното средство ще може да развива 145 км/час и ще излита вертикално. Малко е спорно обаче, дали то може да бъде наречено „автомобил“, тъй като придвижването му по земя ще е затруднено.

Какво по-голямо доказателство, че този път летящите коли наистина ще навлязат в живота ни, от интереса на един от водещите авиационни производители към сегмента. Както съобщи неотдавна пред медиите главният изпълнителен директор на Airbus Том Ендърс, компанията вече работи по проекта CityAirbus и планира да представи първия си концептуален модел съвсем скоро. Става въпрос ни повече ни по-малко за истински летящ автобус, който ще бъде предназначен

за нуждите на градския транспорт

Той няма да има шофьор, ще се управлява автономно от изкуствен интелект и ще работи с електричество, задвижващо огромни витла. Очаква се пилотното внедряване на футуристичните возила да бъде реализирано в Сингапур.

Какво по-хубаво от това всяка сутрин просто да можем да политаме на път за работното си място? Е, ще кажете, че билетчето за подобен градски транспорт далеч няма да е евтино? И вероятно е така, но като имаме предвид колко разходи генерират задръстванията по улиците ежедневно на всички граждани, както и колко вреден е ефектът за околната среда от тях, не е изключено въвеждането на въздушен градски транспорт да се окаже реалистично решение. Някол-



АРТИСТИЧНАТА ВИЗИЯ НА CITYAIRBUS

ко съвсем различни компании на противоположни точки на планетата са на път най-после да осъществят независимо една от друга отдавнашната мечта на фантастите за летящи автомобили. Въпросът „възможно ли е“ изглежда е на път да получи своя отговор и вероятно скоро ще бъде заменен от „а трябва ли“. Мнозина вече критикуват концепцията за летящи коли, посочвайки, че във време, когато хиляди хора загиват в катастрофи по пътищата ни, цивилизацията ни все още не е подготвена за навлизането на подобна иновация. И днес никой от нас не е застрахован, че няма да претърпи злополука на пътя. Ако автомобилите полетят обаче, вече ще е напълно реалистично някой пиян „шофьор“ на такова возило да помете хора, разхождащи се из парка или да се вреже в апартамента ви на петия етаж. Въпросът с безопасността и регулациите със сигурност ще съпътства всички бъдещи опити за въвеждане на летящи коли в движение. И докато проекти по подобие на този на Airbus няма да са достъпни за частни лица, то при концепции като Либърти на PAL-V темата за регулацията ще стои с цялата си тежест.



ЛЕТЯЩИЯТ КВАДРАКОПТЕР НА JETPACK AVIATION

Фото Jetpack Aviation

Друг любопитен въпрос е: Какво изобщо е летяща кола? Наистина ние сме наясно какво е определението за автомобил. Но всички тези летящи возила могат със същия успех да бъдат наречени и хеликоптери или малки самолети. Трябва ли да ги назоваваме коли, само за да задоволим една отдавнашна мечта на футуролозите? А трябва ли да наричаме „телефон“ устройствата около нас, с които правим снимки, достъпваме интернет и дори гледаме телевизия? Въпроси, които изглежда все по-малко ще имат значение във време, когато технологиите изцяло предефинират традиционните понятия около нас.

УЧЕНИ СЪЗДАВАТ ТЕЛЕСКОП С РАЗМЕРИТЕ НА ЗЕМЯТА

автор: Александър Александров

Всамия център на нашата галактика Млечен път се намира най-масивният и един от най-загадъчните обекти в нея. Той се нарича Стрелец А, отдалечен е от нас на около 26 000 светлинни години (една светлинна година е разстоянието, което светлината изминава за една година) и според някои изчисления има маса, равна на тази на 4 милиона Слънца. Повечето астрономи смятат, че той представлява свръхмасивна черна дупка, която от време на време „се събужда“ и поглъща намиращи се близо до нея космически прах, звезди и планети.

За незапознатите, черните дупки представляват обекти в Космоса, чиято гравитация е толкова силна, че нищо не може да ги напусне. Това важи дори за светлината, която също остава затворена в тях, поради което те са абсолютно невидими. От тук

произхожда и тяхното наименование. Около черните дупки съществува хипотетична граница, наречена „горизонт на събитията“, и всичко, което премине тази граница, остава затворено в тях, а учени и фантасти продължават да гадаят какво се случва с цялата тази материя след това. Парадоксално е, но въпреки че черните дупки са невидими, те често са и едни от най-ярките обекти във Вселената. Това се дължи на заобикалящия ги акреционен диск, състоящ се от



нажежена материя, въртяща се около тях непосредствено преди да бъде погълната.

Макар тяхното съществуване все още да не е доказано на 100%, според господстващата хипотеза в момента такива черни дупки, при това с гигантски размери - има в центъра на повечето галактики. Наричат тези чудовища

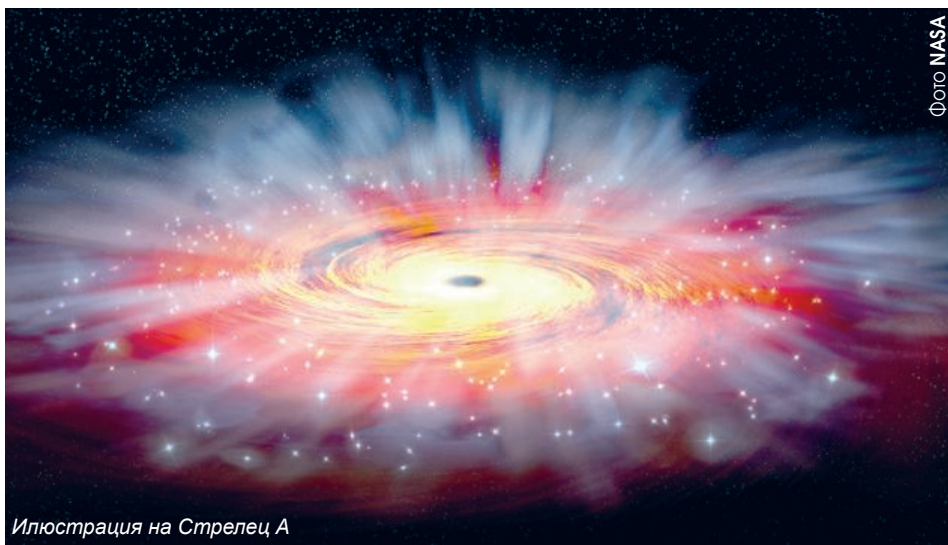
СВРЪХМАСИВНИ ЧЕРНИ ДУПКИ

защото най-често масата им е огромна и се равнява на

тази на милиони звезди. А някои учени достигат дори по-далеч, допускайки, че в зората на съществуването на Вселената именно такива мощни гравитационни обекти са станали причина за зараждането на повечето звезди, включително и на нашето Слънце, а по

този начин – и на живота на Земята. Все още обаче това е само хипотеза, тъй като истината е, че до момента реално не сме наблюдавали нито един такъв обект.

Астрономът Шепърд Дойлман, помощник-директор в обсерваторията Haystack към Масачузетския технологичен институт (MIT) е уверен, че явлението в центъра на нашата собствена галактика, наречено Стрелец А, е именно свръх-



Илюстрация на Стрелец А

Фото NASA



Фото eventhorizontelescope.org

МАЩАБНИЯТ ПРОЕКТ ЩЕ ПОЗВОЛИ НА ИЗСЛЕДОВАТЕЛИТЕ ОТ MIT ДА НАБЛЮДАВАТ НАЙ-ГОЛЯМАТА ЧЕРНА ДУПКА В ГАЛАКТИКАТА НИ И МОЖЕ БИ ДА ДОКАЖАТ, ЧЕ АЙНЩАЙН НЕ Е БИЛ ПРАВ

Event Horizon Telescope ще обедини в гигантска мрежа 8 радиотелескопа

масивна черна дупка. Той е толкова сигурен в това, че възнамерява да изгради радиотелескоп с размерите на планетата, за да го докаже. Става въпрос за колосален проект, който едновременно използва ресурси, с които човечеството вече разполага, но и поставя редица нови инженерни предизвикателства.

Един от проблемите е в огромната енергия, нужна за извършването на подобно наблюдение, както и във влиянието на звездния прах и газовете, намиращи се между нас и центъра на Млечния път. Затова и според повечето учени, за да наблюдаваме пълноценно спотайващата се черна дупка, трябва да разполагаме със съоръжение с планетарни размери. Представете си например бойната станция „Звезда на смъртта“ от космическата сага „Междувъздушни войни“, но създадена не за военни, а за научни цели. Безспорно изграждането на подобен апарат днес не е по силите на човечеството, дори ако всички водещи икономики се обединят. Затова и учените са избрали един различен и много по-елегантен подход. Запознайте се с

Event Horizon Telescope (EHT)

оригинална концепция за използването на наличните наблюдателни ресурси и превръщането им в един гигантски апарат. Става въпрос по-конкретно за осем радиотелескопа, намиращи се в различни точки по целия свят, които ще бъдат обединени в една гигантска мрежа, превръщайки по този начин цялата планета в своеобразен виртуален телескоп. Сред тях са както съществуващи астрономически апарати, така и все още недостроеният Large Millimeter Array в чилийската пустиня Атакама, който ще бъде завършен през тази пролет.

След като отделните съоръжения бъдат синхронизирани и насочени едновременно към Стрелец А, резултатите ще бъдат обработени от суперкомпютър. Мрежата ще отчита също и факта, че сигналът ще достига до различните телескопи в различен момент, поради кръглата форма на планетата. Този проблем ще бъде решен чрез изкуствено

забавяне на сигнала от някои от съоръженията. Времето също ще е проблем, тъй като при използваните честоти облаците от водни пари пречат на работата на радиотелескопите. Затова ще е наложително да се чака едновременно хубаво време при всичките апарати. Добрата новина е, че повечето от тях са изградени на места, където атмосферните условия по принцип са най-подходящи, влажността е ниска и има най-голям брой ясни нощи през годината.

Инженерните предизвикателства

не са едно и две, а мащабът на проекта го прави уникален и според неговите създатели, дори нищо особено да не бъде открито от конкретните наблюдения, той ще има своята научна стойност.

Въпреки че все още не всички телескопи, включени в начинанието, работят, Event Horizon Telescope вече беше използван за първи тестове и с него дори са направени някои измервания на размерите на обекта, поглъщаш материя в центъра на нашата галактика, както и на магнитното му поле.

Ако проектът заработи успешно, залогът ще е много по-голям от това най-после да наблюдаваме една гигантска черна дупка. Той би могъл да хвърли повече светлина върху устройството на галактиките и тайнствените обекти, намиращи се в центъра на повечето от тях, както и да докаже, че такива обекти изобщо съществуват. Възможно е също да даде обяснение на множество парадокси, свързани със съществуването на черните дупки, като например т.нар. „информационен парадокс“, според който информацията, погълната от черна дупка, изчезва завинаги. И не на последно място той ще може да тества уравненията на Айнщайн, залегнали в общата теория на относителността. Макар и тя да е потвърждавана многократно, включително и с откриването на гравитационните вълни през миналата година, човечеството никога не е имало възможност да я провери чрез директно наблюдение на свръхмасивна черна дупка. А резултатите от това може да са непредсказуеми.

ИНДИЯ КАТО ЗЕМЯ на МЕНИДЖЪРИ



автор: Владимир Митев

Западните медии обичат да правят класации за „най-богатите хора в историята“, в които наред с добре известните Джон Д. Рокфелер и Бил Гейтс фигурират и някои екзотични имена като Чингиз хан или кралят на Мали Манса Муса – считан за най-състоятелния човек, живял някога. Неизбежно е представители в класацията да имат и индийците. В края на XVI и началото на XVII век Индия произвежда 25% от световния БВП. Нищо чудно, че нейните моголски управници като император Акбар I също са известни с несметни богатства.

Въпреки че британското управление води до икономическо ограбване и изоставане на страната, а днес тя е свързвана с бедност, нейният политически и бизнес елит традиционно е особено заможен и е част от световната върхушка. Ето защо и в съвременните класации на милиардерите индийците имат свои хора на водещи места.

Такъв е например Мукеш Амбани, който притежава 44,7% дял от Reliance Industries Limited – втората по капитализация индийска компания с интереси в петролния и газов сектор и в търговията на дребно. Амбани притежава над 22 млрд. долара. Той е най-големият син на легендарния предприемач Дирубаи Амбани (1932-2002 г.), развил Reliance дотам, че семейство Амбани става едно от най-богатите в света с активи от 60 млрд. долара. Легендарните индийски предприемачи и богаташи заслужават по-внимателен поглед.

Дирубаи Амбани

Благодарение на британската империя индийците са глобална общност още преди да настъпи XX век. Дирубаи е роден в Британска Индия, но започва кариерата си като служител на компания, разположена в Аден, която е дистрибутор на продукти на нефтения гигант Shell. В Йемен

Амбани забелязва, че лондонската борса има интерес към йеменските монети заради относително голямото им съдържание на сребро. Индиецът



Дирубаи (седнал) със синовете си Мукеш (правият вляво) и Анил

изкупува значително количество от тези монети, разтапя ги, извлича среброто и го продава на търговците на злато. Така заработва първия си капитал.

През 1961 г. Амбани, вече женен и с четири деца, се завръща в Индия. Основава търговската фирма Reliance с капитал от 15 000 рупии. В първия офис на компанията има само три стола, маса и телефон. По онова време фирмата трупа средства чрез внос и износ на суровини като подправки. През 1964 г. тя се насочва към текстилната промишленост и създава марката „Вимал“. Брандът се превръща в най-добрата марка за дрехи от полиестер, тъй като качеството ѝ е отлично. Мечтите на Дирубаи стават по-големи.

През 70-те години Амбани вече навлиза в индустрията. За да набере капитал за проектите, които финансира, привлича инвеститори от самия народ. Той провежда с тях ежегодни събирания. На едно такова през 1986 г. идват над 30 000 акционери. Успехът на Амбани се дължи на множество негови качества – остър ум и усет за печеливш риск, които обаче той не усвоява в Оксфорд или в университетите от Бръшляновата лига, както правят много съвременни индийци, гонещи успеха. Предприемачът показва на индийците, израснали в икономика със силна държавна намеса, че капитализмът може да работи. Успех за него е, че привлича в своята компания милиони акционери от народа. Така и те споделят капиталистическата мечта на Амбани, чийто холдинг е сред символите на индийското предприемачество.

Дирубаи почива през 2002 г. от сърдечен удар. След него остава солидно наследство – и като бизнес, и като капитал, и като вдъхновение за онези, които вярват в концепцията за творещия богатство капиталист.



Ганшям Дас Бирла

Историята на съвременна Индия и личната история на Ганшям Дас Бирла (1894-1983 г.) са тясно свързани с личността на Махатма Ганди. Всъщност, Ганди е убит през 1948 г., след като предната нощ е отседнал в дома на Бирла при своя визита в Ню Делхи.

Родът Бирла, подобно на рода Тата (свързан с компании като Tata Motors и Tata Steel) или на рода Амбани, е богат и изключително важен в днешното индийско стопанство. Групата от компании Aditya Birla действа в над 33 страни, има над 133 000 служители и годишни приходи от 35 млрд. долара.

Основателят на днешния конгломерат – Ганшям Дас, наследява лихварския бизнес на баща си, но решава да направи нещо различно. Към края на Първата световна война младежът се установява в Калкута, където навлиза в шивашката промишленост по време, когато индийците не ползват никакви преференции спрямо британските търговци и бизнесмени. Той преодолява с много усилия дискриминацията, на която британското правителство подлага бенгалските предприемачи. През 40-те години инвестира

ВТОРАТА ПО НАСЕЛЕНИЕ СТРАНА НА ЗЕМЯТА Е ДАЛА НА СВЕТА МНОГО ПРЕУСПЕЛИ ХОРА, А НЯКОИ ОТ ТЯХ СА ОСТАВИЛИ ОТПЕЧАТЪК ВЪРХУ РОДИНАТА СИ ЗА ПОКОЛЕНИЯ НАПРЕД

в първия индийски автомобилен производител Hindustan Motors, влага средства още в бизнеса с чай, цимент и в химическа промишленост. Бирла става първият индиец, създал търговска банка – United Commercial Bank Limited.

Заради приноса на Ганшям Дас Бирла за Индия през 1957 г. той е удостоен с втората по значимост гражданска награда „Падма Вибхушан“. Един от най-престижните инженерни колежи в Индия също носи името Бирла. Тази фамилия се е превърнала в синоним на успеха в сферата на търговията, индустрията и финансите.

Вергесе Куриен



Индия има и своите значими предприемачи, които не просто обогатяват себе си, а и повишават благосъстоянието на целия народ. Роденият в Британска Индия бангладешец Мохамед Юнус – основател на Grameen Bank, която популяризира микрокредитирането, получи Нобелова награда за мир заради дейността си в полза на бедните и развитието на Третия свят.

По подобен път – в полза на обикновения индиец, действа и Вергесе Куриен (1921-2012 г.). Наричан Бащата на бялата революция, той е човекът, измислил и реализирал Операция „Потоп“ – най-голямата програма за развитие на земеделието в света.



Резултатът от нея е, че Индия се превръща в световен лидер в производството на мляко. Успехът на Куриен е и в това, че млечният дял от земеделието става самодостатъчен и устойчив отрасъл.

Куриен убедително поддържа идеята за кооперативите като средство за повдигане жизнения стандарт на индийците. Той е и основател на марката млечни продукти „Амул“. Характерно за нея е, че използва мляко на прах от биволско, а не от краве мляко. Заради многобройните си постижения в тази сфера рожденият ден на Куриен е считан днес за Национален ден на млякото в Индия. Като се има предвид колко важно същество за индийците е кравата, делото на специалиста изглежда титанично.

Кайлаш Чандра Махиндра



По времето на Студената война Индия има изразен социалистически характер на икономиката си. В тази система съществуват и големи мениджъри, които обаче са на държавна служба. Един от тях е Кайлаш Чандра Махиндра (1894-1963 г.). Той

е бил директор на Резервната банка на Индия (централната банка на страната), на самолетната компания Air India, на стоманодобивното дружество Hindustan Steel и председател на Indian Aluminium Company.

Докато други индийски богаташи се замогват, без да са учили в елитни школа, Махиндра се образова в Кеймбридж. В младежките си години е бил редактор на списанията, свързани с Индия. Но на една по-зряла възраст – през 40-те години, той вече има нужните връзки и опит, за да навлезе в енергийния сектор. Въвежда най-актуалните методи в добива на въглища и помага в развитието на политиката в сектора на държавно ниво. През 1946 г. – след обявяването на независимостта, основава компания заедно със свои партньори, която развива производство в много сектори. Когато един от съдружниците му се установява в отцепилия се Пакистан, Махиндра създава успешно партньорство със своя брат Джагдеш Чандра Махиндра. Кайлаш си спечелва имиджа на човек, силен в реализацията на идеи, разрешаващ проблеми на микрониво и преодоляващ ежедневни трудности, така че голямата визия зад дадено дело да се сбъдне.

Индийците преуспяват днес на Запад, имат силно лоби сред мениджърите на големите компании, във финансите и технологиите. Но предприемаческият дух на индийците е характерен за тях и по времето на британското управление, и в независима, социалистическа Индия. Амбани, Бирла, Куриен и Махиндра са само четири примера за това. ■

Economic.bg

ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ НА БЪЛГАРИЯ



WWW.ECONOMIC.BG

ГУАНДЖОУ - КИТАЙСКАТА

СТОЛИЦА НА ТРЕТИЯ СВЯТ

автор: **Владимир Митев**

Вагломерацията покрай Перлената река в южната част на Китай живеят 54 млн. души, ако се брои населението на Хонконг, и 44 млн., ако то бъде извадено от сметките. Това е един от най-проспериращите райони на страната. Тук е Макао – известен като център на хазарта, Шънджън – превърнал се в Силициевата долина на Китай, финансовият център Хонконг и не на последно място град Гуанджоу.

Гуанджоу е всъщност новото име на популярния със западното си име в миналото Кантон. Исторически тук се говори на кантонски език – различен от популярния в останалата част на Китай мандарин. Градът е бил за кратко столица на страната по време на гражданската война в средата на XX век, след като комунистическите сили окупират Нанкин през 1949 г. През 80-те се оказва големият печеливш от пропазарните реформи на Дън Сяопин, който създава специални икономически зони по крайбрежието на страната в стремежа си да я индустриализира и да настигне технологично Запада.

През 1895 г. и 1911 г. край делтата на Перлената река избухват неуспешни въстания, които целят да свалят от власт династията Цин. Синхайската революция от 1911-1913 г. обаче успява, а Гуанджоу участва и в нея. Тази революция води до края на китайската монархия и провъзгласяването на република.

Днес Гуанджоу вече е третият по големина град в Китай с население, което надхвърля 13,5 млн. души. Освен че е силно развит промишлено, той е и голям транспортен център. Пристанището на Гуанджоу е особено важна връзка по пътя на коприната. Неслучайно в града има важни общности на хора от Близкия изток, Източна Европа и Африка.



Кулата „Гуанджоу“





Фото Wikipedia

Едно от имената му е Столицата на Третия свят.

Гуанджоу има най-голямата африканска общност в цяла Азия, която възлиза на около 200 000 търговци от районите на юг от Сахара. Африканците постоянно прииждат, изкушени от възможностите да купят свръхевтино стока, която после да продават с надценка по своите родни места. От 1000 години в града живеят и араби. Това прави мюсюлманската религия и храмове традиционна част от живота там.

Идващите край Перлената река търговци често посещават района с едномесечни визи и няколко десетки хиляди долара средства. Те купуват всичко, до което могат да се доберат, а после с кораби доставят всякакви стоки вкъщи – от слънчеви очила през технологични джаджи до дрехи.

Днес делтата на Перлената река е олицетворение на китайската мечта не само за чужденците, но и за самите китайци. Провинция Гуандун, чийто център е Гуанджоу, дава около 25% от износа и 12% от БВП на Китай.

Гуанджоу е олицетворение на успеха на китайската програма за урбанизация, модернизация, индустриализация и технологично развитие. Той показва и слабата страна на това колосално усилие, което на Запад е отнело столетия, но в Китай е било реализирано за 20 години – свързана със замърсяването.

След като индексът за замърсяване на въздуха на Гу-

анджоу достигна рекордна стойност, кметът Чън Цзиянхуа обяви преди две години, че ще пътува с автобус, вместо с кола. През лятото на 2014 г. той предприе и друга стъпка, за да засили доверието на гражданите в стандартите за околна среда – хвърли се да плува в Перлената река. Кметът направи това в деня на 48-годишнината от плуването на Мао Цзедун по река Яндзъ във Вухан, показало бойната готовност на легендарния китайски лидер по време на Културната революция.

Независимо от силния дух на кмета на Гуанджоу, проблемите с околната среда остават значими. Градът обаче е привлекателен за хора от всички краища на Китай. От една страна, в него има много работни места. От друга, той се утвърждава като изследователски център.

Във визията за високотехнологичен град се вписва технологичният център Guangzhou Science City. Част от него е зона за технологично развитие на площ от 37,5 кв.км. Този център подхранва китайските стартъп компании, като им осигурява необходимата среда – облачни технологии, инженерни решения, материали, възобновяеми енергийни източници и биотехнологии.

Гуанджоу е свързан с Пекин и Шанхай чрез високоскоростна железопътна линия. Изградени са магистрала. Има и транспорт с хеликоптери. Близостта му с Макао, Шънджън, Хонконг и другите градове от делтата на Перлената река очертава един регион, чийто БВП се очаква да достигне 2 трлн. долара през 2030 г.





Фото Wikipedia

Пешеходната зона на града

Има различни неща, които отличават кантонците от останалите жители на Китай. Едно от тях е характерната за района им кухня. Тя е една от осемте кулинарни традиции на страната. Всъщност това, което на Запад се разбира под китайска кухня, често е именно кухнята от района на Гуандун, тъй като голяма част от историческата китайска емиграция е от този район.

Гуанджоу е известен още с ръчноизработени изделия, с различни бродерии, ветрила, порцелан, чадъри от хартия. Освен това южната част на Китай традиционно е по-отворена към изкуствата. В комбинация с кантонската кулинария тези неща правят района привлекателен за чуждестранните туристи. Неслучайно и местните власти развиват туризма като един от източниците на приходи за града и района.

Част от отвореността към света са още моловете и пазарите за продажба на едро в централната част на Гуанджоу. Именно тук се стичат африканските и другите временно пребиваващи търговци, които купуват с хиляди от определени артикули. Градът няма своя фондова борса като Шънджън и Хонконг, но притежава също финансов сектор – банки, брокерски фирми, различни търговски дружества. Кантонският панаир е най-значимият и има най-дългата история в Китай. Градът обаче държи и първенство в негативен план. Тук е най-големият център за нелегална търговия с наркотици в страната.

Град с размерите на Гуанджоу, разбира се, трябва да

има изключително развита система за градски транспорт. Метрото функционира от 1997 г. и при откриването си е четвъртото в Китай. Днес то има дължина 306 км и 10 линии. Само системата от автобуси извършва по един милион превоза на ден. В същото време това е градът с най-много коли на пропан-бутан в света.

За жителите от останалата част на страната Гуанджоу е един от най-космополитните китайски градове. Това не се дължи само на панаира. Летището има три писти и предстои изграждането на още две. То е второто най-натоварено в Китай.

Градът има важни забележителности – като кулата „Гуанджоу“, която е най-високата в страната и се издига на над 600 м. На върха ѝ е най-високият въртящ се ресторант в света. Подобни изкушения карат мнозина чужденци да се чувстват у дома си именно в тази част на Китай, която исторически е и най-свързаната със Запада. Всъщност преди страната да се отвори изцяло за търговия със света, именно Гуанджоу е бил единственото пристанище, през което е ставала връзката с чужбина.

Днес обаче не толкова Китай се отваря към света, колкото светът посреща въздигащия се азиатски колос. И ето че делтата на Перлената река отново е изключително важна част от китайската глобализация. Този път тя не води света в Китай, а помага Китай да се „разпростре“ икономически върху земното кълбо.

∴ ГРАДЪТ ОТ ДЕЛТАТА НА ПЕРЛЕНАТА РЕКА Е
∴ ВАЖЕН И ЗА КИТАЙ, И ЗА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА



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.





МАКАО

ПАРИТЕ РАЖДАТ ЖИВОТ

автор: Владимир Митев

От есента на 2016 г. Макао – азиатският лидер в областта на забавлението, хазарта и услугите, има нова придобивка – минивъзстановка на Париж. Хотелът-казино „Парижкото Макао“ разполага с около 3000 нови хотелски стаи, ресторанти, басейни, спа и молове. От октомври 2015 г. автентичното парижко преживяване е подплатено с двойно умалено копие на Айфеловата кула, разположено пред хотела. Тя има височина от 38 етажа. В конструкцията ѝ (са вложени над 2800 тона стомана, а изграждането е продължило една година. Една от екстрите е възможността етажът за наблюдение на кулата да бъде резервиран за събития.

Така хазартният център Макао, който има и венецианска част, се нарежда сред градовете, превърнали се в увеселителни центрове сами по себе си. Лас Вегас има райони, копиращи Венеция, Париж и Ню Йорк. Разположеният в Южен Китай в делтата на Перлената река Макао не може да остане по-назад от световните тенденции.

Това е най-гъстонаселеният район в света. Върху площ от 30,5 кв.км живеят 650 000 души. В същото време БВП на глава от населението като паритет на покупателната способност е по-висок от този на всички други държави, посочва Световната банка. Това е районът с четвъртата най-голяма продължителност на живота на Земята. А индексът

на човешко развитие поставя града на 18-о място в света през 2014 г.

Това са забележителни постижения за един град, започнал съществуването си през 1557 г. като португалска колония. Макао се присъединява към Китай едва през 1999 г., след като португалско-китайски договор от XIX век определя този срок.

Днес градът е специален административен район и по подобие на Хонконг в него се прилага формулата „една държава, две системи“. В града функционира още португалското право. То ще продължи да е в сила до 2049 г. Ки-





Фото Pixabay

⋮ ТУРИСТИЧЕСКИЯТ И ХАЗАРТЕН ЦЕНТЪР СМЕСВА ПО УНИКАЛЕН
⋮ НАЧИН ЕВРОПЕЙСКИТЕ И ПОРТУГАЛСКИТЕ ВЛИЯНИЯ С
⋮ МЕСТНАТА КИТАЙСКА КУЛТУРА. **ТОВА Е НАЙ-ГЪСТОНАСЕЛЕНИЯТ**
⋮ **И ЕДИН ОТ НАЙ-БОГАТИТЕ РЕГИОНИ В СВЕТА**

тайската народна република отговаря за военната защита и външната политика на Макао, докато градът има собствена валутна система, митници, имиграционна политика и полиция.

Китайците са мнозинство тук още от XIX век насам. Днес португалците в града са само 3%. Но той е съхранил специфично „романтично“ преплитане на европейската и азиатската култура. В местната кухня например има силно португалско влияние. От друга страна, португалските колонизатори използват изобилно азиатски елементи в архитектурата през вековете на своето управление. От тях обаче са останали и характерни португалски сгради, които са най-

често катедрали.

Макао помни през вековната си история холандски нападения, японска окупация и американски бомбардировки. В по-ново време – през 1966 г., в града избухва и бунт срещу португалските власти. След като потушава въстанието, като нанася на жителите цивилни жертви, Лисабон „поема отговорност“ за случилото се. Революцията на карамфилите от 1974 г. сваля диктатурата в Португалия, а новото правителство в метрополията поема курс по оттегляне от задморските владения. Макао получава допълнителна автономия през 70-те години. В момента, когато е предаден на Китай, той е последната европейска територия в Азия.

Днес градът базира икономиката си до голяма степен на туризма, индустрията, забавленията. Три четвърти от износа се падат на шивашката промишленост. В същото време над 50% от БВП и над 70% от бюджетните приходи идват от хазартни игри, туризъм и хотелиерство. Присъединяването на Макао към Китай води до нарастване на посещенията на китайци от вътрешността на страната и, разбира се, до небивал икономически разцвет. Днес над 50% от гостите са от останалата част на Китай, а 30% от туристите са от Хонконг. Притокът на хора създава условия за източна грандомания. Най-голямото казино в света – „Венецианското Макао“, е именно тук. То е открито през 2007 г.



Фото www.venetianmacao.com



Фото Parisianmacau.com



ПОДЕМ 120

Фото Pixabay

Малката Венеция в Макао



Но градът се е специализирал и в други услуги, свързани с въртене на пари. Той е офшорен финансов център и свободно пристанище, където не се упражнява контрол върху валутния обмен. За разлика от много градове по света, които са потънали в дългове, Макао е кредитор. Китайското правителство не облага с такси специалния административен регион на града. Всички негови финансови приходи остават под контрола му и нищо не отива към властите в Пекин.

Основният език, който се говори в Макао, е кантонски. Културна особеност е и т.нар. „канто-поп“ – жанр на популярната музика, характерен както за центъра на хазарта, така и за финансовия център Хонконг, до който разстоянието е само 60 км. Друга забележителност са сградите, свързани с проведените през 2005 г. Източноазиатски игри.

Връзката с Хонконг и с Китай е особено важна за Макао. Градът внася изцяло храната и водата, които ползва. Но и Китай печели от него, тъй като получава достъп до глобалния финансов свят. Оттук и славата на Макао като световен център за пране на пари и финансови престъпления. Организираната престъпност също има своето традиционно присъствие, наред с корупцията и замърсяването на околната среда в резултат от пренаселването и индустриалните производства. Някои от тях са свързани освен с шиене на дрехи и с производство на машини, с дървообработване, с вино и с електроника.

Комбинацията от големи пари и туризъм утвърждава града и в културно отношение. Всъщност, още докато той е бил част от Португалия, Лисабон е водил политика по насърчаване на изкуствата в него. Португалската управа го е

считала за „град на културата“.

От края на 2016 г. Макао има свой филмов фестивал. Иначе градът е с традиции в областта на литературата, изящните изкуства и танците. Има и свои изпълнители на португалската запазена марка музика – „фудо“.

Особеност е, че колите се движат в лявата лента, по подобие на Хонконг, ала в разрез с общоприетото в Китай или в Португалия. В града са популярни частните училища, но те получават държавно финансиране. Макао има и собствена валута, наречена патака. Тя е с фиксиран курс спрямо хонконгския долар и се използва от 1894 г. насам.

Всяка година през ноември Макао е домакин и на състезание от Формула 1. По подобие на Монако, ралито се провежда по улиците на града. Верен на синтеза си на португалска култура и католицизъм и на китайска култура и будизъм, туристическият център отбелязва подобаващо както Китайската Нова година през януари, така и католически празници.

Част от романтиката на града е неговият исторически център с 25 забележителности, който е обявен от ЮНЕСКО за обект на световното културно наследство. Наричат Макао „Китайският Вегас“. Но да бъде сравняван с други градове е прекалено опростено. Той е уникален – със смесицата на европейски и азиатски влияния, с отворената към туристи и свързана с финансите и хазарта култура, с високия стандарт на своите жители, с любовта им към предприемачеството и с изкушенията на финансовите схеми. Макао може да копира Париж или Венеция, но прилича най-вече на себе си.



Хазартът и свързаният с него туризъм носят 50% от приходите на Макао



Фото starworldmacau.com

ПОДЕМ 121

Руините на катедралата „Свети Павел“ са част от световното културно наследство



Фото Macao Heritage Board

МЪСК, КОЙТО ИСКА АМЕРИКА ДА СЕ ХРАНИ ЗДРАВΟΣЛОВНО



автор: Ния Илиева

Всички са чували за Илон Мъск, един от най-значимите технологични лидери и визионери на днешно време. Той мисли и действа с размах и затова днес е символ на напредъка и развитието. Подобно на неговите зелени идеи за електрически автомобили Tesla и домове и предприятия на слънчеви батерии, по-малкият му брат Кимбъл Мъск също се е посветил на екологични и здравословни бизнеси и инициативи.

В края на 2016 г. по-малкият Мъск започна и собствена програма за градски ферми в Бруклин, Ню Йорк, наречена Square Roots. От 2011 г. работи и друга негова програма - „Learning Gardens“ – градини, каквито вече има в над 300 училища, и където децата се учат на биологично отглеждане на полезни храни.

Бизнесът на Кимбъл Мъск също е свързан с екологията и здравословното хранене. Той има две вериги ресторанти – по-високият клас се нарича The Kitchen, а по-достъпният - Next Door. И двете вериги, които отварят преди почти десетилетие, сервират само ястия, направени от местно месо и зеленчуци (т.е. от животни, отглеждани в района, и местни градини), подкрепяйки местните фермери.

Според последните планове на Мъск той планира веригата Next Door да се разрасне поне с още 6 локации в Средния запад и южните щати като Айова, Охайо, Мичиган,

Уисконсин, Мисури и Арканзас. И тъй като сега ресторантите са само 3, до 2020 г. Мъск планира да отвори още 50. Само до края на 2017 г. ще отворят 6 нови локации, като първата ще е в Мемфис през май.

Цените на храната в ресторантите Next Door не са високи за американските стандарти – starterите са около 10 долара, гарнитурите – около 5 долара, което е сравнимо с други ресторанти, които работят с местни ферми като Chipotle, Sweetgreen и Dig Inn.

Ресторантите Next Door планират партньорство и със стартиращи компании за доставки на храна като Postmates и UberEats, като само за миналата година веригата отбелязва 80% ръст на поръчките на храна за вкъщи.

Преди да се посвети на здравословното хранене, Кимбъл Мъск е звезда в Силициевата долина, заедно с брат си Илон. Двамата имат общ бизнес. В не толкова далечната 1995 г. те създават услуга, подобна на днешната Google Maps, наречена Zip2. Успяват да я продадат за близо 300 млн. долара. С парите инвестират в ново начинание, което по-късно се превръща в системата за разплащания PayPal.

Но тогава Кимбъл решава да напусне технологичната индустрия и да се посвети на кулинарията. Записва се в кулинарно училище и се посвещава на страстта си - храна,

ПО-МАЛКИЯТ БРАТ НА ИЛОН МЪСК - КИМБЪЛ, СЪЩО ИМА ЗЕЛЕНИ БИЗНЕСИ И ИНИЦИАТИВИ

.....

*Кимбъл Мъск с
доброволка в академия
на Learning Gardens в
Лос Анджелис*



която е полезна и за тялото, и за околната среда.

Началото

Кимбъл Мъск е роден също в ЮАР, както и по-големият му брат Илон. Двамата имат и сестра – Тоска, която е режисьор. След развода на родителите им, трите деца стават много близки и свързващото звено е именно Кимбъл. Както отбелязва майка им Майе Мъск, родителите винаги смятали Кимбъл за „идеалното дете“ – той бил добър, внимателен и щедър, и такъв си остава досега. Майе Мъск, която от години има успешна кариера на модел, и до днес понякога се снима за модни списания и кампании, макар да е на 69 г. След преместването на Майе и трите ѝ деца в Торонто, Канада, Кимбъл приел като отговорност готвенето за семейството. През цялото време майката работела, за да ги издържа и да плаща образованието им. Кимбъл постъпва в колеж в Кингстън. Брат му Илон вече работи в Силициевата долина като разработчик в технологична компания. По това време Кимбъл мечтаел да стане инвестиционен банкер и да работи на Уолстрийт. Но когато получил място в банка в Торонто, той на мига възневидял работата си. По думите му, тя била „твърде корпоративна и структурирана“. Тогава решил да се заеме с нещо, което да му помогне да създаде собствен бизнес.

Първо прави компания за продажба на живопис, което бързо довело до добри финансови приходи за семейството. Годишният оборот от сделките достигнал 300 000 долара. Но на Кимбъл му било скучно. И решил, че това, което прави, трябва да е и вид мисия.

По това време Илон Мъск предприел пътешествие из страната с кола. Той работел в компания за игри в Силициевата долина, но решил да се върне в колеж, за да довър-

ши образованието си. Двамата братя изкарали цял месец по пътищата и в безкрайните им разговори се родила идеята за съвместен бизнес. Така през 1995 г. основали компанията Zip2. Четири години по-късно, през 1999 г., Zip2 е купена от Compaq за над 300 млн. долара.

След това Илон Мъск създава компанията X.com — система за електронни плащания чрез имейл, а Кимбъл инвестира в услугата. Малкият брат заминал за Ню Йорк, където по това време живее приятелката му, впоследствие станала и негова съпруга, и основал социалната мрежа Funky Talk, която се срива по времето на дотком балона в САЩ. По негово собствено признание, тогава дошъл моментът, когато той се почувствал напълно уморен от технологичния бизнес.

Тогава съпругата му му предлага идеята да опита работа като готвач, тъй като умеел и обичал да готви. Мъск записва курс във Френския кулинарен институт, където по неговите думи „всеки ден в продължение на една година по 6 часа слушал всякакви оскърбления от професионални готвачи“.

„Навремето не бих могъл да кажа със 100% точност, че всичко ще се нареди така, но той винаги е обичал да готви и да яде, въпреки че е слаб като дъска за гладене“, шегува се Илон Мъск. Но въпреки че иронизира брат си, по-големият Мъск цени високо бизнес качествата му. Кимбъл не само е член на съвета на директорите на Tesla и SpaceX, но според договора той ще заеме мястото начело на компаниите, ако нещо се случи с Илон Мъск.

Кимбъл започва курсовете в средата на 2001 г., а малко след това стават атаките срещу Световния търговски център, когато двете кули са разрушени от атентатори със



Една от малкото снимки, на които двамата братя са на едно място – тук говорят за кариерата си на събитие на Milken Institute през 2013 г. Кадръ YouTube

самолети. Мъск и съпругата му живеят наблизко и затова той има достъп до зоната, където след атентатите работят спасителните отряди. В продължение на 6 седмици той готви и доставя храна на пожарникарите и полицаите, като се старае ястията да са само здравословни.

След това решава да отвори собствен ресторант. Двамата със съпругата му дълго време търсили идеалното място и в крайна сметка се установили в Боулдър. Седмица по-късно Кимбъл Мъск случайно се запознава с британския готвач Хюго Матисън, когото кани на работа в ресторанта си. Цялата следваща година британецът работи за 10 долара на час.

Кимбъл Мъск открива първия си ресторант през 2004 г. и го нарича The Kitchen (Кухнята), за да избяга от всякаква претенциозност. Фирмено блюдо на ресторанта за здравословно хранене станала доматиена супа, която Мъск готвил, използвайки само домати, масло и лук. Когато посетителите разбрали рецептата, не повярвали, че само с тези продукти ястието може да е толкова вкусно.

През февруари 2010 г. Кимбъл Мъск отива на ски курорт със семейството си. За няколко часа посещава и конференцията TED, на която с лекция се представил и известният готвач Джейми Оливър.

Той говорил как здравословната храна може да вдъхновява и да разшири възможностите на всеки човек, което много впечатлило Мъск. По това време той търсел начини да популяризира още ресторанта си, а шеф Матисън и екипът му поели почти цялата работа и самият Кимбъл нямал много задължения в ресторанта.

И си намерил работа в технологична компания. През 2005 г. му предложили длъжността генерален директор на новата социална мрежа Medium (но не в известната блог платформа, а в друго направление). Компанията не можела да привлече инвестиции, а потенциалните партньори обявили, че ще се съгласят на сделка, ако бъде привлечен начело Кимбъл Мъск. Историята продължила 4 години, а Мъск чувствал, че стои в компанията не защото работата му допада, а само заради отговорността му пред инвеститорите. В ресторанта обаче все още не потръгвало, както му се искало.

И тогава дошло това важно посещение на зимния ски курорт. Предприемачът решил да се пързая с децата си на надуваема шейна и това почти не му струвало живота. В някакъв момент шейната се обърнала и Мъск се приземил на главата си със скорост почти 60 км/ч. Вратът му бил счупен и според лекарите можело да прекара целия си живот в инвалидна количка напълно парали-



Илон Мъск (вляво) с майка си Майе, Кимбъл и Тоска

зиран. След много скъпа и рискована операция Кимбъл е спасен, но прекарва 2 месеца на легло. Имал много време да мисли и стигнал дори до някои радикални решения.

Сред тях били да се откаже от интернет бизнеса и да се разведе. И си обещал да не оставя само в зародиш вдъхновението, което получил по време на лекцията на Джейми Оливър на конференцията TED. Кимбъл разказва, че в болницата си повтарял сам една мантра: „Ще направя това, ще направя това. Не знам как, не знам какво точно, но ще го направя“. И тогава се появява целта – да създаде една общност за здравословна храна.

Пет години по-късно вече има две вериги ресторанти, разраснали се и извън Боулдър - в Чикаго, Денвър, Глендейл и други градове.

Скоро след инцидента се родила и идеята за безплатната учебна програма Learning Gardens. Идеята на Кимбъл дошла от един от сътрудниците в ресторанта в Денвър, с когото се наели да я реализират. Занятията се провеждат в специално проектирани малки градини в училищата, с изграждането на които се заела бившата жена на Кимбъл.

Първите 50 градини са открити в Денвър. После в Чикаго отварят още 100. Всяка от тях е направена от модулна конструкция, а общата стойност на проектирането, производството и сглобяването е около 35 хил. долара.

Заедно с отварянето на градина Learning Gardens, Кимбъл Мъск откривал и по един ресторант. Първо в Денвър, после в Чикаго. Защото въпреки че бизнесът му носи пари, главната цел на Мъск е да обясни на света ползите от здравословното хранене. Това е цялостната идея на създадената от него неправителствена организация The Kitchen Community, която управлява социалните проекти.

Сега предприемачът работи в Мемфис съвместно с градската управа, от която ще получи средства, а в замяна



Фото mayemusk.com

Майк Мъск и до днес се снима в модни издания и по ревюта. Тук е с колелото си на улицата в Ню Йорк

ще подобри условията за живот, ще открие нови работни места, ще подкрепя местните фермери и ще предлага на жителите наистина здравословна храна.

Вече работят 300 учебни градини в Денвър, Чикаго, Лос Анджелис и Мемфис.

А, както е видно, амбициите на Кимбъл Мъск са да разгърне мисията си за здравословно хранене и здравословен живот из цяла Америка.



Учители разясняват на децата ползите от здравословното хранене и как се отглеждат биохрана

ПЪРВАТА ЯПОНКА МИЛИАРДЕР

автор: Ния Илиева

**ЙОШИКО ШИНОХАРА
Е НА 82 И РАЗВИВА
БИЗНЕС С ЧОВЕШКИ
РЕСУРСИ ОТ НАД 40
ГОДИНИ, НО ЧАК СЕГА
ТОВА Й СЕ ОТПЛАЩА С
10-ЦИФРЕНО БОГАТСТВО**

От месец Япония има първата си жена милиардер, натрупала сама състоянието си (т.нар. селф-мейд, от англ.). И вероятно изненадващо за мнозина

тя не е млада технологична звезда, а е 82-годишната основателка на компания за човешки ресурси Йошико Шинохара.

Стартира агенцията си за осигуряване на временна заетост преди над 40 години и я управлява от едностайния си апартамент в Токио. Но след дълги години упорита работа това й се отплаща с 10-цифрено богатство.

Йошико Шинохара е родена на 19 октомври 1934 г. и детските й години минават преди и по време на Втората световна война.

Баща й, който е училищен директор, умира, когато тя е едва 8-годишна. Майка й никога не се омъжва отново и сама отглежда дъщеря си, работейки като акушерка. 20-ина годишна, Йошико завършва гимназия и скоро се омъжва, но бракът не продължава никак дълго. Тя загърбва съпруга си и семейството си, което не приема добре развода, и тръгва по света да преследва мечтите си. Прекарва по-голямата част от 60-те години в Англия и Австралия, рабо-

тейки като секретарка. Именно по време на този професионален опит се запознава с особеностите на временния офис персонал.

Връща се в Токио през 1973 г., но желанието й не било да се захване отново със секретарската работа, затова започва собствен бизнес от апартамент си като агент за набиране на кадри за временна заетост. По това време обаче действието й е твърде рисковано, тъй като дейността е незаконна в Япония. На компаниите е забранено да наемат кадри временно. В онези години в Страната на изгряващото слънце е въведена само пожизнена трудова заетост.

Докато през деня работи, през нощта Шинохара преподава английски, за да свързва двата края. Често се случва и властите да я привикват да дава обяснения за дейността си. През 1978 г. обаче законът е променен и бизнесът потръгва, а предприемчивата дама вече придобива първия си официален офис.

Първоначално Шинохара наема само жени. Дори мениджъри във фирмата стават служителки, които преди това са ползвали услугите й за временна заетост. Но това се променя заради забавянето на бизнеса. Предприемчивата дама научава, че жените невинаги са достатъчно агресивни



в откриването на нови клиенти и разрастване на фирмата. Така в края на 80-те тя започва да наема и мъже и да им осигурява работа. И бизнесът отново тръгва нагоре.

90-те години са популярни в Япония като „загубеното десетилетие“. Икономиката е в стагнация, но пък това са отлични условия за бизнеса на Шиохара. Компаниите режат разходите си и предпочитат да освобождават служители с твърди договори, назначавайки почасово. В тези години бизнесът на агенцията процъфтява.

През 2008 г. Шиохара предприема друга огромна и важна стъпка. Компанията ѝ Temp Holdings става публична и започва да се търгува на

фондовата борса в Токио. През 2010 г. започва и международната ѝ експанзия - Temp Holdings придобива 4% от американската компания за подбор на персонал Kelly Staffing.

Днес компанията на Шиохара е огромен международен конгломерат и се занимава с набиране на кадри, консултиране, аутсорсинг и развитие, освен с предлагане на временна и почасова работа. Посредничеството за временна работа е все още най-сериозната и голяма част от бизнеса, или 78% от общите приходи на компанията от 2,4 млрд. долара идват от него. Temp Holdings има договори с 27 000 компании в Япония и 13 други държави, включително САЩ, Австралия, Китай и Индия.

Шиохара не се омъжва повече след първия си развод. През 2014 г. дарява 5% от акциите на Temp Holdings в новосъздадената фондация Yoshiko Shinohara Memorial Foundation. Тя осигурява стипендии за студенти от специалностите медицински персонал, социални дейности и дневна грижа.

През 2016 г. Шиохара, на 81 г., се оттегля от управлението на компанията си. Притежава 25% от фирмата, а отличното пазарно представяне превръща дяловете ѝ в състояние на стойност над 1 милиарда долара.

Японката е една от едва 26-те жени селф-мейд милиардери в Азия. Всички останали 25 са от Китай и Хонконг.

НЕПОСИЛНАТА ЛЕКОТА ДА ПРОДАВАШ ИЗКУСТВО



В колекционирането няма правила и всяка колекция е уникална, уверява акад. Светлин Русев. В галерия „Българи“ той представи избрано от най-новите попълнения в своята колекция

автор: **Татяна Явашева**

Всичко е на един клик разстояние – информацията, билетите, картините, преживяванията, удоволствията... Технологиите дават много улеснения, но дали по-лесно се продава изкуство? Понякога и само понякога изглежда по-лесно, именно защото всичко е на един клик разстояние и всички се борят за нашето внимание и за нашите пари.

Всяко изкуство има своите специфики и затова няма само един правилен начин да се стигне до пазара. От хората, които днес се занимават с маркетинг и продажби на изку-

ство, се очаква да впрегнат цялата си изобретателност и креативност, за да намират нови и нови работещи подходи към клиента – било да го заинтригуват да си купи билети за концерт, било картина, било друго, в което е вложен талант, усилия, находчивост.

Билет за концерт може да се купи онлайн. Картина може да си поръчаме по интернет, но за да не се сдобием с принт на добро произведение или с някой фалшификат на именит автор, професионалистите съветват да се въздържаеме от подобни улеснения да купим онлайн с доставка

до дома, тъй като това може да ни коства пари и разочарование.

Хората, които продават изкуство, най-добре знаят колко лесно и колко трудно е това днес, с какви усилия се стига до потребителя и до клиента, до истинския ценител. В срещата с опитни професионалисти може да ни осенят идеи, които да са полезни в усилието да стигнем до повече клиенти.

Предлагаме споделен опит от двама участници по темата за тънкостите в маркетинга и продажбата на изкуство.

∴ **ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ДНЕС СА МНОГО,**
∴ **ПРЕДЛАГАНЕТО Е ОГРОМНО И НЯМА САМО ЕДИН**
∴ **ПРАВИЛЕН НАЧИН ДА СЕ СТИГНЕ ДО ПАЗАРА**

Христина Станева, зам.-директор по административните въпроси в Националната опера и балет:

Търсим нов подход към публиката

Как да увеличим продажбите – това е въпрос, на който непрестанно търсим нови и нови отговори в Софийската опера и балет. В това усилие трябва да е въвлечен целият екип, никой сам не би могъл да постига тази висока цел, тъй като това не е еднократен акт.

Едно от първите неща, с които като маркетинг мениджър се заех, беше свързано с желанието на акад. Пламен Карталов, когато публиката идва в този национален театър, винаги да усеща приповдигната фестивална атмосфера. Успяхме да го постигнем. Предприехме и серия от стъпки с цел

засилване на интереса

към представлението. В близост до операта направихме модерна афишна колона, където да представяме актуалните спектакли. Това стана със

съдействието и на Столичната община, която подкрепя нашите инициативи. По моя идея заедно с други колеги организирахме Информационен център, в който да работят само студенти. От тях се очакваше да са позитивно настроени, да имат търговски нюх и усет за работа с клиенти. Това нововъведение доказа своята полза.

Мобилните устройства са в джоба на всеки и решихме чрез тях да улесним публиката -

билетите се купуват онлайн

без да е необходимо посетителите после да идват до касите на операта, без дори да се налага билетите да се принтират на хартия. Направихме



това заедно с e-Play и компанията разработчик на софтуер. От началото на 2016 г. достъпът може да става чрез мобилното устройство, като зрителят получава специален бар код. На входа към залата служители сканират кода със специален четец. Този вариант бе продиктуван и от факта, че наша цел е организирането на културен оперен туризъм и националният ни театър за опера и балет има многобройна международна публика, а онлайн продажбата на билети е голямо улеснение за тях.

Вече виждаме, че само на традиционните начини за продажби не може да се разчита и затова търсим нови подходи за привличане на зрители. На стаж при нас вземаме студенти, които учат маркетинг и продажби. Те натрупват практически опит и най-добрите от тях остават на работа при нас. Те са източник на нови идеи. Но

МАГИЧЕСКИЯТ НАЧИН ДА ПРОДАВАМЕ ПОВЕЧЕ И ПО-ДОБРЕ Е КАТО ОТКРИЕМ ТОЧНИТЕ ХОРА, КОИТО ДА РАБОТЯТ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕТО НА ПРОДУКТА



В Софийската опера и балет вече може да влезете с онлайн билет в смартфона

маркетингът включва и гостуванията на Софийската опера и балет в чужбина. Изключително успешно премина гостуването с „Пръстена на нибелунга“ от Рихард Вагнер през септември 2015 г. във Фюсен, Германия. Трябваше да изготвим маркетингова стратегия, рекламна и ПР кампания, продажба на билети. Пристигнаха шест тира с декори, техника, костюми, реквизит и всичко необходимо. Трябваше да осигурим цялата логистика по настаняването на 220 души. Предизвикателство беше каква публика ще привлечем от цял свят, но се справихме, тъй като съумяхме да осигурим продажбата на 95% от всички билети. Вагнеровото общество оцени високо това наше гостуване във Фестивалния театър във Фюсен.

Ключ към успеха

ни с Вера Петрова, която също е зам.-директор и с която отговаряхме за този проект, е, че намерихме туроператор, чрез който организирахме туристически пакет от билети за спектакъл, хотелско настаняване, туристически атракции. Това не е първият ми опит да организирам голям гастрол зад граница. „Бойното ми кръщение“ с националната опера беше участието във фестивала „Филипи Тасос“ в Гърция през 2013 г. с постановките „Дон Карлос“ и „Зорба гъркът“. Там беше изцяло мой ангажимент организирането на продажбите, на маркетинга и рекламата, както и настаняването на 150 души от нашия екип.

Когато бях в Япония, „откраднах“ идеята да промотираме и рекламираме предстоящите спектакли в антрактите. На място може да се направят резервации още на момента, като се предлагат най-хубавите места за най-добрите постановки. Това е поверено на нашия салонен персонал. Освен това правим и

имейл маркетинг

като в мейл листата ни са над 30 хил. почитатели и броят им непрестанно расте.

Завърших „Международни отношения“ в Софийския университет. Имам опит в събитийния мениджмънт, като съм организирала едни от най-големите концерти у нас на Lord of the Dance, Scorpions, Хулио Иглесиас. От опит зная, че клиентите, публиката трябва да се радват на позитивно и добронамерено отношение. Те трябва да са добре посрещнати, добре обслужени и изпратени по начин, който да ги накара отново да се върнат при нас. Често получаваме от наши зрители благодарствени писма и цветя. Работата в Софийската опера е всекидневно предизвикателство.

Чрез програмата „Концерти за бебоци“, която е по идея на акад. Карталов, ние сами отглеждаме своята бъдеща публика. При нас няма нито един скучен ден. Имаме амбицията залите да са винаги пълни. Когато това е факт, за всички колеги е празник, тъй като всички добре сме си свършили работата. Трябва да се правят кампании, които невинаги са обвързани с намаления и отстъпки. Например може да се напомни на публиката, че като специален подарък за празник може да подарят преживяване чрез билети за опера и балет.

Иновациите и технологиите крият нови начини за продажба и върху тях постоянно трябва да се работи. Социалните мрежи също привличат публика и може да се използват по подходящ начин. Но магическият начин да продаваме повече и по-добре е като открием точните хора, които да работят за популяризирането на спектаклите. Имаме ли точните хора, те във всеки момент ще намират точния начин да стигнат до потребителите и да привлечат публика в залата.



Антонио **Василев**, собственик на галерия „Българи“:

Търговията с картини е доверен бизнес

Изграждането на галерия в професионален вид е условие да се продава изобразително изкуство. Важно е и самото отношение – това не е само бизнес, но и удоволствие. Нужно е обаче да има сериозен финансов ресурс. Предлагането на картини не носи бърза печалба, а се иска по-дълго присъствие на пазара с изложби на добри автори, като се създава и добра публика. Всичко това става бавно и със сериозно отношение към авторите. За колекционерството са нужни три неща: желание, възможности и отношение. Дори един от тези елементи да липсва, не се получава.

Бизнесът с изобразително изкуство е насочен към хора, които вече

ТЪРСЯТ ДУХОВНОТО

след като първо са минали през материалното. Важен момент в успеха на една галерия е доверието, а то се гради с времето. Не може да сравняваш с цените на конкуренцията, тъй като в изкуството оценката е твърде субективна.

Галерия „Българи“ предлага творби на стари автори, но също така ние първи започнахме да налагаме съвременни автори, тъй като модерното изкуство по-лесно се вписва в днешния интериор. Днес съвременното изкуство се продава по-добре, отколкото преди години, тъй като се създаде по-силен интерес към него.

Галерия „Българи“ не прави само комерсиални изложби. Поне 2-3 пъти в годината се организират експозиции, които

В МОМЕНТА ПАЗАРЪТ Е СВОБОДЕН И КОЛЕКЦИОНЕРИТЕ СА ТЪРСАЧИ, КОИТО НАМИРАТ

нямат търговска цел. Това е лукс, но заедно със Съюза на колекционерите имаме за цел ученици, студенти и ценители да видят избрано от най-доброто в частните сбирки. За да може да се прави това обаче, трябва да има ресурс, който да позволи подобна свобода. Без съмнение има смисъл колекциите да се показват, макар и да не са за продан. Това носи прилив на позитивна енергия от хората, които харесат видяното.

Инвестицията в българско изкуство

е инвестиция в нашата история, в нашата духовност и развитие. Купувайки картина днес, все едно си купуваш акции. Акции обаче може да скочат, но и да се сринат рязко. Може както да спечелиш, така и да загубиш. Добрата картина не намалява стойността си, а с времето поскъпва. Но тук е ролята на галерията и на нейния професионален екип – да насочи правилно какво да купиш, така че да не съжаляваш за своя избор. Картините не дават възможност за бърза печалба, но след време те може значително да умножат вложението, стига да е направен правилен подбор.

Търговията с изкуство е доверен бизнес. Добрият консултант дава съвети, от които клиентът няма да се почувства подведен. В момента пазарът е свободен и на този пазар колекционерите са търсачи, които намират. Да откриеш - в това е удоволствието на колекционерството.

В момента светът е твърде технологичен и много малко са младите хора днес, които на 20-ина години да се вълнуват от картина, вместо от кола. Нормално е интересите им да са различни от търсенията на по-зрелите хора. Те трябва да изживеят своята младост. На следващ етап на развитие идват други вълнения и тогава някои узряват и за колекционерството. То е

ХОБИ, КОЕТО ИДВА С ГОДИНИТЕ

и с финансовата възможност да инвестираш в изкуство. Технологиите, съвременните медии и социалните мрежи са помощник в популяризирането на изкуството. Но за да купиш картина, се иска личен контакт. Онлайн може да се пазаруват много неща, но произведението на изкуството трябва да се види и да се усети.

Галерията е институцията, която е междинното звено между автора и клиента. Художникът трябва да е оценен, за да бъде поканен да присъства в галерията. Авторът трябва да работи, мнозина искат да станат име, ако бъдат харесвани и купувани, те успяват. Ако продуктът му е с висока художествена стойност, той ще бъде оценен. Никой галерист не би желал да го пропусне, за да го оцени някой друг. Понякога авторите си мислят, че просто не са забелязани. Мнозина рисуват, но някои имат шанса да притежават талант и професионализъм, който на други не достига. Има обаче автори с по-силен търговски нюх, които съумяват да привлекат вниманието на пазара и да продават по-добре от далеч по-талантливи от тях. Но има и

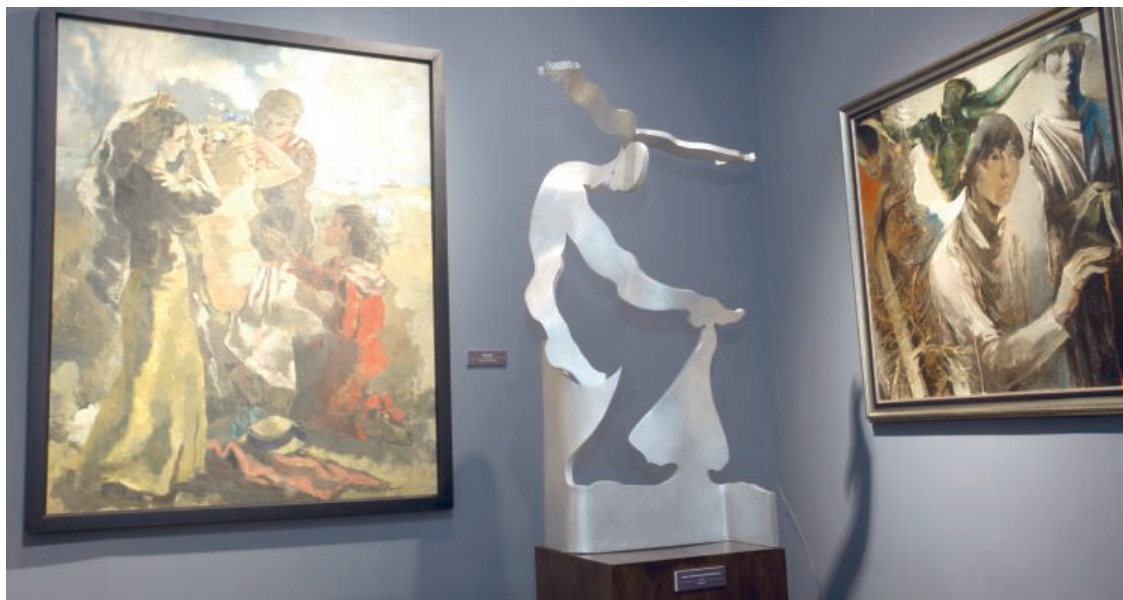
вторичен пазар

който повторно оценява кое каква стойност има и не всяко произведение, което е било купено, ще е носител на финансово развитие. На всеки колекционер може да му се случва да надцени произведение или автор, но когато си професионалист в една област, грешиш по-малко. Изкуството все пак е емоция и всеки може да сбърка, но ако е професионалист, по-бързо се съвзема. След като се натрупа достатъчно опит, вече самото произведение говори на специалиста. Интернет помага лесно да се получава информация и това е известно улеснение, когато се купува или продава картина.

Меценатът инвестира в млади автори и им помага в тяхното развитие, без да се очаква икономически ефект от това. Да покажеш талантлив майстор на четката, който не е утвърдено име, е удоволствие. Ние не слагаме праг, но наред с ангажимента да помагаме, имаме сито.

ТЪНКОСТТА ДА ПРОДАВАШ

е в това да си се наложил като име с коректността си. Всеки, който е готов да купи, трябва да ти се довери. Коректността се доказва във времето и зад нея стои професионализъм. Това е бавен бизнес, в който не трябва да си притиснат финансово. Галерия „Българи“ съществува от 1992 г. и тя си е на същото място, като постоянно се развива. Успехът идва с коректност, коректност и пак коректност. И нека няма илюзии, колекционерството е за богати хора, готови да извървят дълъг път в тайнството на изкуството.



През февруари галерия „Българи“ направи изложба без комерсиална цел и показа избрано от най-новото в колекцията на акад. Светлин Русев

ВИНОТО ЗА ПРИЯТЕЛИ

„FOUR FRIENDS“ СТАВАТ ВСЕ ПО-АКТУАЛНИ НА ВЪНШНИЯ ПАЗАР

Винарска изба "Four Friends" е създадена през 2012 г. от четирима приятели (така се превежда от английски и името ѝ). Обединява ги страстта им към виното. Събрали са се да направят нещо хубаво, смислено, по своя визия и разбиране. „Днес собствениците са петима, но името няма да се променя - вече е утвърдено и познато на пазара“, казва главният технолог на винарната Петър Илиев.

Лозята на винарската изба се намират край старозагорското село Горно Ботево. Засадени са през 2005 г. - 400 дка със сортовете Мерло, Каберне Совиньон, Каберне Фран и Пти Вердо. Лозовият масив вече е на 10 г., в своята сила, вече втора година се отглежда биологично. През пролетта

на 2017 г. предстои да се засадят още 90 дка бели сортове, които досега се купуват от партньори на избата и се отглеждат под строгия надзор на агронома и технолога. Това са Шардоне, Пино Гри, Ризлинг, Траминер, Совиньон Блан. „Работим с различни тероари в цяла България - намираме най-доброто грозде, за да направим виното, което търсим“, обяснява Петър Илиев.

Капацитетът на "Four Friends" е 400 000 л годишно, цикълът на производство е напълно затворен - от отглеждането на гроздето до бутилирането. Винарната разполага с най-модерно оборудване. Всеки грозд се подлага на строга инспекция. В резервоарите за ферментация влиза само прецизно подобрена продукция.

Петър ИЛИЕВ, winemaker на Винарска изба „Four Friends“:

Продаваме в Лас Вегас и „Бурдж ал Араб“

Г-н Илиев, кои са основните серии, които Винарска изба „Four Friends“ предлага?

- Нашата идея е да правим вина с изключително високо качество. Целта ни е също продуктите ни да имат много добър коефициент качество-цена. Затова предлагаме три основни серии, насочени към конкретен пазар.

Серия „Four Friends“ е в бутилка от 1 л. Ние сме единствените в България, а и от малкото в света, които предлагат този вариант. Серията е насочена предимно към вериги и хипермаркети, по-малки магазини. Това е добро бюджетно вино, клиентът получава петата чаша безплатно, но качеството е еквивалентно на бутилките от 0.75 л.

Серия „Zitara“ е от расови едносортови вина. Насочена е към ресторантите с отношение към добрите вина, специализирани винени магазини, по-висок клас хотели. Сред белите вина са Совиньон Блан, Шардоне, но тук емблематично е розето. Ние сме сред първите у нас, които го правят от Гренаш и Мурведър - типични сортове за френския район Прованс, където се правят класическите розета. Червените вина в „Zitara“ са три - Каберне Фран, Мурведър, Сира.



Петър Илиев,
главен технолог
на „Four Friends“



: ПРЕДСТОИ ПОСТРОЯВАНЕТО НА ВАКАЦИОННА : КЪЩА ЗА ГОСТИ КРАЙ ИЗБАТА И ДЕГУСТАЦИОННА

Тук също сме сред първите в България, които произвеждат червено вино Мурведър, а от януари 2017 г. на пазара е и най-новото попълнение – типичният български сорт Мавруд. Гроздето за него беше дълго търсено, накрая се спряхме на прекрасни 35-годишни лозя край Асеновград.

„Morgentau“ е нова серия, от март 2016 г. Това са 3 вина, които са насочени към ресторанти и специализирани магазини, но са от сортове, характерни за Австрия, Германия и долината на реките Рейн и Мозел. Представители тук са Траминер, Ризлинг и отново първото в България вино Едел. То е купаж от 4 сорта - при нас това са Ризлинг, Пино Гри, Траминер и Грюнер Велтliner.

Направихме това разделение по серии, защото ресторантьорите предпочитат вина, които ги няма в търговската мрежа. Сериите за ресторанти са в по-лимитирани количества, наблюдаваме изключително на качества, на изявата на сорта. Не правим вино на всяка цена, особено ако реколтата не е добра. Това се случи с едно от топ вината на избата Black Shadow, от което не бутелирахме нищо от реколтата 2014. Не правим компромис с качеството. Държим на името, стремим се да го направим все по-добро и всяка година да го защитаваме. Предизвикателството за 2017 г. ще бъде пускането на лимитирана серия „Zitara Премиум Резерва“, което е бутилирано след отлежаване 16 месеца в дъбови бъчви. Виното е от специално подбрани изключителни масиви в лозето ни в с. Горно Ботево и вторично подбрани най-добри зърна. Ще остане да отлежи в избата до есента на 2017 г. и ще бъде пуснато в продажба в момента, в който преценим, че е в най-добра форма.

- Каква е реализацията на „Four Friends“ в чужбина?

- Все по-добра. Но сме от малкото български производители, които продават на чужди пазари на цени, на които продаваме и в България. Не правим специални серии за

чужбина, за да гоним по-ниска цена. Много по-трудно е, но това за нас е правилният и честният начин.

Една от последните ни заявки е от Дубай. Сомелиерите в емблематичния хотел „Бурдж ал Араб“ бяха опитали наши вина от серията „Zitara“ и се свързаха с нас за директна заявка. Работихме почти година върху този проект, но резултатът си заслужава. Това е доста радващо и ни дава сили да вярваме, че работата ни се оценява. Продаваме също и в Лас Вегас, в едни от най-известните ресторанти. Правим редовен износ за Китай, Холандия, както и за Белгия, Швейцария, Полша, Германия и Австрия. През тази година сме си поставили за цел да направим и износ за Русия, където за съжаление имиджът на българското вино е силно накърнен.

Да си винар в наше време е трудна задача. Но успяваме да се справим благодарение на търпението и отдадеността на нашите собственици. Ясно е, че това е бизнес с нелесна възвръщаемост. Тя се появява след 7-8 години, след много труд, добра преценка, със сериозен търговски екип. Първо трябва клиентите да те запомнят и да спечелиш доверието им.

- Какво да очакваме от „Four Friends“?

- Много нови предизвикателства са пред нас. Предстои да завършим помещението за дегустации в избата в с. Горно Ботево – една прекрасна зала, от която на длан се виждат лозята ни и прекрасната природа на района. За приятелите ни в София от миналата година гости приема дегустационна от френски тип на 8 метра под земята в хотел ВЕГА. Скоро открихме и първия си фирмен магазин в оживения център на столицата на ул. „Г. С.Раковски“ 99. Обмисляме и построяването на ваканционни къщи за гости, в ход е и изграждането на оранжерия за биоизеленчуци. Имаме много идеи и желание, а бъдещето е пред нас и очаква да ги осъществим.



Майсторите в кухнята Клод ле Тоик, Димитър Дамянов и Джерард (от ляво надясно)

КУЛИНАРНА НАСЛАДА ЗА „МИШЛЕН“ В ЕСТЕ



Известният готвач Клод ле Тоик, удостоен с три звезди „Мишлен“, който е работил като шеф готвач в ресторант от популярната верига Joel Robuchon, гостува в столичния ресторант „Есте“ на 21 и 22 февруари. Посетителите на заведението успяха да се насладят на вкусната храна, с интересни техники на приготвяне на продуктите.

Специалитетите бяха изключително интересни, а гостите останаха повече от доволни. Те имаха възможността да опитат 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; Филе от калкан с рагу от селъри и трюфел сок; Патешко магре с гъши дроб и „Вер жу“. За десерт по-



**ИЗВЕСТНИЯТ ГОТВАЧ
КЛОД ЛЕ ТОИК И ШЕФ
ДИМИТЪР ДАМЯНОВ
ПРЕДСТАВИХА
ИСТИНСКИ ШЕДЪОВРИ
НА ГОТВАРСКОТО
ИЗКУСТВО**



пулярният готвач поднесе на гостите шоколадов мус с кафе арабика тирамису стил и какаов вкус.

Клод ле Тоик бе придружен от помощника си Джерард, а наред с тях в кухнята се изяви и главният готвач на „Есте“ шеф Димитър Дамянов. След края на вечерята те поздравиха гостите, които имаха възможността да споделят своите впечатления и мнение

за храната.

По време на кулинарното преживяване за настроението на присъстващите се грижи Трио Жем с подходяща музика, съобразена със стила на ястията.

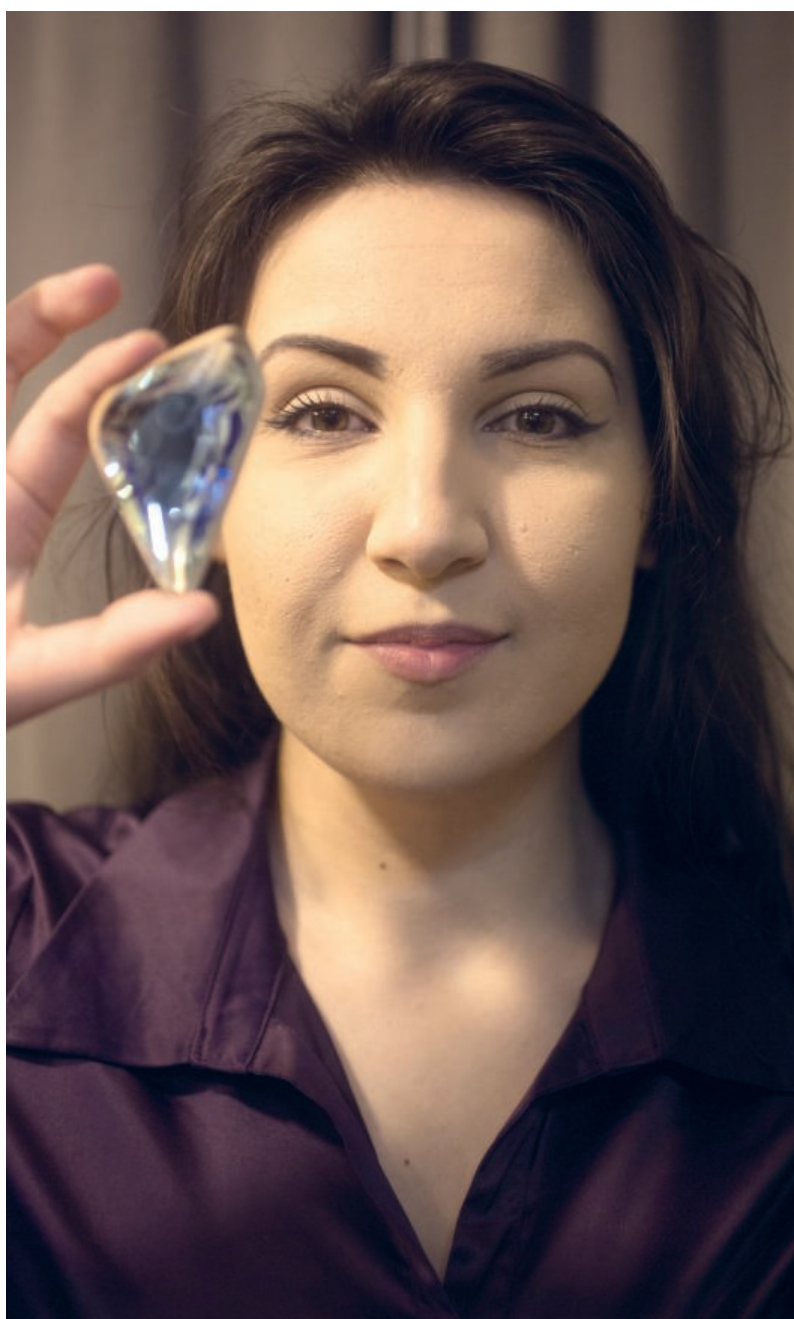
Интересът към гостуването на популярния шеф готвач бе изключително голям и за съжаление не всички жела-

ещи имаха възможност да опитат ястията, тъй като местата бяха ограничени.

Клод ле Тоик е печелил различни награди и признания за уменията си. Страстта му към готвенето се появява още в ранна детска възраст. През годините той е работил в едни от най-добрите ресторанти във Франция, докато през 1987 г. не среща Жоел Робушон, който променя живота му завинаги. ■



ЦАРСТВО на НАКИТИТЕ



Бижутата са работа, но и удоволствие за 23-годишната Габи Коруджикова. Те са твърде важна част от живота ѝ и в момента са нейната обичана професия. Всъщност стъклото е основата на техния семеен бизнес. Баща ѝ, художникът Боби Коруджиков, е творческият и техническият гуру на това „производство“. Той до съвършенство владее техниките, дава идеите, прави експериментите. Стъпвайки на тази добра основа, Габи развива уменията си, като обаче има стабилен гръб и подкрепа във всичко.

ПЪТ

Завършила е специалността „Художествена обработка на метали“ в Националната гимназия по приложни изкуства „Свети Лука“, а после и „Дизайн на порцелан и стъкло“ в Националната художествена академия. Но най-голямата школа за нея са ателиетата на нейния баща, който търпеливо я учи на всичко. И вместо да запише магистратура, свързана с изобразителното изкуство или с пряката ѝ работа, Габи се насочила към пеенето и сега развива талант, от който преди време се отказала. До 12-годишна възраст свирила на пиано, но изведнъж рисуването ангажирало цялото ѝ внимание. Долу-горе по това време направила и първото бижу от стъкло. Родителите ѝ се насочват към изработването на бижута преди 15-ина години, като постепенно технологията се доразвива, нови идеи дават тласък към модерност и изящество. Днес правят бижута главно от трислойно стъкло и кристали с перфектна изработка и добро окачване, като Габи е основно ангажирана с това.

Изкуство и занаят

Габи Коруджикова навлизала постепенно в това изкуство и в този занаят. Развила много умения, но продължава да се усъвършенства.



НАПРАВАТА НА БИЖУТА ОТ СПЕЦИАЛНО СЪТЪКЛО И КРИСТАЛИ Е ПРОФЕСИЯ, ОБИЧАНА ОТ ГАБИ КОРУДЖИКОВА

Това ѝ помага да повишава своята производителност и все по-бързо да изработва накитите. „Асиметричните форми се правят по-лесно, симетричните изискват далеч по-голяма прецизност, което се отразява и върху цената. Кръгове, кръстове, ромбове и квадрати се правят с повече труд. Обеците са два еднакви елемента, които трябва и да са огледално симетрични – затова и направата им е по-вреемемка“, обяснява Габи. Тя работи и по поръчка, колкото и сложно да е това при стъклото.

Професионализъм

Ако я наблюдаваме как работи, направата на бижута изглежда лесна, но само до момента, в който сами не опитаме. Всички инструменти са направени от баща ѝ Боби Коруджиков – неговото хоби е сам да проектира и да изработва машините, с които създават накити, а и скулптурите от стъкло. С тях може да се обработват и диаманти. Трислойните бижута също са негово хрумване. Освен че са красиви,

те имат силата да отблъскват негативната енергия. Сакралното число три кодира устойчивост и съвършенство. Между двата пласта се вражда огледало, то осигурява вид защита за онзи, който носи такъв накит. Характерно за тези бижута е, че всички са уникални – няма две напълно еднакви. Правят се от специално стъкло или от кристал.

Единство

Направата на бижута дава поминък на семейство Коруджикови. Семейното трио прави всичко – от идеята и изпълнението до продажбата. Търговската част основно е поверена на майка ѝ Снежанка Коруджикова. Тя се стреми да не пропуска участие в занаятчийските изложения из цялата страна, където предлага бижутата от кристали и топено стъкло. „Работата ни сплотява и ни прави единни“, уверява Габи. Една от най-сложните им поръчки е било изработването на 200 кристала с една и съща големина, които се враждат в сребърен обков, за да се поставят като

специален акцент на лимитирана серия луксозни дамски чанти. Експериментът е съществена част от работата им и това дава възможност нови идеи да си пробият път, за да внесат разнообразие или да повишат качеството.

Накъде

Пластиките от стъкло са предизвикателство, на което през тази година Габи Коруджикова ще отдели повече време. Повод е предстоящото през септември международно

биенале на стъклото, в което тя ще участва.

Бижутата, направени с мерак и с любов, събуждат приятни емоции у всеки, който ги види. Ето защо Габи обича работата си и заради удоволствието, което дарява. Музиката е само хоби, което ѝ носи добро настроение. Затова в буквалния смисъл Габи работи и пее.



Бижута уникат е важна част от индивидуалността на човека, който го носи, уверява Габи Коруджикова

НАЙ-СЪРДЕЧНАТА ГАЛЕРИЯ



автор: **Татяна Явашева**

Follow your HeART - Следвай сърцето си, следвай изкуството! Това е мотото на модерната heART GALLERY, която съвсем наскоро отвори врати при НДК в София. Неин основател е Николай Николов, който иска да превърне в бизнес своя силен интерес към изобразителното изкуство. Той не е художник, а е финансист, и намерението му е да разчупи клишетата в разбирането за галерията като пространство, в което се показват картини. Николай се занимава с финансови операции, но галерията няма да го отклонява от това. Досега с изкуството го одухотворява и затова heART GALLERY ще е свежият полъх в бизнес делата му.

Амбиции

Приятели и познати го съветвали да не прави галерия в България, защото само ще изгуби време и пари, тъй като няма начин да успее с такова начинание. Това обаче го амбицирало да опровергае всички скептици - защото кажат ли му, че нещо няма да стане, Николай Николов се заема точно с него. Плановите са в рамките на няколко месеца да задвижи проекта – да привлече кръг от талантиви художници, като в тази общност добре дошли са интериорни

дизайнери и архитекти. Бизнесът ще е повече онлайн, като галерията ще е по-скоро малък шоурум и място за срещи. И когато нещата потръгнат, в което той не се съмнява, че ще стане - ще открие и други галерии под същото име. Женева е желана дестинация, където веригата би имала представителство. И навсякъде ще рекламира, че това е Made in Bulgaria.

Силен старт

Първата експозиция в галерията е от картини на двама американски художници с общо ателие в Бруклин - 27-годишният Джеймс Голдстейн, чийто дядо е бил колекционер, и 24-годишният Броуди Питърсън. За тях изкуството е удоволствие и забавление, не и средство за препитание. Като галерист Николай Николов качва високо летвата с тяхната експресивна живопис, но това пространство ще е отворено и за съвременни български художници. Той има благотворителна мисия и част от средствата, които получава от продажбата на картините, ще са за социална ангажираност. Николай ще организира уроци по английски език за деца от домове за сираци с цел да са по-подготвени за пазара на труда. Желанието му е да им помогне при тяхна-



Фото Икономика

FOLLOW YOUR HEART



Николай Николов е убеден,
че heART GALLERY ще е
успешен проект

СЪЗДАТЕЛЯТ НА HEART GALLERY НИКОЛАЙ НИКОЛОВ ТЪРСИ НАЧИНИ ИЗКУСТВОТО ДА СТАНЕ ПО-ДОСТЪПНО, ЩЕ РАЗВИВА И ПРОЕКТ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

та адаптация, защото по негови наблюдения не оцеляват най-силните, а най-адаптивните.

Талант

Пазарът на изкуството в България е свит, но художниците не бива да подценяват себе си, а да бъдат пробивни. Талантът трябва да си знае цената, казва Николай Николов. Доброто му желание е да помага на таланта да намира своя път до пазара и до ценителите, чийто брой постепенно да расте. Защото талантът ще ни даде, а няма да ни вземе. Изкуството е комуникация между хората, то е и разговор със самия себе си.

Двигател на успеха

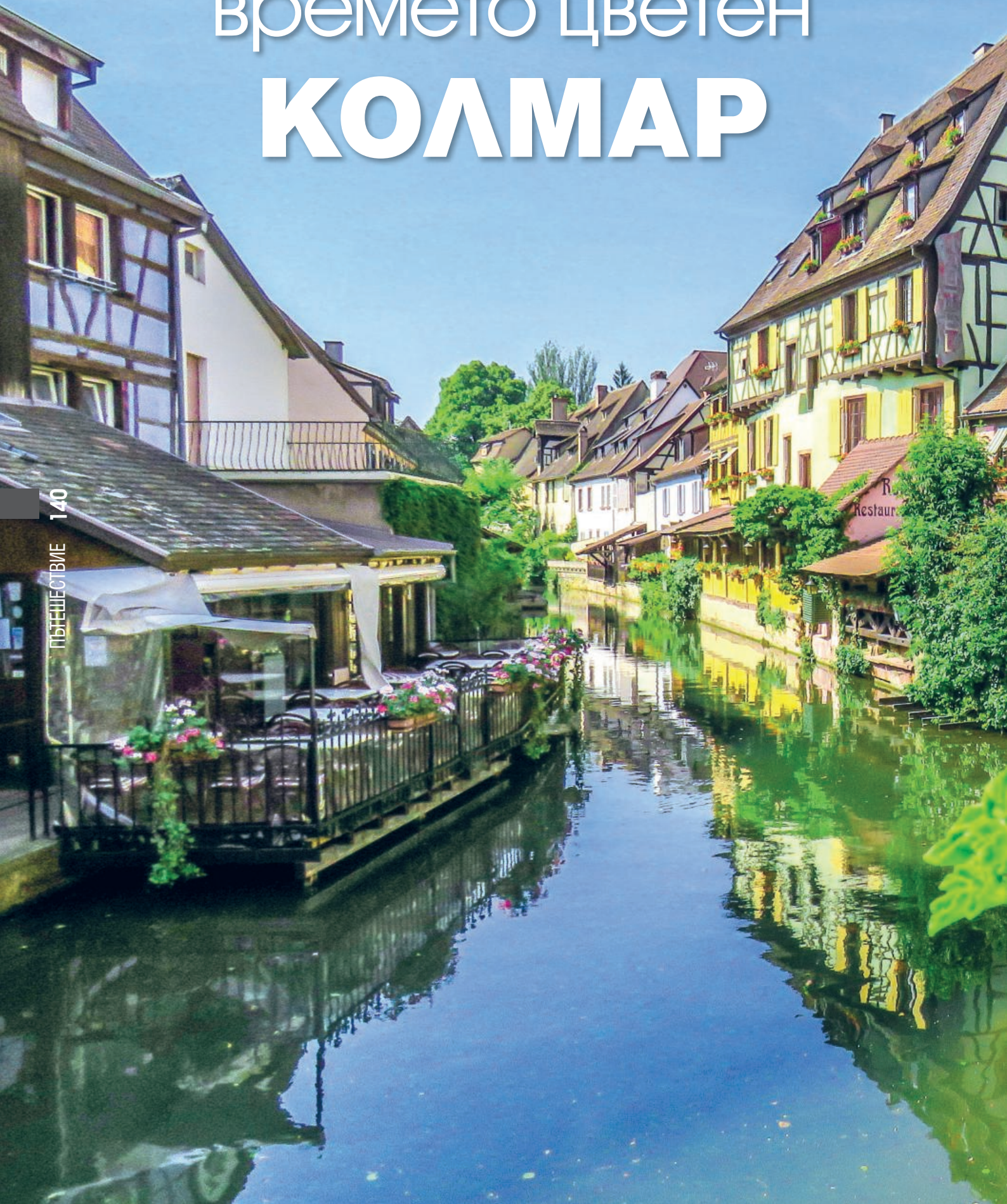
Николай Николов вярва, че за да успее един човек, трябва да има необходимото количество неблагоприятни условия. Именно това според него помага в България да се развива комбинативното мислене, което пък прави българите ценени в чужбина. „За да успееш, трябва да се мотивираш и да повярваш в себе си, иначе никой няма да повярва в теб. Пречки винаги ще има, но паднеш ли, трябва да можеш да се изправиш и отново да продължиш напред“, смята младият галерист.

„Няма как да си успешен, ако не правиш всичко със сърцето си. То е като при готвенето, може точно да спазиш рецептата, но няма ли я дозата любов, не се получава“, уверява още Николай Николов. Чрез неговата heART GALLERY изкуството ще излезе извън рамките на малкото пространство до НДК, ще привлече почитатели чрез фестивали и други места, на които може да се показват постиженията във визуалното изкуство. Ценители според него се печелят и с достъпност на цените.



Неподвластният на времето цветен **КОЛМАР**

ПЪТЕШЕСТВИЕ
140







КЪЩАТА „АДОЛФ“

Фото tourism-colmar.com



ГРАДЪТ Е ИЗВЕСТЕН КАТО СТОЛИЦА НА ЕЛЗАСКОТО ВИНО

автор: Преслава Георгиева

В подножието на планината Vogesi в Елзаската равнина на Североизточна Франция се намира очарователният град Колмар. Разположен сред лозови масиви, на 170-километровия туристически маршрут „Път на виното в Елзас“, той се смята за столица на елзаското вино. Колмар е третата по големина община в област Елзас и административен център на департамент О Рен. Градът се радва на мек полуконтинентален климат и на непокътната природа в Горнорейнската долина, изобилстваща от девствени гори и живописни езера.

По време на Римската империя Колмар е част от територията на секваните, а през VIII и IX в. е честа спирка за не един император. През 981 г. император Ото I подарява Колмар на своя верен херцог Рудолф, а през XII и XIII век градът на два пъти е завладян от архиепископа на Страсбург. Успява да извоюва своята независимост през 1262 г. благодарение на кмета Жан Розелман, който печели битката

срещу войските на архиепископа, но губи живота си в нея.

От началото на XIII в. градът става община и получава статут на „имперски град“ от германския крал Фридрих II. През следващите два века под имперската опека Колмар се радва на мир и просперитет. По времето на Ренесанса той става известен пазарен град. Тук се заселват богати търговци, земеделци и винопроизводители. Градът става и важен образователен, арт и културен център. Тук се установяват ордени на францисканци, доминиканци и августини, които създават едни от най-внушителните постройки в Колмар. Голяма част от тези красиви религиозни и обществени сгради са запазени почти непроменени до днес.

През втората половина на XVII в. Колмар е присъединен от Франция, но през 1871 г., след краха на Наполеон, преминава отново към Германия. Чак след края на Втората световна война Колмар окончателно става френска територия. За щастие, макар да е последният френски град, освободен от немската окупация, тук няма почти никакви разрушения от

МУЗЕЯТ „УНТЕРЛИНДЕН“

Фото Wikimedia.com





СГРАДАТА НА МИТНИЦАТА



ДОМИНИКАНСКАТА ЦЪРКВА

войните. Затова историческата стара част на Колмар всъщност е цял град в града, обхващащ значителна територия от около сто улици и площади, с накацали по паважите кафенета, ресторанти и бутици.

По думите на Волтер, градът е „наполовина немски и наполовина френски“ и наистина териториалните конфликти между Германия и Франция през вековете са създали уникална смесица от културно и историческо наследство.

Със своите 67 000 жители, Колмар е успял да запази своя провинциален чар и предлага на гостите си един вълнуващ поглед към 10 века европейска история. Старата му част е „защитена територия“ с чудесно запазени сгради и паметници, старателно реставрирани и поддържани през годините. Разходката из приказния лабиринт от тесни калдъръмени улички или квартала с каналите е като своеобразно пътуване назад във времето. Традиционните полудървени къщи, пишно украсени с цветни саксии, са с типична елзаска архитектура – от цветните рибарски къщи около Рибарския кей до изисканите стари бюргерски къщи от XVI и XVII в.

Вероятно Старият град е най-добрата начална точка за обиколка из Колмар. В сърцето му е разположен катедралният площад, където се издига колегиалната църква „Сен Мартен“. Построена първоначално като готическа църква, през XVIII в. тя бива цялостно реконструирана. На площада се намира още една емблематична забележителност - Караулната сграда – безценен представител на елзаската ренесансова архитектура. През вековете сградата е имала не едно предназначение – от базар, през военно общежитие, до съдебна зала.

В близост ще откриете и къщата „Адолф“ - най-старата запазена еднофамилна къща в Колмар, построена през 1350 г. за семейство Адолф. До нея се гуши стар недействащ кладенец, декориран с две лъвски глави, датиращ от 1592 г.

Разходката в Стария град задължително минава през главната улица - Grand Rue – любимо място за гостите и жителите на града. Grand Rue предлага очарователна комбинация от стари къщи в немски стил, свежи декори, хотелчета, малки тераси, обилна зеленина, цветя, фонтани, арт галерии, антикварни и сувенирни магазинчета, желатерии, магазини за сирена, кафенета и ресторанти. На Grand Rue се намира внушителната протестантска църква от XIII в. „Св. Матю“, чиято архитектура е впечатляваща, най-вече със способността на сградата да се инкорпорира в градския пейзаж, променял се многократно през вековете.



СВЕТАЛИНИТЕ НА КОЛМАР

В близост ще откриете още една атракция, която не бива да пропускате – къщата „Пфистер“, построена през 1537 г. за шапкаря Лудвиг Шерер, който натрупва своето богатство от търговия с пари. Въпреки средновековните си елементи, тази къща е първият пример за ренесансова архитектура в Колмар и един от символите на града. Тя притежава двуетажен ъглов еркер, възхитителна дървена веранда, осмоъгълен купол и стенописи, пресъздаващи библейски и светски събития. Името си къщата получава от семейство Пфистер, което я реставрира и живее тук през втората половина на XVIII век.

Малките улички в Стария град също предлагат куп удоволствия за сетивата. На Улица „Търговска“ се намира къщата-музей „Бартолди“, посветена на родения в Колмар скулптор Фредерик Огюст Бартолди - създателят на Статуята на Свободата. През 1907 г. в града е издигнат паметник на Бартолди, а по повод на 100-годишнината от смъртта му

в Колмар се поставя 12-метрова реплика на Статуята на свободата.

На улица „Têtes“ ще откриете известната „Къща с глави-те“, построена през 1609 г. по време на германския ренесанс за магазинера Антон Бюргер. Тази удивителна сграда дължи името си на 106-те глави и гротескни маски, които украсяват фасадата ѝ заедно с 3-етажен панорамен прозорец. Върху фронтоната на сградата стои статуя на бъчвар, изваяна от Огюст Бартолди през 1902 г., по поръчка на Винената борса, чиято централа се помещава в сградата за известно време.

На Площада на доминиканците в Стария град се издига Доминиканската църква, чийто строеж започва през XIV в. и е отличен пример за ранноготическа архитектура. Възхителните витражи на сградата, които позволяват светлината да се влива в светилището, създават неповторима атмосфера. Днес тук се помещава Общинската библиотека за древни ръкописи, а недалеч се намира главната търговска улица на Стария град - „Clefs“.

Обществената библиотека на града, от друга страна, ще откриете в бившия доминикански манастир от XIII в. - един тих оазис, разположен на площад „Мъченици“ в сърцето на града. Тук се съхраняват хиляди древни ръкописи, старопечатни книги и много други ценни издания и документи.

На кръстовището на Grand Rue и улица „Търговска“ – мястото, на което в миналото се е провеждал пазарът за плодове и зеленчуци, е стратегически разположена сградата на Митницата, известна още като Koïfhus. Построена през XV в., в миналото сградата била икономически и политически център на Колмар. Приземният етаж бил използван за склад и място за данъчно облагане, а на първия етаж заседавали



КЪЩАТА „ПФИСТЕР“

Фото Wikimedia.com

депутатите от Декапола – федерация на десетте имперски град в Елзас, създадена през 1534 г.

Не малко архитектурни шедеври в Колмар са вдъхновени и от френския класицизъм. Сред тях са сградата на Апелативния съд от 1771 г., която впечатлява с неокласическите си фасади и тази на Старата болница от 1744 г., със своите отлично балансирани пропорции.

„Къщата на рицарите на ордена на св. Йоан“ е още едно място, което трябва да се види в Колмар. Архитектурата ѝ наподобява венецианските дворци и включва двуетажна веранда със сводести аркади, увенчана с каменна балюстрада, свързваща две сгради. Построена през 1608 г., тя е дело на арх. Алберт Шмид, създател на още две емблематични сгради – Къщата с главите и Къщата с аркадите. Последната е построена през 1606 г. в духа на германския ренесанс.

„Резиденцията на Волтер“ всъщност е къщата на кмета на Колмар, в която Волтер отсяда по време на тримесечния си престой тук през 1753 г. Къщата е построена през XV в. и реконструирана в началото на XVI в.

Освен Стария град, в Колмар има още няколко забележителни квартала. „Малката Венеция на Колмар“ е район, разположен по поречието на живописната 45-километрова река Лаух, който започва зад сградата на Митницата, минава през рибарското селище и достига до мостовете Тюрен и Сан Пиер. Първоначално тук живеят главно винопроизводители, земеделци, производители на кожи и рибари, а днес районът е едно от най-предпочитаните от туристите места. Първата спирка тук е Рибарският кей, където някога рибарите продавали улова си. Пъстрите, малки полудървените къщи са принадлежали на членовете на голяма риболовна компания. От кея се стига до мястото на стария пазар „Krutenua“ – район, тогава обитаван главно от градинари, които излагали своята продукция на плоскодънни лодки по реката. Днес за туристите се предлагат разходки с лодка, откриващи чудесна гледка към красиво реставрираните къщи, датиращи от 1350 г. до 1609 г.

Колмар предлага и огромно разнообразие от музеи. Най-известният сред тях - музеят „Унтерлинден“, съхранява експонати, датиращи от праисторическата ера до съвременното. Тук могат да бъдат видени творби на Пикасо, Моне и Дю-





Foto tourisme-colmar.com

РИБАРСКИЯТ КЕЙ

бюфе.

В сърцето на Малката Венеция ще откриете „Природонаучния и етнографски музей“, притежаващ внушителна колекция от регионални и екзотични препарирани животни, скъпоценни минерали, фосили от праисторически екземпляри и редки етнографски предмети. Сред останалите музеи, които си струва да посетите в Колмар, са музеите на: играчките, джиджифиловите сладкиши и общинските фабрики.

Всеки вторник от май до септември на площада пред Митницата в централната част на Стария град се организират типични елзаски фолклорни вечери с участието на множество местни групи. Тази традиция, запазена жива още от XVIII в., е любима на всички гости и жители на Колмар.

Целогодишно в петък и събота, както и всяка вечер по време на важни събития като: Международния фестивал,

Регионалния елзаски винен панаир и Коледа, Колмар и неговите жители и гости се радват на оригинално светлинно шоу, носител на специалната награда на Академията за улични изкуства. 1100 компютърно управлявани източници на светлина, с различна интензивност и цвят, използващи оптична кабелна мрежа, са умело разпределени из целия град. Те очертават контурите на града и неговите емблематични забележителности и създават истински приказна атмосфера. Проектът има за цел да популяризира културното наследство и е базиран на два вида осветителни системи – статична и динамична. „Режисурата“ на илюминациите, от друга страна, е базирана на четири основни теми - вода, въздух, земя и огън.

Столицата на елзаското вино очарова гостите си не само с архитектурни шедеври и единствени по рода си музеи, но и със своята вековна традиция на гостоприемство, изискани вина и деликатна гурме кухня.



СТАРИЯТ ГРАД



ЦЪРКВАТА „СЕН МАРТЕН“

WINERY FOUR FRIENDS & VINEYARDS



THE WINES WITH CHARACTER

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

A STAR ALLIANCE MEMBER 

WIDEN YOUR
WORLD

TURKISH
AIRLINES 

ПОЛЕТЫ ВСЕКИ ДЕН
ДО МАВРИЦИЙ,
СЕЙШЕЛИТЕ
И ОЩЕ 290 ДЕСТИНАЦИИ.

TURKISHAIRLINES.COM